

Usos e apropriações do Facebook no campo da alimentação e nutrição: uma revisão integrativa

Uses and appropriations of the Facebook and interfaces with the field of food and nutrition: an integrative review

Usos y apropiaciones de Facebook en el campo de la alimentación y la nutrición: una revisión integradora

Jasilaine Andrade-Passos^{1,a}

jasilainepassos@yahoo.com.br | <https://orcid.org/0000-0001-9595-7822>

Paulo Roberto Vasconcellos-Silva^{2,a}

bioeticaunirio@yahoo.com.br | <https://orcid.org/0000-0003-4646-3580>

Lígia Amparo da Silva Santos^{1,b}

amparo@ufba.br | <https://orcid.org/0000-0002-6925-6421>

Marcos Pereira^{3,c}

mepsnutricao@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-3766-2502>

¹ Universidade Federal da Bahia, Escola de Nutrição. Salvador, BA, Brasil.

² Fundação Oswaldo Cruz, Instituto Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

³ Universidade Federal da Bahia, Instituto de Saúde Coletiva. Salvador, BA, Brasil.

^a Doutorado em Saúde Pública pela Fundação Oswaldo Cruz.

^b Doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

^c Doutorado em Saúde Coletiva pela Universidade Federal da Bahia.

RESUMO

Esta revisão integrativa objetivou caracterizar produções científicas que abordam interfaces entre a rede social Facebook e o campo da alimentação e nutrição. Entre agosto e outubro de 2018 as bases de dados Scientific Electronic Library Online, Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde, Web of Science, Scopus e MEDical Literature Analysis and Retrieval System Online foram consultadas, e 85 artigos foram selecionados. Os estudos são emergentes no cenário internacional e incipientes no Brasil. Observou-se expressiva utilização do Facebook para mediação de ações de educação alimentar e nutricional, e seus usos também foram situados como práticas de risco ao reforçar o *marketing* nutricional de alimentos considerados insalubres e ao difundir conteúdos imagéticos que suscetibilizam internautas com relação aos transtornos alimentares. Observa-se que o Facebook vem sendo apropriado de diversas formas, a partir de interesses e valores que refletem a sociedade de seu tempo e espaço e que imprimem suas características nesses processos de apropriação.

Palavras-chave: Alimentos, dieta e nutrição; Mídias sociais; Revisão acadêmica; Intervenção baseada em internet; TIC em saúde.

ABSTRACT

This integrative review aimed to characterize scientific productions that address interfaces between the Facebook social network and the field of food and nutrition. Between August and October 2018, the databases Scientific Electronic Library Online, Latin American and Caribbean Literature in Health Sciences, Web of Science, Scopus and MEDical Literature Analysis and Retrieval System Online were consulted and 85 articles were selected. The studies are emerging in the international scenario and incipient in Brazil. Significant use of Facebook was observed to mediate actions of food and nutritional education, and its uses were also situated as risk practices by reinforcing the nutritional marketing of foods considered unhealthy and by the dissemination of imagery contents that cause internet users to eating disorders. The Facebook has been appropriated in various ways, through interests and values that reflect society in its time and space, printing its characteristics in these processes of appropriation.

Keywords: Diet, food and nutrition; Social media; Academic review; Internet-based intervention; Use of ICT in health.

RESUMEN

Esta revisión integradora tuvo como objetivo caracterizar las producciones científicas que abordan las interfaces entre la red social Facebook y el campo de la alimentación y la nutrición. Entre agosto y octubre de 2018 las bases de datos Scientific Electronic Library Online, Literatura Latinoamericana y del Caribe en Ciencias de la Salud, Web of Science, Scopus y MEDical Literature Analysis and Retrieval System Online fueron consultadas y se seleccionaron 85 artículos. Los estudios son emergentes en el escenario internacional e incipientes en Brasil. Se observó expresiva utilización de Facebook para mediación de acciones de educación alimentaria y nutricional, y sus usos también se situaron como prácticas de riesgo al reforzar el marketing nutricional de alimentos considerados insalubres y por la difusión de contenidos imaginarios que hacen que los internautas sean susceptibles a los trastornos alimentarios. El Facebook viene siendo apropiado de diversas formas, mediante intereses y valores que reflejan la sociedad en su tiempo y espacio, imprimiendo sus características en esos procesos de apropiación.

Palabras clave: Nutrición, alimentación y dieta; Medios de comunicación sociales; Revisión académica; Intervención basada en la internet; TIC en la salud.

INFORMAÇÕES DO ARTIGO

Contribuição dos autores:

Concepção e desenho do estudo: Jasilaine Andrade-Passos, Paulo Roberto Vasconcellos-Silva, Ligia Amparo da Silva Santos.
Aquisição, análise ou interpretação dos dados: Jasilaine Andrade-Passos.
Redação do manuscrito: Jasilaine Andrade-Passos, Paulo Roberto Vasconcellos-Silva, Ligia Amparo da Silva Santos.
Revisão crítica do conteúdo intelectual: Marcos Pereira.

Declaração de conflito de interesses: não há.

Fontes de financiamento: O manuscrito é proveniente de tese de doutorado financiada via concessão de bolsa pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Considerações éticas: não há.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não há.

Histórico do artigo: submetido: 24 mar. 2021 | aceito: 08 jul. 2022 | publicado: 30 set. 2022.

Apresentação anterior: não há.

Licença CC BY-NC atribuição não comercial. Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a alimentação e a nutrição constituem-se como um campo científico (PRADO *et al.*, 2011), que, enquanto tal, pode ser tido como “um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22). Grosso modo, diz-se que a alimentação se ocupa de aspectos socioculturais em torno do comer, tratando das relações mediadas pela comida, enquanto a nutrição é fundamentada na racionalidade biomédica e trata da adequação nutricional por meio da dieta (PRADO *et al.*, 2011). Nesse sentido, em sua delimitação, o campo aborda de forma ampla relações entre o ser humano, o ambiente e o alimento.

A alimentação e a nutrição estão intrinsecamente integradas a sistemas sociais, econômicos e culturais, entre os quais destacamos as mídias sociais para a análise aqui proposta, e especificamente a rede social Facebook (FB). As mídias sociais podem ser definidas como qualquer interação ou compartilhamento de conteúdo entre indivíduos através da internet (ABRAHAMS, 2012). O FB, por sua vez, é um tipo de mídia social, é a rede social global virtual muito usada em vários países do mundo (MASIC *et al.*, 2012), inclusive no Brasil.

Nos últimos anos, as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) fazem parte do universo cotidiano de grande parte da população (PEREZ RODRIGO; GIANZO CITORES, 2018). Termos relativamente novos como o próprio Facebook, Twitter, Google, entre outros, estão inseridos no dia a dia de milhões de pessoas em todo o mundo (LEVAC; O’SULLIVAN, 2010), tornaram-se um recurso cada vez mais popular para a busca de informações sobre saúde e bem-estar, além de um promissor espaço de publicidade (ABRAHAMS, 2012) – cenário no qual a temática alimentar e nutricional geralmente se insere.

Nessas mídias sociais, diversas pesquisas sobre alimentação e nutrição vêm sendo realizadas com diferentes grupos populacionais: adultos (KANG; TANG; FIORE, 2015; LOHSE; WAMBOLDT, 2013); idosos (LEE; WHITLEY, 2014); estudantes universitários (COHEN; BLASZCZYNSKI, 2015; KERA; SULAIMAN, 2014; MAYER; HARRISON, 2012); crianças (AHMAD *et al.*, 2018; BUDREWICZ *et al.*, 2017); adolescentes (BLÁZQUEZ BARBA *et al.*, 2018; LATZER; SPIVAK-LAVI; KATZ, 2015; ROBBINS *et al.*, 2018; SAEZ *et al.*, 2018); homens (ASHTON *et al.*, 2017); mulheres (HUTCHESSON *et al.*, 2018; LOHSE, 2013; SAUNDERS; EATON, 2018), entre outros, a partir de diferentes perspectivas, o que evidencia diversos limites e possibilidades de usos – seja como instrumento de intervenções, seja como espaço de investigação em estudos exploratórios.

Diante da intensificação da permeabilidade das redes sociais nas práticas cotidianas, do interesse científico sobre a temática e das evidências sobre a expressiva influência das redes sociais em práticas alimentares e corporais, entende-se que sistematizações de pesquisas acerca do tema podem contribuir para a compreensão das relações entre esses objetos de estudo. Entretanto, não foram identificados trabalhos que reflitam sobre essas relações a partir de abordagens estruturadas, que permitam analisar o que e como os temas vêm sendo explorados na literatura científica. Nesse sentido, desenvolvemos uma revisão integrativa da literatura com o objetivo de caracterizar produções científicas que tenham interfaces com a rede social Facebook e com o campo da alimentação e nutrição, na expectativa de produzir novos elementos que respaldem ações e debates nos cenários acadêmico e governamental e na práxis do profissional em saúde.

METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão integrativa (DOOLEN, 2017; SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010) da literatura científica. Esse método tem o propósito de sistematizar e sintetizar resultados de pesquisas relacionadas a um tema específico e apontar possíveis lacunas que demandem investimento investigativo (DOOLEN, 2017; SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

A revisão integrativa pode ser tida como um procedimento de revisão bibliográfica abrangente que permite incluir tanto pesquisas quantitativas como qualitativas (DOOLEN, 2017; SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010) nas quais foram empregadas diferentes metodologias (estudos experimentais e não experimentais), além de dados das literaturas teórica e empírica (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010), contribuindo para o entendimento sobre o conhecimento atualmente produzido. Esse tipo de revisão demanda uma abordagem sistemática (DOOLEN, 2017; SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010) na expectativa de gerar conclusões consideradas válidas. Para orientar a revisão integrativa, construiu-se a seguinte questão norteadora: como as interfaces entre a rede social FB e o campo da alimentação e nutrição vem sendo abordadas na literatura científica?

Estratégias de busca e fontes de informações

A seleção dos artigos foi realizada por meio de consulta às bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Web of Science, Scopus e *MEDical Literature Analysis and Retrieval System Online* (MEDLINE/PubMed). Foram escolhidos os descritores 'healthy eating', 'food', 'nutrition', 'feeding' e 'diet' e termos correlatos em espanhol e português para a identificação de publicações potencialmente elegíveis. Considerando o objeto de estudo, todos os descritores foram combinados com o termo de busca Facebook, a partir do operador booleano 'AND', implicando em 15 combinações ("healthy eating" AND "Facebook"; "food" AND "Facebook"; "nutrition" AND "Facebook"; "feeding" AND "Facebook"; "diet" AND "Facebook"; "alimentação saudável" AND "Facebook"; "alimento" AND "Facebook"; "nutrição" AND "Facebook"; "alimentação" AND "Facebook"; "dieta" AND "Facebook"; "alimentación saludable" AND "Facebook"; "alimentos" AND "Facebook"; "nutrición" AND "Facebook"; "alimentación" AND "Facebook"; e "dieta" AND "Facebook").

As buscas foram realizadas no período entre agosto e outubro de 2018 e configuradas em modo avançado nos seguintes campos: título, resumo e assunto. Na expectativa de identificar a cronologia dos trabalhos produzidos, não foi realizado recorte temporal. As publicações identificadas foram gerenciadas no Mendeley para a remoção das duplicatas e para a aplicação dos critérios de elegibilidade. As estratégias de busca e o quantitativo de artigos identificados e selecionados em cada etapa são apresentados na Figura 1.

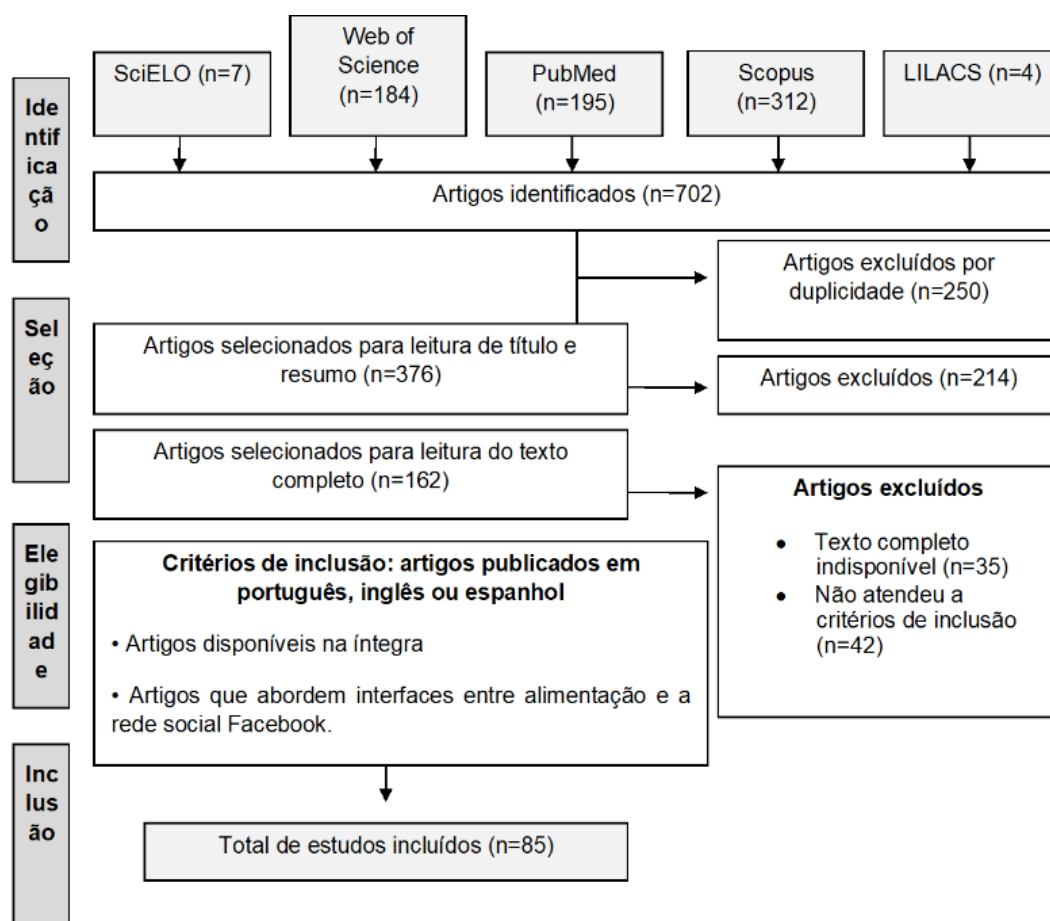


Figura 1 – Fluxograma de identificação e seleção de artigos para revisão
Fonte: Elaborado pelos autores.

Critérios de elegibilidade

Adotaram-se como critérios de inclusão: artigo científico baseado em dados primários sobre interfaces entre alimentação e nutrição e a rede social FB, e publicados em inglês, português ou espanhol. Foram elegíveis estudos qualitativos, estudos com quanti-quali e investigações epidemiológicas observacionais (coorte, transversal e caso controle) e de intervenção (ensaios clínicos). Assim, optou-se por incluir, *a priori*, abordagens metodológicas qualitativas e quantitativas e por excluir artigos do tipo revisão.

O estudo também excluiu dissertações, teses, relatórios de pesquisa e resumos de eventos, ensaios teóricos, reflexões, editoriais, livros, capítulos de livros e publicações governamentais.

Extração e análise dos dados

Para a seleção dos trabalhos, realizou-se, inicialmente, uma leitura fundamentada dos títulos e resumos de cada estudo, e no segundo momento procedeu-se à leitura integral dos textos, observando-se os critérios de inclusão, sendo que tais etapas foram realizadas por uma pesquisadora. Após a avaliação, os trabalhos foram selecionados para integrar o *corpus* desta revisão.

A coleta de dados dos artigos selecionados considerou os seguintes dados: autores, ano de publicação, delineamento do estudo, local/contexto da pesquisa, periódico, idioma e principais resultados. Conforme proposição metodológica de Sandelowski e Barroso (2007), os principais resultados foram apresentados e analisados a partir da identificação de elementos-chave referentes aos objetos de estudo dos manuscritos

que constituíram quatro unidades temáticas, a saber: abordagens sobre Educação Alimentar e Nutricional (EAN); estudos em grupos e/ou páginas sobre alimentação; estudos sobre *marketing* nutricional; e uso do Facebook e de interfaces para questões relacionadas a transtornos alimentares.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização dos estudos selecionados

Entre os 85 artigos que integram o *corpus* dessa revisão, o artigo mais antigo data de 2012, indicando a incipiência de publicações sobre o tema. Conforme pode ser observado na Figura 2, o quantitativo de publicações é ascendente. Mesmo diante do declínio entre 2015 e 2017, o gráfico apresenta linha polinomial ascendente.

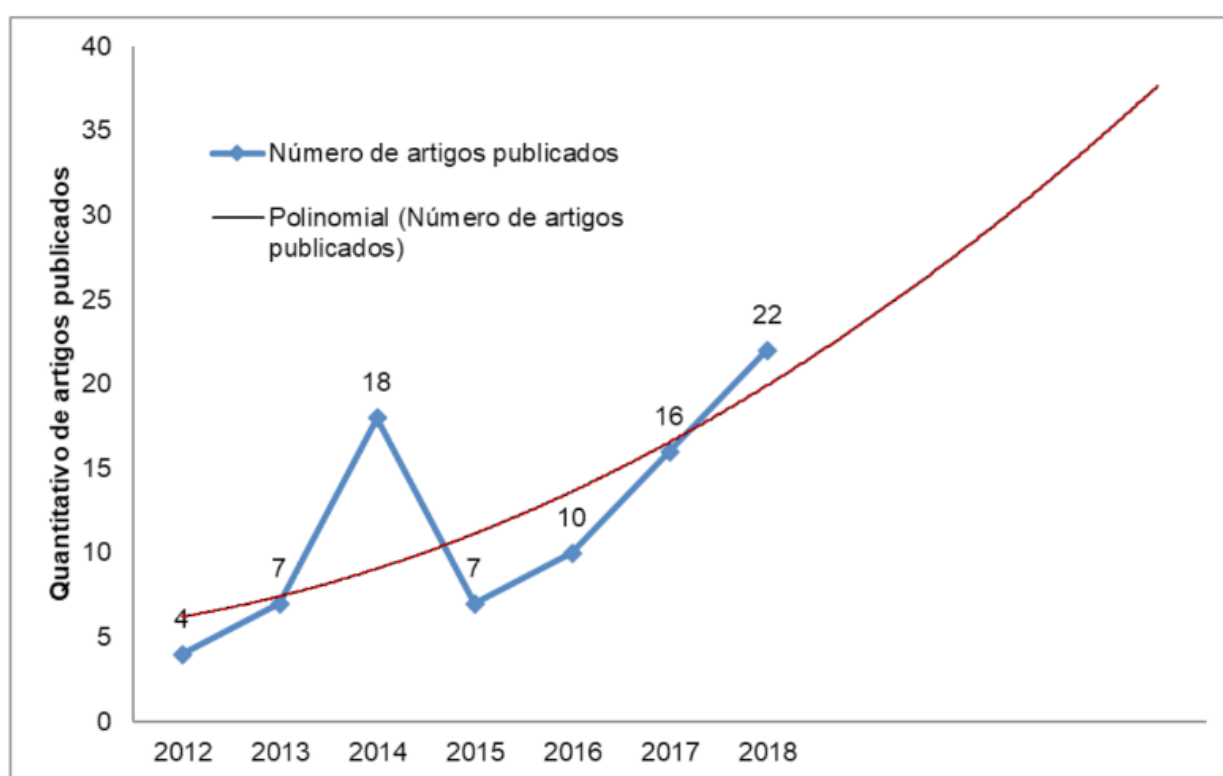


Figura 2 – Número de artigos publicados por ano
Fonte: Elaborado pelos autores.

O caráter emergente das abordagens também pode ser evidenciado a partir dos diversos estudos-piloto (ASCHBRENNER *et al.*, 2016; ASHTON *et al.*, 2017; GRUVER *et al.*, 2016; HERRING *et al.*, 2014; JAMES *et al.*, 2013; ROBBINS *et al.*, 2018; TURNER-MCGRIEVY *et al.*, 2014; WARING *et al.*, 2018) e de estudos referidos pelos autores como pioneiros em pesquisas que têm como objeto de estudo as interfaces entre mídias sociais e objetos do campo da alimentação e nutrição (FREEMAN *et al.*, 2014; GRIFFITHS *et al.*, 2018; LATZER; SPIVAK-LAVI; KATZ, 2015; SAFFRAN *et al.*, 2016; STEPANIUK, 2018).

Os artigos se distribuem esparsamente em 69 periódicos. No que tange o idioma, 80 (94,1%) trabalhos estavam em inglês, quatro (4,7%) em espanhol e um (1,2%) estava disponível nos idiomas espanhol, catalão e inglês, reafirmando a hegemonia da língua inglesa na produção científica e sobre o tema.

Em relação ao local de realização dos estudos, entre os que tinham algum tipo de delimitação geográfica, houve concentração de países da América do Norte, onde 39 (45,9%) dos trabalhos foram realizados, com

destaque para os Estados Unidos (EUA), com 33 (38,8%) dos estudos. No Brasil, publicações sobre o tema se mostram incipientes. Apenas um estudo traz análises a partir do cenário nacional – sobre páginas do Facebook mais curtidas por brasileiros de empresas de alimentos ultraprocessados (HORTA; RODRIGUES; SANTOS, 2018).

Informações sobre autoria foram tidas como relevantes ao respaldar reflexões sobre ‘quem’ vem se debruçando acerca do tema, uma vez que a multidimensionalidade do tema permite vários enfoques. Sobre isso, observou-se que as produções vêm sendo desenvolvidas por profissionais de nutrição (19), psicologia (19), medicina (18), biologia (6), administração (5), ciências da computação, turismo e hotelaria e enfermagem (2 de cada), além de profissionais formados em biomedicina, ciências da saúde, ciências naturais, ciências sociais, cinesiologia, comércio, *marketing* e gestão, educação física, farmácia, filosofia, *design*, letras (linguística), pedagogia e engenharia química (1 de cada). Registra-se que 59 (69,4%) dos primeiros autores são doutores, 17 (20%) mestres e 9 (10,6%) graduados.

É importante notar que o caráter multiprofissional dos pesquisadores pode estar sendo subestimado, uma vez que a expressa maioria – 82 (96,5%) – das produções foi colaborativa, de modo que outras possíveis modalidades profissionais de coautores não foram referidas nesta revisão. Destarte, os dados revelam a amplitude da temática e as possibilidades e/ou necessidades de abordagens multiprofissionais e interdisciplinares no tratamento de temáticas complexas como as do campo da alimentação e nutrição (PRADO *et al.*, 2011) e as suas interfaces com mídias digitais como o Facebook.

Outra característica que merece destaque é a predominância de métodos quantitativos (Figura 4), correspondendo a 67 (78,8%) dos trabalhos selecionados. Além disso, 12 foram qualitativos (14,1%) e 6 (7,1%), estudos quali-quantitativos – o que denota certo desequilíbrio entre as abordagens. Cabe destacar também que muitos estudos apontam para a necessidade de abordagens qualitativas (BROWNBILL; MILLER; BRAUNACK-MAYER, 2018; HASIN; SMITH, 2018; JAMES *et al.*, 2013; KANG; TANG; FIORE, 2015; KLASSEN *et al.*, 2018; LEIS *et al.*, 2013; RAGGATT *et al.*, 2018; SAFFRAN *et al.*, 2016; STEPANIUK, 2018; SWINDLE *et al.*, 2014; YOUNG *et al.*, 2018), o que revela demandas por novas incursões investigativas.

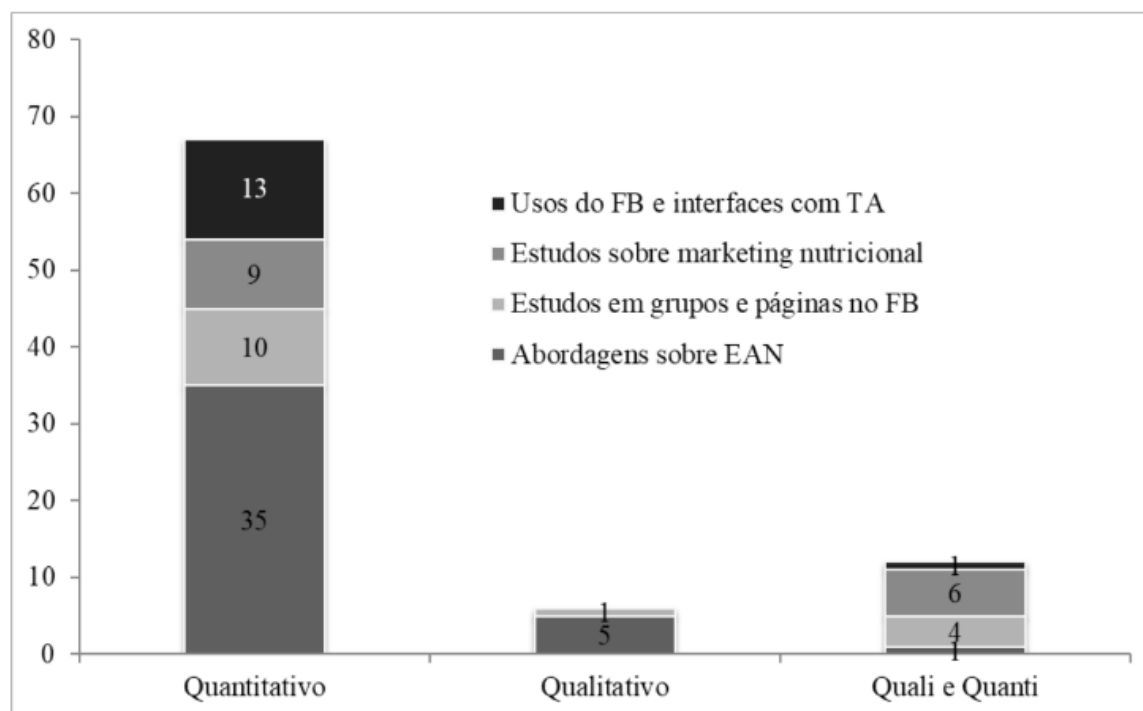


Figura 3 – Número de artigos publicados de acordo com a natureza do estudo e eixo temático
Fonte: Elaborado pelos autores.

Abordagens sobre Educação Alimentar e Nutricional (EAN)

Entre os artigos classificados nessa categoria, 35 (85,4%) dos 41 foram estudos quantitativos, realizados, principalmente, nos EUA – 21 (51,2%) – e na Austrália – 4 (9,8%) (Quadro 1). Salienta-se que 27 (65,9%) dos trabalhos referiam-se a pesquisas de intervenções, e, destas, 24 (88,9%) trataram da problemática do excesso de peso (sobrepeso/obesidade), sendo que 20 (83,3%) destas últimas foram intervenções direcionadas para grupos específicos, como crianças, mulheres, pessoas com transtornos mentais, entre outros. Registra-se que 14 (70%) das 20 intervenções eram ensaios clínicos, e 4 (16,7%) das 24 intervenções voltadas para pessoas com excesso de peso foram campanhas educativas nas quais o Facebook foi utilizado isoladamente ou como parte de estratégias educativas para a prevenção de obesidade ou para a perda de peso.

Quadro 1 – Caracterização dos artigos selecionados referentes ao eixo temático 'Abordagens sobre Educação Alimentar e Nutricional (EAN)'

(continua)

Autor (ano)	Delineamento do estudo	Local/ contexto do estudo	Publicação (idioma)
Abordagens sobre Educação Alimentar e Nutricional (EAN)			
AHMAD <i>et al.</i> , 2018	Intervenção (ECR ¹)	Malásia	<i>Nutrition Journal</i> (in)
ASCHBRENNER <i>et al.</i> , 2016	Intervenção	EUA	<i>The Journal of Nervous and Mental Disease</i> (in)
ASHTON <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (ECR)	Austrália	<i>Nutrition Journal</i> (in)
BALL <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (quali.)	Austrália	<i>Children</i> (in)
BARRAGAN <i>et al.</i> , 2014	Descritivo	EUA	<i>Health Promotion Practice</i> (in)
BENSLEY <i>et al.</i> , 2014	Transversal	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
CARMONA GARCÉS; HERNÁNDEZ CASTRO, 2017	Quali.-Exploratório	Colômbia	<i>Perspectivas en Nutrición Humana</i> (es)
DAGAN <i>et al.</i> , 2015	Intervenção (descritivo comparativo entre dois grupos)	Israel (FB)	<i>JMIR Serious Games</i> (in)
ELIZONDO-MONTEMAYOR <i>et al.</i> , 2014	Intervenção (estudo quase experimental)	México	<i>Estudios Sociales</i> (es)
FIKS <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (ECR)	EUA	<i>Childhood Obesity</i> (in)
GEORGE <i>et al.</i> , 2016	Pesquisa não experimental, formativa, de métodos mistos	EUA	<i>American Journal of Health Promotion</i> (in)
GRUVER <i>et al.</i> , 2016	Intervenção (quali.)	EUA	<i>JMIR Research Protocols</i> (in)
HALES; DAVIDSON; TURNER-MCGRIEVEY, 2014	Intervenção (estudo randomizado com seguimento)	EUA	<i>Translational Behavioral Medicine</i> (in)
HERRING <i>et al.</i> , 2014	Intervenção (ECR)	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
HUTCHESSON <i>et al.</i> , 2018	Intervenção (ECR)	Austrália	<i>Healthcare</i> (in)
JAMES <i>et al.</i> , 2013	Intervenção (ECR)	EUA	<i>Journal of Food Science Education</i> (in)
JANE <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (ECR)	Austrália	<i>PLoS ONE</i> (in)
KERA; SULAIMAN, 2014	Paraetnografia	Cingapura, República Tcheca e Holanda	<i>Futures</i> (in)

(conclusão)

KRISHNAMOHAN <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (estudo controlado não randomizado)	Índia	<i>Journal of Clinical and Diagnostic Research</i> (in)
LEE; WHITLEY, 2014	Qualitativo-Descritivo ^{II}	EUA	<i>The Consultant Pharmacist</i> (in)
LOH <i>et al.</i> , 2018	Intervenção (ECR)	EUA	<i>INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing</i> (in)
LOHSE, 2013	Recrutamento-Exploratório ^{II}	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
LOHSE; WAMBOLDT, 2013	Recrutamento-Exploratório ^{II}	EUA	<i>JMIR Research Protocols</i> (in)
MATTHEWS <i>et al.</i> , 2014	Intervenção	Canadá	<i>Canadian Journal of Public Health</i> (in)
MAXWELL; RUTH; FRIESEN, 2017	Descritivo ^{II}	Grupo FB ^{III}	<i>Sports</i> (in)
MAYER; HARRISON, 2012	Intervenção	EUA	<i>Journal of Food Protection</i> (in)
MEITZ <i>et al.</i> , 2016	Experimental	Alemanha	<i>Computers in Human Behavior</i> (in)
MINTON <i>et al.</i> , 2012	Descritivo ^{II}	EUA, Alemanha e Coreia do Sul	<i>Journal of Advertising</i> (in)
NORMAN <i>et al.</i> , 2016	Exploratório comparativo de dois grupos (estudo de recrutamento)	Canadá	<i>JMIR Public Health and Surveillance</i> (in)
PATRICK <i>et al.</i> , 2014	Intervenção (ECR)	EUA	<i>Contemporary Clinical Trials</i> (in)
POWER; BRAUN; BERSAMIN, 2017	Transversal	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
ROBBINS <i>et al.</i> , 2018	Intervenção (quase experimental)	EUA	<i>The Journal of School Nursing</i> (in)
SAEZ <i>et al.</i> , 2018	Intervenção (quanti. e quali.)	França	<i>JMIR mHealth and uHealth</i> (in)
SHANI <i>et al.</i> , 2014	Intervenção (ensaio controlado não randomizado)	Índia	<i>Advances in Preventive Medicine</i> (in)
SWINDLE <i>et al.</i> , 2014	Descritivo transversal	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
TOMAYKO <i>et al.</i> , 2017	Intervenção (ECR)	EUA	<i>Clinical Trials</i> (in)
TURNER-MCGRIEVY <i>et al.</i> , 2014	Intervenção (ECR)	Alemanha	<i>Nutrition Research</i> (in)
WARING <i>et al.</i> , 2018	Intervenção	EUA	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
WEST <i>et al.</i> , 2016	Intervenção (ensaio controlado quase experimental)	EUA	<i>Journal of Medical Internet Research</i> (in)
YOUNG <i>et al.</i> , 2018	Intervenção	Reino Unido	<i>Business Strategy and the Environment</i> (in)
YOUNG <i>et al.</i> , 2017	Intervenção	Reino Unido	<i>Resources, Conservation and Recycling</i> (in)

I ECR: Ensaio Clínico Controlado Randomizado

II O delineamento do estudo não foi claramente explicitado no artigo, sendo definido a partir das descrições disponíveis nas respectivas metodologias.

III Sem delimitação geográfica definida no estudo.

Quanti.: quantitativo

Quali.: qualitativo

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Os desenhos metodológicos voltaram-se, principalmente, para o compartilhamento de informações, para o apoio social, para a promoção de escolhas alimentares consideradas mais saudáveis e para o estímulo à prática de atividade física, entre outros. As avaliações dos resultados das ações educativas foram pautadas, predominantemente, em mudanças comportamentais, na comparação de indicadores antropométricos (antes e depois da intervenção) e nas referências ao grau de envolvimento dos participantes. Em 13 (65%) dessas 20 intervenções, o uso do Facebook foi considerado promissor; em 6 (30%) (ASCHBRENNER *et al.*, 2016; ELIZONDO-MONTEMAYOR *et al.*, 2014; KRISHNAMOHAN *et al.*, 2017; LOH *et al.*, 2018; ROBBINS *et al.*, 2018; SAEZ *et al.*, 2018) houve evidências parciais da contribuição do Facebook nas intervenções educativas, e em um caso (5%) (ASHTON *et al.*, 2017) a ferramenta foi considerada ineficaz para ações de EAN.

O Facebook também vem sendo usado em campanhas educativas e/ou de *marketing* social como parte de suas estratégias para a redução da ingestão de bebidas adoçadas (BARRAGAN *et al.*, 2014); para aumentar a conscientização sobre os riscos da obesidade; para fomentar o envolvimento em programas de nutrição e de condicionamento físico com o objetivo de reduzir a incidência de diabetes tipo 2 (GEORGE *et al.*, 2016); e para aumentar a conscientização e motivar mudanças de comportamento na saúde de pais de crianças com risco de obesidade (JAMES *et al.*, 2013). De acordo com as métricas analisadas, os resultados apontaram para um bom alcance da campanha (BARRAGAN *et al.*, 2014), com o aumento da motivação e da intenção de mudança nos comportamentos em saúde das populações-alvo (GEORGE *et al.*, 2016; JAMES *et al.*, 2013).

Entre as abordagens sobre a educação nutricional que não estavam relacionadas apenas à dimensão da ingestão (consumo propriamente dito) de alimentos, o Facebook foi usado como parte de ações para a redução de desperdício alimentar (YOUNG *et al.*, 2017; YOUNG *et al.*, 2018), mas a plataforma não teve desempenho expressivo nessa ação, tampouco na coleta de informações sobre comportamentos sustentáveis que envolvem o consumo de alimentos orgânicos (MINTON *et al.*, 2012). Foi identificado um trabalho voltado para a promoção da comensalidade e da sustentabilidade mediante o uso de um aplicativo implementado pelo Facebook, com resultados promissores (KERA; SULAIMAN, 2014).

O uso do Facebook também foi aplicado à educação nutricional por pares, sendo considerado eficiente para o compartilhamento de informações por profissionais de saúde (BALL *et al.*, 2017) e para o acesso a informações sobre rotulagem de alimentos, gerando aprendizagens significativas (CARMONA GARCÉS; HERNÁNDEZ CASTRO, 2017). Dois trabalhos de um estudo voltado para a adequação da plataforma para recrutamento de mulheres de baixa renda para programas de educação nutricional também tiveram resultados satisfatórios (LOHSE, 2013; LOHSE; WAMBOLDT, 2013).

Diversos trabalhos realizaram ações direcionadas às populações de baixa renda (FIKS *et al.*, 2017; GEORGE *et al.*, 2016; GRUVER *et al.*, 2016; HERRING *et al.*, 2014; LOHSE, 2013; LOHSE; WAMBOLDT, 2013; ROBBINS *et al.*, 2018; SAEZ *et al.*, 2018; SWINDLE *et al.*, 2014). Além disso, estratégias parecidas são direcionadas a outras situações de ‘exclusão social’, como algum tipo de limitação no acesso a serviços de saúde por idosos do campo com diabetes (LEE; WHITLEY, 2014), comunidades indígenas americanas (TOMAYKO *et al.*, 2017) e comunidades remotas do Alasca (POWER; BRAUN; BERSAMIN, 2017) – o que denota a possibilidade de inclusão social a partir da plataforma digital. Em todos os casos, os objetivos relacionados ao uso do Facebook foram atingidos (em alguns estudos, acesso às informações e/ou ao apoio social e profissional), sendo que nos dois últimos casos supracitados, os estudos de Tomayko (2017) e de Power, Braun e Bersamin, (2017) os objetivos foram alcançados parcialmente.

De modo geral, observa-se a diversidade de temáticas e os grupamentos sociais como objetos de estudos. Cabe salientar que muitos trabalhos classificados nessa categoria exploram a rede social, majoritariamente, como uma ferramenta para as ações educativas, e não necessariamente como um cenário investigativo *per se*.

Estudos em grupos e/ou páginas sobre alimentação

Entre os quinze estudos classificados nessa categoria, a maioria foi realizada a partir de perspectivas exploratórias e descritivas (Quadro 2) e com temáticas diversas, sendo que os estudos realizados em páginas do Facebook variaram desde a análise de *posts* de comunidades de apoio a pacientes de cirurgias bariátricas (KOBALL *et al.*, 2018) à utilização da plataforma para revitalização de redes alimentares indígenas (GENDRON; HANCHEROW; NORTON, 2017). Entre os resultados, autores sinalizaram que a criação da página e as demais ações realizadas contribuíram para a geração de interesse e conhecimento, mas não foram efetivas para a revitalização das redes locais de alimentação indígenas. Em outra pesquisa (PARK *et al.*, 2014), os resultados da criação de páginas foram promissores para a coleta de dados de pacientes com doença celíaca (PARK *et al.*, 2014).

Quadro 2 – Caracterização dos artigos selecionados referentes ao eixo temático 'Estudos em grupos e/ou páginas sobre alimentação'

Autor (ano)	Delineamento do estudo	Local/contexto do estudo	Publicação (idioma)
Estudos em grupos e/ou páginas sobre alimentação			
BUDREWICZ <i>et al.</i> , 2017	Descritivo	Polônia (grupo do FB)	<i>Developmental Period Medicine</i> (in)
DECLERCQ; TULKENS; VAN LEUVEN, 2019	Descritivo/ Etnografia (quanti. e quali)	Bélgica (páginas do FB)	<i>Health: An Interdisciplinary Journal for The Social Study of Health, Illness and Medicine</i> (in)
GENDRON; HANCHEROW; NORTON, 2017	Descritivo (quanti. e quali.)	Canadá (Saskatchewan)	<i>Health Promotion International</i> (in)
HILVERDA; KUTTSCHREUTER, 2018	Descritivo	Holanda (internet)	<i>Risk Analysis</i> (in)
KOBALL <i>et al.</i> , 2018	Qualitativo (analítico ^I)	Grupos e páginas do FB ^{II}	<i>Surgery for Obesity and Related Diseases</i> (in)
LEIS <i>et al.</i> , 2013	Descritivo	Grupos do FB ^{II}	<i>Gaceta Sanitaria</i> (es)
MARSHALL; LEFRINGHAUSEN; FERENCZI, 2015	Descritivo	EUA	<i>Personality and Individual Differences</i> (in)
MEMAR; ADLIPOUR; KHOSRAVI, 2013	Observacional	Irã	<i>Mediterranean Journal of Social Science</i> (in)
MHLANGA; TICHAAWA, 2017	Estudo de caso	África do Sul	<i>Tourism</i> (in)
PARK <i>et al.</i> , 2014	Descritivo	Facebook (página e grupos do FB) ^{II}	<i>Journal of Gastrointestinal & Digestive System</i> (in)
STEPANIUK, 2018	Observacional (quanti. e quali.)	Polônia (perfis do FB)	<i>Entrepreneurship and Sustainability Issues</i> (in)
TRONCONE <i>et al.</i> , 2015	Observacional (quanti. e quali.)	Itália (grupo do FB)	<i>Health Psychology Open</i> (in)
VAN HOOFF; BEKKERS; VAN VUUREN, 2014	Descritivo	Perfis do FB ^{II}	<i>Computers In Human Behavior</i> (in)
VILLIARD; MORENO, 2012	Descritivo	Perfis do FB ^{II}	<i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking</i> (in)
WU, 2015	Observacional	Taiwan	<i>Journal of Business Research</i> (in)

I O delineamento do estudo não foi claramente explicitado no artigo, sendo definido a partir das descrições disponíveis nas respectivas metodologias.

II Sem delimitação geográfica definida no estudo.

Quanti.: quantitativo

Quali.: qualitativo

Fonte: Elaborado pelos autores.

Estudos em grupos do Facebook exploraram a identificação de preferências alimentares de crianças e as possibilidades alergênicas (BUDREWICZ *et al.*, 2017); a determinação de recursos e o uso de grupos sobre alimentação saudável (LEIS *et al.*, 2013); a análise de mensagens de mães de crianças com diabetes tipo 1 em um grupo italiano (TRONCONE *et al.*, 2015); o conteúdo de *posts* de grupos de apoio a pacientes de cirurgias bariátricas (KOBALL *et al.*, 2018), entre outros. Os resultados das pesquisas apontam que os grupos de Facebook foram fontes de dados relevantes para a compreensão dos temas investigados.

De modo geral, as abordagens exploratórias sistematizadas nessa categoria foram apontadas pelos autores como geradoras de dados potencialmente pertinentes para a compreensão e/ou exploração de possibilidades da plataforma a serem contextualizadas na realidade. A análise dos estudos também revela a diversidade de temas relacionada ao campo da alimentação e nutrição e as interfaces com o Facebook, além de possibilidades metodológicas distintas.

Estudos sobre *marketing* nutricional

Nessa categoria, estudos descritivos foram predominantes – 11 (73,3%) (Quadro 3). Outras abordagens observacionais também foram identificadas, especialmente no que tange às atividades de *marketing* em mídias sociais utilizadas por empresas de alimentos não saudáveis, como bebidas adoçadas com açúcar (BROWNBILL; MILLER; BRAUNACK-MAYER, 2018), bebidas com alta densidade energética e pobres em nutrientes (EDNP) (FREEMAN *et al.*, 2014), produtos com fórmulas infantis (ABRAHAMS, 2012), alimentos processados e ultraprocessados (PUP) (HORTA; RODRIGUES; SANTOS, 2018), por indústrias alimentícias e marcas que promovem estilo de vida tidos como saudáveis (KLASSEN *et al.*, 2018) e por empresas de *fast food* (VANDEVIJVERE; AITKEN; SWINBURN, 2018).

Quadro 3 – Caracterização dos artigos selecionados referentes ao eixo temático 'Estudos sobre marketing nutricional'

(continua)

Autor (ano)	Delineamento do estudo	Local/contexto do estudo	Publicação (idioma)
Estudos sobre <i>marketing</i> nutricional			
ABRAHAMS, 2012	Descritivo (quanti. e quali.)	EUA	<i>Journal of Human Lactation</i> (in)
BOELEN-ROBINSON; BACKHOLER; PEETERS, 2016	Descritivo	Austrália (páginas do FB, sites e <i>app</i> de celular)	<i>Health Promotion International</i> (in)
BROWNBILL; MILLER; BRAUNACK-MAYER, 2018	Descritivo (quanti. e quali.)	Austrália (páginas do FB)	<i>Australian and New Zealand Journal of Public Health</i> (in)
BUNDECHANAN; FONGSUWAN, 2017	Descritivo	Tailândia	<i>Asia-Pacific Social Science Review</i> (in)
FREEMAN <i>et al.</i> , 2014	Descritivo (quanti. e quali.)	Austrália (páginas do FB)	<i>American Journal of Public Health</i> (in)
HASIN; SMITH, 2018	Observacional	EUA (Illinois, Michigan e Wisconsin)	<i>Journal of Nutrition Education and Behavior</i> (in)
HORTA; RODRIGUES; SANTOS, 2018	Descritivo	Brasil (páginas do FB)	<i>Public Health Nutrition</i> (in)
LADHARI <i>et al.</i> , 2019	Descritivo (quanti. e quali.)	Canadá (página do FB)	<i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> (in)
KANG; TANG; FIORE, 2015	Observacional	EUA (páginas do FB)	<i>International Journal of Contemporary Hospitality</i> (in)

(conclusão)

KLASSEN <i>et al.</i> , 2018	Descritivo (quanti. e quali.)	Austrália (páginas do FB)	<i>Journal of Medical Internet Research</i> (in)
MANTHIOU; CHIANG; TANG, 2013	Observacional	EUA	<i>International Journal of Technology and Human Interaction</i> (in)
OLIVA-GARZA <i>et al.</i> , 2017	Descritivo	México	<i>Ra Ximhai</i> (es/catalão/in)
REILLY; HYNAN, 2014	Descritivo (quanti. e quali.)	Empresas globais	<i>Business Horizons</i> (in)
VANDEVIJVERE; AITKEN; SWINBURN, 2018	Descritivo	Nova Zelândia (páginas do FB)	<i>New Zealand Medical Journal</i> (in)
VINJE <i>et al.</i> , 2017	Observacional	Indonésia, Tailândia, Vietnã, Camboja, Myanmar	<i>Public Health Nutrition</i> (in)

Quanti.: quantitativo

Quali.: qualitativo

Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise de alguns estudos foi baseada na comparação de estratégias de *marketing* utilizadas, especialmente, por empresas de produtos ‘não saudáveis’, a partir de códigos regulatórios de propaganda e publicidade de alimentos (ABRAHAMS, 2012; BOELEN-ROBINSON; BACKHOLER; PEETERS, 2016; VINJE *et al.*, 2017). Os resultados vão desde a insuficiência de regulamentações nacionais voltadas para as especificidades dos anúncios em mídias sociais (VINJE *et al.*, 2017) à dificuldade de controle da publicidade de alimentos e bebidas não saudáveis para crianças e adolescentes por meio de aplicativos e do Facebook (BOELEN-ROBINSON; BACKHOLER; PEETERS, 2016), e às irregularidades na publicidade de fórmulas infantis (ABRAHAMS, 2012), principalmente em páginas do Facebook (ABRAHAMS, 2012).

Uma análise da motivação de consumidores para visitar a página de uma rede de supermercados (LADHARI *et al.*, 2019) identificou que as páginas contribuem para o atendimento às quatro necessidades humanas analisadas: social, psicológica, funcional e hedônica de uma marca de restaurante popular (MANTHIOU; CHIANG; TANG, 2013). Aspectos positivos do uso do Facebook no *marketing* nutricional também foram abordados. Uma pesquisa eletrônica mostrou que a adoção de EBT (Electronic Benefit Transfer) nos mercados de agricultores pode fornecer melhor acesso a frutas e vegetais frescos e saudáveis e ter um impacto positivo sobre o bem-estar de uma comunidade (HASIN; SMITH, 2018).

A utilização do Facebook nas estratégias de *marketing* demonstra fortes potenciais mercadológicos. Por outro lado, esse potencial de alcance e envolvimento parece configurar-se numa problemática para as organizações de saúde, especialmente quando esse *marketing* é voltado para a publicidade e a propaganda de alimentos e bebidas considerados prejudiciais à saúde.

Uso do Facebook e de interfaces acerca dos Transtornos Alimentares (TA)

As interfaces entre os Transtornos Alimentares (TA) e as mídias sociais vêm sendo abordadas de diversas formas – desde a relação com o tempo de uso, o contato com conteúdos imagéticos disponibilizados na rede e a predisposição ao desenvolvimento de TA a trabalhos com grupos de apoio sobre bulimia e anorexia como objeto de investigação. Nessa categoria, entre os quatorze estudos, observou-se maior prevalência de abordagens observacionais, especialmente com a aplicação de testes de associação para se observar como se dá a exposição aos conteúdos disponíveis no Facebook e às outras mídias sociais e, conseqüentemente, perceber os níveis de insatisfação corporal (Quadro 4).

Quadro 4 – Caracterização dos artigos selecionados referentes ao eixo temático 'Uso do Facebook e de interfaces acerca dos Transtornos Alimentares (TA)'

Autor (ano)	Delineamento do estudo	Local/contexto do estudo	Publicação (idioma)
Uso do Facebook e de interfaces acerca dos Transtornos Alimentares (TA)			
BLACKSTONE; HERRMANN, 2018	Observacional	EUA (grupo do FB)	<i>MHealth (in)</i>
COHEN; BLASZCZYNSKI, 2015	Experimental randomizado (desenho misto)	Austrália	<i>Journal of Eating Disorders (in)</i>
GRIFFITHS <i>et al.</i> , 2018	Observacional	Austrália e Nova Zelândia	<i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking (in)</i>
LATZER; SPIVAK-LAVI; KATZ, 2015	Observacional	Israel	<i>International Journal of Adolescence and Youth (in)</i>
LLADÓ; GONZÁLEZ-SOLTERO; BLANCO FERNÁNDEZ DE VALDERRAMA, 2017	Descritivo	(internet)	<i>Nutrición Hospitalaria (es)</i>
MABE; FORNEY; KEEL, 2014	Experimental	EUA	<i>International Journal of Eating Disorders (in)</i>
MEIER; GRAY, 2014	Observacional	EUA (Nova York)	<i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking (in)</i>
PUCCIO <i>et al.</i> , 2016	Observacional	EUA e Austrália	<i>Computers in Human Behavior (in)</i>
SAFFRAN <i>et al.</i> , 2016	Observacional	(páginas e grupos do FB)	<i>International Journal of Eating Disorders (in)</i>
SAUNDERS; EATON, 2018	Observacional	EUA (Flórida)	<i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking (in)</i>
SIDANI <i>et al.</i> , 2016	Observacional	EUA	<i>Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics (in)</i>
SMITH; HAMES; JOINER, 2013	Observacional	EUA (Flórida)	<i>Journal of Affective Disorders (in)</i>
WALKER <i>et al.</i> , 2015	Observacional	EUA	<i>Journal of Adolescent Health (in)</i>
RAGGATT <i>et al.</i> , 2018	Observacional (quanti. e quali.)	Austrália	<i>BMC Public Health (in)</i>

Quanti.: quantitativo

Quali.: qualitativo

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados da maioria dos estudos remetem para a associação entre a exposição à plataforma e o aumento no risco de insatisfação corporal e o desenvolvimento de desordens alimentares (COHEN; BLASZCZYNSKI, 2015; LATZER; SPIVAK-LAVI; KATZ, 2015; MABE; FORNEY; KEEL, 2014; MEIER; GRAY, 2014; PUCCIO *et al.*, 2016; SIDANI *et al.*, 2016; WALKER *et al.*, 2015). O fomento à auto-objetificação (MEIER; GRAY, 2014; SIDANI *et al.*, 2016) e aos comportamentos sociotrópicos (PUCCIO *et al.*, 2016), por exemplo, seriam promovidos pela exposição ao Facebook, aumentando o risco de desenvolvimento de desordens alimentares.

A temática dos TA situa-se no campo da alimentação e nutrição como um problema impulsionado pelo uso de mídias sociais, especialmente as imagéticas, como o Facebook e o Instagram. Os TA são caracterizados pela preocupação excessiva com o peso e com a forma corporal (OLIVEIRA; HUTZ, 2010). São problemas graves que apresentam maior prevalência nas mulheres na fase final da adolescência e nas

adultas jovens (HERZOG; EDDY, 2010) – inclusive, os estudos analisados nessa categoria, em sua maioria (64,2%), estavam direcionados ao público feminino (adultas e/ou adolescentes).

Importa sinalizar que, entre os demais estudos classificados nessa categoria, um trabalho foi direcionado a homens de minorias sexuais (gays e bissexuais) entre 18 e 78 anos (GRIFFITHS *et al.*, 2018), ao realizar um estudo exploratório que se deteve em páginas do Facebook e do Twitter. Outro trabalho analisou *blogs* ‘pró-ana’ e ‘pró-mia’, ou seja, a promoção de comportamentos relacionados aos TA anorexia (Ana) e bulimia (Mia), respectivamente (LLADÓ; GONZÁLEZ-SOLTERO; BLANCO FERNÁNDEZ DE VALDERRAMA, 2017). Além disso, outro estudo foi realizado com 1.765 adultos jovens, entre os quais 50,3% eram do sexo masculino (SIDANI *et al.*, 2016), revelando também as possibilidades de reflexões sobre questões de gênero nos estudos sobre os usos e as apropriações do Facebook.

Hay (2002) sinaliza que os transtornos psiquiátricos serão um dos principais problemas de saúde pública no século XXI, muitos desses em consequência dos TA (PINZON; NOGUEIRA, 2004). Considerando que a prevalência de uso da internet pelo público jovem brasileiro é expressiva – equivalente a 88% na faixa etária de 16 a 24 anos (COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL, 2018) – torna-se relevante refletir sobre a relação entre os usos do Facebook e a predisposição aos TA, contextualizando o cenário nacional.

Limitações do estudo

Entre as limitações desta revisão, aponta-se a não avaliação do rigor metodológico dos estudos selecionados nem a qualidade dos periódicos listados. Associado a isso, cabe registrar a dificuldade em sintetizar os resultados de trabalhos com diferentes abordagens metodológicas, haja vista que a maioria das diretrizes de condução de revisão sistemática não considera a integração de estudos qualitativos e quantitativos em um mesmo trabalho. Esta revisão também não incluiu a totalidade da literatura cinzenta proveniente de um conjunto relevante de produção científica de organismos internacionais publicado virtualmente, que está fora da abrangência dos periódicos científicos com revisão por pares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Facebook pode ser interpretado como um dispositivo que vem sendo apropriado de diversas formas, de acordo com interesses e valores que refletem a sociedade num tempo e espaço que também imprime as suas características nesse processo de apropriação, inclusive no que tange às práticas alimentares. A aproximação com o objeto de estudo, a partir de revisões da literatura, revelou seu caráter emergente e crescente no campo científico internacional. Entretanto, estudos sobre a rede social Facebook mostrou-se bastante incipiente no Brasil, evidenciando a pertinência de investigações sobre fatores que vêm limitando a atuação nacional no debate científico sobre o tema.

Também foi possível observar a predominância de estudos quantitativos, sinalizando a necessidade de se encorajar a diversidade metodológica (e o empenho na produção de conhecimento), bem como a expansão das realidades geográficas investigadas nas abordagens sobre o tema – já que a grande maioria dos estudos foi desenvolvida em países da América do Norte.

O estudo revela a expressiva utilização do Facebook para mediação de ações de educação alimentar e nutricional, e seus usos também são situados como práticas de risco, ao reforçarem o *marketing* nutricional de alimentos considerados insalubres e ao difundirem conteúdos imagéticos que suscetibilizam internautas a possíveis TA. Destarte, os temas explorados envolvem problemáticas importantes dos campos da alimentação e nutrição e da saúde coletiva e reforçam a pertinência desses campos para atender às novas demandas frente à penetração das redes sociais, com destaque para o Facebook, nas diversas dimensões da vida das pessoas.

REFERÊNCIAS

- ABRAHAMS, Sheryl W. Milk and social media: online communities and the international code of marketing of breast-milk substitutes. **Journal of Human Lactation**, Thousand Oaks, v. 28, n. 3, p. 400-406, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1177/0890334412447080>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0890334412447080>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- AHMAD, Norliza *et al.* Family-based intervention using face-to-face sessions and social media to improve Malay primary school children's adiposity: a randomized controlled field trial of the Malaysian REDUCE programme. **Nutrition Journal**, Londres, v. 17, p.1-13, 2018. Artigo 74. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12937-018-0379-1>. Disponível em: <https://nutritionj.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12937-018-0379-1>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- ASCHBRENNER, Kelly A. *et al.* A pilot study of a peer-group lifestyle intervention enhanced with mHealth technology and social media for adults with serious mental illness. **The Journal of Nervous and Mental Disease**, Hagerstown, v. 204, n. 6, p. 483-486, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1097/nmd.0000000000000530>. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27233056/>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- ASHTON, Lee M. *et al.* Feasibility and preliminary efficacy of the 'HEYMAN' healthy lifestyle program for young men: a pilot randomised controlled trial. **Nutrition Journal**, Londres, v. 16, p. 1-17, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2017.06.005>. Disponível em: <https://nutritionj.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12937-017-0227-8>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BALL, Richard *et al.* Experiences of parent peer nutrition educators sharing child feeding and nutrition information. **Children**, Basel, v. 4, n. 9, p. 78, 2017. DOI: <https://doi.org/10.3390/children4090078>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9067/4/9/78>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BARRAGAN, Noel C. *et al.* The “sugar pack” health marketing campaign in los angeles county, 2011-2012. **Health Promotion Practice**, [s. l.], v. 15, n. 2, p. 208-216, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1177/1524839913507280>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1524839913507280>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BENSLEY, Robert J. *et al.* Accessibility and preferred use of online web applications among WIC participants with internet access. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 46, n. 3, p. S87-S92, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2014.02.007>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404614000815>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BLACKSTONE, Sarah R.; HERRMANN, Lynn K. Extreme body messages: themes from Facebook posts in extreme fitness and nutrition online support groups. **mHealth**, Hong Kong, v. 4, p. 33, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21037/2Fmhealth.2018.07.01>. Disponível em: <https://mhealth.amegroups.com/article/view/20700/20327>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BLÁZQUEZ BARBA, Minerva *et al.* Uso de internet por los adolescentes en la búsqueda de información sanitaria. **Atención Primaria**, [s. l.], v. 50, n. 9, p. 547-552, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2017.06.005>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656716306047>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BOELSEN-ROBINSON, Tara; BACKHOLER, Kathryn; PEETERS, Anna. Digital marketing of unhealthy foods to Australian children and adolescents. **Health Promotion International**, Oxford, v. 31, n. 3, p. 523-533, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/dav008>. Disponível em: <https://academic.oup.com/heapro/article/31/3/523/1749636>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. Tradução de: Denice Barbara Catani. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- BROWNBILL, Aimee L.; MILLER, Caroline L.; BRAUNACK-MAYER, Annette J. The marketing of sugar-sweetened beverages to young people on Facebook. **Australian and New Zealand Journal of Public Health**, Richmond, v. 42, n. 4, p. 354-360, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1111/1753-6405.12801>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1753-6405.12801>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- BUDREWICZ, Sandra *et al.* Allergens and food additives, including potentially harmful ones, present in food products that are preferred by children and adolescents. **Developmental Period Medicine**, Konstancin Jeziorna, v. 21, n. 2, p. 131-138, 2017. DOI: <https://doi.org/10.34763/2Fdevperiodmed.20172102.131138>. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8522964/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BUNDECHANAN, Niphon; FONGSUWAN, Wannu. Thai generation Y/millennial consumer health and wellness: an antioxidant beverage SEM analysis. **Asia-Pacific Social Science Review**, [s. l.], v. 16, n. 3, p. 83-95, 2017. Disponível em: <https://ejournals.ph/article.php?id=11333>. Acesso em: 12 set. 2022.

CARMONA GARCÉS, Isabel Cristina; HERNÁNDEZ CASTRO, David. La articulación entre la docencia, la extensión y la investigación, una realidad posible en la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia: sistematización de una experiencia. **Perspectivas en Nutrición Humana**, Medellín, v. 19, n. 1, p. 67-76, 2017. Disponível em: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/325227?articlesBySimilarityPage=48>. Acesso em: 10 jul. 2022.

COHEN, Rachel; BLASZCZYNSKI, Alex. Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. **Journal of Eating Disorders**, Londres, v. 3, p. 1-11, 2015. Artigo 23. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40337-015-0061-3>. Disponível em: <https://jeatdisord.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40337-015-0061-3>. Acesso em: 10 jul. 2022.

COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL (Brasil). **TIC domicílios**: Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros, 2017. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2018. Disponível em: https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 05 nov. 2018.

DAGAN, Noa *et al.* Effects of social network exposure on nutritional learning: development of an online educational platform. **JMIR Serious Games**, Toronto, v. 3, n. 2, p. e7, 2015. DOI: <https://doi.org/10.2196/games.4002>. Disponível em: <https://games.jmir.org/2015/2/e7/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

DECLERCQ, Jana; TULKENS, Stéphan; VAN LEUVEN, Sarah. The produsing expert consumer: co-constructing, resisting and accepting health-related claims on social media in response to an infotainment show about food. **Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine**, Londres, v. 23, n. 6, p. 602-620, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1363459318763935>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1363459318763935>. Acesso em: 10 jul. 2022.

DOOLEN, Jessica. Meta-analysis, systematic, and integrative reviews: an overview. **Clinical Simulation in Nursing**, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 28-30, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2016.10.003>. Disponível em: [https://www.nursingsimulation.org/article/S1876-1399\(16\)30146-3/fulltext](https://www.nursingsimulation.org/article/S1876-1399(16)30146-3/fulltext). Acesso em: 10 jul. 2022.

ELIZONDO-MONTEMAYOR, Leticia *et al.* Intervención para promover hábitos saludables y reducir obesidad en adolescentes de preparatoria. **Estudios Sociales**, Hermosillo, v. 22, n. 43, p. 217-239, 2014. Disponível em: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572014000100009. Acesso em: 10 jul. 2022.

FIKS, Alexander G. *et al.* A social media peer group for mothers to prevent obesity from infancy: the Grow2Gether randomized trial. **Childhood Obesity**, New Rochelle, v. 13, n. 5, p. 356-368, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1089/chi.2017.0042>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/chi.2017.0042>. Acesso em: 10 jul. 2022.

FREEMAN, Becky *et al.* Digital junk: food and beverage marketing on Facebook. **American Journal of Public Health**, Washington, DC, v. 104, n. 12, p. e56-e64, 2014. DOI: <https://doi.org/10.2105/ajph.2014.302167>. Disponível em: <https://ajph.aphapublications.org/doi/full/10.2105/AJPH.2014.302167>. Acesso em: 09 set. 2022.

GENDRON, Fidji; HANCHEROW, Anna; NORTON, Ashley. Exploring and revitalizing Indigenous food networks in Saskatchewan, Canada, as a way to improve food security. **Health Promotion International**, Oxford, v. 32, n. 5, p. 808-817, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daw013>. Disponível em: <https://academic.oup.com/heapro/article/32/5/808/2951018>. Acesso em: 10 jul. 2022.

GEORGE, Kimberly S. *et al.* Our health is in our hands: a social marketing campaign to combat obesity and diabetes. **American Journal of Health Promotion**, Thousand Oaks, v. 30, n. 4, p. 283-286, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1177/0890117116639559>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0890117116639559>. Acesso em: 10 jul. 2022.

GRIFFITHS, Scott *et al.* The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms, and anabolic steroid use among sexual minority men. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, New Rochelle, v. 21, n. 3, p. 149-156, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2017.0375>. Acesso em: 10 jul. 2022.

- GRUVER, Rachel S. *et al.* A social media peer group intervention for mothers to prevent obesity and promote healthy growth from infancy: development and pilot trial. **JMIR Research Protocols**, Toronto, v. 5, n. 3, p. e159, 2016. DOI: <https://doi.org/10.2196/resprot.5276>. Disponível em: <https://www.researchprotocols.org/2016/3/e159/>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HALES, Sarah B.; DAVIDSON, Charis; TURNER-MCGRIEVEY, Gabrielle M. Varying social media post types differentially impacts engagement in a behavioral weight loss intervention. **Translational Behavioral Medicine**, Nova York, v. 4, n. 4, p. 355-362, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1007/s13142-014-0274-z>. Disponível em: <https://academic.oup.com/tbm/article-abstract/4/4/355/4563006?login=false>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HASIN, Afroza; SMITH, Sylvia. Farmers' market manager's level of communication and influence on Electronic Benefits Transfer (EBT) adoption at midwest farmers' markets. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 50, n. 1, p. 43-50.e1, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2017.09.005>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404617308886>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HAY, Phillipa J. Epidemiologia dos Transtornos Alimentares: estado atual e desenvolvimentos futuros. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, São Paulo, v. 24, n. suppl. 3, p. 13-17, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1516-44462002000700004>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbp/a/ZM6BzFD6ZnB9pHDjggdypJf/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 5 nov. 2018.
- HERRING, Sharon J. *et al.* Using technology to promote postpartum weight loss in urban, low-income mothers: a pilot randomized controlled trial. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 46, n. 6, p. 610-615, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2014.06.002>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404614005788>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HERZOG, David B.; EDDY, Kamryn T. Diagnóstico, epidemiologia e curso clínico dos transtornos da alimentação. In: YAGER, Joel; POWERS, Pauline S. **Manual clínico de Transtornos da Alimentação**. Porto Alegre: Artmed, 2010. p. 19-50.
- HILVERDA, Femke; KUTTSCHEUTER, Margôt. Online information sharing about risks: the case of organic food. **Risk Analysis**, Nova York, v. 38, n. 9, p. 1904-1920, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1111/risa.12980>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/risa.12980>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HORTA, Paula M.; RODRIGUES, Fernanda T.; SANTOS, Luana C. dos. Ultra-processed food product brands on Facebook pages: highly accessed by Brazilians through their marketing techniques. **Public Health Nutrition**, Oxford, v. 21, n. 8, p. 1515-1519, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1368980018000083>. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/public-health-nutrition/article/ultraprocessed-food-product-brands-on-facebook-pages-highly-accessed-by-brazilians-through-their-marketing-techniques/FB37D6D6CEA0E675574187BD5DF224E9>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- HUTCHESSON, Melinda J. *et al.* A targeted and tailored eHealth weight loss program for young women: the be positive be health randomized controlled trial. **Healthcare**, Basel, v. 6, n. 2, p. 39, 2018. DOI: <https://doi.org/10.3390/healthcare6020039>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9032/6/2/39>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- JAMES, Katie J. *et al.* A summative evaluation of a food safety social marketing campaign “4-day throw-away” using traditional and social media. **Journal of Food Science Education**, [s. l.], v. 12, n. 3, p. 48-55, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1111/1541-4329.12010>. Disponível em: <https://ift.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1541-4329.12010>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- JANE, Monica *et al.* Effects of a weight management program delivered by social media on weight and metabolic syndrome risk factors in overweight and obese adults: a randomised controlled trial. **PLoS ONE**, São Francisco, v. 12, n. 6, p. e0178326, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0178326>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0178326>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- KANG, Juhee; TANG, Liang (Rebecca); FIORE, Ann Marie. Restaurant brand pages on Facebook: Do active member participation and monetary sales promotions matter? **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, [s. l.], v. 27, n. 7, p. 1662-1684, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2014-0075>. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-02-2014-0075/full/html>. Acesso em: 05 nov. 2018.
- KERA, Denisa; SULAIMAN, Nur Liyana. FridgeMatch: design probe into the future of urban food commensality. **Futures**, [s. l.], v. 62, p. 194-201, 2014. Parte B. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.04.007>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S001632871400069X>. Acesso em: 05 nov. 2018.

- KLASSEN, Karen Michelle; BORLEIS, Emily S.; BRENNAN, Linda; *et al.* What people “like”: analysis of social media strategies used by food industry brands, lifestyle brands, and health promotion organizations on Facebook and Instagram. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 20, n. 6, p. e10227, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2196/10227>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2018/6/e10227/>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- KOBALL, Afton M. *et al.* Content and accuracy of nutrition-related posts in bariatric surgery Facebook support groups. **Surgery for Obesity and Related Diseases**, New York, v. 14, n. 12, p. 1897-1902, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.soard.2018.08.017>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1550728918305306>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- KRISHNAMOHAN, Smrithi *et al.* Efficacy of health education using Facebook to promote healthy lifestyle among medical students in puducherry, india: a non-randomized controlled trial. **Journal of Clinical and Diagnostic Research**, Índia, v. 11, n. 7, p. LC07-LC10, 2017. DOI: <https://doi.org/10.7860/jcdr/2017/27385.10259>. Disponível em: https://jcd.net/article_fulltext.asp?issn=0973-709x&year=2017&volume=11&issue=7&page=LC07&issn=0973-709x&id=10259. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LADHARI, Riadh *et al.* Consumers’ motives for visiting a food retailer’s Facebook page. **Journal of Retailing and Consumer Services**, [s. l.], v. 50, p. 379-385, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.013>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698918305599?via%3Dihub>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LATZER, Yael; SPIVAK-LAVI, Zohar; KATZ, Ruth. Disordered eating and media exposure among adolescent girls: the role of parental involvement and sense of empowerment. **International Journal of Adolescence and Youth**, [s. l.], v. 20, n. 3, p. 375-391, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1080/02673843.2015.1014925>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02673843.2015.1014925>. Acesso em: 05 nov. 2018.
- LEE, Rebecca; WHITLEY, Heather P. Use of social media to support patients with diabetes mellitus. **The Consultant Pharmacist**, Arlington, v. 29, n. 1, p. 53-57, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4140/tcp.n.2014.53>. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/ascp/tcp/2014/00000029/00000001/art00005>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LEIS, Ángela *et al.* Grupos sobre alimentación saludable en Facebook: características y contenidos. **Gaceta Sanitaria**, [s. l.], v. 27, n. 4, p. 355-357, 2013. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.gaceta.2012.12.010>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911112003469?via%3Dihub>. Acesso em: 09 set. 2022.
- LEVAC, Joëlle J.; O’SULLIVAN, Tracey. Social Media and its Use in Health Promotion. **Revue Interdisciplinaire des Sciences de la Santé = Interdisciplinary Journal of Health Sciences**, Ottawa, v. 1, n. 1, p. 47-53, 2010. DOI: <https://doi.org/10.18192/riiss-ijhs.v1i1.1534>. Disponível em: <https://uottawa.scholarsportal.info/ojs/index.php/RISS-IJHS/article/view/1534>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LLADÓ, Gina; GONZÁLEZ-SOLTERO, Rocío; BLANCO FERNÁNDEZ DE VALDERRAMA, María José. Anorexia y bulimia nerviosas: difusión virtual de la enfermedad como estilo de vida. **Nutrición Hospitalaria**, Madrid, v. 34, n. 3, p. 693-701, 2017.
- LOH, Ivory H.; SCHWENDLER, Teresa; TRUDE, Angela C. B.; *et al.* Implementation of text-messaging and social media strategies in a multilevel childhood obesity prevention intervention: process evaluation results. **INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing**, Thousand Oaks, v. 55, p. 1-9, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0046958018779189>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0046958018779189>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LOHSE, Barbara. Facebook is an effective strategy to recruit low-income women to online nutrition education. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 45, n. 1, p. 69-76, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2012.06.006>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1499404612005040?via%3Dihub>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- LOHSE, Barbara; WAMBOLDT, Patricia. Purposive Facebook recruitment endows cost-effective nutrition education program evaluation. **JMIR Research Protocols**, Toronto, v. 2, n. 2, p. e27, 2013. DOI: <https://doi.org/10.2196/resprot.2713>. Disponível em: <https://www.researchprotocols.org/2013/2/e27/>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- MABE, Annalise G.; FORNEY, K. Jean; KEEL, Pamela K. Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. **International Journal of Eating Disorders**, Nova York, v. 47, n. 5, p. 516-523, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.22254>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/eat.22254>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MANTHIOU, Aikaterini; CHIANG, Lanlung; TANG, Liang Rebecca. Identifying and responding to customer needs on Facebook Fan Pages. **International Journal of Technology and Human Interaction**, [s. l.], v. 9, n. 3, p. 36-52, 2013. DOI: <https://doi.org/10.4018/jthi.2013070103>. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.4018/jthi.2013070103>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MARSHALL, Tara C.; LEFRINGHAUSEN, Katharina; FERENCZI, Nelli. The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. **Personality and Individual Differences**, [s. l.], v. 85, p. 35-40, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.04.039>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886915003025>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MASIC, Izet; SIVIC, Suad; TOROMANOVIC, Selim; *et al.* Social networks in improvement of health care. **Materia Socio Medica**, Sarajevo, v. 24, n. 1, p. 48-53, 2012. DOI: <https://doi.org/10.5455%2Fm.sm.2012.24.48-53>. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3732339/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MATTHEWS, June I. *et al.* Development and implementation of FRESH – a post-secondary nutrition education program incorporating population strategies, experiential learning and intersectoral partnerships. **Canadian Journal of Public Health**, Ottawa, v. 105, p. e306-e311, 2014. DOI: <https://doi.org/10.17269/cjph.105.4481>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.17269/cjph.105.4481>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MAXWELL, Cassie; RUTH, Kyle; FRIESEN, Carol. Sports nutrition knowledge, perceptions, resources, and advice given by certified CrossFit trainers. **Sports**, Basel, v. 5, n. 2, p. 1-9, 2017. DOI: <https://doi.org/10.3390%2Fsports5020021>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2075-4663/5/2/21>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MAYER, Ashley Bramlett; HARRISON, Judy A. Safe Eats: an evaluation of the use of social media for food safety education. **Journal of Food Protection**, Des Moines, v. 75, n. 8, 2012, p. 1453-1463. DOI: <https://doi.org/10.4315/0362-028X.11-551>. Disponível em: <https://meridian.allenpress.com/jfp/article/75/8/1453/173204/Safe-Eats-An-Evaluation-of-the-Use-of-Social-Media>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MEIER, Evelyn P.; GRAY, James. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. **Cyberpsychology, Behavior and Social Networking**, New Rochelle, v. 17, n. 4, 2014, p. 199-206. DOI: <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2013.0305>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MEITZ, Tino G. K. *et al.* Source does matter: contextual effects on online media-embedded health campaigns against childhood obesity. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 60, p. 565-574, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.067>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321630125X>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MEMAR, Soraya; ADLIPOUR, Samad; KHOSRAVI, Ezzatollah. Sociological analysis of the relation between the uses of virtual social networks and life style of the young (case study of Facebook and the young of Isfahan). **Mediterranean Journal of Social Sciences**, Roma, v. 4, n. 6, p. 469-480, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n6p469>. Disponível em: <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/328/344>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MHLANGA, Oswald; TICHAAWA, Tembi Maloney. Influence of social media on customer experiences in restaurants: a South African study. **Tourism: An International Interdisciplinary Journal**, [s. l.], v. 65, n. 1, p. 45-60, 2017. Disponível em: <https://hrcak.srce.hr/178622>. Acesso em: 02 nov. 2018.

MINTON, Elizabeth *et al.* Sustainable marketing and social media: a cross-country analysis of motives for sustainable behaviors. **Journal of Advertising**, [s. l.], v. 41, n. 4, p. 69-84, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1080/00913367.2012.10672458>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/260141898_SUSTAINABLE_MARKETING_AND_SOCIAL_MEDIA_A_Cross-Country_Analysis_of_Motives_for_Sustainable_Behaviors. Acesso em: 10 jul. 2022.

NORMAN, Cameron D. *et al.* Exploring the feasibility and potential of virtual panels for soliciting feedback on nutrition education materials: a proof-of-concept study. **JMIR Public Health and Surveillance**, Toronto, v. 2, n. 1, p. e18, 2016. DOI: <https://doi.org/10.2196/publichealth.5134>. Disponível em: <https://publichealth.jmir.org/2016/1/e18/>. Acesso em 10 jul. 2022.

OLIVA-GARZA, Dubelza *et al.* Diagnóstico de las tic's en las pymes de la ciudad de San Luis Potosí en el sector de alimentos y bebidas para la difusión de sus servicios, **Ra Ximhai**, El Fuerte, v. 13, n. 3, p. 383-391, 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6897489>. Acesso em: 10 jul. 2022.

OLIVEIRA, Leticia Langlois; HUTZ, Cláudio Simon. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 15, n. 3, p. 575-582, 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722010000300015>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/MGVrVGGrjn8VPDYyCqdmNLj/?lang=pt>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PARK, K. T. *et al.* Rationale for using social media to collect patient-reported outcomes in patients with celiac disease. **Journal of Gastrointestinal & Digestive System**, Sunnysvale, v. 4, n. 1, p. 1-2, 2014. DOI: <https://www.doi.org/10.4172/2161-069X.1000166>. Disponível em: <https://www.omicsonline.org/open-access/rationale-for-using-social-media-to-collect-patientreported-outcomes-in-patients-with-celiac-disease-2161-069X-4-166.php?aid=22934>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PATRICK, K. *et al.* Design and implementation of a randomized controlled social and mobile weight loss trial for young adults (project SMART). **Contemporary Clinical Trials**, Nova York, v. 37, n. 1, p. 10-18, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cct.2013.11.001>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1551714413001729>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PEREZ RODRIGO, Carmen; GIANZO CITORES, Marta. Alimentación 3.0: aspectos de interés en la práctica diaria. **Nutrición Hospitalaria**, Madrid, v. 35, n. 4, p. 85-95, 2018. DOI: <https://dx.doi.org/10.20960/nh.2132>. Disponível em: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0212-16112018000700016. Acesso em: 10 jul. 2022.

PINZON, Vanessa; NOGUEIRA, Fabiana Chamelet. Epidemiologia, curso e evolução dos Transtornos Alimentares. **Archives of Clinical Psychiatry**, São Paulo, v. 31, n. 4, p. 158-160, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-60832004000400004>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rpc/a/bQfKxKgKr4hDks7t5zkkqcz/?lang=pt>. Acesso em: 10 jul. 2022.

POWER, Julianne M.; BRAUN, Kathryn L.; BERSAMIN, Andrea. Exploring the potential for technology-based nutrition education among WIC recipients in remote Alaska native communities. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 49, n. 7, p. S186-S191.e1, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2016.11.003>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1499404616308855>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PRADO, Shirley Donizete; BOSI, Maria Lucia Magalhães; CARVALHO, Maria Claudia Veiga Soares de; *et al.* Alimentação e nutrição como campo científico autônomo no Brasil: conceitos, domínios e projetos políticos. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 24, n. 6, p. 927-937, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52732011000600013>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rn/a/xg7C7qjNQXkjQ7hft39qLRQ/?lang=pt>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PUCCIO, Francis *et al.* A revised examination of the dual pathway model for bulimic symptoms: The importance of social comparisons made on Facebook and sociotropy. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 65, p. 142-150, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.018>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216305830>. Acesso em: 10 jul. 2022.

RAGGATT, Michelle *et al.* "I aspire to look and feel healthy like the posts convey": engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. **BMC Public Health**, Londres, v. 18, n. 1002, p. 1-11, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5930-7>. Disponível em: <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-018-5930-7>. Acesso em: 10 jul. 2022.

REILLY, Anne H.; HYNAN, Katherine A. Corporate communication, sustainability, and social media: It's not easy (really) being green. **Business Horizons**, [s. l.], v. 57, n. 6, p. 747-758, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.008>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681314001177?via%3Dihub>. Acesso em: 10 jul. 2022.

ROBBINS, Lorraine B. *et al.* A school- and home-based intervention to improve adolescents' physical activity and healthy eating: a pilot study. **The Journal of School Nursing**, Thousand Oaks, v. 36, n. 2, p.121-134, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1059840518791290>. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30068245/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SAEZ, Laura *et al.* Reach and acceptability of a mobile reminder strategy and facebook group intervention for weight management in less advantaged adolescents: insights from the PRALIMAP-INÈS trial. **JMIR mHealth and uHealth**, Toronto, v. 6, n. 5, p. e110, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2196/mhealth.7657>. Disponível em: <https://mhealth.jmir.org/2018/5/e110>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SAFFRAN, Kristina *et al.* Facebook usage among those who have received treatment for an eating disorder in a group setting. **International Journal of Eating Disorders**, Hoboken, v. 49, n. 8, p. 764-777, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.22567>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/eat.22567>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SANDELOWSKI, Margarete; BARROSO, Julie. **Handbook for synthesizing qualitative research**. New York: Springer, 2007.

SAUNDERS, Jessica F.; EATON, Asia A. Snaps, selfies, and shares: how three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, [s. l.], v. 21, n. 6, p. 343-354, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/full/10.1089/cyber.2017.0713>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SHANI, Divyanshi *et al.* Training in dietary practices and physical activity to improve health among South Asian medical students. **Advances in Preventive Medicine**, Cairo, v. 2014, p. 1-5, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1155/2014/610180>. Disponível em: <https://www.hindawi.com/journals/apm/2014/610180/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SIDANI, Jaime E. *et al.* The association between social media use and eating concerns among US young adults. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, Nova York, v. 116, n. 9, p. 1465-1472, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.03.021>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212267216301101>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SMITH, April R.; HAMES, Jennifer L.; JOINER, Thomas E. Status update: maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. **Journal of Affective Disorders**, v. 149, n. 1-3, p. 235-240, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2013.01.032>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0165032713000876>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de. Integrative review: what is it? How to do it? **Einstein**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/s1679-45082010rw1134>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eins/a/ZQTBkVJZqcWrTT34cXLjtBx/?lang=en>. Acesso em: 10 jul. 2022.

STEPANIUK, Krzysztof. Visualization of expressing culinary experience in social network, memetic approach. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, [s. l.], v. 5, n. 3, p. 693-702, 2018. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.3\(21\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.3(21)). Disponível em: <https://jssidoi.org/jesi/article/177>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SWINDLE, Taren M. *et al.* Technology use and interest among low-income parents of young children: differences by age group and ethnicity. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 46, n. 6, p. 484-490, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2014.06.004>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404614005806>. Acesso em: 10 jul. 2022.

TOMAYKO, Emily J *et al.* Healthy children, strong families 2: A randomized controlled trial of a healthy lifestyle intervention for American Indian families designed using community-based approaches. **Clinical Trials**, Londres, v. 14, n. 2, p. 152-161, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/1740774516685699>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1740774516685699>. Acesso em: 10 jul. 2022.

TRONCONE, Alda; CASCELLA, Crescenzo; CHIANESE, Antonietta; *et al.* Using computerized text analysis to assess communication within an Italian type 1 diabetes Facebook group. **Health Psychology Open**, Londres, v. 2, n. 2, p. 1-9, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F2055102915615338>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2055102915615338>. Acesso em: 10 jul. 2022.

TURNER-MCGRIEVEY, Gabrielle M. *et al.* Low glycemic index vegan or low-calorie weight loss diets for women with polycystic ovary syndrome: a randomized controlled feasibility study. **Nutrition Research**, Tarrytown, v. 34, n. 6, p. 552-558, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.nutres.2014.04.011>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271531714000682>. Acesso em: 10 jul. 2022.

VAN HOOFF, Joris J.; BEKKERS, Jeroen; VAN VUUREN, Mark. Son, you're smoking on Facebook! College students' disclosures on social networking sites as indicators of real-life risk behaviors. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 34, p. 249-257, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.008>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563214000685>. Acesso em: 10 jul. 2022.

VANDEVIJVERE, Stefanie; AITKEN, Charlotte; SWINBURN, Boyd. Volume, nature and potential impact of advertisements on Facebook and YouTube by food brands popular in New Zealand. **The New Zealand Medical Journal**, Auckland, v. 131, n. 1473, p. 14-24, 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29649193/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

VILLIARD, Hope; MORENO, Megan A. Fitness on Facebook: advertisements generated in response to profile content. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, New Rochelle, v. 15, n. 10, p. 564-568, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0642>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2011.0642>. Acesso em: 10 jul. 2022.

VINJE, Kristine Hansen *et al.* Media audit reveals inappropriate promotion of products under the scope of the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes in South-East Asia. **Public Health Nutrition**, Oxford, v. 20, n. 8, p. 1333-1342, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1017/s1368980016003591>. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/public-health-nutrition/article/media-audit-reveals-inappropriate-promotion-of-products-under-the-scope-of-the-international-code-of-marketing-of-breastmilk-substitutes-in-southeast-asia/FE6A74B66D2F78273384083D41B83DC0>. Acesso em: 10 jul. 2022.

WALKER, Morgan *et al.* Facebook use and disordered eating in college-aged women. **Journal of Adolescent Health**, Nova York, v. 57, n. 2, p. 157-163, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016%2Fj.jadohealth.2015.04.026>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1054139X15002141>. Acesso em: 10 jul. 2022.

WARING, Molly E. *et al.* Feasibility and acceptability of delivering a postpartum weight loss intervention via Facebook: a pilot study. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Nova York, v. 50, n. 1, p. 70-74.e1, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2017.09.025>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404617309442>. Acesso em: 10 jul. 2022.

WEST, Delia Smith *et al.* A technology-mediated behavioral weight gain prevention intervention for college students: controlled, quasi-experimental study. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 18, n. 6, p. e133, 2016. DOI: <https://doi.org/10.2196/jmir.5474>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2016/6/e133/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

WU, Chih-Wen. Facebook users' intentions in risk communication and food-safety issues. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 68, n. 11, p. 2242-2247, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.005>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296315002337>. Acesso em: 10 jul. 2022.

YOUNG, William *et al.* Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behaviour change experiment by a UK retailer. **Resources, Conservation and Recycling**, [s. l.], v. 117, p. 195-203, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.10.016>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344916303160>. Acesso em: 10 jul. 2022.

YOUNG, William *et al.* Sustainable retailing – influencing consumer behaviour on food waste: sustainable retailing. **Business Strategy and the Environment**, [s. l.], v. 27, n. 1, p. 1-15, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.1966>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bse.1966>. Acesso em: 10 jul. 2022.