

crn3regiao



CRN3Regiao



CRN-3

2024



Nutrição Sem Estereótipos na promoção da saúde

Profa. Dra. Osvaldinete Lopes de Oliveira Silva
Docente UFMS
Conselheira CRN3 gestão 2023/2026



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

RESOLUÇÃO CFN Nº 382, DE 27 DE ABRIL DE 2006



Prometo que, ao exercer a profissão de nutricionista, o farei com dignidade e eficiência, valendo-me da ciência da nutrição, em benefício da saúde da pessoa, sem discriminação de qualquer natureza. Prometo, ainda, que serei fiel aos princípios da moral e da ética. Ao cumprir este juramento com dedicação, desejo ser merecedor dos louros que a profissão proporciona.



Código de
Ética e de Conduta
do Nutricionista

cfn
CONSELHO FEDERAL
DE NUTRICIONISTAS

Artigos 4, 5, 38 e 55 – PROMOÇÃO DA SAÚDE

Art. 38 É dever do nutricionista adequar condutas e práticas profissionais às necessidades dos indivíduos, coletividades e serviços visando à promoção da saúde, não cedendo a apelos de modismos, a pressões mercadológicas ou midiáticas e a interesses financeiros para si ou terceiros.

Princípio do benefício/não malefício: Agir no melhor interesse do paciente, buscando ativamente o benefício e a promoção da saúde, e evitar causar danos às pessoas.

Promover saúde na era digital



...e técnicas em saúde



Acesse o QR code
e responda às
questões

Qual das imagens mais representa uma mulher de negócios bem sucedida?



Qual das imagens representa o corpo mais bonito?



Qual das imagens melhor representa um nutricionista?

1



2



3



ESTEREÓTIPOS SÃO



um atalho cognitivo



padrões que a
sociedade constrói



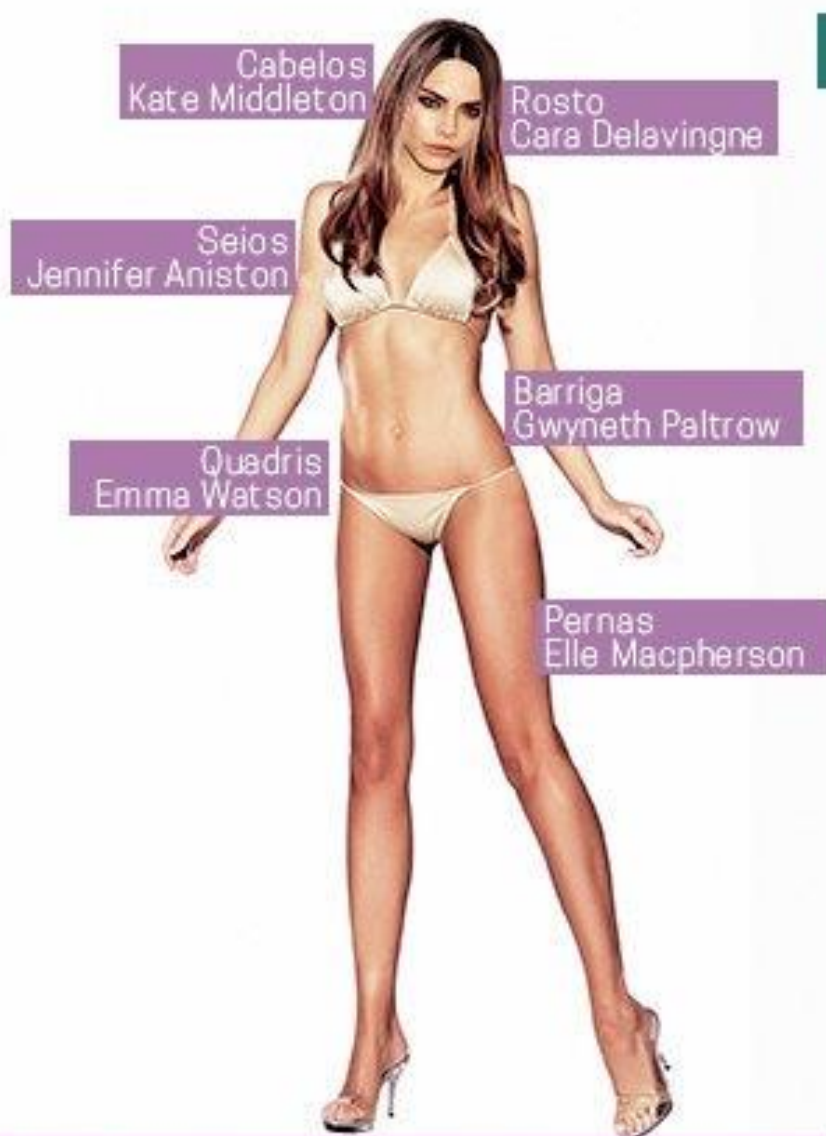
imagens fixas e
simplificadas

Estereótipos são criados e difundidos pelo **mercado**:

Os **interesses do consumidor do século XXI** não são exclusivamente inerentes à sua vontade, mas igualmente “criadas pela **promoção**, pelo **condicionamento**, pela **publicidade**, pela **persuasão cultural**” (Barber, 2003) , e pelos **estereótipos** (Sanchez, 2024)

Os estereótipos, **voltados exclusivamente para o consumo**, anunciam “um falso poder de consumo mesmo quando [o sujeito] renuncia ao seu verdadeiro poder de cidadão (Barber, 2009)

O mercado **não está preocupado com cidadãos**, pois cidadãos conhecem os seus direitos, têm repertório para lidar com escolhas; o **mercado cria consumidores** (Sanchez, 2024)



O corpo feminino perfeito, de acordo com as mulheres



O corpo feminino perfeito, de acordo com os homens



O corpo masculino perfeito, de acordo com as mulheres



O corpo masculino perfeito, de acordo com os homens

Qual o corpo perfeito? Padronização da beleza

Você sabe o que são

ESTEREÓTIPOS?



CRN₃ | CONSELHO REGIONAL
DE NUTRICIONISTAS
3ª REGIÃO • SP | MS

**NUTRIÇÃO
SEM
ESTEREÓTIPOS**

São padrões sociais que reproduzimos sem pensar, porque já fazem parte da nosso tecido social.

Estética da magreza

Fruto do avanço do mercado de cosméticos, indústria da beleza e da estética - **obsessão narcísica**, em todas as camadas sociais e idades (Lipovetsky; Serroy, 2015)



A **mídia pode ser a principal responsável pela propagação** de um indicador de **beleza hiperfísica, inatingível**, ao divulgar ideais de forma física que enfatizam a **extrema magreza** para mulheres (Laus, 2013).

Estética do liso: É uma pele tão lisa e brilhante que não existe no planeta Terra
(Byung-Chul Han, 2019)



CORPUS ALIENUM (Sanchez, 2018)

“...corpo-projeto que contrasta com o corpo da realidade, tomando-o como um objeto frágil e obsoleto pela gordura que carrega, pelo processo de envelhecimento e doenças que o castigam. O sujeito é convocado a viver na encruzilhada entre a excelência imposta pelas ferramentas midiáticas e a imperfeição da realidade”.



Beleza algorítmica

Ditadura do corpo perfeito

Exemplos de estereótipos (endosso de celebridades)



terra

degusta

PÁSCOA PARA CRIANÇAS ALIMENTAÇÃO COM SAÚDE

Emagrecimento saudável: veja 7 dicas da nutricionista de Bruna Marquezine

Descubra como perder peso de forma prática e sem erros

30 jan 2023 - 12h30 (atualizado às 17h18) [Compartilhar](#) [Ver comentários](#)

Ouvir texto 0:00

As narrativas midiáticas **não são inócuas** ao sujeito

“O bombardeamento de imagens reforça padrões de beleza magros, inalcançáveis a todos, que assim definidos **aprisionam e adoecem o público feminino**, extremamente afetado por **baixa autoestima** e percepção corporal distorcida, fatores esses que **predispõem transtornos alimentares**” (Lima 2021)

As narrativas midiáticas (publicidade, jornalismo, redes sociais, etc.) **não** são **inócuas** ao sujeito contemporâneo



Pesquisa aponta que mulheres têm melhora na autoestima ao fazer detox de redes sociais por uma semana

Estudo realizado com universitárias no Canadá constatou que se afastar de TikTok, Instagram e Facebook por uma semana pode melhorar percepção de autoimagem. Autoras reforçam necessidade de mais investigação

Por redação Marie Claire



Estereótipos são **perigosos**



Estereótipos da magreza extrema geram uma sociedade gordofóbica e lipofóbica (Sanches, 2024)

Estigma relacionado ao peso corporal
Preconceito
Bullying



Thiago Monteiro ✓
@nutrifofa

Não seja o responsável por criar traumas que podem durar a vida toda!



Fonte: <https://www.instagram.com/p/C6l9ZzMADfI/>

Justiça condena Globo por imposição de 'ditadura da magreza' a jornalista

A Justiça reconheceu ação de jornalista que acusou a empresa de impor padrões de beleza que envolvem gordofobia, etarismo e misoginia

"A jornalista, que trabalhou na casa durante 21 anos, queixou-se que, ao se aproximar dos 50 anos de idade, passou a receber críticas da chefia da área de figurino 'quanto a flacidez, ruga ou gordura fora do lugar'. Esse 'ambiente misógeno' a levou a 'apresentar variação de humor com agressividade, isolamento, irritação, ansiedade e depressão'.

“Desde a cor de esmalte até a vedação do uso de franjas, porque dariam um ‘visual frágil”



Leandra Leal (distorção de imagem)

“Uma pauta preocupante e abrangente na vida das pessoas – em especial para **meninas** e **mulheres**, que em algum momento da vida **se olharam, não se gostaram e se forçaram a mudar algo...**”

Tudo isso por **pressões estéticas externas** pensadas para nos fazer sentir mal (...)

“Olhando para trás, eu nunca comecei um trabalho sem alguém dizer que eu precisava perder alguns quilos. Ou mudar alguma coisa no meu corpo”,



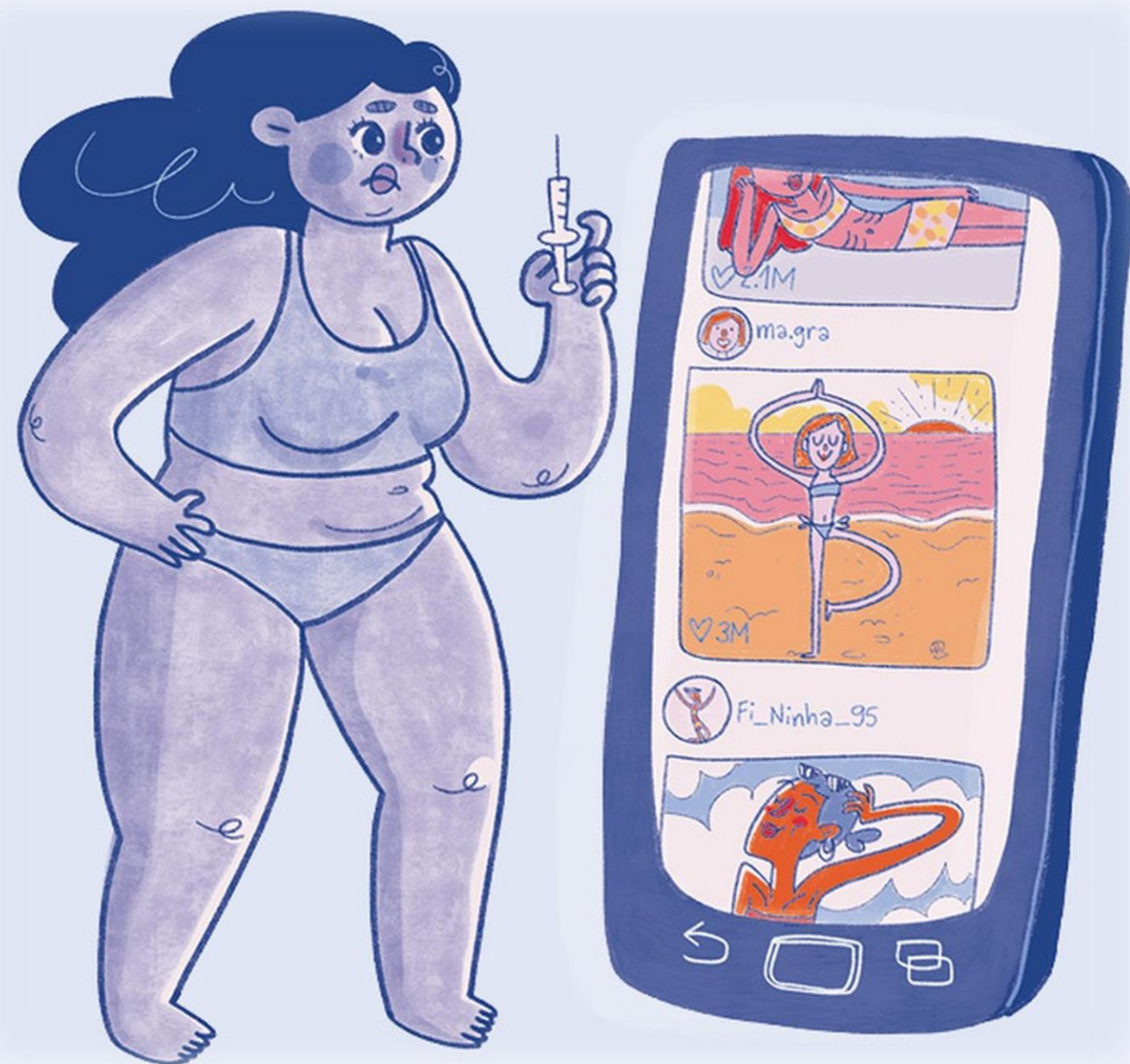


Foto: Helô D'Angelo

O estereótipo da magreza promove padrões estéticos inatingíveis e associa a magreza extrema a felicidade, sucesso, prestígio e status social, bem estar, solução dos conflitos

Dietas restritivas, excesso de EF, frustração, vergonha e autodesprezo, baixa autoestima, ansiedade, depressão, transtornos alimentares, afeta a relação consigo e com o alimento

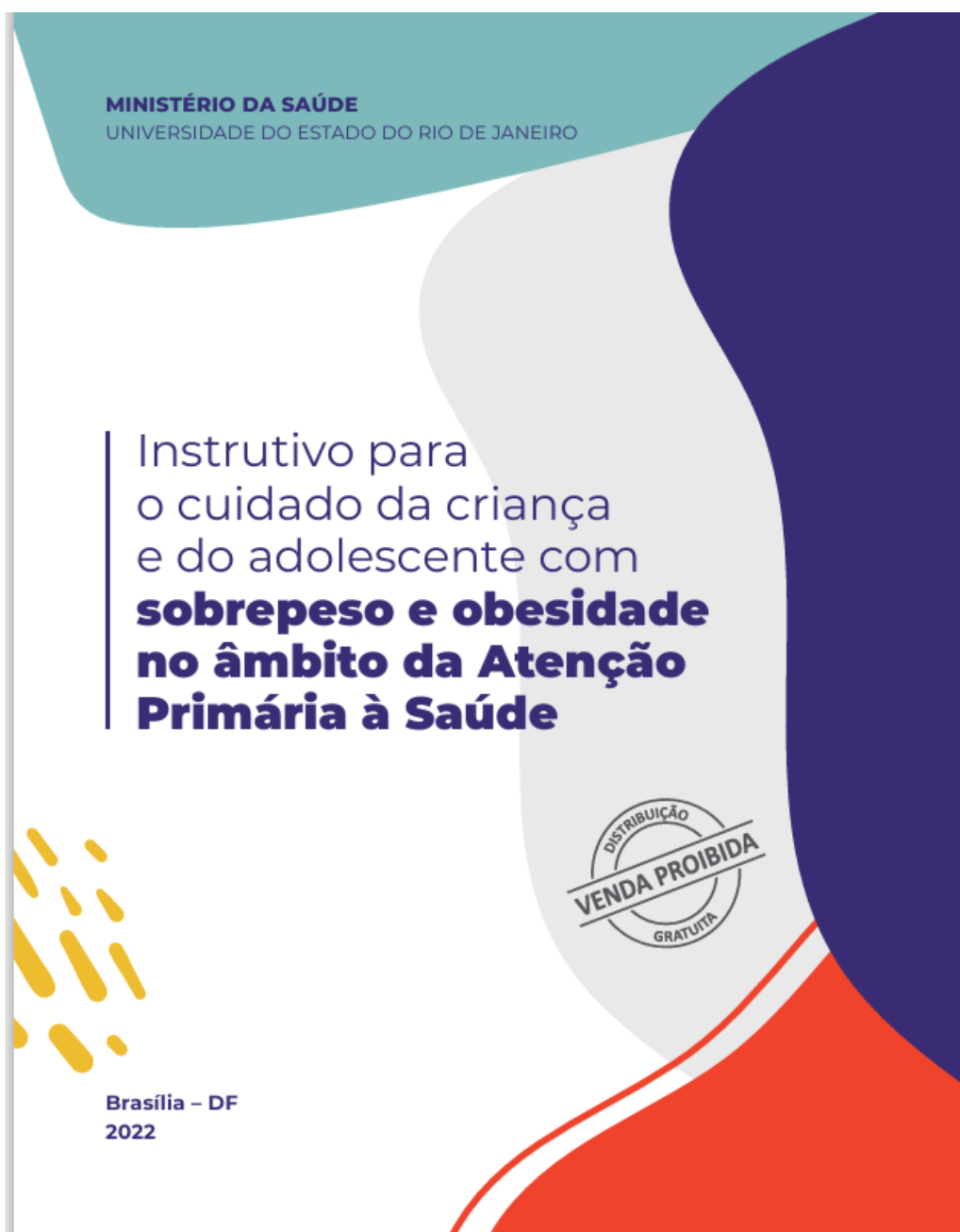


Redes sociais podem estar criando uma cultura tóxica de magreza e dieta em adolescentes

Estudos mostram que a hashtag #weightloss (perda de peso) é a mais procurada pelos usuários da rede social TikTok, que já é a mais utilizada por crianças e adolescentes.

“Imagem corporal ideal que o adolescente busca para si, está relacionada com os padrões de beleza ditados pela mídia e com estereótipos de perfeição física” (Ferriani, 2000)

Estereótipos da magreza e saúde mental de crianças e adolescentes



As pressões midiáticas e as influências maternas - maiores influências na constituição da autoimagem estética de adolescentes (Tilio, 2014).

É importante que o cuidado reforce a garantia de melhores condições de saúde e qualidade de vida e não na estética/aparência, para proteger a percepção da imagem corporal, autoestima e o comportamento alimentar futura das crianças – prevenção de transtornos alimentares e práticas de bullying e preconceito com pessoas com excesso de peso (Brasil, 2022).

Aparência corporal X competência profissional



O estereótipo social de magreza parece ser culturalmente entendido como um **atributo do profissional nutricionista**, um aspecto constitutivo de sua identidade.

Não corresponder a esse estereótipo parece ser um obstáculo para o nutricionista ser visto como competente (Lovato, 2020).

Construção de estereótipos

A **imagem** midiática

As **redes sociais** são um dos principais sistemas midiáticos capazes de criar estereótipos



A IMAGEM MIDIÁTICA



Ditadura do corpo magro

**“A imagem que
você posta fala **tão
alto**, que eu não
consigo ouvir o
que você diz”**

Prof. Elizeu C. Macedo



Nutricionista postar antes e depois

"Perda de peso rápida não colabora para a educação alimentar".

#SucessoComEtica



CRN₃



Quais estereótipos
estamos
reproduzindo?

Estigma do nutricionista emagrecedor

Exemplos de estereótipos (antes e depois)

ANTES



Reflexão DEPOIS



- ✓ Desenvolvimento de Hábitos Alimentares Saudáveis
- ✓ Relação saudável com a comida e conhecimento sobre nutrição
- ✓ Níveis mais baixos de colesterol LDL e triglicerídeos.
- ✓ Controle da Glicemia
- ✓ Aumento da Energia e Vitalidade
- ✓ Redução do Estresse e Melhora do Humor
- ✓ Melhora na Qualidade do Sono
- ✓ Menores níveis de estresse e melhorias no humor geral.
- ✓ Fortalecimento do Sistema Imunológico
- ✓ Aumento da resistência a infecções e doenças.
- ✓ Melhor função digestiva e funcionamento do intestino

Promover saúde e não estética

- ✓ Estimular a busca por um corpo saudável, não perfeito.
- ✓ Promover relação saudável com seu corpo, sua autoimagem, com o alimento e com a alimentação
- ✓ Evitar comparações de corpos – você é único!



Reconhecer, valorizar e respeitar as diferentes formas e tamanhos corporais

Emagrecer será resultado!

Contexto e justificativa

Aumento da **pressão social** em relação à imagem corporal

Prevalência do estereótipo de **beleza e corpo**

Aumento das **infrações éticas** relacionadas a exposição de imagens corporais de pacientes e do próprio profissional

Uso inadequado das redes sociais para divulgar a prestação de serviço de maneira **sensacionalista**






NUTRIÇÃO
SEM
ESTEREÓTIPOS

#menospadraomaisinclusao

Campanha **educativa** e de **conscientização** sobre o uso das redes sociais e mídia

Objetivos da #NSE

-  Fomentar uma cultura mais **inclusiva** e **saudável**, desafiando os estereótipos relacionados à **alimentação** e ao **corpo**
-  Reconhecer e celebrar a **diversidade** de **corpos** e **escolhas alimentares**
-  Conscientizar sobre como os estereótipos **impactam negativamente** a **autoestima** e a **saúde mental**, especialmente das mulheres

“...Profissional de saúde deve promover uma visão de saúde que vá além da perda de peso, focando em hábitos de vida saudáveis, equilíbrio emocional e bem-estar geral” **Ronan Araujo**

Vamos promover saúde quebrando
esses padrões juntos?



#menospadraomaisinclusao

Obrigada!



#menospadraomaisinclusao

Mais informações nas **redes sociais do CRN3**



Ame seu corpo como ele é.
A vida te fez mulher,
não uma barbie.



Referências

- Brasil. Ministério da Saúde. Instrutivo para o cuidado da criança e do adolescente com sobrepeso e obesidade no âmbito da Atenção Primária à Saúde [recurso eletrônico] / Ministério da Saúde, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. – Brasília : Ministério da Saúde, 2022
- Ferriani, MGC et al. A percepção de saúde para adolescentes obesos. Rev. Bras. Enferm. 53 (4) • Dez 2000 Disponível em: [SciELO - Brasil - A percepção de saúde para adolescentes obesos A percepção de saúde para adolescentes obesos](#)
- Guimarães, TJ. **Et al. mpacto de práticas parentais de peso e dieta na imagem corporal de adolescentes do sexo feminino. J. bras. psiquiatr. 69 (1) • Jan-Mar 2020. Disponível em: [SciELO - Brasil - Impacto de práticas parentais de peso e dieta na imagem corporal de adolescentes do sexo feminino Impacto de práticas parentais de peso e dieta na imagem corporal de adolescentes do sexo feminino](#)**
- Lovato, CS; Cruz A. Profissional nutricionista: sua percepção sobre as cobranças externas relacionadas à sua imagem corporal e estereótipos. Ideação. Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde. v. 22, nº1, 2020. e-ISSN: 1982-3010. Disponível em: [Vista do PROFISSIONAL NUTRICIONISTA: SUA PERCEPÇÃO SOBRE AS COBRANÇAS EXTERNAS RELACIONADAS À SUA IMAGEM CORPORAL E ESTEREÓTIPOS \(unioeste.br\)](#)
- Tílio, R. Padrões e estereótipos midiáticos na formação de ideais estéticos em adolescentes do sexo feminino. Revista Ártemis, Vol. XVIII nº 1; jul-dez, 2014. pp. 147-159. Disponível em: [Padrões e estereótipos midiáticos na formação de ideais estéticos em adolescentes do sexo feminino – ProQuest](#)
- **Sanhes, R. Discurso das novas dietas reforça padrões de beleza inalcançáveis. {Intenet}. Disponível em: [Discurso das novas dietas reforça padrões de beleza inalcançáveis – Jornal da USP](#). Acesso em 20/05/2024.**