

A contribuição das influenciadoras fitness sobre a construção da imagem pessoal e a busca dos hábitos saudáveis pelas mulheres: Revisão de literatura

The influence of fitness content creators on women's personal image formation and their pursuit of healthy lifestyle habits: A literature review

La influencia de los creadores de contenido de fitness en la formación de la imagen personal de las mujeres y su búsqueda de hábitos de vida saludables: Una revisión bibliográfica

Recebido: 08/12/2025 | Revisado: 16/12/2025 | Aceitado: 17/12/2025 | Publicado: 18/12/2025

Ágatha Farias Sá de Souza

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8477-0725>
Centro Universitário IBMR, Rio de Janeiro, Brasil
E-mail: oi.agathasa@gmail.com

Thiago Azevedo de Arruda

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2246-4992>
Centro Universitário IBMR, Rio de Janeiro, Brasil
E-mail: Thiago.arruda@ulife.com.br

Estêvão Rios Monteiro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1866-553X>
Centro Universitário IBMR, Rio de Janeiro, Brasil
E-mail: profestevamonteiro@gmail.com

Resumo

O estudo aborda a influência das redes sociais na construção da imagem corporal e hábitos saudáveis de mulheres, com foco especial no papel dos influenciadores digitais fitness. Discute-se como a mídia e os conteúdos online moldam percepções sobre dieta, exercícios e corpo, bem como a necessidade de educação crítica para o consumo de informações de saúde divulgadas nessas plataformas, contextualizando a relevância de entender essa influência diante do aumento do uso de redes sociais para busca de hábitos saudáveis e o potencial risco de internalização de padrões não baseados em evidências. Neste aspecto, o objetivo foi identificar a influência das influenciadoras fitness sobre a construção da imagem pessoal e a busca dos hábitos saudáveis pelas mulheres. Foi realizada uma revisão de literatura conforme com busca realizada em bases como PubMed®, SciELO e LILACS. Resultados: Identificaram-se cinco estudos relevantes (n=844 participantes). Os resultados apontam para um efeito significativo das redes sociais na prática alimentar, na autoimagem e na saúde mental, com maior prevalência de influenciadoras como fonte de dicas alimentares; surgem preocupações sobre credibilidade, falta de orientação profissional e necessidade de estratégias de educação digital em saúde. Em conclusão, a revisão reforça a importância de metodologias mais robustas, controles de confundidores e abordagens longitudinais para elucidar relações causais entre uso de redes sociais, padrões de beleza, bem-estar psicológico e saúde.

Palavras-chave: Autocuidado; Uso de Rede Social; Estilo de Vida Saudável.

Abstract

This study examines the influence of social media on women's body image formation and adoption of healthy habits, with particular emphasis on the role of fitness digital influencers. It discusses how media and online content shape perceptions of diet, exercise, and the body, as well as the need for critical literacy when consuming health information disseminated on these platforms. The study contextualizes the importance of understanding this influence given the increasing reliance on social networks for guidance on healthy behaviors and the potential risks of internalizing standards that are not evidence-based. In this context, the objective was to identify the influence of fitness influencers on women's personal image construction and their pursuit of healthy lifestyle habits. A literature review was conducted using databases such as PubMed®, SciELO, and LILACS. Five relevant studies were identified (n = 844 participants). The findings indicate a significant impact of social media on eating behaviors, self-image, and mental health, with a high prevalence of influencers serving as a primary source of dietary advice. Concerns emerge regarding credibility, lack of professional guidance, and the need for digital health education strategies. The review highlights the need for more robust methodologies, better control of confounding variables, and longitudinal

approaches to clarify causal relationships between social media use, beauty standards, psychological well-being, and health.

Keywords: Self-care; Use of Social Network; Health Lifestyle.

Resumen

Este estudio examina la influencia de las redes sociales en la formación de la imagen corporal de las mujeres y la adopción de hábitos saludables, con especial énfasis en el papel de los influencers digitales del fitness. Analiza cómo los medios y el contenido online moldean la percepción de la dieta, el ejercicio y el cuerpo, así como la necesidad de una alfabetización crítica al consumir información de salud difundida en estas plataformas. El estudio contextualiza la importancia de comprender esta influencia, dada la creciente dependencia de las redes sociales para obtener orientación sobre hábitos saludables y los riesgos potenciales de internalizar estándares que no se basan en la evidencia. En este contexto, el objetivo fue identificar la influencia de los influencers del fitness en la construcción de la imagen personal de las mujeres y su búsqueda de hábitos de vida saludables. Se realizó una revisión bibliográfica utilizando bases de datos como PubMed®, Scielo y LILACS. Se identificaron cinco estudios relevantes (n = 844 participantes). Los hallazgos indican un impacto significativo de las redes sociales en los hábitos alimentarios, la autoimagen y la salud mental, con una alta prevalencia de influencers que sirven como fuente principal de asesoramiento dietético. Surgen preocupaciones con respecto a la credibilidad, la falta de orientación profesional y la necesidad de estrategias de educación digital para la salud. La revisión destaca la necesidad de metodologías más sólidas, un mejor control de las variables de confusión y enfoques longitudinales para aclarar las relaciones causales entre el uso de las redes sociales, los estándares de belleza, el bienestar psicológico y la salud.

Palavras-chave: Autocuidado; Uso de Redes Sociales; Estilo de Vida Saudável.

1. Introdução

Nas últimas décadas, a busca por um estilo de vida mais saudável tem se intensificado, com foco no bem-estar e na longevidade, sendo a prática de atividade física e a adoção de uma alimentação equilibrada estratégias centrais para prevenção de doenças crônicas não-transmissíveis e modulação da composição corporal, especialmente em ambientes como academias, onde a redução de peso e o aumento de massa muscular se tornaram objetivos recorrentes (Fernandes Júnior *et al.*, 2017). Nesse cenário, a imagem corporal, entendida como a representação mental do próprio corpo e mediada por dimensões emocionais, comportamentais, físicas e sociais, reflete tanto a percepção individual quanto os processos de comparação social, podendo se modificar ao longo do tempo (Uliano & Silva, 2019).

As redes sociais ampliaram a circulação de ideais de beleza e desempenho, incentivando a busca por exercícios de musculação e resistência, bem como por produtos que prometem resultados rápidos, por vezes atrelados a expectativas estéticas irrealistas (Silva; Vargas; Lopes, 2017). Pais, amigos e, sobretudo, a mídia exercem forte influência sobre a imagem corporal, com destaque para jovens do sexo feminino, mais vulneráveis à insatisfação com o peso e ao medo da rejeição, intensificando o uso das plataformas digitais como fonte de informação e validação social (Lira *et al.*, 2017). Nesse contexto, influenciadores digitais emergem como figuras centrais do *marketing* de influência, ocupando um espaço de autoridade simbólica ao compartilhar estilos de vida, rotinas de treino, marcas, produtos e serviços, ancorados em relações de confiança que favorecem engajamento e consumo (Jezler, 2017; Casalóa; Flavián & Ibán, 2020; Barbosa, 2020).

As postagens desses influenciadores, ao exibirem corpos, *performances* e supostos benefícios de programas de treino ou produtos, direcionam escolhas de consumo, reforçam identidades e criam nichos específicos de pertencimento (Barbosa, 2020). A influência das plataformas digitais sobre a forma de vestir, de se movimentar e de organizar rotinas de exercício e alimentação torna as redes um espelho e, simultaneamente, um agente formador de comportamentos (Barbosa, 2020). O crescimento da indústria do fitness tem sido impulsionado, em parte, pelo aumento do interesse em saúde e bem-estar e pela atuação desses influenciadores na divulgação constante de conteúdos relacionados ao tema (Duplaga, 2020; Fonseca, 2023). Relatórios apontam o segmento de saúde e fitness como um dos mais relevantes no marketing de influência (Fonseca, 2023), e há evidências de que muitos influenciadores de fitness vêm gradualmente adotando uma postura mais responsável, priorizando conteúdos baseados em ciência e informações mais qualificadas (Lopes, 2024).

Entre os influenciadores de *fitness*, encontram-se tanto profissionais de saúde, como nutricionistas e treinadores pessoais, quanto indivíduos sem formação específica, que compartilham hábitos, receitas e rotinas de treino com grande alcance e poder de persuasão (Duarte, 2020). Esse cenário torna urgente discutir as vantagens e desvantagens da relação entre redes sociais, conceitos de beleza e promoção de hábitos saudáveis, especialmente quando tais referenciais não correspondem a critérios científicos ou não refletem necessariamente uma vida saudável. Os meios de comunicação podem tanto favorecer quanto prejudicar a prática de exercícios físicos e a adoção de estilos de vida saudáveis. Diante disso, emerge o seguinte questionamento: qual a influência da mídia sobre os hábitos saudáveis na vida da mulher?

Assim, o objetivo deste artigo foi revisar a contribuição das influenciadoras fitness na construção da imagem pessoal e na busca por hábitos saudáveis entre mulheres, bem como: (i) identificar e explicar aspectos do impacto das redes sociais na construção da subjetividade e na promoção da saúde de suas usuárias; (ii) estabelecer conexões entre comportamentos adotados e informações obtidas sobre saúde e bem-estar; (iii) examinar como a interatividade das plataformas sociais afeta o processo de subjetivação e as percepções corporais dessas mulheres; e (iv) relatar de que maneira as redes sociais influenciam a busca e/ou manutenção de hábitos saudáveis.

2. Metodologia

2.1 Tipo de estudo

O estudo em tela é uma pesquisa de cunho de revisão de literatura (Estrela, 2018). Realizou-se um estudo bibliográfico (Snyder, 2019) de natureza quantitativa em relação à quantidade de 5 (Cinco) artigos selecionados para compor o “corpus” da pesquisa e, de natureza qualitativa em relação às discussões sobre os artigos selecionados (Pereira *et al.*, 2018) e com uso de estatística descritiva simples com emprego de classes de dados por artigo e, valores de frequência absoluta em quantidades de participantes de cada estudo (Shitsuka *et al.*, 2014).

2.2 Seleção dos artigos

A busca foi feita na base de dados do PubMed®, Scielo e LILACS, sendo incluídos artigos publicados sem recorte temporal. Durante a pesquisa, descritores como “Social Media” OR “Social Media Use” OR “Online Social Media” AND “Healthy Lifestyle” OR “Healthy Habits” OR “Healthy Behavior” AND “Self-Care” OR “Self-Help” OR “Self-Management” AND “Women” OR “Girls” OR “Professional Woman” NOT “review” foram utilizados nos campos de busca das bases de dados.

Os estudos encontrados com essas palavras-chaves foram avaliados e selecionados de acordo com os seguintes critérios de inclusão: (1) estudos originais publicados sem recorte temporal; (2) estudos avaliando as mudanças nos hábitos de vida; (3) estudos publicados na língua inglesa e portuguesa. Foram descartados (1) estudos duplicados; (2) estudos de revisão bibliográfica; (3) estudos de modelos animais. Os resumos dos artigos foram lidos para que os preceitos elencados acima fossem aplicados. Selecionando assim, os artigos que se destinaram a ser lidos na íntegra.

Os títulos e resumos foram avaliados de acordo com os critérios de elegibilidade por dois pesquisadores independentes (AFSS e TAA). Os conflitos foram decididos por um terceiro revisor (ERM). Os pesquisadores não foram cegados para autores, instituições ou periódicos. Os resumos sem informações decisivas foram selecionados para inspeção de texto completo. Dois revisores (AFSS e ERM) extraíram os dados dos textos completos, usando um protocolo padronizado e previamente estruturado. Os dados coletados incluíram as características dos participantes (tamanho da amostra, idade e perfil da amostra) e protocolos de treinamento (desenho do estudo, resultados e considerações finais). Os dados extraídos por ambos os revisores foram comparados e as divergências foram decididas por ambos.

3. Resultados e Discussão

Dentre os 59 estudos recuperados na busca nas bases de dados, 5 foram selecionados para a presente revisão. Os detalhes das características dos 844 participantes e dos 5 estudos incluídos são apresentados nos Quadros 1 e 2.

Quadro 1 - Características dos participantes.

Estudos	Participantes (n = 844)	Idade (anos)	Perfil da Amostra
Esteves <i>et al.</i> (2022)	110	18-55	Uso de redes sociais
Dias <i>et al.</i> (2023)	74	18-60	Uso de redes sociais
Krupa-Kotara <i>et al.</i> (2023)	460	18-68	Uso de redes sociais
Leite (2023)	78	18-60	Uso de redes sociais
Mader <i>et al.</i> (2023)	122	12-61	Uso de redes sociais

N/A = não aplicável. Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Quadro 2 - Resumo e características dos estudos incluídos na revisão.

Estudos	Desenho dos Estudos	Resultados	Considerações Finais
Esteves <i>et al.</i> (2022)	Observacional, qualitativo de natureza descritiva.	44% das mulheres afirmam que sentem culpa ao comer, 74% consideram seu corpo inferior em relação ao dos influenciadores, e 77% já alteraram seus hábitos alimentares.	Esta pesquisa é fundamental para desafiar dados que não são garantidos por especialistas da saúde, como os nutricionistas, e reforçar a relevância do atendimento personalizado para promover a saúde da comunidade.
Dias <i>et al.</i> (2023)	Descriptivo de caráter transversal.	Do total de estudantes com risco de transtorno alimentar (TA) (24,3%), a maioria (13,5%) utilizava as redes sociais por <2h/dia, enquanto o restante (10,8%) utilizada por >2h/dia. Entretanto, do total de estudantes com IC (79,7%), a maioria (62,2%) utilizava as redes sociais por >2h/dia.	O risco de TA não parece estar associado ao maior tempo de uso das redes sociais nesta amostra, entretanto, a maioria das estudantes com IC utilizavam as redes sociais por mais tempo.
Krupa-Kotara, <i>et al.</i> (2023)	Estudo quanti-qualitativo, transversal e de caráter exploratório.	Associações sobre os potenciais impactos negativos do conhecimento fornecido pelas mídias sociais no desenvolvimento da imagem corporal e da autoestima foram mostradas. É interessante observar que mulheres vegetarianas sofrem menos pressão com a aparência. Isso pode ser devido ao fato de o vegetarianismo ser um estilo de vida atualmente promovido ativamente online.	É necessário educar sobre a conexão entre o uso e a internalização do conhecimento das mídias sociais e o desenvolvimento de uma autoestima e avaliação corporal saudáveis.
Leite (2023)	Estudo quanti-qualitativo, transversal e de caráter exploratório, de natureza básica.	74,4% apresentaram inclinação para a adoção de dicas casuais de alimentação, sem acompanhamento de um nutricionista.	As mídias digitais, incluindo redes sociais, estão associadas a alteração nos hábitos alimentares das pessoas.
Mader <i>et al.</i> (2023)	Estudo piloto	As análises mostraram que o uso desordenado de redes sociais estava significativamente relacionado a patologias alimentares e a uma imagem corporal mais desfavorável em homens e mulheres. A frequência de uso ativo ou passivo de redes sociais, no entanto, não estava associada ao comportamento de exercício.	O uso desordenado de sites de redes sociais representa um fator de risco para insatisfação com a imagem corporal e transtornos alimentares associados.

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

De acordo com a pesquisa realizada por Esteves *et al.* (2022), a maioria das participantes já alterou seus hábitos alimentares devido à influência que receberam. Um número considerável delas se sente inferior em relação aos seus corpos em comparação com os dos influenciadores. Muitas já tiveram contato com dicas ou dietas propostas por essas figuras, e 44,2% das mulheres entrevistadas se sentem culpadas ao consumir alimentos. Entre as orientações mencionadas estão “beber água com limão pela manhã ajuda a emagrecer”, “evitar carboidratos à noite para não ganhar peso”, “leite provoca inflamações”, “tomar chá diariamente auxilia na perda de peso”, “não comer frutas por causa da frutose”, e a promoção de dietas *Low Carb*. Com base na citação de Esteves *et al.* (2022), observa-se que a grande maioria das participantes já alterou seus hábitos alimentares devido à influência recebida e muitas delas se sentem inferiorizadas em relação aos seus corpos quando comparadas aos influenciadores.

O estudo conduzido por Leite (2023) teve como objetivo examinar dicas nutricionais voltadas a grupos que buscam emagrecimento, publicadas no Instagram, avaliando os produtos oferecidos para destacar seus aspectos nutricionais e, consequentemente, a credibilidade das propostas alimentares. Dentre os participantes que relataram buscar informações sobre alimentação em redes sociais, 74,4% mostraram interesse em seguir sugestões informais de dieta, sem o suporte de um nutricionista. Observa-se que o estudo de Leite (2023) destaca um fenômeno relevante: a propensão de indivíduos a considerar dicas de emagrecimento promovidas no Instagram sem suporte profissional. Contudo, para que as implicações sejam robustas e açãoáveis, seria essencial que a avaliação da credibilidade utilizasse critérios claros, que a análise considerasse impactos reais na saúde e comportamento, e que houvesse comparação com informações de fontes qualificadas. A partir disso, poderiam emergir recomendações mais precisas para educação nutricional digital, regulação de conteúdos e estratégias de engajamento responsável de influenciadores.

Na pesquisa realizada por Dias *et al.* (2023), foi observado que a alimentação está entre os conteúdos mais procurados nas redes sociais por parte dos participantes. No que diz respeito às principais influências que as jovens seguem, as influenciadoras são a primeira escolha quando se trata de dicas sobre alimentação, seguidas por nutricionistas. Além disso, reforçando o que foi indicado na pesquisa de Esteves *et al.* (2022), as participantes expressaram a crença de que a mídia exerce impacto significativo nas práticas alimentares das pessoas, e que as redes sociais afetam a tomada de decisões alimentares. A maior parte das alunas não apresentava riscos relacionados a Transtornos Alimentares (TA), mas mostrava insatisfação com sua imagem corporal. Cerca de 39,2% das jovens utilizavam as redes sociais por mais de 3 horas diariamente. Embora o maior tempo de uso das redes sociais não pareça estar associado ao risco de TA nesta amostra, muitas estudantes que se sentiam insatisfeitas com seus corpos passavam um tempo considerável nas plataformas sociais. Nota-se que Dias *et al.* (2023) ressaltam a predominância das redes sociais como fonte de informação sobre alimentação e a preponderância de influenciadoras nesse conteúdo, além da percepção de impacto da mídia nas práticas alimentares. Embora forneça insights valiosos sobre padrões de uso e insatisfação corporal, melhorias metodológicas são vitais para estabelecer relações causais, avaliar riscos de saúde com maior precisão e orientar intervenções educacionais e regulatórias de forma mais eficaz.

Corroborando, os achados da pesquisa realizada por Mader *et al.* (2023) validam a importância que as redes sociais têm na vida dos indivíduos, e o uso inadequado dessas plataformas é um elemento de risco para a descontentamento com a imagem corporal e os transtornos alimentares relacionados. Embora as taxas de prevalência para transtornos alimentares tenham sido similares entre os gêneros masculino e feminino, as mulheres apresentaram níveis mais elevados de restrição na alimentação, além de maiores preocupações com a dieta, peso e forma física. Os autores validam a relevância das redes sociais na vida das pessoas, destacando que o uso excessivo dessas plataformas pode ser um fator de risco para a insatisfação com a própria imagem corporal e Transtornos Alimentares associados. Embora as taxas de prevalência de Transtornos Alimentares

tenham sido quase idênticas entre os gêneros, as mulheres apresentaram escores mais elevados relacionados a restrição alimentar, preocupações com dieta, peso e aparência (Mader et al., 2023).

De maneira semelhante, a investigação realizada por Krupa-Kotara *et al.* (2023) mostra que o uso das redes sociais e a assimilação dos padrões de beleza promovidos nelas estão ligados de forma negativa à autoestima e à autoavaliação. No entanto, foram identificadas diferenças estatisticamente relevantes em aspectos como a pressão para internalizar esses padrões, a assimilação das informações pesquisadas e a frequência com que essas informações são acessadas, quando comparadas entre mulheres que seguem uma dieta vegetariana e aquelas que optam por uma alimentação tradicional. As mulheres vegetarianas mostraram menores intensidades desses fatores, possivelmente porque o vegetarianismo é uma escolha de vida que, atualmente, é promovida online como benéfica para a saúde e o meio ambiente, além de fomentar um senso de pertencimento a um grupo social, o que pode contribuir positivamente para a autoestima e a autoavaliação. Nesse sentido, Krupa-Kotara *et al.* (2023) contribui para a compreensão de como identidades alimentares podem influenciar a relação entre redes sociais, padrões de beleza e bem-estar psicológico. Contudo, para que as conclusões sejam robustas e acionáveis, seriam úteis maiores detalhes metodológicos, controles adequados de confundidores e abordagens longitudinais que possam esclarecer possíveis relações causais e mecanismos subjacentes.

Do ponto de vista neurofisiológico, a exposição crônica a conteúdos prescritivos e avaliativos sobre corpo, dieta e exercício em redes sociais pode funcionar como estressor psicossocial capaz de ativar de forma recorrente o eixo hipotálamo-hipófise-adrenal, especialmente em mulheres com elevada insatisfação corporal, nas quais já se observam concentrações de cortisol próximas ao limite superior da normalidade e maior vulnerabilidade a alterações metabólicas e de saúde mental (Malara, 2024; Piątkowska-Chmiel *et al.*, 2024; Peters & McEwen, 2015). Em paralelo, evidências de neuroimagem mostram que os circuitos de recompensa, envolvendo estriado ventral e regiões pré-frontais, são fortemente recrutados pela lógica dos “likes” e do *feedback* social positivo, reforçando comportamentos de checagem e engajamento digital por meio de mecanismos dopaminérgicos semelhantes aos observados em outros contextos de recompensa social (Meshi *et al.*, 2013; Sherman *et al.*, 2018; Dores *et al.*, 2025). Em indivíduos vulneráveis, esse acoplamento entre hiperativação de sistemas de estresse e reforço social on-line pode favorecer padrões de monitoramento corporal excessivo, restrição alimentar e uso de estratégias compensatórias, em linha com modelos neurobiológicos que implicam alterações em estruturas como ínsula, córtex pré-frontal e estriado na gênese e manutenção de comportamentos alimentares disfuncionais e transtornos alimentares (Frank *et al.*, 2019). Em conjunto, tais achados sugerem que o ambiente digital não atua apenas como modulador comportamental, mas também como contexto potencialmente modulador de eixos neuroendócrinos e circuitos de recompensa, o que reforça a necessidade de futuras investigações que incluam marcadores neurofisiológicos e desfechos de saúde mental na análise da influência de influenciadoras fitness sobre a imagem corporal e os hábitos alimentares de mulheres.

À luz desses achados, torna-se evidente que o cenário atual é marcado por uma combinação paradoxal entre alta exposição a conteúdos sobre saúde e alimentação e baixa qualificação epistemológica de parte expressiva do material consumido. Na literatura internacional, revisões de escopo sobre a comunicação em saúde de influenciadores digitais mostram um quadro heterogêneo, em que coexistem perfis com formação específica em áreas da saúde e outros sem qualquer credencial formal, frequentemente associados à disseminação de desinformação (Kaňková *et al.*, 2024). No contexto brasileiro, a análise conduzida por Marocolo *et al.* (2021) identificou que, embora cerca de três quartos dos principais perfis de exercício e saúde apresentem graduação ou atuação profissional em Ciências do Esporte, Nutrição, Medicina ou Fisioterapia, a qualidade técnico-científica das postagens é predominantemente baixa: apenas uma pequena fração cita artigos científicos e recorre a evidências robustas, favorecendo a circulação de informações imprecisas em larga escala. Diante desse cenário, iniciativas regulatórias mais restritivas, como as novas regras implementadas na China, que exigem a verificação de licenças médicas,

vínculo institucional e referência explícita às fontes antes da publicação de conteúdos de educação em saúde nas plataformas digitais (Wang, 2025), ilustram uma resposta estruturante ao vincular a produção de conteúdo à responsabilidade técnica e à rastreabilidade das evidências. Assim, os resultados do presente estudo reforçam a necessidade de articular educação midiática em saúde, critérios mínimos de qualidade para conteúdos divulgados por influenciadores, ainda que formalmente qualificados, e marcos regulatórios mais claros, de modo a mitigar o impacto de informações imprecisas sobre a imagem corporal, o comportamento alimentar e a busca por hábitos saudáveis entre mulheres.

4. Considerações Finais

Em síntese, os achados aqui apresentados evidenciam que a influência das redes sociais e, em especial, das influenciadoras digitais, exerce papel relevante na construção da imagem corporal, na adoção de práticas alimentares e na busca por hábitos considerados saudáveis entre mulheres, frequentemente tensionando a fronteira entre promoção de saúde e reforço de padrões estéticos normativos. A partir do diálogo com a literatura, observa-se que conteúdos supostamente voltados ao bem-estar podem favorecer sentimentos de culpa, insatisfação corporal e adoção de condutas potencialmente prejudiciais, sobretudo quando des ancorados de respaldo técnico-científico e supervisionados por profissionais habilitados. Nesse contexto, o presente estudo contribui ao evidenciar tanto a magnitude dessa influência quanto a urgência de estratégias integradas que envolvam educação crítica para o consumo de informações em saúde, fortalecimento do protagonismo de profissionais qualificados no ambiente digital e aprimoramentos regulatórios que responsabilizem a produção de conteúdo. Recomenda-se que futuras investigações adotem delineamentos longitudinais e abordagens mistas que permitam elucidar mecanismos causais e avaliar, de forma mais precisa, o impacto de diferentes tipos de exposição nas redes sociais sobre a imagem corporal, o comportamento alimentar e a adesão sustentável a estilos de vida saudáveis.

Referências

- Dias, C. R. V.; Lenquiste, S. A.; Rocha, L. M.; Gonzaga, L. A.; Gomes, R. L. (2023). Tempo de uso diário de redes sociais e risco de transtornos alimentares e de insatisfação corporal em universitárias. *Colloquium Vitae*, 15 (1), 101-110.
- Dores, A. R.; Almeida, I.; Barbosa, F. (2025). The effects of social feedback through the “Like” feature on brain activity: a systematic review. *Healthcare*, 13 (1), 89.
- Duarte, B. I. S. (2020). Influenciadores digitais fitness. Dissertação (Mestrado em Direção e Gestão Desportiva) – Escola de Ciências e Tecnologia, Universidade de Évora, Évora.
- Dupлага, M. (2020). The use of fitness influencers’ websites by young adult women: a cross sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (17), 3-19.
- Esteves, N. O.; Veras, R. de S.; Santos, A. C; de C. P. (2022). Redes sociais: o impacto de influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres. *Research, Society and Development*, 11 (8).
- Estrela, C. (2018). *Metodologia Científica: Ciência, Ensino, Pesquisa*. Editora Artes Médicas.
- Fernandes Júnior, P. L. et al. (2017). Uso de suplementos alimentares por frequentadores de academias em cidades do nordeste brasileiro: uma revisão de literatura. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Saúde, 2., 2017, Campina Grande. Anais. Campina Grande: Centro de Convenções Raimundo Asfora – Garden Hotel.
- Fonseca, I. (2023). O poder dos fitness influencers do Tiktok na adoção de um estilo de vida mais saudável da geração Z. Dissertação (Mestrado em Gestão de Marketing) – Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa, Departamento em Gestão de Marketing, Lisboa.
- Frank, G. K. W.; Shott, M. E.; DeGuzman, M. C. (2019). The neurobiology of eating disorders. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 28 (4), 629-640.
- Jezler, P. W. (2017). Os influenciadores digitais na sociedade de consumo: uma análise acerca da responsabilidade civil perante a publicidade ilícita. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- Kaňková, J.; Binder, A.; Matthes, J. (2024). Health-related communication of social media influencers: a scoping review. *Health Communication*, 40 (7), 1300-1313.

- Krupa-Kotara, K. *et al.* (2023). The role of social media in internalizing body knowledge – a cross-sectional study among women with different food preferences. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (3), 2069.
- Leite, P. A. (2023). A influência digital sobre os hábitos alimentares dos usuários das redes sociais. UniSales – Centro Universitário Salesiano.
- Lira, A.; Ganen, A. P.; Lodi, A. S.; Alvarenga, M. S. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *J Bras Psiquiatr*, 66 (3), 164-171.
- Lopes, M. A. (2024). O impacto das redes sociais e das marcas na percepção corporal e na saúde dos jovens. *Revista Académica de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, 1 (4), 1-9.
- Mader, L.; Müller, K. W.; Wölfling, K.; Beutel, M. E.; Scherer, L. (2023). Is (disordered) social networking sites usage a risk factor for dysfunctional eating and exercise behavior? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (4), 3484.
- Malara, M. (2024). Selected blood biochemical parameters and energy intake in physically active women and men in the context of body shape satisfaction or dissatisfaction. *Medical Research Journal*, 9 (2), 141-147.
- Marocolo, M.; Meireles, A.; de Souza, H. L. R.; Mota, G. R.; Oranchuk, D. J.; Arriel, R. A.; Leite, L. H. R. (2021). Is social media spreading misinformation on exercise and health in Brazil? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (22), 11914.
- Meshi, D.; Morawetz, C.; Heekeren, H. R. (2013). Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others predicts social media use. *Frontiers in Human Neuroscience*, 7, 439.
- Pereira, A. S. *et al.* (2018). *Metodologia da pesquisa científica*. [Free ebook]. Santa Maria. Editora da UFSM.
- Piątkowska-Chmiel, I. *et al.* (2024). The impact of chronic stress related to COVID-19 on eating behaviors and the risk of obesity in children and adolescents. *Nutrients*, 16 (1), 54.
- Peters, A.; McEwen, B. S. (2015). Stress habituation, body shape and cardiovascular mortality. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 56, 139-150.
- Sherman, L. E.; Greenfield, P. M.; Hernandez, L. M.; Dapretto, M. (2018). What the brain “Likes”: neural correlates of providing feedback on social media. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 13 (7), 699-707.
- Shitsuka, R. *et al.* (2014). *Matemática fundamental para tecnologia*. (2ed). Editora Érica.
- Silva, R. P. de Q. C.; Vargas, V. dos S.; Lopes, W. C. (2017). Consumo de suplementos alimentares por praticantes de atividade física em academias. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, 11 (65), 584-592.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, Elsevier. 104(C), 333-9.
- Uliano, K. W.; Silva, C. B. (2019). Comparação do nível de satisfação da imagem corporal em diferentes modalidades de treinamento neuromuscular. Monografia (Graduação em Educação Física) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis.
- Wang, X. (2025). China set to clean up online health content: new rules mandate verification, ban ads and crack down on misinformation. *China Daily*.