

CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ
NÁBILA SEFRIAM

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE
PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO EM ACADEMIAS DO MUNICÍPIO DE
CASCAVEL-PR**

CASCAVEL
2018

CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ
NÁBILA SEFRIAM

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE
PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO EM ACADEMIAS DO MUNICÍPIO DE
CASCAVEL-PR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção do título de Bacharel em
Nutrição.

Professora Orientadora: Ms. Jaciara
Reis Nogueira Garcia.

CASCAVEL
2018

CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ

NÁBILA SEFRIAM

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE
PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO EM ACADEMIAS DO MUNICÍPIO DE
CASCAVEL-PR**

Trabalho apresentado no Curso de Nutrição do Centro Universitário Assis Gurgacz, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Nutrição, sob a orientação da Professora Mestra Jaciara Reis Nogueira Garcia.

BANCA EXAMINADORA

Professora Orientadora Jaciara Reis Nogueira Garcia

Banca Examinadora

Banca Examinadora

**CASCAVEL
2018**

INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO EM ACADEMIAS DO MUNICÍPIO DE CASCAVEL-PR

SEFRIAM, Nábila¹
GARCIA, Jaciara Reis Nogueira²

RESUMO

No Brasil e no mundo, as mídias sociais têm contribuído para a mudança dos hábitos alimentares da população, pois tem sido alvo de muitas informações sobre alimentação saudável, com isso muitas pessoas começam dietas fornecidas pelas redes sociais sem nenhuma base científica e sem entender seu metabolismo, restrição ou carência nutricional, ou seja, sem o devido acompanhamento de um Nutricionista. Um dos públicos alvos que mais utilizam as redes sociais com a finalidade de busca por conteúdos relacionados à nutrição é em sua grande maioria praticante de atividades físicas, que na busca de motivações, dicas de alimentação e treinos, acaba caindo em perfis nas redes sociais que os auxiliam esse acesso. Diante da necessidade da busca segura por informações e da adequada alimentação. O objetivo deste estudo foi verificar o uso das mídias sociais pelos praticantes de musculação de academias do município de Cascavel-Paraná. O estudo foi desenvolvido com uma amostra composta por 125 alunos, composta por 61 do sexo masculino, e 64 do sexo feminino, com idades entre 18 a 45 anos, que praticam musculação com variação de menos de 03 meses, 03 a 06 meses e a mais de um ano. Foi analisado o meio de orientação em que os participantes tiveram para fazer dietas, foi identificado que 51% (n=19) das mulheres fizeram dietas orientadas por nutricionistas, e na categoria do sexo masculino, 46% (n=10) procuraram por orientação de nutricionista. Assim, a importância em seguir uma alimentação saudável através de orientação de um profissional Nutricionista, quando o indivíduo é analisado individualmente, e a dieta prescrita de acordo com as suas necessidades nutricionais individuais, respeitando-se também suas características socioeconômicas e culturais.

Palavras-chave: Mídia social. Atividade física. Alimentação saudável.

¹ Acadêmico do Curso de Nutrição do Centro Universitário Assis Gurgacz

² Nutricionista. Mestra e Docente do Curso de Nutrição do Centro Universitário Assis Gurgacz

1. INTRODUÇÃO

As escolhas alimentares que determinam o consumo alimentar envolvem fatores sociais, culturais e psicológicos. Relaciona-se também com o meio ambiente, a história de vida e personalidade de cada indivíduo que formam seus valores pessoais. Assim, o processo de escolha alimentar incorpora não só decisões baseadas em reflexões conscientes, mas também em automáticas, habituais e subconscientes e se desenvolve de acordo com regras impostas pela sociedade, meio ambiente, história individual e valores do grupo social no qual o indivíduo está inserido (FURST et al., 2008),

No Brasil e no mundo, os meios de comunicação têm contribuído para a mudança dos hábitos alimentares da população. Difundem um padrão estético baseado em modelos de corpos ideais, que se alcançados prometem trazer sucesso pessoal, profissional, felicidade e juventude (JOMORI *et al.*, 2008).

Divulgam para pessoas de todas as idades, vastos conteúdos sobre alimentação e nutrição através de jornais, revistas, blogs, redes sociais, sites da internet, programas de televisão e mensagens veiculadas em comerciais e propagandas de produtos. Em sua grande maioria, essas mídias promovem a indústria do emagrecimento e de um modo geral, nem todos os conteúdos divulgados tem bases científicas e possuem baixos níveis de evidências. Portanto, pode-se afirmar que essa informação tem afetado diretamente o comportamento alimentar das pessoas, sem considerar os danos provocados à saúde (BRASIL, 2016).

Com isso, cada vez mais a insatisfação corporal, em adolescentes, jovens e adultos e a busca por padrões de beleza, tem comprometido a saúde e a vida de muitos que lutam para chegar aos resultados esperados, muitos se submetem a cirurgias arriscadas, tratamentos estéticos sem controle, dietas extremamente restritivas e uma preocupação em excesso com um estilo de vida mais “saúdável” a fim de chegarem o mais próximo que podem do que definem os padrões de beleza (DURANTE, 2017).

Destaca-se entre os meios de comunicação, o uso de redes sociais. Entre os quais a utilização das redes sociais e sua influência são um fenômeno relativamente recente e alvo de estudos de várias áreas do conhecimento para compreender os efeitos à sua exposição em diferentes populações (FARDOULY, 2015).

As mídias sociais tem sido alvo de muitas informações sobre Alimentação saudável, com isso muitas pessoas começam dietas fornecidas pelas redes sociais sem nenhuma base científica e sem entender seu metabolismo, restrição ou carência nutricional, ou seja, sem o

devido acompanhamento de um Nutricionista, que é o profissional qualificado para esse papel, mesmo que iniciar uma dieta dependa exclusivamente do indivíduo, a continuidade da dieta não perdura por muito tempo, sendo interrompida em algum momento (ARAÚJO *et al.*, 2013).

Diante disso é fundamental que as pessoas percebam que dietas que não são devidamente prescritas ou são prescritas por outros profissionais da área da saúde, retiradas da internet, revistas, copiadas de um amigo, podem desencadear vários problemas físicos e nutricionais. Por isso, afirma-se que a atuação do nutricionista é muito importante, pois, o indivíduo é analisado individualmente, e a dieta prescrita de acordo com as suas necessidades nutricionais individuais, respeitando-se também suas características sócio-econômicas, culturais (ARAÚJO *et al.*, 2013).

Assim, foi realizada uma pesquisa com praticantes de musculação em academias de ginástica de Cascavel-PR, com o objetivo de analisar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar desses indivíduos.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de um estudo descritivo com abordagens quantitativas e qualitativas, realizado no período dos meses de abril a junho, cuja pesquisa foi feita com uma população constituída por 125 alunos do gênero feminino e masculino de duas academias de musculação, contendo adolescentes, jovens e adultos, com faixa etária entre 15 e 45 anos, residentes na cidade de Cascavel-PR.

Para a composição da amostra, houve a seleção aleatória e cada participante contribuiu com a pesquisa de modo voluntário.

O estudo obteve aprovação do Comitê de ética e Pesquisa Envolvendo Seres Humanos do Centro Universitário Assis Gurgacz de Cascavel- PR, com o parecer nº232/2010, de acordo com a Resolução nº 196/1996. O termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), contendo todos os procedimentos da pesquisa foi assinado por cada participante aos quais foram garantidos anonimato e total sigilo no tratamento dos dados.

Quanto aos Procedimentos para coleta dos dados, inicialmente, foi realizado contato com os proprietários dos estabelecimentos para explanar os objetivos e os métodos do estudo, bem como solicitar a autorização para aplicação dos questionários nos próprios locais. Após o consentimento, foram agendados os melhores dias e horários para as coletas. Primeiramente

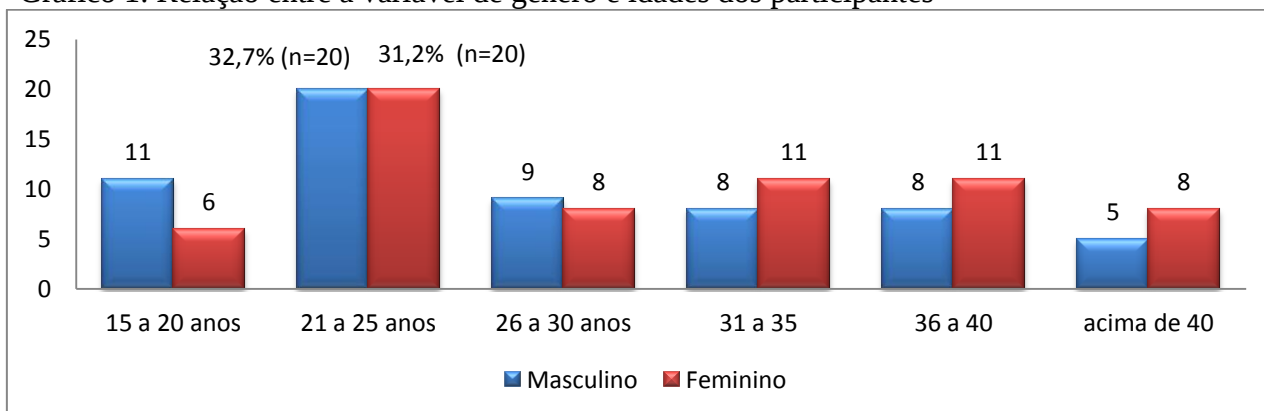
os alunos foram abordados na entrada para solicitação de participação e explicação sobre o objetivo do estudo. Aguardava-se até o término das atividades daqueles que se comprometiam em responder e era realizada a entrega do TCLE e do questionário. O questionário foi elaborado com 6 questões abertas e fechadas, onde foi abordado nas questões o uso de mídias sociais, realização de dietas, frequência de tempo de musculação e motivação em manter rotina de alimentação saudável por meio das mídias sociais.

Após a coleta dos dados procedeu-se com a tabulação e análise dos dados em tabela executadas no programa Excel 2010. Os dados foram analisados considerando, gênero, faixa etária, tipo de meio de comunicação utilizado na busca de informações sobre influência da mídia no comportamento alimentar em relação à faixa etária e categoria de gênero masculino e feminino. Também foram elaborados gráficos e tabelas no programa Excel 2010.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste estudo foi realizada uma pesquisa com 125 alunos em duas academias de Cascavel-PR, regularmente matriculados para a prática de musculação. Dos alunos participantes da pesquisa, 48,8% (n=61) eram do sexo masculino e 51,2% (n=64) do sexo feminino. Os alunos matriculados dentro do período avaliado tinham entre 15 e 45 anos de idade. Ao relacionar as variáveis de gênero e idade, verificou-se que entre o sexo masculino, a maioria correspondente a 32,7% estavam na faixa etária de 21 a 25 e entre participantes do sexo feminino 31,2% tinha idade entre 21 a 25 anos.

Gráfico 1. Relação entre a variável de gênero e idades dos participantes



Fonte: Dados da autora da pesquisa (2018).

A tabela 1 demonstra os resultados obtidos em relação ao tempo de prática de musculação pelos participantes.

Em relação ao tempo de prática de musculação, conforme a Tabela 1, na categoria dos dois gêneros feminino e masculino, 67% dos alunos praticava musculação há mais de um ano, enquanto 12% dos homens e 16% das mulheres praticavam há menos de 3 meses.

Tabela 1. Categorias de gênero e tempo de prática de musculação.

	Menos 3 meses	03 a 06 meses	Mais de 1 ano
Gênero Masculino (n.61)	12%	21%	67%
Gênero feminino (n.64)	16%	17%	67%

Fonte: Dados da autora da pesquisa (2018)

Através dos dados coletados observou-se que em relação aos objetivos, a atratividade física relacionada à estética corporal, foi um dos objetivos mais escolhidos entre as participantes do sexo feminino em todas as faixas etárias, entre as quais a que mais se destacou com 75% (n=15). Em relação aos objetivos menos citados pela categoria do sexo feminino, com menores resultados para o objetivo em relação à atratividade física foi entre a faixa etária acima de 40 anos com 50% (n=4). Saúde foi o objetivo mais citado pela faixa etária entre 36 a 40 com 36% (n=4) e a faixa etária que menos citou saúde foram a faixas etárias entre 26 a 30 anos 12% (n=1). O objetivo menos citado pelo sexo feminino foi Aptidão física, com o resultado, de 0%, em todas as faixas etárias.

Já em relação ao sexo masculino, o objetivo que mais se destacou em resultados, foi Aptidão física entre as faixas etárias de 21 a 25 anos, com 70% (n=14). A faixa etária que menos teve resultados em relação à aptidão física foi entre as idades 35 a 40 anos com 25% (n=2) e acima de 40 anos com 25% (n=1). Controle de peso foi o que menos teve resultados entre as faixas etárias do sexo masculino, onde somente as idades entre de 36 a 40, com 12% (n=1) e acima de 40 anos, com 20% (n=1) tiveram como opção esse objetivo. Em relação à Saúde como objetivo, a faixa etária acima de 40 anos tiveram 60% (n=3) de resultados, e a faixa etária que menos escolheu Saúde como objetivo foi entre 21 a 15 anos com 10% (n=2).

Tabela 2. Objetivos dos participantes em praticarem musculação em percentual.

OBJETIVOS	GÊNERO FEMININO						GÊNERO MASCULINO					
	15 a 20	21 a 25	26 a 30	31 a 35	36 a 40	Acima de 40	15 a 20	21 a 25	26 a 30	31 a 35	36 a 40	Acima de 40
CONTROLE PESO	33%	0%	25%	9%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	12%	20%
SAÚDE	17%	20%	12%	27%	36%	25%	18%	10%	22%	25%	25%	60%
ATRAT. FÍSICA	50%	75%	50%	55%	64%	50%	27%	15%	22%	25%	13%	0%
APTIDÃO FÍSICA	0%	0%	0%	0%	0%	0%	37%	70%	45%	50%	25%	20%
H. CORPO	0%	5%	13%	9%	0%	0%	18%	5%	11%	0%	25%	0%

Fonte: Dados da autora da pesquisa (2018).

Como exemplos da estética predominar dentre os objetivos tanto do sexo masculino e feminino, aos praticantes de musculação é possível observar em alguns estudos como o de BARROS (2009), no qual a pesquisa foi realizada no Rio de Janeiro, com 06 adolescentes do sexo masculino, nas idades entre 14 a 16 anos foi verificado que os objetivos destes eram hipertrofia, que segundo eles resultariam em maior satisfação corporal.

Segundo, Araújo *et al.*, (2013), fins estéticos representam 50,6% como resultados principais dos indivíduos que praticam atividade física nas academias, porém, KLEIN e SILVA (2013), relatam que objetivos estéticos são resultantes de um objetivo inicial, que seria o emagrecimento, ganho de massa magra, tônus musculares e etc., no entanto é considerável que há também como objetivo central para os dois conceitos, que seria obtenção de uma estética rotulada como ideal.

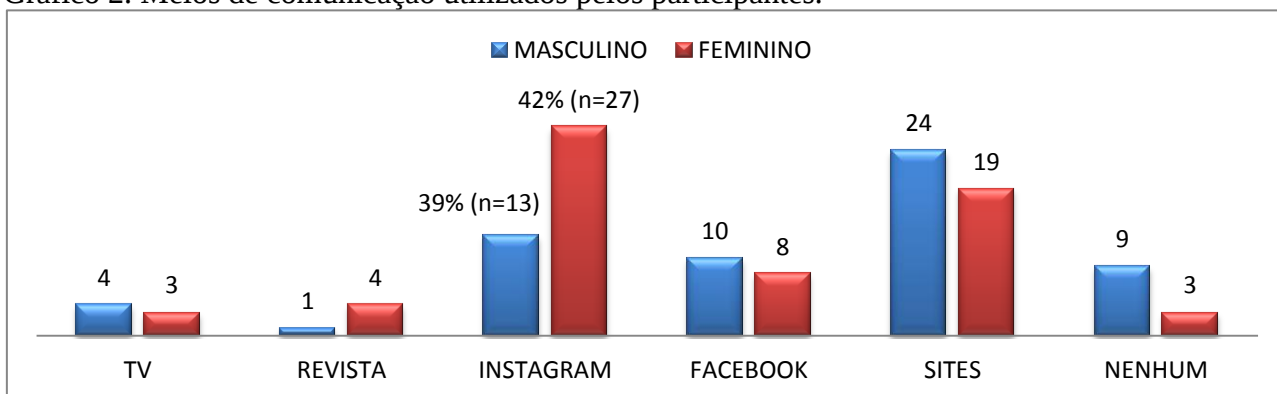
O Gráfico 2 representa os meios de comunicação mais utilizados pelos praticantes de musculação, onde demonstra a avaliação sobre o uso as mídias sociais que abordam conteúdos sobre alimentação saudável e nutrição.

Os resultados gerais encontrados sobre acessos as mídias sociais mais acessadas pelo sexo feminino que vinculam conteúdos sobre alimentação saudável e nutrição foram Instagram com 42% (n=27) e sites com 30% (n=19).

Os resultados para no gênero masculino, em relação à mídia social mais acessada foi o Instagram com 39% (n=24) e facebook com 21% (n=13).

De acordo com a análise mais detalhada do (Gráfico 2), verificou-se que adolescentes e jovens do gênero masculino e feminino obtiveram resultados semelhantes, dentre as quais a mídia social que se sobressaiu entre as duas categorias foram o Instagram, como a mídia social mais acessada com conteúdos sobre alimentação saudável e nutrição.

Gráfico 2. Meios de comunicação utilizados pelos participantes.



Fonte: Dados coletados da autora da pesquisa (2018)

Os resultados que mais se destacaram foram entre adolescentes e jovens de 15 a 20 anos na categoria do gênero masculino com 37% (n=4) de acesso ao Instagram, e na categoria do gênero feminino entre as idades de 15 a 20 anos, com 80% (n=4), e nas idades entre 21 a 25 anos, com 70% (n=14) de acessos ao Instagram com conteúdo sobre alimentação saudável e nutrição.

Em uma pesquisa desenvolvida, por Beck *et al.*, (2014), com uma população francesa com mais de 27 mil participantes, foi identificado que 48,5% dos usuários de internet entre as idades de 15 a 30 anos, utilizam a mídia social com o propósito de assuntos relacionados a saúde. Destes participantes, quase 80% consideram a internet como uma fonte confiável de informações sobre saúde.

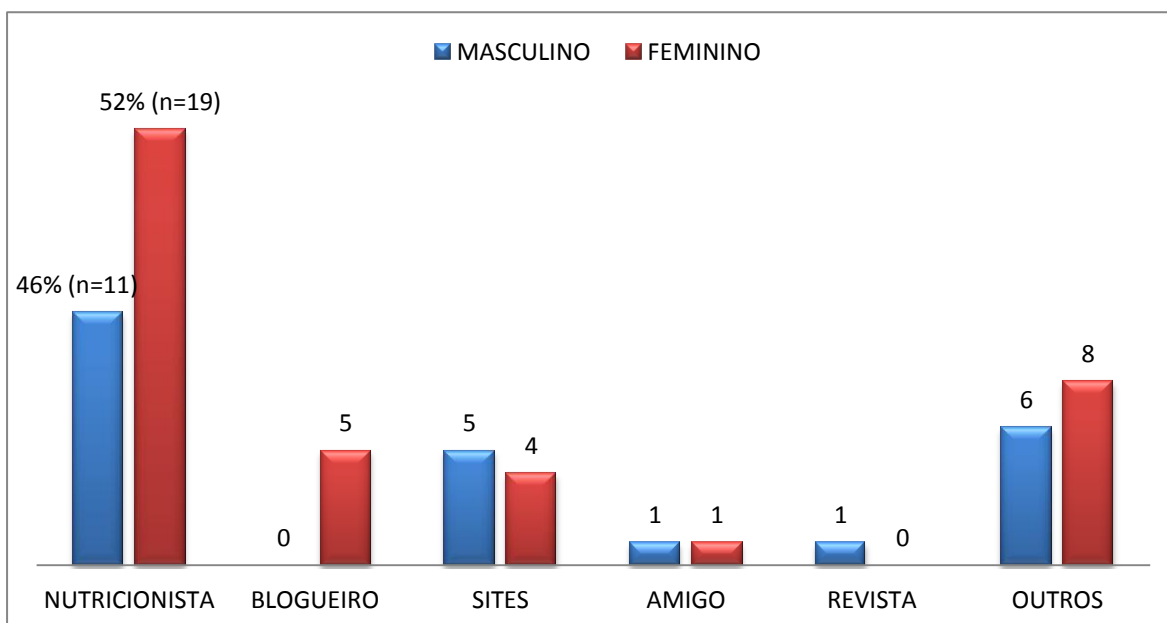
Contudo, Wohldmann (2013), relata que a crescente exposição de informações, não garante que haja mudanças no comportamento alimentar, caso obtenham, não garantem bons resultados respectivamente, pois a qualidade das informações veiculadas tornam-se questionáveis, e se existirem informações de fontes confiáveis com qualidade de informação, a relação entre “saber” e “fazer” são bem distintas.

Entre os participantes que fizeram dietas, foi analisado que 58% (n=37) das mulheres fizeram dietas, outros 42% (n=27) não fizeram dietas. E em relação ao sexo masculino, foi analisado que 39% (n=24) fizeram dietas, outros 61% (n=37) não fizeram dietas.

No gráfico 3 foram analisados os meios de orientações que os participantes tiveram para realizar a dieta. Dados estes que complementam os resultados apresentados em relação aos participantes que fizeram dietas.

Em relação aos participantes do sexo feminino que fizeram dietas foi analisado que 51% (n=19), fizeram dietas orientadas por nutricionistas, e o mesmo aconteceu com os resultados do gênero masculino, onde 46% (n=10) procuraram por nutricionista, e em relação a orientações menos procuradas pelo sexo feminino foram revistas e pelo sexo masculino, blogueiros, e ambos não optaram por esses meios de orientação.

Gráfico 3. Meios de incentivos ou orientações de dietas usadas pelos praticantes.



Fonte: Dados do autor da pesquisa (2018).

Em relação à procura por nutricionista pelo sexo masculino e feminino, sendo valores consideráveis em ambas as categorias, a importância de seguir uma dieta orientada por um profissional da área, a segurança do equilíbrio dos nutrientes ofertados pelos alimentos irá garantir uma melhora no rendimento da atividade física, bem como garantir bons resultados na composição corporal, melhora da aptidão física e condicionamento, estética e melhora da autoestima com a prática dos exercícios (SILVA et al., 2012).

Em base nos dados obtidos dos resultados do gráfico 4, apesar da procura ser considerável em relação a orientação por nutricionista pelos participantes, a quantidade de pessoas que procuram outros meios de acesso a dietas, ainda sim são relevantes dentro dos resultados analisados, faz com que haja ainda mais preocupação com essa pequena

porcentagem de pessoas, pois uma dieta mal elaborada e sem acompanhamento, podem trazer vários danos a saúde.

Resultados muito semelhantes encontrados por Galvão et al. (2017) relatou em sua pesquisa que a grande maioria dos alunos das academias recebem indicações dos professores de academia, seguido pelos amigos, onde apenas um estudo relatou que 75,45% da procura por indicação por nutricionista.

Portanto, há uma grande facilidade ao acesso a dietas por outros meios de orientações que não sejam pelo profissional Nutricionista, porém, vale ressaltar a importância de um bom acompanhamento profissional, pois em relação ao bem estar físico e nutricional, a atuação do nutricionista é indispensável, pois é priorizado o indivíduo como um todo, como seu estado nutricional, e não por tempo determinado, mas sim permanecendo com qualidade de vida equilibrada nutricionalmente, por longo período de tempo (ESCOTT, 2007).

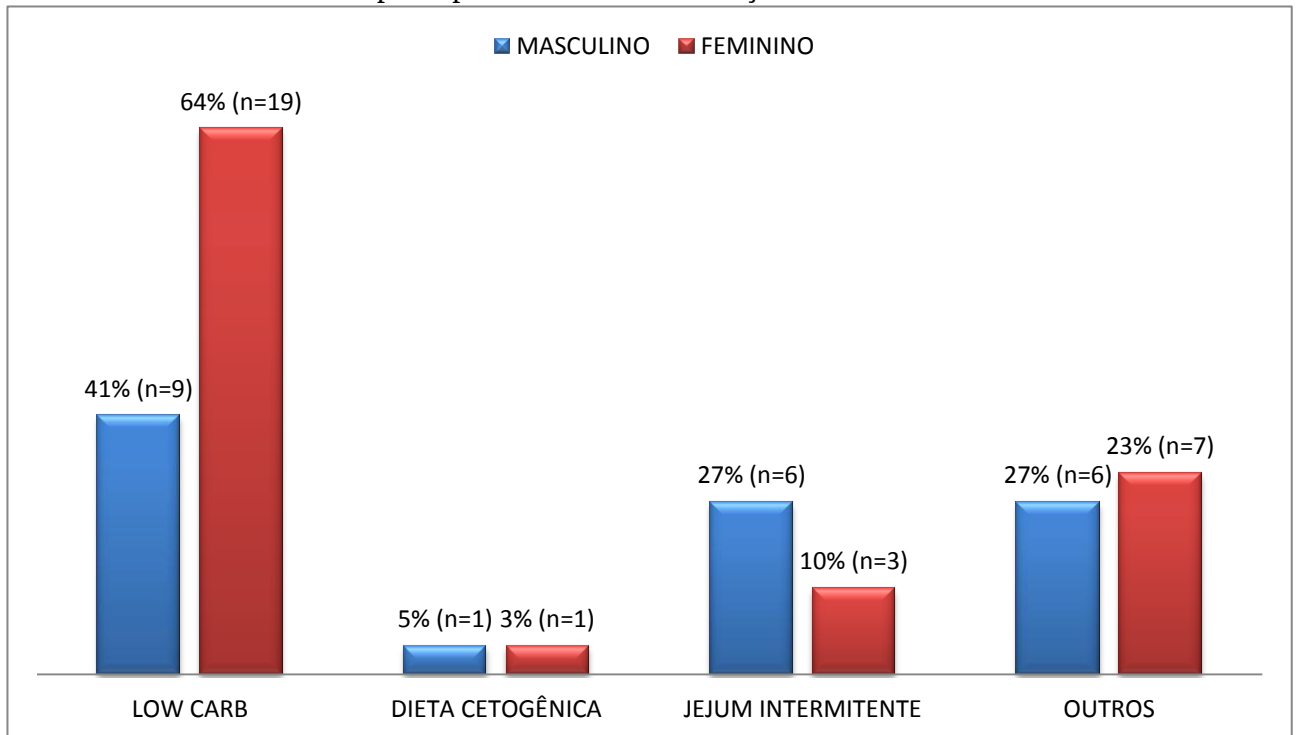
A prática dos participantes em iniciar dietas por meio de incentivos das mídias sociais, onde foi avaliado que 47% (n=30) já fizeram ou fazem dietas no qual foram motivadas por influenciadores digitais e 53% disseram não se sentirem motivadas. E em relação ao gênero masculino foi observado que 36% (n=22) disseram ter se sentido motivados em fazer dietas, e 64% (n=39) relataram não se sentir motivados.

Os temas mais discutidos pelas mídias tem sido a busca pelo emagrecimento, não se preocupando somente com a saúde dos indivíduos, mas também cultuando a beleza, com status de “corpo fitness”. Com isso, a divulgação de dietas novas garantindo efeitos milagrosos, como “emagreça rápido” “Perca 10 kg em uma semana” ou “desintoxique seu corpo”, essas informações possuem uma capacidade de divulgação rápida, porém, ficam dúvidas sobre a qualidade e veracidade dessas informações (BRASIL, 201).

Em relação ao Gráfico 4, entre as mulheres que se sentiram motivadas, 64% (n=19) fizeram dieta Low carb, houve relatos de participantes do sexo feminino, que disseram “Terem sido motivadas a fazer a dieta Low Carb, porém não conseguiram manter por muito tempo, pois tiveram dificuldades”. 23% (n=7) disseram terem feito outro tipo de dieta, onde foi citado por uma das participantes “Dieta hiperproteica”, 10% (n=3) relataram fazer jejum intermitente, 3% (n=1) Dieta Cetogênica. Em relação ao sexo masculino, os que se sentiram motivados a fazerem dietas da moda, 41% (n=9) disseram terem feito “Dieta low carb”, 27% (n=6) fizeram Jejum intermitente, 5% (n=1) relatou ter feito “dieta cetogênica” e 27% (n=6) relatam terem feito outro tipo de dieta não especificada.

Foi analisado que, a dieta mais executada pelos participantes foi a Dieta Low Carb, onde 100% (n=3) das adolescentes do sexo feminino de 15 a 20 anos e 80% (n=3) das jovens com 26 a 30 anos, estavam em maior proporção em relação a terem feito Dieta low carb.

Gráfico 4: Prática de Dietas pelos praticantes de musculação.



Fonte: Dados da autora da pesquisa (2018).

Referente à motivação em fazer mudanças no comportamento alimentar, o acompanhamento das postagens feitas em mídias sociais por influenciadores digitais com conteúdos sobre alimentação saudável ou alguma dieta específica como “Low Carb”, “Dieta cetogênica”, “Jejum intermitente”, entre outros, foram analisados que o número de pessoas motivadas em seguir dietas da moda como essas citadas, acreditando estar praticando escolhas saudáveis no dia-a-dia sem orientação alguma de profissionais nutricionistas foram relevantes, principalmente entre os adolescentes e jovens do sexo masculino e feminino.

Segundo estudo de meta-análise do pesquisador HASHIMOTO (2016), ficou demonstrado através de um estudo de revisão, que dieta com baixo carboidrato “Low Carb”, auxilia na redução do percentual de gordura, atribuindo resultados significativos com a restrição deste macronutriente.

Contudo, a desvantagem desta dieta de restrição de carboidratos, não possui efeito a longo prazo (RAJAIE, 2014), podendo prejudicar o desempenho físico ocasionando exaustão rapidamente e baixa resistência.

É válido ressaltar, que uma grande maioria das pessoas que buscam por “dietas da moda”, está em busca de uma rotina alimentar mais saudável, quando muitos sofrem experiências frustrantes com a alimentação, levando muitas vezes o indivíduo a comportamentos alimentares inadequados resultando em transtornos alimentares, como compulsão alimentar, bulimia, anorexia ou vigorexia.

Uma grande maioria das dietas prometem a perda de peso em curto prazo, contudo, este resultado é temporário, caso ocorra, pois o entusiasmo em fazer esses tipos de dietas sempre motivam as pessoas a estarem preparadas para iniciá-las, porém o processo de emagrecimento deve ocorrer em longo prazo (BATISTA, 2017), para ser realmente considerado benéfico a saúde.

Sendo assim, vale ressaltar a importância da atuação do nutricionista, pois a relação não esta somente na perda de peso, esta no conjunto que engloba principalmente a própria educação nutricional do paciente, que busca por uma vida melhor e mais saudável, em resultado disso conquistando o porte físico desejado (SOUZA, 2015), com orientação e qualidade de vida.

Em relação à motivação adquirida por postagem em redes sociais por influenciadores digitais sobre rotinas de treinos e alimentação saudável foi analisado que entre o sexo feminino 83% (n=53) relataram se sentirem motivadas por esses conteúdos de postagens nas mídias sociais, e 17% (n=11) não se sentem motivadas.

Já entre o sexo masculino, foi analisado que 67 (n=41) relataram se sentirem motivados, e 33% (n=20) não se sentem motivados.

Diante dos presentes resultados, em relação aos indivíduos que utilizam redes sociais abordando conteúdos motivacionais sobre alimentação saudável, rotina de treinos e dietas, é notável que a capacidade de motivação, chega ao ponto de fazerem mudanças de hábitos, no entanto, vale compreender que essas transformações intensas, estão normalmente relacionadas à necessidade humana de incluir-se em grupo e assim cultivar o sentimento da aceitação social (ALVES, 2015).

Contudo, nota-se que a preocupação em atingir a imagem desejada, as pessoas estão em busca de benefícios do bem-estar físico e mental, onde preocupam-se em praticar atividades físicas regularmente e fazer uma dieta plenamente balanceada.

Visto que, quando surge o pensamento para cuidar melhor da imagem o ideal seria que procurassem por um profissional da saúde, seja ele educadores físicos ou nutricionistas, antes de iniciarem qualquer dieta ou praticar qualquer atividade física.

Porém, é notável que esse contexto quase nunca é seguido, pois a recorrência de diversos tipos de informações espalhadas na internet se tornaram muito mais fáceis, pois além de uma simples instrução feita por algum influenciador digital, é fácil deparar-se com experiências reais ou imediatas, passando possíveis orientações para quem busca por treinos físicos ou uma maneira eficiente de dar continuidade a eles. Exemplos como, “O que ele treinou ou ira treinar hoje”, ” O que andou comendo para não assustar diante da balança ou ganhar massa muscular? ”, “Como conquistou os músculos? ” e “ A motivação para chegar lá” (ALVES, 2015).

Diante disso, é fundamental que as pessoas percebam que dietas que não são devidamente prescritas ou são prescritas por outros profissionais da área da saúde, retiradas da internet, revistas, copiadas de um amigo, podem desencadear vários problemas físicos e nutricionais. Por isso, a atuação do nutricionista é muito importante, pois, o indivíduo é analisado individualmente, e a dieta prescrita de acordo com as suas necessidades nutricionais individuais, respeitando-se também suas características sócioeconômicas e culturais (ARAÚJO *et al.*, 2013).

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que neste estudo uma grande maioria dos indivíduos, matriculados em academias de musculação, são motivados por influenciadores digitais a seguirem uma alimentação que acreditam ser saudável, porém, não é a realidade, pois para ser benéfica e saudável ao indivíduo e lhe trazer resultados é necessário que a dieta esteja de acordo com suas necessidades nutricionais, assim, vale ressaltar a importância do profissional nutricionista para adequar os nutrientes individualmente contribuindo com uma alimentação saudável adequada e que possa ser seguida facilmente a longo prazo.

REFERÊNCIAS

- ALVEZ P. W *et al.*, **O marketing pessoal da geração fitness: como as academias crescem por meio da mídia espontânea das postagens no Instagram**. Campo Grande, 2015.
- ARAÚJO L. M. P. *et al.*, **Análise do uso de dietas da moda por indivíduos com excesso de peso**. Jornal Health Science Institute, 2013.
- ARAÚJO L. M. P. *et al.*, **Análise do uso de dietas da moda por indivíduos com excesso de peso**. Journal Health Science Institute, 2013.
- ARAÚJO, A.S. *et al.* **Fatores motivacionais que levam as pessoas a procurarem por academias para a prática de exercício físico**, 2013.
- BARROS J. **Treinamento Contra Resistido na Adolescência**. Corpus et Scientia, 2009.
- BATISTA. J.R. **A importância da atuação do nutricionista em relação às dietas da moda**. Amparo-SP, 2017
- BECK, F. *et al.*, **Use of the internet as a health information resource among French young adults: results from a nationally representative survey**. Journal of Medical Internet Research, 2014
- CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA- UniCEUB. **Análise Nutricional das Dietas da Moda**. Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, 2015.
- DURANTE, Ricardo de Souza. **A influência das redes sociais na percepção corporal e desenvolvimento de transtornos alimentares**. 2017. 44. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Universidade de Cuiabá – UNIC, Cuiabá, 2017.
- ESCOTT S. **Nutrição relacionada ao diagnóstico**. 5º ed. Barueri, São Paulo, 2007
- FARDOULY J, Diedrichs PC, Vartanian LR, Halliwell E. **Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood**. Body Image, 2015.
- FURST T. *et al.*, **Food choice: a conceptual model of the process**. 2008

GALVÃO R.G.F. et al., **Importância do nutriólogo na prescrição de suplementos na prática de atividade física.** Revista e-ciência, 2017.

GLANER, M.F. **Crescimento físico e aptidão física relacionada à saúde em adolescentes rurais e urbanos.** Revista Especializada em Educação física, São Paulo, 2005

HASHIMOTO Y. *et al.*, **Impact of low-carbohydrate diet on body composition: meta-analysis of randomized controlled studies.** Obesity reviews, 2016.

JOMORI M. *et al.*, **Determinantes de escolha alimentar.** 2008

KLEIN A. *et al.*, **A prática de exercício na promoção de um estilo de vida ativa,** 2013.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Desmistificando dúvidas sobre alimentação e nutrição.** Brasília-DF, 2016.

RAJAIE S. *et al.*, **Moderate replacement of carbohydrates by dietary fats affects features of metabolic syndrome:** A randomized crossover clinical trial, 2014.

SILVA, A. A.; *et al.*, **A Associação da Orientação Nutricional ao Exercício de Força na Hipertrofia Muscular.** Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, São Paulo, 2012.

SOUZA M. G. *et al.*, **-Adequação nutricional de dietas para perda de peso em revistas não científicas brasileiras.** Demetra, 2015.

TAHARA, A.K. *et al.*, **Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias.** 2003.

TIGGEMANN M, Zaccardo M. **Strong is the new skinny: a content analysis of fitspiration images on Instagram.** J Health Psycho, 2016.

WOHLDMANN, E. L. **Examining the relationship between knowing and doing: training for improving food choices,** 2013.