

CENTRO PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL SÃO MATEUS  
TÉCNICO EM NUTRIÇÃO E DIETÉTICA

## **INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO À ALIMENTAÇÃO**

Ayslyn Geovanna Pereira Rodrigues

Beatriz Oliveira dos Santos

Rafael Franklin Paiva Quirino Canuto

Sabrina Espinola de Oliveira

Silvana Vitória da Silva Ramos

Vinicius Moraes Holanda

**Resumo:** Introdução: A Rede Social é um espaço virtual que relaciona as empresas e pessoas a terem uma interação através de compartilhamento de mensagens ou publicidades sendo por diversas plataformas como sites, aplicativos, televisão. Objetivo: Pesquisar a influência das mídias sociais em relação ao comportamento alimentar dos usuários. Metodologia: Estudo transversal exploratório utilizando uma amostra de conveniência. Revisão bibliográfica, com 175 voluntários jovens e adultos que utilizam as redes sociais. Resultados: Os resultados permitiram concluir que a grande maioria dos participantes afirmam se sentirem abalados com sua imagem corporal após se comparar com outras imagens corporais na internet. Considerações Finais: No Brasil a cada dia que passa cresce ainda mais o número de internautas que passam majoritariamente do seu tempo na internet, com o mundo fitness ao acessar essas redes pessoas se deparam aos “corpos perfeitos” e acabam realizando dietas de forma incorreta e imprópria para seu corpo se influenciando por sujeitos que não tem formação profissional e propriedade para abordar tal assunto. Devido a importância da influência das redes sociais na alimentação, essa pesquisa deve continuar para que pessoas se conscientizem que cada um possui um método de alimentação específico, e que só deve acreditar em informações sejam de fontes confiáveis.

**Palavras-chave:** Influência. Redes Sociais. Mídias Sociais. Alimentação.

## **INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS IN RELATION TO FOOD**

**Abstract:** Introduction: The Social Network is a virtual space that connects companies and people to have an interaction through sharing messages or advertising through different platforms such as websites, applications, television. Objective: To research the influence of social media on users' eating behavior.

**Methodology:** Exploratory cross-sectional study using a convenience sample. **Bibliographic review,** with 175 young and adult volunteers who use social networks. **Results:** The results allowed us to conclude that the vast majority of participants say they feel shaken with their body image after comparing themselves to other body images on the internet. **Final Considerations:** In Brazil, with each passing day, the number of internet users who spend most of their time on the internet grows even more, with the fitness world when accessing these networks people are faced with “perfect bodies” and end up performing diets incorrectly and inappropriate for your body being influenced by subjects who do not have professional training and property to approach such a subject. Due to the importance of the influence of social networks on food, this research must continue so that people are aware that each one has a specific food method, and that they should only believe in information that comes from reliable sources.

**Keywords:** Influence, social media, social media, food.

## 1 INTRODUÇÃO

A Rede Social é um espaço virtual que relaciona as empresas e pessoas a terem uma interação através de compartilhamento de mensagens ou publicidades sendo por diversas plataformas como sites, aplicativos, televisão. O número de pessoas com acesso à internet já chega a 116 milhões de usuários apenas no Brasil, em questão de mais utilizada a internet só fica em segundo lugar apenas para os canais de televisão, entretanto o impacto de pessoas que sofrem por influência da internet é maior.

A primeira rede social foi criada em 1997 nos Estados Unidos com o objetivo de conectar estudantes da faculdade, ao decorrer do tempo com o avanço da tecnologia as redes sociais foram se modificando e se tornando sites de relacionamento e influência entre as pessoas e empresas, algumas das principais redes sociais que mais se relacionam a influência com a alimentação são: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter e Tiktok. 90% dos usuários de Internet no Brasil usam o Facebook cerca de 120 milhões de pessoas, 88% dos usuários utilizam o WhatsApp, 79% utilizam o Instagram cerca de 77 milhões, já o Twitter possui 12 milhões de usuários, diferente do Tik Tok que possui o dobro de usuários.

Em 1960 uma marca de cosmético relacionou o corpo magro e da juventude como um corpo padrão para se ter sucesso, divulgando por meio das redes da época remédios e shakes para se conquistar o corpo perfeito e do mesmo jeito é nós dias de hoje onde as redes sociais são lugares onde as pessoas podem expor suas opiniões

e divulgarem informações já que as redes não possuem um sistema de filtração em relação às informações que são compartilhadas nas mesmas. Recentemente estudos apontaram as grandes influências negativas que as mídias sociais vêm trazendo no âmbito de condutas alimentícias, essas condutas têm feito os usuários das mídias se autodiagnosticar, levando aos transtornos alimentares e também muitos criadores desses conteúdos não têm a formação e o conhecimento que são necessários para poder informar de maneira adequada os consumidores das mídias.

Há casos já relatados de pessoas que são influenciadas pelas mídias sociais a seguirem uma alimentação não adequada, que foram divulgadas por pessoas sem os conhecimentos necessários, podendo levar a terem problemas alimentares como carência nutricional, por isso é orientado que busquem por profissionais especializados. Dietas e orientações devem ser compartilhadas por especialistas da área, pois cada pessoa tem a sua individualidade nutricional.

O Técnico em Nutrição e Dietética pode contribuir com orientações sobre a melhor maneira de se alimentar entendendo os diferentes biótipos e adaptando a rotina de cada um. Os Técnicos podem também criar páginas e elaborar conteúdos desmentindo as Fake News.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Pesquisar a influência das mídias sociais em relação ao comportamento alimentar dos usuários.

### **2.2 Objetivos Específicos**

Apontar a interferência negativa das redes sociais sobre a alimentação.

Analisar por qual motivo mulheres e adolescentes são mais vulneráveis à influência das mídias sociais na alimentação.

Destacar problemas que podem ser acarretados por conta de uma alimentação inadequada.

Elaborar uma metodologia que conscientize os usuários a terem uma alimentação saudável, auxiliando na identificação de informações falsas.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 TIPO DE ESTUDO**

Estudo transversal exploratório utilizando uma amostra de conveniência. Revisão bibliográfica – é feita a partir de livros e artigos científicos, obtidos nas plataformas de busca acadêmica Google Acadêmico. Por meio dos seguintes termos: Influencia, redes sociais, mídias sociais e alimentação.

#### **3.2 PÚBLICO ALVO**

Jovens e adultos de ambos os sexos que utilizam as mídiassociais frequentemente.

#### **3.3 AMOSTRA**

Serão utilizados 175 voluntários contactados por meio de redes sociais.

### **4 DESENVOLVIMENTO**

#### **4.1 O que são Redes Sociais: Evolução desde o surgimento até os dias atuais**

Rede social nada mais é do que um lugar de conexão, onde as pessoas são conectadas sejam por relacionamentos, trabalhos ou ideias em comum, para serem conectadas pelas redes as pessoas não precisam exatamente se conhecer antes e esse é um dos maiores benefícios das redes sociais, permitir com que a pessoa

conheça outras, compartilhe ideias, trocas de informações e até mesmo conheça coisas novas agregando diversos conhecimentos. Entretanto, não só pessoas podem desfrutar dessas conexões, mas as empresas também, já que muitas usam da mesma para se conectar e divulgar produtos e serviços para seus públicos. As redes sociais têm como objetivo claro poder comunicar-se e compartilhar; manter ou estabelecer contato; Informar; Divertir-se; Vender e Comprar (SIQUEIRA et al, 2021).

Existem dois tipos de classificações “Redes sociais horizontais ou genéricas” e “Redes sociais verticais”, horizontais ou genéricas são as plataformas que possuem um tema específico, mas buscam visar todos os tipos de usuários, essas redes funcionam como meio de comunicação, informação e entretenimento, já as verticais são aquelas redes sociais que relacionam pessoas com interesses específicos em comum, como música, hobbies e esportes. Por exemplo: Flickr, uma rede social cujo tema é fotografia. Dentro dessas redes estão as redes verticais profissionais, como o LinkedIn, que envolvem indivíduos que compartilham o ambiente de trabalho ou que buscam expandir seus limites de trabalho (SIQUEIRA, 2021).

As redes sociais são caracterizadas por serem formadas por uma comunidade virtual que se estende por todo planeta, podem ser utilizadas em computador, tablets ou dispositivos móveis, a plataforma é gratuita, porém, para algumas utilidades são cobrados valores simbólicos, fornecem informações em tempo real e cada usuário pode criar seu perfil e personalizar do seu jeito (SIQUEIRA et al, 2021).

Possuem também uma série de vantagens e benefícios a utilização da mesma, já que as informações divulgadas e acontecimentos são entregues aos usuários de forma instantânea, como por exemplo, com a plataforma Twitter na qual os usuários possuem um espaço onde são entregues somente os assuntos mais falados do momento, outro benefício é o alcance já que as redes têm conseguido atingir uma grande parte da população independente da sua faixa etária, permite com que o indivíduo se comunique com pessoas distantes, aumenta a visibilidade da marca já que as mesmas conseguem divulgar bem o produto por toda rede, funciona como canal de aprendizagem, entretenimento e informação. Como todas as invenções, além dos aspectos bons existem os ruins, assim também é com as redes sociais que possuem diversas desvantagens como o cyberbullying que é algo muito comum nas redes onde as pessoas se acham no direito de dizer algo desnecessário pra alguém,

as pessoas devem ser educadas para entender o que um bullying pode causar ao próximo, tem também os assédios que ocorrem através das redes, notícias falsas, acesso indiscriminado a conteúdo sensível, abuso no uso das redes sociais, a viralização da informação já que não possui uma forma de filtrar o que é divulgado, algumas vocalizações podem acarretar graves problemas entre várias outras coisas que a rede pode influenciar de forma negativa na vida dos usuários (SIQUEIRA et al, 2021).

#### **4.2 O que é Alimentação: Processo e desenvolvimento da alimentação**

Alimentação é algo essencial para que possamos desempenhar funções básicas do nosso organismo, como crescer e reproduzir. De acordo com o dicionário, a alimentação é um substantivo feminino que é o abastecimento renovado do conjunto das substâncias necessárias à conservação da vida; sustento. A função da alimentação é utilizar os alimentos ingeridos pelo nosso organismo e extrair todos os nutrientes ajudando na manutenção e crescimento dos tecidos, além de fornecer energia. A alimentação pode ter métodos e costumes diferentes dependendo da crença, hábitos, classe social e até mesmo cultural. As dietas podem ter vários objetivos desde perda de peso ou ganho, algumas dietas são ainda mais específicas já que podem ser para prevenir alguma doença ou evitar reações alérgicas (ZALUAR, 2020).

O ato de se alimentar às vezes se dá por regras que são ditadas pela sociedade, como por exemplo todas as refeições básicas de almoço e jantar normalmente serem composta por arroz e feijão, essas regras são oferecidas às pessoas por gerações já que modos de preparos são aprendidos e repassados por familiares, por isso é muito comum uma pessoa cozinhar de uma forma o arroz e uma outra ter outro método de preparo para o mesmo. O alimento já nos é ofertado desde o nosso nascimento com o leite materno ou fórmulas infantis, e essa primeira oferta é dada pelo contato do bebê com os seios da mãe, dito isso a refeição já é muito ligada ao afeto, é algo seguro, já que é ofertada com a intenção de saciar a necessidade (ZALUAR, 2020).

A comida pode ser caracterizada para os pobres de forma diferente do que para os ricos, já que para a maioria das pessoas de baixa renda a comida só é de fato algo de substâncias quando relacionada ao arroz e feijão, os demais são chamados no diminutivos por terem a impressão de trazerem menor saciedade com os alimentos, como por exemplo verdurinhas, leguminhos e saladinhas, de fato essa classificação não é correta já que não se funde ao valor dos nutrientes no alimento, e sim pois o arroz e o feijão parecem trazer a maior sensação de saciedade dando a ideia de barriga cheia (ZALUAR, 2020).

#### **4.3 Influência negativa das redes sociais em relação aos hábitos alimentares**

As mídias sociais encontram-se crescendo a cada dia que passa, sendo que sobressaem entre elas as redes sociais. As redes sociais são determinadas como aplicativos e sites tais como WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter que têm como objetivo proporcionar a comunicação entre pessoas de diferentes idades/território, permitindo deste modo a propagação de informações, divulgação de serviços e produtos e a influência de atitudes. As redes sociais, mostram itens para chamar atenção dos usuários, idealizando que, ao comprá-los, o consumidor estará satisfeito não só materialmente, como fisicamente, contemplando a busca padrão de corpo ideal (NUNES et al, 2022).

Aponta-se que a população mais jovem de até 19 anos tem grandes chances de serem influenciados pelas mídias, quando relacionado com as pessoas maiores de 25 anos. A adolescência é a fase que os indivíduos mais podem sofrer com a influências das mídias sociais pois ainda estão em um período de alterações físicas e psicológicas desta forma acabam sendo vulneráveis às mídias com propagação de notícias ou publicidades inadequadas já que desde crianças são expostas a esse meio de comunicação (SILVA, 2021).

As pessoas que são mais vulneráveis aos padrões de beleza impostos pela sociedade são as mulheres, a influência das redes sociais aumenta ainda mais o descontentamento com seu próprio corpo, provocando um grande efeito na conduta alimentar e na concepção da imagem corporal (NUNES et al, 2022). Elas são as que mais apresentam mudanças no comportamento alimentar e fazem a prática de

exercícios físicos, através de dicas, orientações, dietas da moda ou postagens ofertadas pelas redes sociais, com isso as mesmas também manifestam grande insatisfação corporal diretamente ligada ao excesso de peso ou a falta dele muitas vezes porque veem um padrão exposto na internet e se auto compara, o que pode ocasionar consequências negativas já que estas ações não possui acompanhamento de um profissional da área, apenas se deixam influenciar por exemplos expostos nas mídias (SILVA, 2021).

As mulheres são levadas a crer que não possuem o corpo padrão e continuam em busca de alcançá-lo, em grande parte das vezes, empregando métodos que são nocivos à saúde, como: dieta extremamente restritivas, medicamentos que diminuem a fome, chás emagrecedores, provocando inúmeras decorrências clínicas, psicológicas, físicas e emocionais (NUNES et al, 2022). Dados apontam que as meninas que constantemente postam suas fotos nas redes sociais, em comparação com aquelas que não postam, apresentam descontentamento de sua forma e peso, insatisfação corporal, restrições alimentares e idealização da magreza (SILVA, 2021). Nota-se que a exibição da população relacionado a imagens corporais idealizadas pelas mídias influencia na busca idealizada de um corpo perfeito, mesmo que impossível de ser alcançado, e acabam gerando um grande impacto negativo em relação ao corpo pois utiliza métodos inadequados muitas vezes, ineficientes e perigosos à saúde. Assim, como a mídia tem a habilidade de influenciar negativamente aspectos relacionados ao corpo e à saúde, a mesma também pode ser importante nas campanhas de conscientização e divulgação de alimentação saudável (SILVA, 2021).

#### **4.4 Conscientização dos Usuários de Redes Sociais Quanto à Influência das Redes Sociais em Relação à Alimentação**

Recentemente foram realizadas diversas pesquisas afirmando o uso excessivo das redes sociais. Por estarmos vivendo nessa nova era tecnológica, inúmeras pessoas optam por buscar respostas para os seus problemas através das redes sociais já que diversos influenciadores trabalham em prol de expor suas vidas com a intenção de “ajudar” e de fato influenciar essas pessoas com informações, não seguras para sua alimentação (MAGALHÃES, 2018).



Dentre esses fatos é importante conscientizar esses usuários dos problemas que podem ser enfrentados ao seguir um estilo de vida somente por influência de uma outra pessoa, já que optando por uma alimentação não adequada com as suas necessidades pode levar a desenvolver alguns problemas, já que as mídias tentam incentivar os usuários a atingirem um corpo perfeito que de fato não existe, as redes sociais e vínculos digitais são muitos influentes no quesito moda, pois ditam tendências de roupa, alimentação, cultura, procedimentos estéticos, danças, todas essas tendências são apresentadas por elas e tornam-se virais quando alguma celebridade a divulga, por isso algumas dessas dietas levam como nome “Dietas da Moda”, isso pois quem divulga a dieta através das mídias traz notoriedade a uma informação sem validação científica (FERNANDES, 2021).

É importante destacar que o organismo necessita de uma proporção suficiente de cada nutriente para ter o funcionamento correto e adotando uma dieta que não propõe quantidades necessárias de nutrientes para seu organismo pode levar a um desequilíbrio metabólico. Em virtude de todos os fatos mencionados, o correto é procurar um profissional de saúde competente para esclarecer dúvidas e fazer uma avaliação nutricional com base nos dados antropométricos do paciente. O Conselho Federal de Nutricionistas alerta profissionais e estudantes para que não divulguem informações em qualquer meio de comunicação sem antes checar a fonte da notícia. Como diz Augusto Cury “Mulheres e Homens precisavam ter a convicção de que não existe beleza perfeita. Toda beleza é imperfeitamente bela. Jamais deveria haver um padrão, pois toda beleza é exclusiva como um quadro de pintura, uma obra de arte” (CFN et al, 2020).

Seguir a essas dietas sem orientação de um profissional pode levar a alguns problemas como: Aumento nas cetonas urinárias, o que pode levar ao aparecimento de gota; Colesterol sanguíneo pode aumentar, levando ao risco de desenvolvimento de cálculo biliar e doenças cardiovasculares; Redução na concentração de hormônios tireoidianos ativos, diminuindo o gasto de energia em repouso; Diminuição do débito cardíaco, frequência cardíaca e pressão arterial; Diminuição do potássio corporal total; Intolerância ao frio; Queda de cabelo; Fadiga; Dificuldade de concentração; Nervosismo; Constipação ou Diarreia; Pele seca; Unhas fracas; Flacidez e Tontura. As dietas da moda costumam ter algumas restrições e excluem alguns grupos

alimentares, fazendo com que seja oferecida uma quantidade menor dos nutrientes necessários para o funcionamento correto (FERNANDES et al, 2021).

Devido a esses fatos é importante que os usuários busquem por informações em perfis confiáveis já que mesmo as redes sociais tendo esse ponto negativo onde não é possível impedir que pessoas sem o conhecimento necessário divulguem informações incorretas, também é possível encontrar perfis confiáveis de profissionais dispostos a desmentir informações incorretas e ofertar algumas orientações básicas de como prosseguir em casos de alguma necessidade nutricional, até mesmo agendando um horário para uma consulta individual. É difícil pontuar soluções para estes problemas já que todos parecem ser bem óbvios, por conta de algumas soluções necessitar que empresas precisem mexer no bolso e até mesmo entrar regulamentação governamental, por exemplo, tudo fica mais complexo e é preciso ponderar muito sobre cada solução (LISBOA, 2021).

Algumas das soluções pontuadas pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), para os problemas mais recorrentes nas redes sociais em relação às empresas e governos são:

<b>Soluções</b>	
<b>1</b>	Responsabilizar as plataformas por designers que amplificam mentiras.
<b>2</b>	Usar intervenções de conteúdo para alertar as pessoas sobre a falsidade e a precisão.
<b>3</b>	Usar ajustes de precisão para rótulos de falsidade para identificar mentiras automaticamente.
<b>4</b>	Oferecer incentivos às plataformas, como imunidade legal, para compartilhar mais dados com os pesquisadores.
<b>5</b>	Exigir soluções legislativas robustas para práticas anticompetitivas de plataformas.
<b>6</b>	Legislar interoperabilidade, bem como rede social e portabilidade de dados.
<b>7</b>	Criar programas de certificação de IA.

8	Abraçar as “tecnologias de atrito” para reduzir a natureza automática da difusão de informações e das interações com IA: Regular as plataformas para segurança do produto, responsabilidade designers e empresas pelos produtos que projetam e implementam.
9	Atribuir as consequências das violações legais diretamente aos executivos corporativos, não apenas às suas empresas.
10	Fortalecer as regulamentações adicionando impostos, como impostos sobre mídia programática, para impedir a amplificação algorítmica.

Fonte: LISBOA, 2021.

Algumas das soluções pontuadas para os problemas mais recorrentes nas redes sociais em relação aos usuários são:

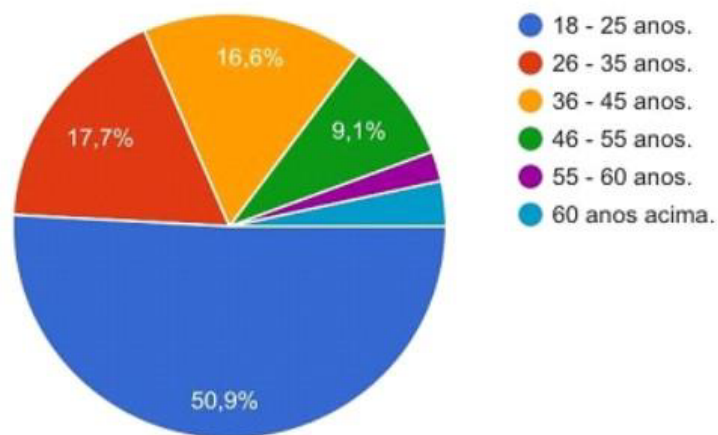
Soluções	
1	Desconfiar de dietas milagrosas.
2	Checar fontes de pesquisas.
3	Não seguir dietas de influenciadores sem formação necessária.
4	Procurar profissionais qualificados para dietas.
5	Seguir dietas saudáveis e ricas em nutrientes.

Fonte: AUTORAL, 2023.

## 5 RESULTADOS DE DISCUSSÃO

A partir dos dados coletados pelo grupo com uma pesquisa envolvendo 175 voluntários obtivemos os seguintes resultados:

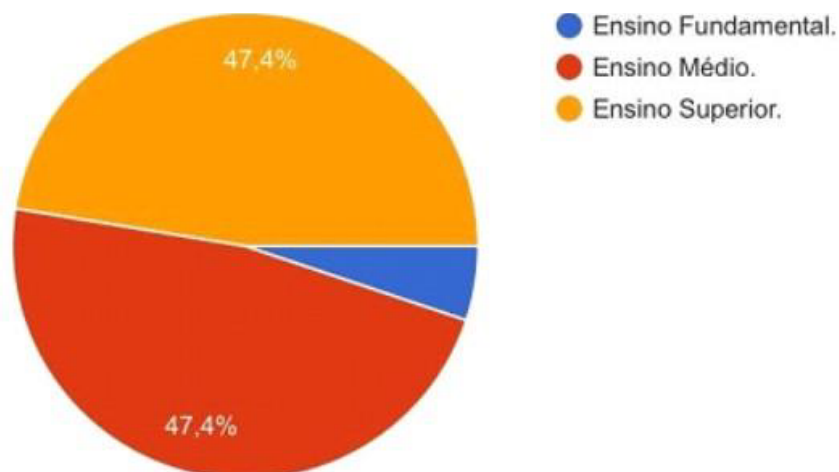
**Figura 1:** Faixa etária dos participantes da pesquisa.



De acordo com a figura abaixo, afirma-se que 50% possuem a faixa etária entre 18-25 anos, 17% entre 26-35, 16% entre 36-45 e 9% entre 46-55.

**Figura 2:** Nível de escolaridade dos participantes da pesquisa.

Segundo a figura abaixo, verifica-se que 47% possuem ensino médio, 47% ensino superior e 6% ensino fundamental.

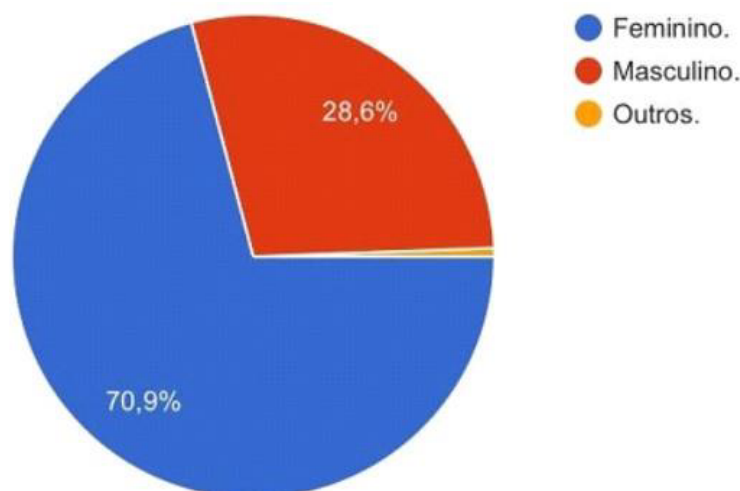


**Figura 3:** Gênero que os participantes da pesquisa identificam.

Conforme a figura a seguir, nota-se que 70% se identificam como mulher e 30% como homem.

Segundo Nunes et al, (2022) as pessoas que são mais vulneráveis aos padrões de beleza impostos pela sociedade são as mulheres. Elas são as que mais

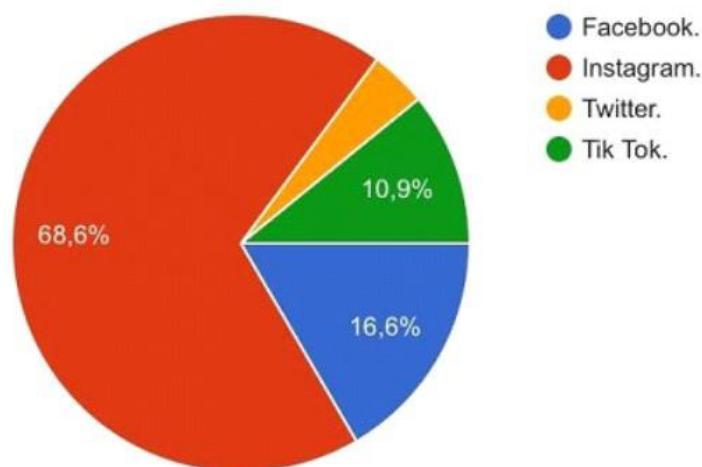
apresentam mudanças no comportamento alimentar e fazem a prática de exercícios físicos, através de dicas, orientações, dietas da moda ou postagens ofertadas pelas redes sociais. As mulheres são levadas a crer que não possuem o corpo padrão e continuam em busca de alcançá-lo, em grande parte das vezes, empregando métodos que são nocivos à saúde.



**Figura 4:** Rede social mais utilizada pelos participantes da pesquisa.

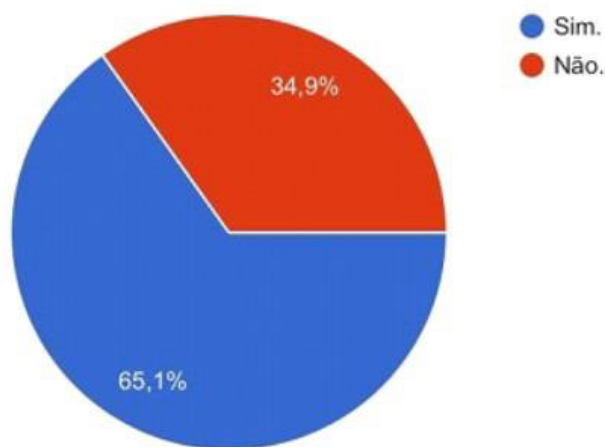
Segundo a figura a seguir, afirma-se que 68% utilizam principalmente o Instagram, 16% Facebook, 10% Tik Tok e 6% Twitter.

Segundo Silva, (2021) alimentação é um dos temas mais abordados nesta rede, isto é, as publicações sobre alimentação estão entre as mais frequentes no Instagram. A forma como estas publicações influenciam os utilizadores pode abranger diversos âmbitos, pode impactar a qualidade, a quantidade, a diversidade da alimentação bem como o local e a forma como a alimentação é feita. Esta influência pode alterar comportamentos diversos, como alimentar-se de forma mais ou menos saudável, ingerir mais ou menos quantidade, consumir alimentos mais ou menos diferentes do habitual, cozinhar mais ou menos ou ir comer a restaurantes com mais ou menos frequência.



**Figura 5:** Participantes que acompanham ou não figuras públicas nas redes sociais.

De acordo com a figura abaixo, nota-se que 65,1% acompanham figuras públicas e 34,9% não acompanham figuras públicas.



Com o avanço da internet o marketing de influência (marketing feito por figuras públicas), têm tido um crescimento gigantesco nas redes sociais. De acordo com Montelatto (2015) a figura pública quando comparado com empresas são mais influentes e geram resultados melhores.

**Figura 6:** Figuras públicas mais citadas.

De acordo com os dados coletados, as figuras públicas mais citadas foram: Atletas/Jogadores, Maíra Cardi, Paulo Muzy e Virginia Fonseca.

Segundo Almeida et al, (2018) perfis “fitness”, têm um importante crescimento no número de pessoas que se tornaram verdadeiras “formadoras de opinião” no quesito vida saudável, partilhando suas práticas alimentares, esportivas e preferências de moda, por exemplo. Perfis como esses podem influenciar, de maneira positiva, os seguidores, mas podem também desencadear efeitos negativos, tais como: os transtornos psicológicos e alimentares, naquelas pessoas que se sentem fora do padrão de corpo perfeito estabelecido pela sociedade.

Atletas/Jogadores
Maira Cardi
Paulo Muzy
Virginia Fonseca

**Figura 7:** Participantes que modificaram ou não sua alimentação em relação a influência das redes sociais.

Conforme a figura a seguir, verifica-se que 43% não modificaram o hábito alimentar devido às influências das redes sociais, 25% já modificaram, 24% várias vezes e 8% algumas vezes.

De acordo com Lourenço (2016) com o mundo fitness em alta, ao acessar as redes sociais e se depararem com “corpos perfeitos” os usuários procuram pelas dietas que são divulgadas pelas plataformas de forma irregulares para se obter o tal do “corpo perfeito”, já que muitas das vezes essas dietas são divulgadas com nomes que prometem resultados rápidos levando os usuários a não irem procurar por informações com profissionais da área da nutrição já que nas redes é ofertada essas dietas de formar gratuitas e de custos baixos.