

**AVALIAÇÃO DO IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO
ALIMENTAR FEMININO****EVALUATION OF THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON FEMALE EATING
BEHAVIOR**

Julya Dalbem Siqueira¹

Mayara Freitas Monteiro²

RESUMO: As redes sociais exercem uma influência crescente nos comportamentos alimentares femininos, promovendo ideais de beleza e dietas restritivas que frequentemente resultam em insatisfação corporal e riscos à saúde. A exposição constante a padrões estéticos inatingíveis intensifica a pressão para atingir um corpo "perfeito", levando muitas mulheres a adotar comportamentos alimentares desordenados. Essas influências afetam a saúde física e mental, criando um ciclo de insatisfação diante da busca incessante por padrões irreais. O objetivo desse estudo foi avaliar o impacto das mídias sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas. Trata-se de um estudo transversal, com abordagem qualquantitativa, realizado com 155 mulheres de 20 a 59 anos. A coleta de dados ocorreu mediante divulgação nas redes sociais, onde as participantes preencheram questionários online na plataforma Google Forms. Os questionários EAI-2, EAT-26 e BSQ-34 avaliaram, respectivamente, a escala de alimentação intuitiva, as atitudes alimentares e o nível de insatisfação corporal. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário Salesiano, com participação mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Os dados quantitativos foram descritos em média, desvio padrão, mediana, máximo e mínimo; as variáveis qualitativas, por frequência absoluta e relativa. Os resultados evidenciaram influência significativa: 42,6% alteraram hábitos alimentares baseadas nas redes e 68,4% apresentaram sintomas de transtornos alimentares. Além disso, 47,1% compararam-se com figuras públicas e 45,8% relataram frustração com corpos idealizados. Esses dados sugerem que práticas como o comer intuitivo e a valorização da diversidade corporal são fundamentais para mitigar os efeitos negativos das redes sociais.

Palavras-chave: Redes sociais; Mulheres adultas; Comportamento alimentar.

ABSTRACT: Social media exert an increasing influence on female eating behaviors by promoting beauty ideals and restrictive diets that often result in body dissatisfaction and health risks. Constant exposure to unattainable aesthetic standards intensifies the pressure to achieve a "perfect" body, leading many women to adopt disordered eating behaviors. These influences negatively affect physical and mental health, creating a persistent cycle of dissatisfaction driven by the pursuit of unrealistic standards. This study aimed to evaluate the impact of social media on the eating behavior of adult women. A cross-sectional study with a mixed qualitative and quantitative approach was conducted with 155 women aged 20 to 59 years. Data collection occurred through

¹ Centro Universitário Salesiano - UniSales. Vitória/ES, Brasil. julya.siqueira@souunisales.com.br

² Centro Universitário Salesiano - UniSales. Vitória/ES, Brasil. mmonteiro@salesiano.br

dissemination on social media platforms, where participants completed online questionnaires using Google Forms. The Intuitive Eating Scale-2, the Eating Attitudes Test, and the Body Shape Questionnaire were applied to assess intuitive eating, eating attitudes, and levels of body dissatisfaction, respectively. The study was approved by the Research Ethics Committee of the Salesian University Center, and participation occurred after signing the Informed Consent Form. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, including mean, standard deviation, median, minimum, and maximum values, while qualitative variables were presented as absolute and relative frequencies. The results indicated a significant influence of social media on eating behavior. Changes in eating habits based on social media content were reported by 42.6% of participants, while 68.4% presented symptoms suggestive of eating disorders. Additionally, 47.1% reported comparing themselves with public figures, and 45.8% expressed frustration with idealized body images.

Keywords: Social media; Adult women; Eating behavior.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais são plataformas online que facilitam o relacionamento e o compartilhamento de conteúdo entre usuários em escala global, fomentando interações e promovendo a divulgação descentralizada de informações (Teixeira *et al.*, 2024). A influência das redes sociais está em constante crescimento, acompanhando o aumento do número de internautas e acessos às plataformas sociais. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), o acesso à internet no Brasil teve um aumento significativo em 2021, com o celular se tornando o principal dispositivo de acesso à internet em 99,5% dos domicílios conectados.

De acordo com dados do Google Trends (GT), muitas pessoas procuram por diferentes tipos de dietas na internet sem a orientação de um profissional de saúde. No ambiente virtual, há uma grande quantidade de informações sobre dietas, que são amplamente replicadas e consumidas pelos usuários, que assumem os riscos e as consequências dessas dietas, motivadas por tendências de moda e influências de influenciadoras digitais (Passos, 2020).

A pesquisa realizada por Oliveira, Orsi e Ribeiro (2019) evidencia a disseminação de informações sobre alimentação e nutrição em aplicativos de redes sociais por indivíduos não qualificados na área da saúde, denominados influenciadores, em que cada qual tem interesse em um tema específico e exerce influência sobre seu público nessa área. Este fenômeno é observado também nas "blogueiras fitness", que através de seus perfis nas redes sociais, influenciam as mulheres ao exibirem seus corpos esbeltos e compartilharem informações sobre dietas, exercícios físicos e até mesmo o uso de suplementos, muitas vezes sem a devida orientação nutricional (Soares *et al.*, 2022).

Além disso, a diversidade dos corpos femininos frequentemente é ignorada pelas mídias sociais, o que pode levar as mulheres a se sentirem insatisfeitas com seu peso, idealizando um padrão de corpo perfeito e contribuindo para a distorção da imagem corporal (Souza *et al.*, 2022). Tal idealização persistente, por vezes as impulsionam a adotar medidas extremas, como restrições alimentares, na incessante busca pelo corpo idealizado. No entanto, essas tentativas frequentemente resultam em frustrações diante de resultados insatisfatórios (Silva; Pires, 2019).

Os usuários das redes sociais são influenciados por diversos fatores, como a comparação social e a busca por validação online, que são elementos que exercem forte influência na forma como as pessoas enxergam tanto os alimentos quanto a sua própria aparência, muitas vezes gerando pressão e insatisfação corporal ao serem confrontadas com imagens idealizadas (Santos; Gonçalves, 2020).

Neste contexto, surge o conceito de comer intuitivo, proposto pelas nutricionistas americanas Evelyn Tribole e Elyse Resch. Trata-se de uma abordagem que busca capacitar os indivíduos a se tornarem especialistas de seus próprios corpos e a cultivarem uma relação saudável com a comida (Deram, 2021). O comer intuitivo é fundamentado em 10 princípios, como rejeitar a mentalidade de dieta, respeitar a fome, fazer as pazes com a comida, lidar com emoções sem recorrer à comida e honrar a saúde (Tribole; Resch, 2021). Essa abordagem holística não apenas promove a nutrição do corpo, mas também favorece uma relação mais equilibrada com a comida e a própria imagem (Linardon; Tylka; Fuller-Tyszkiewicz, 2021).

Os benefícios do comer intuitivo incluem a redução da preocupação com a imagem corporal, aumento da autoestima e melhoria do comportamento alimentar, além de contribuir para melhores resultados em saúde (Augustus-Horvath; Tylka, 2011; Linardon; Mitchell, 2017; Resende *et al.*, 2021; Jardim, 2020). Assim, o papel do nutricionista se torna crucial como facilitador das mudanças comportamentais necessárias para uma relação saudável com a alimentação. A abordagem comportamental, que considera as características individuais dos usuários, emerge como uma estratégia promissora para lidar com a influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar das mulheres (Pires *et al.*, 2022).

Assim, o propósito deste estudo foi avaliar o impacto das mídias sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas, bem como verificar o uso de estratégias que incorporem o comer intuitivo para promover uma relação mais equilibrada e saudável com a alimentação.

2. METODOLOGIA

2.1 DESENHO ESTUDO

A presente pesquisa é caracterizada como descritiva, de caráter transversal e abordagem qualquantitativa, com a coleta de dados realizada entre setembro e outubro de 2024. A amostra foi definida por conveniência, sendo que 155 mulheres aceitaram participar voluntariamente por meio das redes sociais. Todas foram informadas sobre o objetivo do estudo e as que aceitaram receberam um e-book que abordava temas essenciais sobre comportamento alimentar, alimentação consciente e intuitiva.

Foram estabelecidos como critério de inclusão neste estudo as seguintes características: mulheres adultas, com idade entre 20 a 59 anos e que utilizem mais de uma rede social. Aquelas que não atenderam a esses critérios foram excluídas da amostra. A coleta de dados ocorreu através da divulgação nas redes sociais, nas quais as participantes foram convidadas a preencher questionários online utilizando a plataforma Google Forms. Foram utilizados os questionários *Eating Attitudes Test* (EAT), *Body Shape Questionnaire* (BSQ) e *Intuitive Eating Scale* (EAI), especificamente EAT-26, BSQ-34 e EAI-2, para avaliar, respectivamente, a escala de alimentação intuitiva, as atitudes alimentares e o nível de insatisfação corporal das participantes.

O projeto foi apresentado ao Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário Salesiano e após aprovação as voluntárias foram orientadas sobre os objetivos do estudo. Aquelas que concordaram em assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido participaram do estudo.

2.2 COLETA DE DADOS

2.2.1 Aspectos Éticos

O estudo foi encaminhado ao Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário Salesiano para análise no dia 24/06/2024 e aprovado no dia 15/07/2024, CAAE de nº 80943624.1.0000.5068. Após aprovação, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido às participantes do estudo que aceitaram voluntariamente participar da pesquisa. As pesquisadoras comprometeram-se a manter o sigilo dos dados coletados, utilizando-os exclusivamente para fins científicos. As mulheres que participaram do estudo foram informadas sobre os procedimentos, possíveis desconfortos, riscos e benefícios do estudo antes de assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme determina a Resolução 196 e 466 do Conselho Nacional de Saúde de 2012 (Brasil, 2012).

2.2.2 Variáveis Sócio- Demográficas

No desenvolvimento deste estudo, foi empregado um questionário a partir do instrumento validado por Pepe e Castro (2018), conforme adaptado e utilizado por Soares *et al.* (2022). A primeira parte do questionário incluiu questões sociodemográficas, abordando nome, sexo, idade, raça/cor e escolaridade. Na segunda parte, os participantes foram apresentados a perguntas fechadas sobre a influência das redes sociais, sendo que as opções de resposta para essa segunda parte foram: nunca, raramente, às vezes, frequentemente e sempre.

2.2.3 Avaliação Antropométrica

Neste estudo, foram coletados dados autorreferidos de peso e altura das participantes, os quais foram utilizados para calcular o Índice de Massa Corporal (IMC), uma medida amplamente empregada para avaliar a relação entre peso e altura de um indivíduo. O IMC foi obtido pela fórmula padrão: $IMC = \text{peso} / (\text{altura})^2$, onde o peso é expresso em quilogramas (Kg) e a altura em metros (m). Com base nos cálculos do IMC, foi possível classificar o estado nutricional das participantes. De acordo com os valores obtidos, participantes com IMC inferior a 18,5 kg/m² foram classificadas como baixo peso, aquelas com IMC entre 18,5 kg/m² e 24,9 kg/m² foram classificadas como eutrofia, as com IMC entre 25,0 kg/m² e 29,9 kg/m² foram classificadas com sobrepeso, e aquelas com IMC superior a 30,0 kg/m² foram classificadas em obesidade.

2.2.4 Avaliação das Práticas de Comer Intuitivo

Foi utilizada a Intuitive Eating Scale-2 (EAI-2), composta por 23 itens, traduzida e validada para o português do Brasil por Da Silva *et al.* (2018). Essa escala com adequada validade e confiabilidade, auxilia pesquisadores na avaliação da tendência dos indivíduos alimentarem-se de acordo com as seguintes dimensões: Permissão incondicional para comer; Comer por razões físicas, em vez de emocionais; Confiança nas dicas de fome e saciedade; Congruência de corpo-comida. Os itens da IES-2 são classificados em uma escala de 5 pontos variando de 1 (discordo fortemente) a 5 (concordo fortemente). A pontuação total da escala IES-2 foi avaliada somando todos

os itens e dividindo por 23 para criar uma pontuação média; altos escores indicavam melhores níveis de comer intuitivo.

2.2.5 Avaliação Das Atitudes Alimentares

Para avaliar as atitudes alimentares e identificar possíveis sintomas de transtornos alimentares ou comportamentos alimentares disfuncionais, foi utilizado o Teste de Atitudes Alimentares, conhecido como EAT-26, traduzido de Garne e Garfinkel (1979) e validado para a língua portuguesa por Bighetti (2003). Esta é uma versão abreviada do teste original, composta por 26 questões, divididas em três escalas diferentes.

A primeira escala, chamada Escala da Dieta, inclui as questões de número 1, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 16, 17, 22, 23, 24 e 25. A segunda escala é a Escala de Bulimia e Preocupação com os Alimentos, composta pelas questões 3, 4, 9, 18, 21 e 26. Por fim, temos a Escala do Autocontrole Oral, que abrange as questões 2, 5, 8, 13, 15, 19 e 20. O escore é calculado somando-se as respostas de cada item. Três pontos são atribuídos para "sempre", dois pontos para "muitas vezes", um ponto para "frequentemente", e zero pontos para "poucas vezes", "quase nunca" e "nunca". O escore total pode variar de 0 a 78 pontos. Para esta versão do teste, foi estabelecido um ponto de corte de 21 pontos, de modo que valores iguais ou superiores a este valor indicam um risco potencial para o desenvolvimento de um transtorno alimentar.

2.2.6 Avaliação Da Insatisfação Corporal

Para avaliar a relação com a imagem corporal e o grau de insatisfação corporal do indivíduo, foi utilizado o questionário sobre a Satisfação com a Imagem Corporal, conhecido como Body Shape Questionnaire (BSQ-34), um teste psicométrico desenvolvido originalmente por Cooper *et al.* (1987). Esse questionário foi traduzido para o português por Cordás e Neves (1999) e validado para a população brasileira por Di Pietro e Silveira (2009). O teste consiste em 34 questões e a pontuação pode variar de 34 a 204 pontos. As respostas são categorizadas desde "Nunca" (um ponto) até "Sempre" (seis pontos), e a pontuação total é calculada através da soma das respostas.

Os resultados do BSQ-34 podem ser interpretados da seguinte maneira: pontuação de 0 a 80 pontos indica ausência de preocupação com a imagem corporal; entre 81 e 110 pontos reflete uma leve preocupação com a imagem corporal; entre 111 e 140 pontos mostram uma preocupação moderada com a imagem corporal; enquanto que pontuações entre 141 e 204 pontos indicam preocupação grave com a imagem corporal.

2.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA

A análise realizada neste trabalho consiste na exploração dos dados utilizando estatística descritiva (distribuição de frequências) e inferencial (teste não paramétrico qui-quadrado). Nas Tabelas 1 a 3, foram utilizadas variáveis simples e descrições de dados. Na Tabela 4, as variáveis numéricas foram apresentadas por média e desvio padrão. Já nas Tabelas 5 a 9, aplicou-se o teste não paramétrico qui-quadrado para verificar possíveis associações entre as variáveis sob estudo. O nível de significância adotado foi de 5%, deste modo, valor-p menor que 0,05 indica a existência de uma

associação entre as variáveis. A análise dos dados foi realizada com o auxílio dos programas computacionais SPSS 23.0 for Windows e Excel 2010.

3 RESULTADOS

Participaram do estudo 155 mulheres adultas, com idade média de $36,6 \pm 11,2$ anos, sendo a idade mínima de 20 e a máxima de 59 anos. A distribuição sociodemográfica das participantes (Tabela 1) revelou que a maior parte delas 38,1% (n= 59) se encontrava na faixa etária de 20 a 29 anos. Em relação à renda familiar, 52,9% (n= 82) relataram renda entre 1 a 3 salários mínimos e 28,4% (n= 44) informaram renda de mais de 3 salários mínimos. Quanto à cor ou raça, 64,5% (n= 100) se identificaram como brancas, 22,6% (n= 35) como pardas e 12,9% (n= 20) como negras. Em relação à escolaridade, 44,5% (n= 69) completaram o ensino superior, 33,5% (n= 52) tinham o ensino médio completo e 22% (n= 34) relataram possuir ensino fundamental completo.

O Índice de Massa Corporal (IMC) das participantes mostrou que 50,3% (n= 78) estavam eutróficas e 23,9% (n= 37) estavam acima do peso, sendo 16,1% (n= 25) com sobrepeso e 9,7% (n= 15) com obesidade.

Tabela 1 – Caracterização sociodemográfica e estado nutricional de mulheres com idade entre 20 a 59 anos

Variáveis	Número de mulheres	%
Idade		
20 a 25 anos	56	36,1
26 a 30 anos	22	14,2
31 a 35 anos	19	12,3
36 a 40 anos	15	9,7
41 a 45 anos	15	9,7
46 a 50 anos	12	7,7
51 a 55 anos	6	3,9
55 a 59 anos	10	6,5
Raça/cor		
Branco	62	40,0
Preto	34	21,9
Pardo	45	29,0
Amarelo	14	9,0
Escolaridade		
Fundamental Incompleto	3	1,9
Fundamental Completo	2	1,3
Ensino Médio Incompleto	7	4,5
Ensino Médio Completo	37	23,9
Ensino Superior Incompleto	62	40,0
Ensino Superior Completo	44	28,4
Renda Familiar		
Até 02 salários mínimos	73	47,1
De 03 até 05 salários mínimos	51	32,9
Mais de 05 salários mínimos	27	17,4
Nenhuma	4	2,6
Estado Nutricional		
Baixo peso	2	1,3
Eutrófico	79	51,0
Sobrepeso	52	33,5
Obesidade	22	14,2

Fonte: elaboração própria (2024)

A análise do impacto das redes sociais nas escolhas alimentares (Tabela 2) revelou que 47,7% (n= 74) das participantes afirmaram que às vezes reproduzem receitas de perfis fitness. Em relação à alteração no comportamento alimentar com base nas informações vistas nas redes sociais, 42,6% (n= 66) relataram que essas mudanças acontecem frequentemente.

Sobre a verificação da fonte das informações nutricionais que encontram online, 60% (n= 93) das mulheres raramente conferem a origem dos dados. Quanto à comparação corporal com figuras públicas, 47,1% (n= 73) disseram que isso acontece sempre. A influência negativa das figuras públicas no comportamento alimentar foi relatada por 48,4% (n= 75), que afirmaram ser frequentemente afetadas pela exposição a esses padrões estéticos. Além disso, 45,8% (n= 71) relataram se sentir sempre frustradas após se exporem a conteúdos de corpos idealizados nas redes sociais. Em relação ao tempo gasto nas redes, 65,8% (n= 102) afirmaram passar mais de uma hora por dia conectadas.

Tabela 2 – Análise do impacto das redes sociais nas escolhas alimentares das mulheres entre 20 e 59 anos participantes

Redes Sociais	Nunca n (%)	Raramente n (%)	Às vezes n %	Frequentemente n %	Sempre n %
Você costuma reproduzir receitas que viu nas redes sociais de perfis com temática fitness?	13 (8,4)	43 (27,7)	74 (47,7)	21 (13,5)	4 (2,6)
Você já alterou algum comportamento alimentar devido a alguma informação que viu nas redes sociais?	12 (7,7)	15 (9,7)	56 (36,1)	66 (42,6)	6 (3,9)
Você verifica a fonte das informações relacionadas à nutrição que você vê nas redes sociais?	24 (15,5)	93 (60)	17 (11)	9 (5,8)	12 (7,7)
Você costuma comparar seu físico com o físico de figuras públicas das redes sociais?	16 (10,3)	13 (8,4)	22 (14,2)	31 (20)	73 (47,1)
Você acha que figuras públicas das redes sociais já te influenciaram de forma negativa no seu comportamento alimentar?	27 (17,4)	19 (12,3)	19 (12,3)	75 (48,4)	15 (9,7)
Você já se sentiu frustrado após longos períodos visualizando fotos ou vídeos nas redes sociais de indivíduos adequados aos padrões de beleza atuais?	21 (13,5)	10 (6,5)	19 (12,3)	34 (21,9)	71 (45,8)
Você costuma passar mais de uma hora por dia navegando nas redes sociais?	2 (1,3)	6 (3,9)	13 (8,4)	32 (20,6)	102 (65,8)

Fonte: elaboração própria (2024)

Ao analisar os resultados obtidos pelo teste EAT-26 (Tabela 3), confirmou-se que 68,4% (n=106) das participantes obtiveram diagnóstico positivo para sintomas de transtornos alimentares. Os resultados do BSQ, teste que avalia a satisfação com a imagem corporal, mostraram que 23,2% (n=36) estavam com ausência de preocupação com a imagem corporal, 10,3% (n=16) das mulheres estavam levemente preocupadas, 20,6% (n=32) relataram estar moderadamente preocupadas e 45,8% (n=71) demonstraram estar extremamente preocupadas.

Tabela 3 – Classificação dos testes EAT-26 e BSQ em mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	Número de mulheres	%
EAT		
Positivo	106	68,4
Negativo	49	31,6
BSQ		
Ausência de preocupação	36	23,2
Leve preocupação	16	10,3
Preocupação moderada	32	20,6
Preocupação grave	71	45,8

Fonte: elaboração própria (2024)

Os resultados obtidos por meio da Intuitive Eating Scale (EAI) indicaram que o grupo apresentou uma média de 3,21, com um valor mínimo de 2,39 e um máximo de 3,91 (Tabela 4). A mediana foi de 3,26, e o desvio padrão registrado foi de 0,24, demonstrando uma baixa dispersão dos dados.

Tabela 4 – Avaliação do comportamento alimentar intuitivo segundo a *Intuitive Eating Scale* (EAI) em mulheres de 20 a 59 anos

EAI	Resultado
Mínimo	2,39
Média	3,21
Mediana	3,26
Máximo	3,91
Desvio padrão	0,24
Coeficiente de Variação	7,41%

Fonte: elaboração própria (2024)

O coeficiente de variação foi de 7,41%, o que indica uma baixa variabilidade entre os participantes, sugerindo que o grupo é relativamente homogêneo em relação à tendência de alimentação intuitiva. Escores mais altos refletem melhores níveis de comportamento alimentar intuitivo, sugerindo que o grupo estudado possui uma percepção relativamente uniforme sobre suas práticas alimentares.

Tabela 5 – Associação entre o Teste de Atitudes Alimentares (EAT) e o estado nutricional de mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	EAT		
	Positivo	Negativo	TOTAL
Estado Nutricional			
Baixo Peso	1 (50%)	1 (50%)	2 (100%)
Eutrofia	52 (65,8%)	27 (34,2%)	79 (100%)
Sobrepeso	39 (75%)	13 (25%)	52 (100%)
Obesidade	14 (63,6%)	8 (36,4%)	22 (100%)
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)

Fonte: elaboração própria (2024)

A Tabela 5 demonstra a relação entre o estado nutricional e as atitudes alimentares (EAT) em mulheres de 20 a 59 anos, destacando maior prevalência de possíveis sintomas de transtornos alimentares no grupo de mulheres eutróficas, visto que dentre elas 65,8% (n=52) apresentou sintomas de atitudes alimentares disfuncionais, enquanto 34,2% (n=27) não apresentaram essas atitudes, conforme a classificação do EAT.

É importante notar que, apesar de também haver resultados positivos em todos os grupos analisados, o grupo eutrófico se destaca por representar a maior parte das mulheres com possíveis sintomas de transtornos alimentares. Esses resultados sugerem que não há uma relação direta entre o estado nutricional e a presença de sintomas de transtornos alimentares. O valor do teste qui-quadrado (2,244) e o valor-p (0,494), indicam ausência de significância estatística.

Tabela 6 – Associação entre estado nutricional e a preocupação com a imagem corporal (BSQ) em mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	BSQ				TOTAL
	Ausência de preocupação	Leve Preocupação	Preocupação Moderada	Preocupação Grave	
Estado Nutricional					
Baixo Peso	1 (50%)	0 (0,0%)	1 (50%)	0 (0,0%)	2 (100%)
Eutrofia	24 (30,4%)	6 (7,6%)	13 (16,5%)	36 (45,6%)	79 (100%)
Sobrepeso	11 (21,2%)	5 (9,6%)	12 (23,1%)	24 (46,2%)	52 (100%)
Obesidade	0 (0,0%)	5 (22,7%)	6 (27,3%)	11 (50%)	22 (100%)
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)

Fonte: elaboração própria (2024)

A Tabela 6 apresenta a relação entre o estado nutricional e os níveis de preocupação com a imagem corporal, de acordo com os resultados do Body Shape Questionnaire (BSQ). Observa-se que a maioria das mulheres com eutrofia, 45,6% (n=36), relatou

ter uma preocupação grave com a imagem corporal, enquanto 30,4% (n=24) não apresentaram preocupação com a imagem.

Para as mulheres com sobrepeso, 46,2% (n=24) apresentaram preocupação grave com a imagem corporal. Em relação às mulheres com obesidade, 22,7% (n=5) relataram uma leve preocupação, 27,3% (n=6) demonstraram preocupação moderada e 50% (n=11) apresentaram uma preocupação grave com a imagem corporal. Esses dados mostram que, conforme o IMC aumenta, a gravidade da preocupação com a imagem corporal também tende a crescer.

A análise estatística revelou valor-p de 0,023, indicando uma associação estatisticamente significativa entre o estado nutricional e os níveis de preocupação com a imagem corporal.

Tabela 7 – Análise da relação entre a influência das redes sociais e o estado nutricional em mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	Já alterou algum comportamento alimentar devido a alguma informação que viu nas redes sociais					TOTAL
	Sempre	Frequentemente	Às vezes	Raramente	Nunca	
IMC						
Baixo Peso	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (50%)	1 (50%)	0 (0,0%)	2 (100%)
Eutrofia	2 (2,5%)	39 (49,4%)	30 (38%)	3 (3,8%)	5 (6,3%)	79 (100%)
Sobrepeso	3 (5,8%)	20 (38,5%)	15 (28,8%)	11 (21,2%)	3 (5,8%)	52 (100%)
Obesidade	1 (4,5%)	7 (31,8%)	10 (45,5%)	0 (0,0%)	4 (18,2%)	22 (100%)
Total	6 (3,9%)	66 (42,6%)	56 (36,1%)	15 (9,7%)	12 (7,7%)	155 (100%)

Fonte: elaboração própria (2024)

A Tabela 7 apresenta a relação entre a influência das redes sociais e as alterações nos comportamentos alimentares de mulheres com diferentes classificações do Índice de Massa Corporal (IMC).

Para o grupo de mulheres eutróficas, 49,4% (n=39) indicaram que alteraram suas práticas alimentares "Frequentemente", enquanto 38% (n=30) relataram mudanças "Às vezes". No caso das participantes com sobrepeso, 38,5% (n=20) relataram ter mudado suas práticas alimentares "Frequentemente". Por outro lado, no grupo classificado com obesidade, 31,8% (n=7) das mulheres indicaram ter alterado suas práticas alimentares "Frequentemente", e 45,5% (n=10) relataram mudanças "Às vezes".

O teste Exato de Fisher resultou em um valor de 23,143, com um valor-p de 0,010, indicando uma associação estatisticamente significativa entre o estado nutricional e as alterações nos comportamentos alimentares. Essa relação sugere que, conforme o IMC aumenta, há uma tendência crescente de mudanças nos hábitos alimentares motivadas pelas informações recebidas nas redes sociais.

Foram realizadas análises estatísticas entre a classificação do Índice de Massa Corporal (IMC) e as variáveis: o hábito de reproduzir receitas vistas nas redes sociais de perfis com temática fitness (valor de $p = 0,417$), a prática de verificar a fonte das informações relacionadas à nutrição vistas nas redes sociais (valor de $p = 0,557$), a comparação do próprio físico com o de figuras públicas nas redes sociais (valor de $p = 0,100$), a percepção de que figuras públicas já influenciaram negativamente o

comportamento alimentar (valor de $p = 0,219$), o sentimento de frustração após longos períodos visualizando fotos ou vídeos de indivíduos adequados aos padrões de beleza atuais (valor de $p = 0,387$) e o tempo gasto navegando nas redes sociais (valor de $p = 0,890$). Os resultados indicaram que essas variáveis são independentes do IMC, ou seja, não apresentaram uma associação estatisticamente significativa.

Tabela 8 – Associação entre a influência das redes sociais no comportamento alimentar e a classificação do EAT em mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	EAT			p
	Positivo	Negativo	TOTAL	
Costuma reproduzir receitas que viu nas redes sociais de perfis com temática fitness				
Sempre	3 (75,0%)	1 (25,0%)	4 (100%)	
Frequentemente	16 (76,2%)	5 (23,8%)	21 (100%)	
Às vezes	59 (79,7%)	15 (20,3%)	74 (100%)	0,0001
Raramente	26 (60,5%)	17 (39,5%)	43 (100%)	
Nunca	2 (15,4%)	11 (84,6%)	13 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Já alterou algum comportamento alimentar devido a alguma informação que viu nas redes sociais				
Sempre	6 (100%)	0 (0,0%)	6 (100%)	
Frequentemente	61 (92,4%)	5 (7,6%)	66 (100%)	
Às vezes	29 (51,8%)	27 (48,2%)	56 (100%)	< 0,001
Raramente	6 (40,0%)	9 (60,0%)	15 (100%)	
Nunca	4 (33,3%)	8 (66,7%)	12 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Verifica a fonte das informações relacionadas à nutrição que você vê nas redes sociais				
Sempre	4 (33,3%)	8 (66,7%)	12 (100%)	
Frequentemente	5 (55,6%)	4 (44,4%)	9 (100%)	
Às vezes	12 (70,6%)	5 (29,4%)	17 (100%)	0,0002
Raramente	75 (80,6%)	18 (19,4%)	93 (100%)	
Nunca	10 (41,7%)	14 (58,3%)	24 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Costuma comparar seu físico com o físico de figuras públicas das redes sociais				
Sempre	70 (95,9%)	3 (4,1%)	73 (100%)	
Frequentemente	23 (74,2%)	8 (25,8%)	31 (100%)	
Às vezes	8 (36,4%)	14 (63,6%)	22 (100%)	< 0,001
Raramente	2 (15,4%)	11 (84,6%)	93 (100%)	
Nunca	3 (18,8%)	13 (81,3%)	16 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Acha que figuras públicas das redes sociais já te influenciaram de forma negativa no seu comportamento alimentar				
Sempre	12 (80,0%)	3 (20,0%)	15 (100%)	

Variáveis	EAT			<i>p</i>
	Positivo	Negativo	TOTAL	
Frequentemente	74 (98,7%)	1 (1,3%)	75 (100%)	
Às vezes	8 (42,1%)	11 (57,9%)	19 (100%)	< 0,001
Raramente	6 (31,6%)	13 (68,4%)	19 (100%)	
Nunca	6 (22,2%)	21 (77,8%)	27 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Já se sentiu frustrado após longos períodos visualizando fotos ou vídeos nas redes sociais de indivíduos adequados aos padrões de beleza atuais				
Sempre	69 (97,2%)	2 (2,8%)	71 (100%)	
Frequentemente	23 (67,6%)	11 (32,4%)	34 (100%)	
Às vezes	5 (26,3%)	14 (73,7%)	19 (100%)	< 0,001
Raramente	5 (50,0%)	5 (50,0%)	10 (100%)	
Nunca	4 (19,0%)	17 (81,0%)	21 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	
Costuma passar mais de uma hora por dia navegando nas redes sociais				
Sempre	77 (75,5%)	25 (24,5%)	102 (100%)	
Frequentemente	20 (62,5%)	12 (37,5%)	32 (100%)	
Às vezes	7 (53,8%)	6 (46,2%)	13 (100%)	0,011
Raramente	1 (16,7%)	5 (83,3%)	6 (100%)	
Nunca	1 (50,0%)	1 (50,0%)	2 (100%)	
Total	106 (68,4%)	49 (31,6%)	155 (100%)	

Fonte: elaboração própria (2024)

Legenda: *p* - resultado obtido a partir do teste *Exato de Fisher*

A Tabela 8 explora a relação entre a influência das redes sociais no comportamento alimentar e os resultados do *Eating Attitudes Test* (EAT). Um resultado positivo no EAT indica a presença de possíveis sintomas de transtornos alimentares, enquanto um resultado negativo sugere a ausência desses sintomas.

Ao analisar essa relação, observamos que entre as mulheres que reproduzem receitas fitness nas redes "Às vezes", 79,7% (n=59) apresentaram resultado positivo, enquanto 60,5% (n=26) das que reproduzem "Raramente" também obtiveram resultado positivo. Entre as que alteram comportamentos alimentares frequentemente após ver informações online, 92,4% (n=61) apresentaram resultado positivo e 51,8% (n=29) das que alteram "Às vezes" também apresentaram um resultado positivo.

No que diz respeito ao hábito de verificar a fonte das informações nutricionais, 80,6% (n=75) das mulheres que verificam "Raramente" obtiveram resultado positivo no EAT. Além disso, 95,9% (n=70) das mulheres que "Sempre" compararam seu físico com figuras públicas nas redes sociais também tiveram um resultado positivo.

A percepção de influência negativa por figuras públicas nas redes mostrou que 98,7% (n=74) das mulheres que se sentem "Frequentemente" influenciadas negativamente apresentaram resultado positivo. Da mesma forma, 97,2% (n=69) das mulheres que "Sempre" experimentam frustração ao visualizar conteúdos de padrões de beleza também tiveram um resultado positivo no EAT.

Adicionalmente, 75,5% (n=77) das mulheres que "Sempre" passam mais de uma hora por dia nas redes sociais apresentaram resultado positivo. Os resultados indicam que todas as questões relacionadas à influência das redes sociais no comportamento alimentar apresentaram uma relação estatisticamente significativa ($p < 0,05$) com os resultados do EAT, evidenciando que os diferentes aspectos dessa influência estão associados à presença de possíveis sintomas de transtornos alimentares.

Tabela 9 – Associação entre a influência das redes sociais no comportamento alimentar e a classificação do BSQ em mulheres de 20 a 59 anos

Variáveis	BSQ				TOTAL	<i>p</i>
	Ausência de preocupação	Leve Preocupação	Preocupação Moderada	Preocupação Grave		
Costuma reproduzir receitas que viu nas redes sociais de perfis com temática fitness						
Sempre	1 (25,0%)	1 (25,0%)	0 (0,0%)	2 (50,0%)	4 (100%)	
Frequentemente	2 (9,5%)	3 (14,3%)	1 (4,8%)	15 (71,4%)	21 (100%)	
Às vezes	10 (13,5%)	7 (9,5%)	8 (10,8%)	49 (66,2%)	74 (100%)	< 0,001
Raramente	12 (27,9%)	4 (9,3%)	23 (53,5%)	4 (9,3%)	43 (100%)	
Nunca	11 (84,6%)	1 (7,7%)	0 (0,0%)	1 (7,7%)	13 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Já alterou algum comportamento alimentar devido a alguma informação que viu nas redes sociais						
Sempre	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	6 (100,0%)	6 (100,0%)	
Frequentemente	3 (4,5%)	4 (6,1%)	4 (6,1%)	55 (83,3%)	66 (100%)	
Às vezes	17 (30,4%)	9 (16,1%)	23 (41,1%)	7 (12,5%)	56 (100%)	< 0,001
Raramente	9 (60,0%)	1 (6,7%)	4 (26,7%)	1 (6,7%)	15 (100%)	
Nunca	7 (58,3%)	2 (16,7%)	1 (8,3%)	2 (16,7%)	12 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Verifica a fonte das informações relacionadas à nutrição que você vê nas redes sociais						
Sempre	7 (58,3%)	2 (16,7%)	1 (8,3%)	2 (16,7%)	12 (100%)	
Frequentemente	3 (33,3%)	2 (22,2%)	3 (33,3%)	1 (11,1%)	9 (100%)	
Às vezes	3 (17,6%)	4 (23,5%)	5 (29,4%)	5 (29,4%)	17 (100%)	0,0002
Raramente	13 (14,0%)	4 (4,3%)	19 (20,4%)	57 (61,3%)	93 (100%)	
Nunca	10 (41,7%)	4 (16,7%)	4 (16,7%)	6 (25,0%)	24 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Costuma comparar seu físico com o físico de figuras públicas das redes sociais						
Sempre	3 (4,1%)	1 (1,4%)	8 (11,0%)	61 (83,6%)	73 (100%)	
Frequentemente	5 (16,1%)	4 (12,9%)	17 (54,8%)	5 (16,1%)	31 (100%)	
Às vezes	11 (50,0%)	5 (22,7%)	4 (18,2%)	2 (9,1%)	22 (100%)	< 0,001
Raramente	6 (46,2%)	5 (38,5%)	1 (7,7%)	1 (7,7%)	13 (100%)	
Nunca	11 (68,8%)	1 (6,3%)	2 (12,5%)	2 (12,5%)	16 (100%)	

Variáveis	BSQ				TOTAL	p
	Ausência de preocupação	Leve Preocupação	Preocupação Moderada	Preocupação Grave		
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Acha que figuras públicas das redes sociais já te influenciaram de forma negativa no seu comportamento alimentar						
Sempre	4 (26,7%)	0 (0,0%)	3 (20,0%)	8 (53,3%)	15 (100%)	
Frequentemente	1 (1,3%)	0 (0,0%)	18 (24,0%)	56 (74,7%)	75 (100%)	
Às vezes	4 (21,1%)	8 (42,1%)	4 (21,1%)	3 (15,8%)	19 (100%)	< 0,001
Raramente	7 (36,8%)	5 (26,3%)	3 (15,8%)	4 (21,1%)	19 (100%)	
Nunca	20 (74,1%)	3 (11,1%)	4 (14,8%)	0 (0,0%)	27 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Já se sentiu frustrado após longos períodos visualizando fotos ou vídeos nas redes sociais de indivíduos adequados aos padrões de beleza atuais						
Sempre	2 (2,8%)	0 (0,0%)	7 (9,9%)	62 (87,3%)	71 (100%)	
Frequentemente	7 (20,6%)	4 (11,8%)	17 (50,0%)	6 (17,6%)	34 (100%)	
Às vezes	9 (47,4%)	4 (21,1%)	5 (26,3%)	1 (5,3%)	19 (100%)	< 0,001
Raramente	4 (40,0%)	3 (30,0%)	2 (20,0%)	1 (10,0%)	10 (100%)	
Nunca	14 (66,7%)	5 (23,8%)	1 (4,8%)	1 (4,8%)	21 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	
Costuma passar mais de uma hora por dia navegando nas redes sociais						
Sempre	18 (17,6%)	8 (7,8%)	17 (16,7%)	59 (57,8%)	102 (100%)	
Frequentemente	9 (28,1%)	5 (15,6%)	13 (40,6%)	5 (15,6%)	32 (100%)	
Às vezes	6 (46,2%)	0 (0,0%)	2 (15,4%)	5 (38,5%)	13 (100%)	0,001
Raramente	2 (33,3%)	2 (33,3%)	0 (0,0%)	2 (33,3%)	6 (100%)	
Nunca	1 (50,0%)	1 (50,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (100%)	
Total	36 (23,2%)	16 (10,3%)	32 (20,6%)	71 (45,8%)	155 (100%)	

Fonte: elaboração própria (2024)

Legenda: p - resultado obtido a partir do teste *Exato de Fisher*

Na Tabela 9 observamos a relação entre a influência das redes sociais no comportamento alimentar e os resultados do Body Shape Questionnaire (BSQ), um instrumento utilizado para avaliar a preocupação com a imagem corporal, focando na percepção e insatisfação com a forma física.

Na análise entre a frequência com que as mulheres reproduzem receitas vistas em perfis fitness nas redes sociais e seu nível de preocupação com a forma corporal, as mulheres que afirmaram reproduzir receitas "Frequentemente", 71,4% (n=15) apresentaram uma "Preocupação Grave" com a forma corporal. Similarmente, entre aquelas que fazem isso "Às vezes", 66,2% (n=49) também se enquadram na categoria de "Preocupação Grave".

Quando investigamos a relação entre a alteração dos comportamentos alimentares, influenciada por informações das redes sociais, e as preocupações corporais, as

participantes que indicaram alterar seus hábitos alimentares "Sempre" (100%, n=6) apresentaram "Preocupação Grave" com relação à forma corporal. Entre as que disseram fazer isso "Frequentemente", 83,3% (n=55) também se enquadram na categoria de "Preocupação Grave".

A verificação das fontes de informações nutricionais nas redes sociais também mostrou uma relação com as preocupações corporais. Entre os participantes que "Raramente" verificam as fontes, 61,3% (n=57) apresentaram "Preocupação Grave". Já entre os que "Sempre" verificam essas fontes, apenas 16,7% (n=2) relataram "Preocupação Grave", sugerindo que a verificação das fontes de informação pode estar associada a uma menor preocupação com a própria imagem corporal.

Ao analisar a comparação do próprio físico com os das figuras públicas nas redes sociais, observamos que entre as participantes que "Sempre" comparam seu corpo com essas figuras, 83,6% (n=61) apresentaram "Preocupação Grave" com sua forma corporal. Em contrapartida, entre as que "Nunca" fazem essa comparação, 68,8% (n=11) relataram "Ausência de Preocupação".

No que diz respeito à influência negativa de figuras públicas nas redes sociais sobre o comportamento alimentar, entre as participantes que afirmam ser "Sempre" influenciadas negativamente, 53,3% (n=8) reportaram "Preocupação Grave" com sua imagem corporal, enquanto que essa porcentagem aumenta para 74,7% (n=56) entre os que se sentem influenciados "Frequentemente".

A relação entre a frustração ao visualizar conteúdos nas redes sociais que seguem os padrões de beleza atuais e as preocupações corporais, também revelou dados significativos. Entre as participantes que afirmaram se sentir "Sempre" frustradas após períodos prolongados de visualização dessas imagens, 87,3% (n=62) relataram "Preocupação Grave" com sua imagem corporal. Em contraste, entre as que "Nunca" se sentiram frustradas, 66,7% (n=14) estavam na categoria de "Ausência de Preocupação".

A análise do tempo gasto nas redes sociais também mostrou uma forte correlação com os níveis de preocupação corporal. Entre as participantes que "Sempre" passam mais de uma hora por dia nas redes sociais, 57,8% (n=59) relataram "Preocupação Grave" com sua forma física. Os resultados indicaram que todas as variáveis relacionadas à influência das redes sociais no comportamento alimentar estão estatisticamente associadas ($p < 0,05$) com a preocupação com a imagem corporal, evidenciando que os diferentes aspectos dessa influência têm impacto direto na percepção da forma física.

4 DISCUSSÃO

Os resultados deste estudo mostram que a maioria das participantes possuem idades entre 20 e 35 anos de idade. Essas pessoas estão especialmente sujeitas à pressão estética dos padrões de beleza magra, como indicado por Witt *et al.*, (2011) e confirmado por Leão *et al.*, (2023). A influência excessiva da mídia ao divulgar várias dietas sem avaliação profissional adequada agrava essa vulnerabilidade. As descobertas de Souza e Cargnin-Carvalho (2018), confirmam essa situação ao mostrar que a faixa etária média das pessoas que adotam as dietas da moda por causa da influência da mídia digital é em torno dos 28 anos de idade.

Adicionalmente, Silva e Pires (2019) observaram que mulheres entre 18 e 39 anos são mais propensas a ajustar seus hábitos alimentares com base em informações

encontradas online. Essa fase de transição etária é marcada por grandes mudanças, como ingresso na faculdade e busca por independência, influenciando que essas mulheres procurarem nas redes sociais orientações sobre saúde e alimentação. No entanto, como Silva (2021) ressalta, a pressão para seguir padrões de beleza é intensa, influenciando tanto na identidade pessoal quanto na aceitação social.

Fernandes *et al.* (2017) encontraram uma alta prevalência (85%) de insatisfação corporal entre indivíduos de 19 a 30 anos, com a maior parte dos participantes entre 20 e 25 anos. A distorção da autoimagem, segundo Farias *et al.* (2021), é um problema recorrente entre jovens, originado de padrões estéticos irreais que desencadeiam insatisfação e adesão às dietas inadequadas. Além disso, a quantidade de tempo que consomem conteúdo online e a frequência com que são expostos às imagens e mensagens sobre aparência física intensificam essa influência.

No que diz respeito aos dados de IMC da amostra analisada, 51% das participantes estavam dentro do peso ideal, 33,5% apresentavam sobrepeso e 14,2% obesas. Conforme descrito por Martins *et al.* (2010), a insatisfação corporal é mais prevalente entre indivíduos com sobrepeso ou obesidade. No entanto, como observado por Alvarenga *et al.* (2010), essa insatisfação também pode ser significativa entre mulheres eutróficas, dado semelhante ao do presente estudo, em que 65,8% das participantes com estado nutricional saudável apresentaram atitudes alimentares disfuncionais. Esses achados também corroboram com o estudo de Daros, Zago e Confortin (2012), que identificou que 33,8% das mulheres eutróficas estavam em risco de desenvolver transtornos alimentares. Portanto, a vulnerabilidade aos comportamentos alimentares disfuncionais não se restringe apenas a quem está fora dos padrões de peso saudável, afetando também aquelas que, teoricamente, estão dentro desse padrão.

Esses resultados se alinham com as conclusões de Cândido *et al.* (2022), que identificaram que mais de 60% das mulheres que seguem influenciadores de hábitos alimentares relataram ter alterado seus comportamentos alimentares devido a essa influência. Isso sugere que a insatisfação com a própria imagem não se limita apenas às mulheres com sobrepeso, mas pode afetar um número considerável de mulheres que estão nas categorias saudáveis de IMC. Essa ampla insatisfação destaca a pressão social enfrentada por mulheres de todas as faixas de peso em relação à sua aparência.

Os dados mostram que 98,7% das mulheres que "Frequentemente" se sentem influenciadas de forma negativa pelas redes sociais apresentaram resultados positivos no EAT, indicando comportamentos alimentares disfuncionais. Essa influência negativa também está fortemente associada à "Preocupação Grave" com a imagem corporal, sendo que 74,7% das mulheres que se sentem frequentemente afetadas relataram altos níveis de insatisfação com sua aparência.

Essa ligação entre a influência negativa das redes sociais e a insatisfação corporal está em conformidade com estudos mais amplos que apontam o impacto das plataformas, como Instagram e Facebook, no aumento da insatisfação com a aparência. Conforme mencionado por Lira *et al.* (2017), 80% das mulheres relatam insatisfação com sua aparência devido à exposição constante aos padrões de beleza nas mídias sociais, sendo que esse efeito é intensificado pela frequência de uso, o que também se reflete nos comportamentos alimentares influenciados. A Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (ABESO) confirma essa relação, destacando o papel das redes sociais como uma das principais fontes

de informações sobre alimentação e nutrição, que muitas vezes acabam moldando de forma negativa as escolhas e percepções corporais das mulheres (Pepe, Fujiwara e Beyruti, 2022).

Complementando essa análise, os dados desse estudo revelam que 75,5% das participantes que dedicam mais de uma hora por dia às redes sociais obtiveram resultados positivos no *Eating Attitudes Test* (EAT), sugerindo a presença de comportamentos alimentares disfuncionais. Além disso, 57,8% dos participantes que consomem informações por mais de uma hora diariamente nas redes sociais relataram "Preocupação Grave" com sua forma física.

A análise dos dados revela que as redes sociais têm um impacto significativo na modificação dos comportamentos alimentares, especialmente entre mulheres que consomem conteúdos sobre fitness e alimentação saudável. Das 155 participantes, 47,7% relataram seguir receitas vistas online e 42,6% afirmaram ter alterado seus comportamentos alimentares com base nas informações obtidas nas redes sociais. Essa influência se mostra ainda mais pronunciada em mulheres com sobre peso e obesidade, sugerindo uma correlação direta com o IMC, o que destaca a relevância de considerar o impacto dessas influências digitais na saúde e no bem-estar.

Esses achados estão em consonância com Silva e Pires (2019), que discutem o impacto negativo de redes sociais como Instagram e Facebook sobre os hábitos alimentares. As plataformas não apenas promovem padrões de beleza irrealistas, mas também contribuem para frustração corporal e baixa autoestima, um ciclo que se reflete nos dados da pesquisa, no qual 92,4% das mulheres que frequentemente mudam seus comportamentos alimentares com base em conteúdos online apresentaram resultados positivos no EAT. Além disso, todas as participantes que afirmaram "Sempre" modificar seus hábitos devido ao que veem nas redes sociais apresentaram "Preocupação Grave" com sua imagem corporal, de acordo com o BSQ, evidenciando uma forte relação entre a exposição digital e a insatisfação corporal.

Os dados também sugerem uma relação preocupante entre a falta de verificação das informações consumidas online e os comportamentos alimentares disfuncionais. Entre as mulheres que "Raramente" verificam as fontes de informação, 80,6% apresentaram resultados positivos no EAT e 61,3% se enquadram na categoria de "Preocupação Grave" com a imagem corporal. Esse comportamento pode intensificar os impactos negativos das redes sociais, como sugerido por Fernandes e Machado (2016), que apontam o risco à saúde quando informações de procedência duvidosa são seguidas sem a devida verificação.

Conforme discutido por Polessos (2020), as mídias sociais são o meio de informação mais utilizado devido ao seu acesso rápido e à diversidade de conteúdos relacionados à saúde. No entanto, essa facilidade de acesso também traz riscos, uma vez que conteúdos enganosos podem ser prejudiciais à percepção da imagem corporal e à saúde mental. O uso frequente dessas plataformas, combinado com a falta de verificação, pode contribuir para a intensificação da insatisfação corporal e para comportamentos alimentares disfuncionais.

A análise dos dados da pesquisa reflete um cenário em que o engajamento com conteúdos alimentares nas redes sociais, especialmente relacionados às dietas, têm forte influência nas percepções e comportamentos alimentares das mulheres. De acordo com Passos, Vasconcellos-Silva e Santos (2020), páginas do Facebook focadas em "dietas" têm um número de seguidores 21 vezes maior do que aquelas

dedicadas à "alimentação saudável", indicando que a busca por soluções rápidas de emagrecimento predomina nas redes.

Esse fenômeno é claramente evidenciado nos resultados da pesquisa, no qual a maioria das mulheres (71,4%) que reproduzem receitas com frequência relatam preocupações graves com a sua forma física. Isso demonstra que o envolvimento com conteúdos alimentares promovidos nas redes sociais não apenas molda as escolhas alimentares, mas também exacerba a preocupação com a aparência corporal.

Além disso, a correlação entre o engajamento com dietas da moda e a adoção de práticas alimentares prejudiciais é evidente, uma vez que muitas dessas dietas são promovidas como soluções rápidas e fáceis para emagrecimento. Passos, Vasconcellos-Silva e Santos (2020) discutem como as dietas populares, como low carb e jejum intermitente, frequentemente ignoram as necessidades individuais do corpo e podem ser insustentáveis a longo prazo. Esses padrões também são refletidos nos dados da pesquisa, visto que as mulheres que mudam seus comportamentos alimentares com base no conteúdo das redes sociais muitas vezes apresentam uma maior preocupação com a forma corporal e relatam sentimentos de insatisfação, fato que pode ser interpretado como um reflexo da busca por resultados imediatos, sem considerar os impactos negativos dessas dietas em sua saúde física e emocional.

A relação entre a exposição aos padrões de beleza idealizados e a insatisfação corporal é outra questão relevante. Souza *et al.* (2022), destacam que a visualização de corpos idealizados nas redes sociais está diretamente associada a um aumento na insatisfação com a própria imagem. Este dado é corroborado pela pesquisa, em que uma parcela significativa das participantes (60%) raramente verifica as fontes das informações nutricionais que consome, o que demonstra uma vulnerabilidade aos conteúdos alimentares distorcidos. A falta de uma análise crítica das informações vistas online favorece maior aceitação aos padrões irreais de beleza e comportamentos alimentares disfuncionais e tal fenômeno reforça as conclusões de Mota *et al.* (2019), que afirmam que a idealização da magreza nas redes sociais é um fator crucial para a adoção de comportamentos alimentares prejudiciais, como dietas extremamente restritivas ou desequilibradas.

Esses dados convergem para um padrão preocupante: o aumento da insatisfação corporal e a adoção de comportamentos alimentares prejudiciais, que são resultados diretos da interação com conteúdos de redes sociais que promovem padrões de beleza irreais e dietas da moda.

O teste EAT-26 revelou que 68,4% das participantes foram classificadas como EAT positivo, ou seja, apresentaram sintomas de comportamentos alimentares desordenados. Este resultado é significativamente mais alto do que o encontrado por Kessler e Poll (2018), que reportaram uma prevalência de 21,8% de atitudes indicativas de transtornos alimentares, e por Camargos e Ramos (2012), que identificaram 12,2% de mulheres com resultados positivos no EAT-26. Tal fato sugere que na amostra analisada há uma prevalência mais elevada de comportamentos alimentares desordenados, possivelmente influenciada por fatores socioculturais específicos, como a crescente pressão estética. A forte relação entre insatisfação corporal e comportamentos alimentares inadequados, observada por Aparicio-Martinez *et al.* (2019), parece se refletir de maneira mais pronunciada neste estudo. Além disso, o aumento do uso das redes sociais, que constantemente promovem padrões de beleza irreais e filtros estéticos, pode estar contribuindo significativamente para esse cenário.

A pesquisa de Lacerda e Costa (2022) já aponta que a exposição contínua a esses padrões pode aumentar o risco de desenvolvimento de transtornos alimentares. Assim, a alta prevalência de EAT positivo observada neste estudo pode estar diretamente relacionada ao impacto das redes sociais na forma como as participantes percebem seus corpos e lidam com a alimentação.

A comparação social emerge como um fator crítico nessa dinâmica, especialmente quando se observa que 95,9% das mulheres que "Sempre" compararam seu físico com figuras públicas relataram sintomas de comportamentos alimentares disfuncionais. Desses, 83,6% mencionaram "Preocupação Grave" com sua forma corporal, o que evidencia como a comparação com padrões de beleza midiáticos intensifica o ciclo de insatisfação e adoção de comportamentos prejudiciais à saúde. Augustus-Horvath e Tylka (2011) destacam a importância de promover a aceitação corporal como forma de reduzir essa comparação prejudicial e seus efeitos na saúde mental e física das mulheres.

Ainda que o EAT-26 seja uma ferramenta eficaz para identificar vulnerabilidade aos transtornos alimentares, ele não permite mensurar a prevalência de diagnósticos formais desses transtornos entre as participantes. O conceito de "comer transtornado", conforme proposto pela American Dietetic Association (2006), parece ser mais apropriado para descrever comportamentos restritivos e disfuncionais que, embora não atinjam os critérios diagnósticos clássicos, ainda têm um impacto negativo significativo na vida das mulheres.

A análise do Body Shape Questionnaire (BSQ) revelou que 76,7% das participantes apresentaram algum grau de insatisfação corporal, um índice significativamente mais alto do que o encontrado por Kessler e Poll (2018), que identificaram 51,1% de insatisfação corporal entre universitárias. Esse dado também é superior ao de Camargos e Ramos (2012), que encontraram 49% de insatisfação corporal. Essa diferença sugere que, no contexto atual, a pressão estética relacionada aos padrões promovidos pelas redes sociais pode estar influenciando ainda mais as percepções das participantes sobre seus corpos.

Como destacam Rodrigues (2019) e Alvarenga (2019), a busca por atender a esses padrões estéticos idealizados leva muitas mulheres a adotar dietas restritivas e o uso excessivo de suplementos, em uma tentativa de alcançar uma conformidade muitas vezes irreal.

Ademais, os resultados mostraram que mulheres com IMC inadequado apresentaram as maiores médias de preocupação com a imagem corporal, alinhando-se aos achados de Divecha *et al.* (2022), que identificaram que a insatisfação com a imagem corporal tende a ser mais intensa entre indivíduos com sobrepeso, devido à constante pressão social para aderirem a padrões estéticos frequentemente inatingíveis. Essa sobrecarga emocional reflete-se em comportamentos alimentares disfuncionais, como dietas radicais e episódios de restrição alimentar, conforme também observado por Cheung-Lucchese e Alves (2013) e Pinho *et al.* (2019).

A busca por atender a essas referências de beleza, que geralmente valorizam a magreza, pode fazer com que muitas mulheres adotem dietas restritivas desnecessárias, impactando negativamente suas práticas alimentares. A média de 3,21 obtida no presente estudo na *Intuitive Eating Scale* (EAI) é mais alta do que a média de 2,76 encontrada em Lima *et al.* (2020), em um estudo com 53 mulheres obesas, o que sugere que as participantes deste estudo apresentam maior confiança

em seus sinais de fome e saciedade. Além disso, a média de 3,21 também se aproxima da pontuação de 3,5 registrada por Matos *et al.* (2023) em 716 mulheres universitárias, que indicou uma maior sintonia com os sinais fisiológicos de fome e saciedade.

Além disso, o Coeficiente de Variação (CV) de 7,41% indica que o grupo é homogêneo em relação às práticas de alimentação intuitiva, reforçando a ideia de que compartilham características semelhantes em seus comportamentos alimentares. Isso está em sintonia com a pesquisa de Yamamiya e Shim (2021), que sugere que altos níveis de comparação alimentar podem estar associados a uma prática reduzida de alimentação intuitiva. Nesse contexto, Santos e Gonçalves (2020) afirmam que estratégias educacionais podem ser eficazes para mitigar esses impactos, promovendo uma autoimagem positiva e hábitos alimentares saudáveis.

A promoção da alimentação consciente se destaca como uma ferramenta valiosa para reduzir a insatisfação corporal e regular comportamentos alimentares. Ao incentivar as participantes a se reconectarem com seus sinais internos, essas estratégias não apenas restauram a relação com a comida, mas também favorecem um estado mental mais equilibrado, distante das pressões externas frequentemente amplificadas pelas redes sociais (Yamamiya; Shim, 2021).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste estudo indicam que as redes sociais desempenham um papel significativo na formação de comportamentos alimentares e na percepção corporal de mulheres adultas. A exposição frequente aos conteúdos que idealizam padrões de beleza e promovem dietas restritivas está diretamente associada ao aumento da insatisfação corporal e ao desenvolvimento de atitudes alimentares disfuncionais. Essas influências são ainda mais intensificadas quando as usuárias consomem informações nutricionais sem a devida verificação, o que contribui para a adoção de práticas alimentares inadequadas e prejudiciais à saúde.

Em relação aos dados encontrados, 68,4% das participantes apresentaram resultados positivos no EAT-26, indicando sintomas de comportamentos alimentares desordenados. Além disso, 76,7% revelaram algum grau de insatisfação corporal no Body Shape Questionnaire (BSQ), refletindo uma alta prevalência de preocupações com a própria imagem. Esses números, somados às evidências de que a maioria da amostra associou suas atitudes alimentares disfuncionais e preocupações com a aparência à comparação social e ao impacto das redes sociais, reforçam a forte relação entre a pressão estética e os comportamentos alimentares prejudiciais.

Diante disso, é fundamental que estratégias de educação midiática sejam desenvolvidas para capacitar as usuárias a reconhecerem e questionarem conteúdos potencialmente prejudiciais. É também recomendável que profissionais da saúde incentivem abordagens como o comer intuitivo e a valorização da diversidade corporal, visando mitigar os efeitos negativos das redes sociais. Embora este estudo tenha se concentrado em uma amostra brasileira, pesquisas futuras poderiam explorar contextos culturais variados e analisar o impacto de plataformas específicas, fortalecendo ações preventivas que promovam uma relação mais saudável com a alimentação e a própria imagem.

6. REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M. **Nutrição comportamental**. 2. ed. Barueri: Manole, 2019.

ALVARENGA, M. S. *et al.* Insatisfação com a imagem corporal em universitárias brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 59, n. 1, p. 44-51, 2010.

AMERICAN DIETETIC ASSOCIATION (ADA). Position of the American Dietetic Association: nutrition intervention in the treatment of anorexia nervosa, bulimia nervosa, and other eating disorders. **Journal of the American Dietetic Association**, v. 106, n. 12, p. 2073-2082, 2006.

APARICIO-MARTINEZ, P. *et al.* Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: an exploratory analysis. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 16, n. 21, p. 4177, 2019.

AUGUSTUS-HORVATH, C. L.; TYLKA, T. L. The acceptance model of intuitive eating: a comparison of women in emerging adulthood, early adulthood, and middle adulthood. **Journal of Counseling Psychology**, v. 58, n. 1, p. 110-125, 2011. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21244144/> Acesso em: 20 maio 2024.

BIGHETTI, F. **Tradução e validação do Eating Attitudes Test (EAT-26) em adolescentes do sexo feminino na cidade de Ribeirão Preto-SP**. 2003. Dissertação (Mestrado em Enfermagem Psiquiátrica) – Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2003.

CAMARGOS, J. R.; RAMOS, M. Distorção de imagem corporal e obesidade em frequentadores do Pampulha late Clube de Belo Horizonte - MG. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 2, n. 8, 2012.

CANDIDO, I. S.; CEZAR, N. M.; FORTES, R. C. Risco nutricional em mulheres brasileiras por meio do uso das redes sociais e influência da mídia na insatisfação com a imagem corporal. **Brasília Médica**, Brasília, v. 59, p. 1-8, 2022.

CHEUNG-LUCCHESE, T.; ALVES, C. S. Percepção do corpo feminino e os comportamentos de consumo de serviços de estética. **Revista Organizações em Contexto**, São Bernardo do Campo, v. 18, n. 9, p. 271-294, 2013.

COOPER, P. J. *et al.* The development and validation of the Body Shape Questionnaire. **International Journal of Eating Disorders**, v. 6, n. 4, p. 485-494, 1987.

CORDÁS, T. A.; NEVES, J. E. P. Escalas de avaliação de transtornos alimentares. **Revista de Psiquiatria Clínica**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 41-47, 1999.

DA SILVA, W. R. *et al.* A psychometric investigation of Brazilian Portuguese versions of the Caregiver Eating Messages Scale and Intuitive Eating Scale-2. **Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity**, v. 25, n. 1, p. 221-230, 2020.

DAROS, K.; ZAGO CASSOL, E. S.; CONFORTIN, F. G. Transtornos alimentares e imagem corporal de mulheres praticantes de atividade física em academias do município de Chapecó-SC. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 6, n. 36, 2013.

DERAM, S. **Comer intuitivamente**: o que é? Como funciona? Como praticar? Sophie Deram: Nutrição com Ciência e Consciência, 2021. Disponível em: <https://sophiederam.com.br/comportamento-alimentar/comer-intuitivo/>. Acesso em: 18 maio 2024.

DI PIETRO, M.; SILVEIRA, D. X. Internal validity, dimensionality and performance of the Body Shape Questionnaire in a group of Brazilian college students. **Revista de Psiquiatria Clínica**, São Paulo, v. 36, n. 1, p. 21-24, 2009.

DIVECHA, C. A. *et al.* Body image perceptions and body image dissatisfaction among medical students in Oman. **Sultan Qaboos University Medical Journal**, v. 22, n. 2, p. 218-224, 2022.

FARIAS, A. L.; ALMEIDA, S. G.; RAMOS, T. M. Impactos e consequências das dietas da moda e da suplementação no comportamento alimentar. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 10, e441101019089, 2021.

FERNANDES, A. F. *et al.* Avaliação da autoimagem corporal e o comportamento alimentar de mulheres. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 11, n. 63, p. 252-258, 2017.

FERNANDES, W. N.; MACHADO, J. S. Uso de suplementos alimentares por frequentadores de uma academia do município de Passo Fundo-RS. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 10, n. 55, p. 59-67, 2016.

GARNER, D. M.; GARFINKEL, P. E. The Eating Attitudes Test: an index of the symptoms of anorexia nervosa. **Psychological Medicine**, v. 9, n. 2, p. 273-279, 1979.

GOOGLE. **Google Trends**. [S. I.], [20--]. Disponível em: <https://trends.google.com/trends/>. Acesso em: 12 maio 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021**. Agência de Notícias IBGE, 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acesso em: 20 abr. 2024.

JARDIM, A. T. Abordagem da alimentação intuitiva comparado a programas de emagrecimento tradicionais na perda de peso e desfechos em saúde. **RBNE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 13, n. 80, p. 570-575, 2020.

KESSLER, A. L.; POLL, F. A. Relação entre imagem corporal, atitudes para transtornos alimentares e estado nutricional em universitárias da área da saúde. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 67, n. 2, p. 118–125, 2018.

LACERDA, C. L.; COSTA, P. F. B. C. **A ditadura da beleza sob o olhar da nutrição comportamental**. Recife: O Autor, 2022.

LAUS, M. F. **Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação e escolha alimentar de adultos**. 2013. Tese (Doutorado em Psicobiologia) – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2013.

LEÃO, P. M.; KNOPP, P. L.; DO VALE, C. C. S. Dietas da moda: impactos sobre a saúde física e psicossocial de mulheres jovens. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 9, n. 5, p. 15264-15275, 2023.

LIMA, K. V. G. *et al.* Valor nutricional de dietas veiculadas em revistas não científicas. **Revista Brasileira de Promoção da Saúde**, Fortaleza, v. 23, n. 4, p. 349-357, 2010.

LIMA, R. V. *et al.* Relação entre comer intuitivo e insatisfação corporal em pessoas com excesso de peso. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 14, n. 87, 2020.

LINARDON, J.; MITCHELL, S. Rigid dietary control, flexible dietary control, and intuitive eating: evidence for their differential relationship to disordered eating and body image concerns. **Eating Behaviors**, v. 26, p. 16-22, 2017.

LINARDON, J.; TYLKA, T. L.; FULLER-TYSZKIEWICZ, M. Intuitive eating and its psychological correlates: a meta-analysis. **International Journal of Eating Disorders**, v. 54, n. 7, p. 1073-1098, 2021.

LIRA, A. G. *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017.

MARTINS, C. R. *et al.* Insatisfação com a imagem corporal e relação com estado nutricional, adiposidade corporal e sintomas de anorexia e bulimia em adolescentes. **Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, v. 32, n. 1, p. 19-23, 2010.

MATOS, B. P. *et al.* Comer intuitivo e a apreciação corporal: um estudo transversal em universitárias do estado de Minas Gerais. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 17, n. 110, p. 565-574, 2023.

MOTA, J. D. J. O. *et al.* Análise de conteúdos de posts sobre alimentação divulgados por influenciadoras digitais na rede social Instagram. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 14, p. 1-18, 2019.

OLIVEIRA, C. M. M. S. *et al.* Avaliação da percepção da imagem corporal e sua relação com o estado nutricional em mulheres praticantes de musculação. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 13, n. 80, p. 513-518, 2019.

OLIVEIRA, L. A. R; ORSI, M. S; RIBEIRO, R. D. C. O espetáculo das redes sociais: análise das informações sobre nutrição e saúde veiculadas pelo Instagram. **Revista Científica Intelletto**, Venda Nova do Imigrante, v. 4, n. 1, p. 72-89, 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Physical status: the use and interpretation of anthropometry: report of a WHO expert committee**. Geneva: WHO, 1995.

PASSOS, J. A.; VASCONCELLOS-SILVA, P. R.; SANTOS, L. A. S. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google Trends. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 7, p. 2615-2631, 2020.

PEPE, P. S.; CASTRO, M. R. P. **Percepção da influência de uma rede social no comportamento alimentar de graduandos do curso de nutrição de uma faculdade do DF**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2018.

PEPE, R. B.; FUJIWARA, C. T. H.; BEYRUTI, M. **Posicionamento sobre tratamento nutricional do sobrepeso e obesidade: departamento de nutrição da ABESO 2022**. São Paulo: ABESO, 2022. Disponível em: <https://abeso.org.br/>. Acesso em: 28 maio 2024.

PINHO, L. *et al.* Perception of body image and nutritional status in adolescents of public schools. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 72, supl. 2, p. 229-235, 2019.

PIRES, L. F. *et al.* Nutrição comportamental no cuidado à pessoa com transtornos mentais: relato de caso. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 15, n. 93, p. 263-269, 2022.

POLESSO, P. A. S. C. D. **Mídia social e internet predispõem à ansiedade, depressão, bulimia e anorexia em adolescentes e adultos jovens: uma revisão de literatura**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Medicina) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2020.

RESENDE, T. R. O. *et al.* Dissonance-based eating disorder prevention improves intuitive eating: a randomized controlled trial for Brazilian women with body dissatisfaction. **Eating and Weight Disorders**, v. 27, n. 4, p. 1477-1487, 2022.

RODRIGUES, D. S. **A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2019.

SANTOS, M. S.; GONÇALVES, V. G. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. **Itinerarius Reflectionis**, Jataí, v. 16, n. 3, p. 1-18, 2020.

SILVA, A. F. S.; JAPUR, C. C.; PENAFORTE, F. R. O. Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: revisão integrativa. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 36, e3646, 2020.

SILVA, J. **A influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar: uma revisão**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Faculdade de Ciências da Saúde, Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

SILVA, M. C. A relação entre redes sociais e autoestima. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, São Paulo, v. 7, n. 4, p. 417-439, 2021.

SILVA, S. A.; PIRES, P. F. F. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. **Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, Londrina, v. 35, n. 69, p. 53-67, 2019.

SOARES, W. D. *et al.* Influenciadores digitais na concepção da estética e nos hábitos alimentares de jovens e adultos. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 14, n. 91, p. 1391-1396, 2022.

SOUZA, I. R.; CARGNIN-CARVALHO, A. Consumo de suplementos nutricionais nas academias da cidade de Braço do Norte-SC. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 12, n. 70, p. 213-221, 2018.

SOUZA, V. E. R. *et al.* **Desinformação das redes sociais no comportamento alimentar**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Centro Universitário Una, [Cidade], 2022.

TEIXEIRA, L. *et al.* A influência das mídias digitais no comportamento alimentar de universitários da área de humanas. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 18, n. 113, p. 422-433, 2024.

TRIBOLE, E.; RESCH, E. **Comer intuitivo**. Tradução de Débora Chaves. 1. ed. São Paulo: Lua de Papel, 2021.

WITT, J. S. G. Z; SCHNEIDER, A. P. Nutrição estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3909-3916, 2011.

YAMAMIYA, Y.; SHIMAI, S.; HOMAN, K. J. Exploring the gratitude model of body appreciation and intuitive eating among Japanese women. **Body Image**, v. 33, p. 88-92, 2020.