

IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA AUTOPERCEÇÃO E ESTADO NUTRICIONAL DE ADOLESCENTES

Wellington Danilo Soares¹, Rafaela Ribeiro Siqueira², Daniela Ribeiro Mendes³
Katia Pina Sepulveda Hott⁴

RESUMO

Introdução: Por mais que a reconstrução da imagem corporal ocorra ao longo da vida, na adolescência essa questão ganha importância, pois é um momento de evolução e mudança corporal acelerada, surgindo comportamentos conflitantes, o que deixa esse público vulnerável a preocupações relacionadas à fisionomia do corpo. **Objetivo:** Avaliar a interferência dos influenciadores digitais na percepção da imagem corporal nos adolescentes usuários de redes sociais. **Materiais e métodos:** Trata de uma pesquisa descritiva, quantitativa e transversal, com amostra de 184 adolescentes, ambos os sexos, com idades de 10 a 19 anos (16,7 ±2,0). Para coleta de dados foi aplicado um questionário online, Body Shape Questionnaire (BSQ) - modificado, para avaliar a percepção da imagem corporal. **Resultados:** Ocorreu uma maior participação feminina (66,8%), quando questionados sobre orientações de educação nutricional, a maior parte do grupo participante da pesquisa (65,8%) apresentou distorção severa. Quanto a orientação nutricional, mais da metade dos pesquisados buscaram orientação em influenciadores digitais (51,6%) seguidos de redes sociais (22,8%), uma minoria buscou por nutricionistas (10,9%). Foi verificada diferença estatística significativa ($p<0,01$) entre o grupo que não tem distorção ($M=21,2$; $DP=4,7$) e o grupo com distorção severa ($M=26,4$; $DP=3,2$). **Conclusão:** Diante disso, foi observado o quanto os influenciadores e/ou as redes sociais influenciaram na busca por um corpo perfeito, provocando distorção da imagem corporal em adolescentes.

Palavras-chave: Distorção da Percepção. Comportamento Alimentar. Insatisfação Corporal. Adolescentes. Rede Social.

1 - Doutor em Ciências da Saúde pela Universidade Estadual de Montes Claros- Unimontes, docente no curso de Nutrição na Faculdade de Saúde e Humanidades Ibituruna-FASI, Montes Claros-MG, Brasil.

ABSTRACT

Digital influencers on self-perception and nutritional status of adolescents

Introduction: Although the reconstruction of body image occurs throughout life, it is in adolescence that this issue becomes crucial, because it is a period of acceleration of evolution and bodily changes, discrepant behaviors occur that make this public susceptible to anxieties related to the physiognomy of the body. **Objective:** To evaluate the interference of digital influencers in the perception of body image in adolescents of social network users. **Material and methods:** This is a descriptive, detailed and cross-sectional study, with a sample of both 184 adolescents, both sexes, aged 10 to 19 years (16.7 ±2.0). For data collection, an online questionnaire, Body Shape Questionnaire (BSQ) - modified, was applied to assess the perception of body image. **Results:** There was a greater participation of females (66.8%), most of the group participating in the research (65.8%) presented image distortion, several questions regarding guidelines on nutritional education, the body. Regarding nutritional guidance, more than half of the researchers sought guidance from digital influencers (51.6%) followed by social networks (22.8%), a minority sought guidance from nutritionists (10.9%). Has been verified a significant statistical difference ($p<0.01$) between the group without distortion ($M=21,2$; $DP=4,7$) and the group with severe distortion ($M=26,4$; $DP=3,2$). **Conclusion:** Through this, it was possible to observe how much influencers can influence and/or how social networks influenced the search for a perfect body, causing the distortion of body image in adolescents.

Key words: Perception distortion. Eating Behavior. Body dissatisfaction. Teens. Social network.

2 - Acadêmica do curso de Nutrição na Faculdade de Saúde e Humanidades Ibituruna-FASI, Montes Claros-MG, Brasil.

INTRODUÇÃO

O período pelo qual estamos vivenciando se diferencia de todos os anteriores.

Ele é marcado pela revolução digital, que estreitou os limites entre nações, povoações e estilos.

O diálogo sem tardar provoca influências correspondidas de forma íntegra em todo o mundo (Bittar, Soares, 2020).

Aqueles considerados famosos na internet são fortes constituidores quanto ao ponto de vista, tornando-se hábeis, transformando conduta e personalidade de quem os segue, em função da exibição da maneira pela qual vivem, lições, vontades, prioridades e, acima de tudo, do entrosamento sociável resultando na obtenção da convicção daqueles usufruidores, considerados seguidores (Gasparatto, Freitas, Efig, 2019).

Esses influencers são afirmadores incessantes da perspectiva real resulta imediatamente na maneira de ser dos mesmos que os acompanham (Oliveira, Tezzi, 2021).

O público adolescente utiliza as redes sociais como passatempo, procurando em tal caso um jeito de conviver socialmente, utilizando-a como fuga, visto que, ali naquele espaço tecnológico se tornam capazes de executar atitudes e serem o que ou quem desejarem, principalmente, baseando na interpretação de um mundo que não existe.

Porém, acaba por se tornar perigoso o uso excessivo e impróprio desses veículos de comunicação desencadeando agregações de transtornos, associadas ao descontentamento próprio e acaba se tornando crucial relatar o quanto remodelam a população, as transformando em mercadorias deles (Silva e colaboradores, 2019).

Segundo a Organização Mundial de Saúde, adolescente são aqueles que possuem de 10 aos 19 anos de idade, referindo-se à condição demarcada por notáveis modificações psicológicas, biológicas e sociais o que tornar-se fundamental para o desenvolvimento na vida adulta, além de ser uma importante admissão de hábitos sociais e emocionais que sejam capazes de garantir a saúde psíquica. Nesse ciclo, a publicidade exerce interferência imediata desse grupo etário (OPAS, 2018).

Essa interação com o meio fictício de blogueiros a uma verdade que não se ajusta com maior parte do público, começou a ser explorada e compartilhada diariamente,

trazendo milhares de informações e imagens que podem estar persuadindo nas características mental e abalar de forma danosa na aparência física, gerando descontentamento com a autoimagem, depressão e transtorno de ansiedade (Prichard e colaboradores, 2018).

Programas e redes digitais estabelecem ligações entre: artistas, de modo individual e grupal bem como o vínculo recíproco com o meio social sucedida de ajuntamento de indivíduos com conceitos semelhantes partilhando sugestões, vídeos, dados e retratos, possibilitando aproximação de uma multidão daqueles seguidores em intervalos curtos de duração.

No caso da blogueira fitness, a beleza se associa a procedimentos que envolve o corpo, aparência e hábitos alimentares, exibindo um costume realizado cotidianamente (Lima, Silva, 2021).

A visibilidade dos influenciadores digitais configura-se decisivo e causador aparecimento dos transtornos alimentares, visto que isso proporciona o conhecer e enaltece a formulação do biótipo admitido coletivamente, resultando uma vontade enorme na adolescência, que gradativamente lhe consomem, com uma incomparável vontade da aprovação de parâmetros pela qual a sociedade expande por intermídia da mídia, de beleza ideal (Fernandes, 2019).

O transtorno embasa-se em achar maneiras e formas de encaixa -se no que se julga corpo perfeito, acometendo outros problemas alimentares e de imagem, atingindo assim mulheres e homens (Jesus, Ferreira, Lima, 2018).

Assim, embora a reconstrução da imagem corporal seja uma possibilidade que ocorre continuamente ao longo da vida, na adolescência essa necessidade torna-se indiscutível, pois as contradições são levantadas. problemas físicos, gerando necessidade de ajuste estrutural (Bittar, Soares, 2020).

Essas concepções populares de alimentação variam ao longo dos anos e de acordo com os diferentes grupos sociais e, por estarem em constante mudança, influenciam as escolhas das pessoas que provavelmente aplicarão esses modelos de consumo diferentes, acompanhando assim essas variações de informações que ocorrem de tempos em tempos (Passos, Vasconcellos-Silva, Santos, 2020).

Assim, ao definir a forma do corpo como modelo, alguns influenciadores silenciosamente estimulam o descontentamento e a reverência pelo corpo, tratando-o como mercadoria e colocando a saúde em segundo lugar (Silva, 2018).

Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo avaliar a influência das redes sociais na busca por um corpo perfeito, que provoca distorção da imagem em adolescentes, uma vez que, os influencers têm um peso nas escolhas feitas pelos mesmos.

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo foi submetido e aprovado pelo comitê de ética em pesquisa das Faculdades Unidas do Norte de Minas, sob o parecer nº 4.474.134/2020 e CAAE: 37458820.1.0000.5141. Trata-se de uma pesquisa de caráter descritivo, com abordagem quantitativa e corte transversal.

A amostra foi composta por 239 adolescentes, de ambos os sexos, com idade entre 10 e 19 anos, todos usuários de redes sociais.

Os critérios de inclusão considerados para este estudo foram pessoas que aceitaram participar de forma voluntária da pesquisa, com capacidade de compreensão para responderem ao questionário online, e que marcaram a opção concordando com o Termo de Assentimento Livre Esclarecido (TALE).

Os critérios de exclusão, foram exclusas as amostras das pessoas que não responderam corretamente ou integralmente o questionário, e que não aceitaram assinar o TALE.

Como instrumento foi utilizado um Questionário de Preocupação com a Forma do Corpo - Body Shape Questionnaire (BSQ) validado de Cooper e colaboradores (1987).

E a segunda parte foi composta por perguntas fechadas acerca do domínio dos influenciadores digitais na educação nutricional e distorção da imagem corporal.

O questionário foi aplicado com ajuda influenciadores digitais, que divulgaram em suas redes sociais para que seus seguidores respondessem.

Todos que aceitassem participar de forma voluntária, e concordaram com o termo de assentimento livre e esclarecido. A coleta de dados aconteceu nos meses de agosto e setembro de 2022.

Posteriormente a coleta de dados, os resultados da pesquisa foram armazenados em planilhas do Google e as respostas podem ser vistas resumidas ou individuais para cada pergunta.

E para vê-las em conjunto, foi gerada uma planilha de resultados, que também pode ser visualizada em gráficos.

Foram elaboradas legendas próprias para cada variável, como apresentado nos resultados.

As Análises estatísticas foram realizadas através do programa estatístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 26.0 para Windows, sendo adotados 5% de nível de significância em todos os testes. Foram realizadas análises descritivas e de frequência.

Além disso, foram utilizando o teste de Qui Quadrado de Pearson e o teste exato de Fischer para análise entre variáveis nominais e o teste ANOVA (devido ao número de grupos comparados) para a análise com variáveis quantitativas entre grupos em busca de resultados com diferença estatística significativa.

RESULTADOS

A amostra final foi composta por 184 adolescentes, na faixa etária de 10 a 19 anos ($16,7 \pm 2,0$ anos), com predomínio do sexo feminino (66,8%) e em média ($25,0 \pm 4,0$) foram classificados com Índice de Massa Corporal (IMC) como eutróficos.

Tabela 1 - Apresenta os valores em frequência real e absoluta das variáveis pesquisadas (n=184).

| Variável | Opções | n - % |
|-------------------------|-----------------------|------------|
| Classificação IMC | Magreza III | 3 – 1,6 |
| | Magreza II | 0 – 0 |
| | Magreza I | 3 – 1,6 |
| | Eutrofia | 90 – 48,9 |
| | Sobrepeso (pré-obeso) | 68 – 37,0 |
| | Obesidade I | 17 – 9,2 |
| | Obesidade II | 2 – 1,1 |
| Orientação nutricional | Obesidade III | 1 – 0,5 |
| | Influenciador Digital | 95 – 51,6 |
| | Redes Sociais | 42 – 22,8 |
| | Nutricionista | 20 – 10,9 |
| Classificação Somatória | Nenhum | 27 – 14,7 |
| | Não tem distorção | 36 – 19,6 |
| | Distorção leve | 16 – 8,7 |
| | Distorção moderada | 11 – 6,0 |
| | Distorção severa | 121 – 65,8 |

Nesta pesquisa, ao ser realizada a classificação de IMC pode-se observar que, embora o maior público esteja dentro do peso normal para idade (48,9%), os participantes acima do peso recomendado totalizam 47,8%, sendo um valor significativo, uma vez que, mesmo sendo mínima ocorre uma frequência maior em participantes com obesidade grau I, o que vale ressaltar a preocupação com a saúde deles.

No que diz respeito a busca de orientação nutricional, a predominância se dá aos influenciadores digitais (51,6%), enquanto os nutricionistas, que deveriam ser a primeira opção por serem os únicos devidamente capacitados para exercer tal função, totalizam apenas 10,9% das respostas, ficando abaixo de redes sociais (22,8%) e daqueles que não buscam orientação nutricional (14,7%).

O que ilustra a grande falta de conhecimento desses adolescentes, pois confiam nas informações passadas por pessoas que não possuem nenhum tipo de conhecimento na área.

Já na classificação somatória, a maior parte do grupo participante da pesquisa (65,8%) apresenta distorção de imagem severa de acordo com as respostas marcadas no questionário, pois aqueles que responderam “nunca” em sua maioria, possuem menos chances de apresentar qualquer grau de

distorção, do que aqueles que marcaram “sempre” com frequência.

Este resultado demonstra que a maioria dos adolescentes possuem distorção de imagem corporal por seguirem dietas e recomendações passadas por influenciadores digitais. É preocupante, pois, mesmo que, por outro lado, tenham aqueles que usufruem destas informações “às vezes”, o nutricionista é o único profissional apto a orientações nutricionais e prescrição de dietas.

Ao serem questionados sobre o desejo de iniciar uma dieta após ouvir um influenciador(a) digital falar sobre o seu corpo e isso lhe causar preocupação, 53,3% responderam que sempre, 16,3% responderam que muito frequentemente, 6,5% frequentemente, 12,5% às vezes, 5,4% raramente e 6,0% nunca. Isto pode indicar que os participantes desta pesquisa são muito influenciados pelas informações passadas por este público.

Quando questionados se já ingeriram algum tipo de bebida ou comida que emagreceria, segundo indicação de um influenciador(a) digital, 54,9% responderam que sempre, 8,7% que muito frequentemente, 1,6% frequentemente, 2,7% às vezes, 1,6% raramente e 30,4% nunca. O que mostra que, embora muitos não tenham sido influenciados, a maioria deles já fizeram uso de produtos

indicados, ficando nítido a falta de informação dos participantes.

Na atual pesquisa, quando foram questionados se tentaram seguir a mesma dieta de um(a) digital influencer que sigam nas redes sociais, 59,8% responderam que sempre, 5,4% que muito frequentemente, 1,1% frequentemente, 4,3% às vezes, 3,3% raramente e 26,1%, comprovando que grande parte dos participantes não tem consciência do quanto este tipo de conduta pode ser prejudicial, pois o influenciador(a) digital não passa as informações visando a necessidade individual de cada um.

DISCUSSÃO

No presente estudo, o principal objetivo foi analisar a interferência causada por influenciadores digitais na percepção de imagem corporal de adolescentes de ambos os sexos.

Nossos resultados apontaram diferença estatística significativa ($p < 0,01$) entre o grupo que não tem distorção e o grupo com distorção severa.

Foi identificado uma prevalência de 65,8% de adolescentes com distorção severa de imagem corporal. O transtorno de imagem corporal é apontado pelo distúrbio ou distorção quanto a autoimagem corporal, misturando a distorção perceptiva com a insatisfação do corpo, isto é, uma compreensão particular corporal distinta da realidade (Lima, 2019).

Entre os adolescentes, 75,1% encontravam-se insatisfeitos e informaram almejar uma silhueta diferente daquela na qual se autopercebiam (Carvalho e colaboradores, 2019).

Baseado em uma pesquisa feita com 159 estudantes universitários, constituída por 79 homens e 80 mulheres, notou-se que, por meio da exibição de figuras vistas como ideal de beleza, provocou uma diminuição na satisfação da imagem corporal tanto no sexo masculino, quanto no sexo feminino.

Nas pessoas que já demonstravam insatisfação anteriormente nos testes, percebeu-se uma insatisfação corporal ainda mais significativa, sobretudo nas mulheres (Laus, 2013).

Em um estudo feito por ele com 65 alunos, 18,5% dos participantes demonstraram algum traço de distorção, seja leve ou moderada, no qual, o público feminino mostrou-se mais evidente em relação a insatisfação

corporal, resultado sendo comparado a outros estudos semelhantes.

Além disso, ressalta que, a insatisfação sobre o corpo pode influenciar de maneira direta e indiretamente a realização de dietas e diversos hábitos alimentares restritivos (Nilson e colaboradores, 2013).

A mídia, incluindo principalmente as redes sociais, estabelece relações objetivas com a insatisfação consigo mesmo entre o sexo feminino, exibindo um percentual de 80%, independentemente da classe social e da escolaridade materna pela qual pertence, a pesquisa constatou também, de acordo as amostras, quanto maior a frequência diária da utilização das redes sociais, como Instagram e o Facebook, mais são as ocorrências de insatisfação corporal (Lira e colaboradores, 2017).

Houve uma prevalência no sexo feminino, onde 66,8% delas foram acometidas por essa insatisfação.

O sexo feminino se incomoda mais com o que as outras pessoas pensarão ao olharem para elas e, por consequência, procuram de alguma maneira se adaptarem as referências do que julgam o mais belo e aceito pela sociedade (Cheung-Lucchese e Alves, 2013).

O padrão de beleza atualmente imposto pela mídia, para o sexo feminino, valoriza a magreza, favorece condições quem podem motivar a adoção de dietas restritivas, mesmo que desnecessárias e contribuir para o comprometimento dos hábitos alimentares (Pinho e colaboradores, 2019).

Os meninos também sofrem tal influência, em que, obcecados pelo corpo perfeito, buscam o contorno corporal perfeito sem se preocupar com possíveis danos à saúde (Almeida e colaboradores, 2022).

Após pesquisa feita com 21 adolescentes, com idades entre 10 e 16 anos de idade, os resultados encontrados apresentaram associação entre excesso de peso e a predisposição à distorção de imagem corporal no grupo de adolescentes praticantes de ginástica artística, originando maiores alterações na condição nutricional e predisposição de distorção de autoestima nesse público (Santos e colaboradores, 2015).

A percepção de imagem corporal, quando inadequada, se torna um dos mais fortes preditores para se desenvolver distúrbios alimentares (Jankauskiene, Baceviciene, 2019).

No estudo realizado com 637 adolescentes, foi possível analisar que 60% dos pesquisados encontravam-se insatisfeitos com a imagem corporal. Os autores apresentaram que as evoluções da tecnologia e o avanço dos meios de comunicação influenciam de modo direto nos padrões de beleza, o que acaba por levá-los a comportamentos inapropriados de transtornos alimentares e exercícios físicos (Glaner e colaboradores, 2013).

A imagem corporal pode ser determinada como o entendimento que alguém possui diante do próprio corpo. A construção da percepção da imagem corporal é persuadida por ideias, sensações e atos referentes ao corpo (Almeida e colaboradores, 2018).

A insatisfação com a imagem corporal é apontada como uma das maiores causas de risco para a adesão de hábitos alimentares que prejudicam a saúde com o propósito de controle excessivo de peso tais como dietas extremamente restritivas, extensos períodos em jejum e uso de laxantes (Duarte e colaboradores, 2016).

Em contrapartida analisamos o quanto os Digitais Influencers têm o potencial de manipular esse público sendo o mais procurado (51,6%).

As grandes marcas se beneficiam com isso, pois, sabendo que o trabalho deles é divulgar e vender o que lhes propõe, fazem parcerias e se promovem por meio da visibilidade que os influenciadores conseguem através dos seus perfis, sem pensar que, sob outra perspectiva, acabam expondo riscos à saúde dos seus seguidores, como foi visto nos adolescentes que apresentarem distorção severa (65,8%), por seguirem dicas e até dietas que os mesmos julgaram ser a melhor opção para quem busca o corpo perfeito.

Mesmo sendo um fenômeno recente, os resultados das redes sociais indicam a proporção atingida por esses serviços no contexto da internet.

Para o ele, o Instagram compartilha mais de 80 milhões de fotos diariamente por seus usuários e o Facebook segue possuindo dois bilhões de usuários mundialmente.

Ainda declara que mesmo da convencional relação entre a mídia tradicional, como por exemplo, revistas ou televisões e a percepção do contentamento quanto a imagem corporal, ocorreram mudanças significativas nesse sentido após o surgimento das mídias sociais (Sousa e colaboradores, 2018).

Os resultados encontrados neste estudo evidenciaram a importância de avaliar o que é acessado e acompanhado nas mídias sociais. O que é visto virtualmente pode impactar em termos nutricionais e psicológicos.

Contudo, por mais que a mídia representa um importante desenvolvimento tecnológico e facilita a comunicação e conexões entre a população do mundo, sua alta exposição pode trazer consequências relacionadas a comparações corporais e comportamentais; conduzindo o indivíduo a parâmetros que não condizem com a sua realidade.

Pois, sabe-se que nem tudo que tem em redes sociais é verídico, portanto, seguir esses parâmetros impostos pelas redes sociais pode ser perigoso além de trazer danos físicos e psicológicos a quem os acompanha.

Enquanto futuros atuantes profissionais na área, é necessário que evidencie sempre a ética e a ciência em nossa atuação, com a certificação de um auxílio transparente, oferecendo melhor qualidade de vida e saúde desses indivíduos.

Este estudo se limita a uma pesquisa de caráter transversal, gerando uma impossibilidade da relação causa e efeito.

CONCLUSÃO

No presente estudo foi possível mostrar o quanto os influenciadores digitais podem interferir diretamente na educação nutricional e distorção da imagem corporal dos adolescentes, o que está cada dia mais presente na vida deles, vem sendo uma enfermidade enfrentada por muito.

A internet revolucionou o aspecto de ensino, aproximando as pessoas, mas também trouxe alguns danos, como os citados na pesquisa, pois, sendo uma rede ampla e totalmente aberta, todos podem expor seu posto de vista dos mais diversos temas, dentre eles, as questões nutricionais.

Com os resultados encontrados nesta pesquisa, foi possível verificar que os influenciadores digitais possuem um grande domínio na concepção do corpo ideal e nos hábitos alimentares dos adolescentes avaliados, existindo relação direta deles no desenvolvimento de preocupações que interferem diretamente nos comportamentos alimentares e na visão distorcida que possuem sobre o próprio corpo.

O estudo demonstrou ainda que a maioria dos participantes não possuem conhecimento técnico, sendo relevante mencionar a importância de um profissional nutricionista, que é o único devidamente capacitado para todas as especificações acerca da alimentação, e, posteriormente, a realização de mais pesquisas como essa.

A atuação do profissional nutricionista, juntamente com uma equipe multidisciplinar, é fundamental para o acompanhamento e tratamento das pessoas acometidas por esses transtornos.

Com um olhar crítico e sensível, essas pessoas devem ser orientadas a buscar acompanhamento com outros profissionais de saúde, principalmente da área da psicologia.

Ainda se faz necessário mais pesquisas sobre este tema em questão são necessárias para melhor diagnosticar, tratar e monitorar possíveis doença dessas pessoas que podem ser acometidas com ela.

REFERÊNCIAS

- 1-Almeida, C.A.N. Distorção da autopercepção de imagem corporal em adolescentes. *International Journal of Nutrology*. Vol.11. Num.2. 2018. p.61-65.
- 2-Bittar, C.; Soares, A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*. Vol.28. Num.1. 2020. p.291-308.
- 3-Carvalho, M.A.; Ferraz, N. G. A Relação entre a Autoimagem e o Transtorno Alimentar em Atletas de Ginástica Rítmica de 12 a 13 anos. *TCC de Educação Física*. Universidade de Brasília. 2019.
- 4-Cheung-Lucchese, T.; Alves, C.S. Percepção do Corpo Feminino e os comportamentos de consumo de serviços de Estética. *Revista Organizações em Contexto*. Vol.18. Num.9. 2013. p. 271-294.
- 5-Duarte, C.; Ferreira, C.; Trindade, I.A.; Gouveia, J.P. Normative body dissatisfaction and eating psychopathology in teenage girls: the impact of inflexible eating rules. *Eating and Weight Disorders Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, Vol.21. Num.1. 2016. p.41-48.
- 6-Fernandes, K. Impacto das mídias sociais sobre a insatisfação corporal e risco de transtornos alimentares e depressão em estudantes da Universidade Federal de Ouro Preto. Monografia. Graduação em Nutrição. Escola de Nutrição. Universidade Federal de Ouro Preto. Ouro Preto. 2019.
- 7-Gasparatto, A.P.G.; Freitas, C.O.A.; Efig, A.C. Responsabilidade Civil dos Influenciadores Digitais. *Revista Jurídica Cesumar*. Vol.19. Num.1. 2019. p.65-87.
- 8-Glaner, M.F.; Pelegrini, A.; Cordoba, C.O.; Pozzobon, M.E.; Associação entre insatisfação com a imagem corporal e indicadores antropométricos em adolescentes. *Revista Brasileira Educação Física Esporte*. Vol.27. Num.1. 2013. p.129-136.
- 9-Jankauskiene, R.; Bacevicene, M. Body Image Concerns and Body Weight Overestimation Do Not Promote Healthy Behaviour: Evidence from Adolescents in Lithuania. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol.16. Num.5. 2019. p.864-878.
- 10-Jesus, V. M.; Ferreira, J. M. A.; Silva Lima, W. A autopercepção estética da sociedade moderna. *Anais da Jornada de Educação Física do Estado de Goiás*. Vol.1. Num.1. 2018. p.135-139.
- 11-Laus, M. F. Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação e escolha alimentar de adultos. *Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto. Tese de Doutorado*. USP. Ribeirão Preto. 2013.
- 12-Lima, G.C.J.; Silva, L. M. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiáticos no Instagram. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social*. Vol.9. Num.2. 2021. p.786-797.
- 13-Lima, R.A.R. Relação entre mídias sociais e transtornos de autoimagem em mulheres. *TCC em Nutrição*. Centro Universitário de Brasília. p.1-21. 2019.
- 14-Lira, A. G.; Ganen, A. P.; Lodi, A. S.; Alvarenga, M. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*. Vol. 63. Num. 3. 2017. p.164-171.

15-Nilson, G.; Pardo, E. R.; Rigo, L. C.; HallaL, P. C. Espelho, espelho meu: um estudo sobre autoimagem corporal de estudantes universitários. *Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde*. Vol.18. Num.1. 2013. p.112-120.

16-Oliveira, S.S.; Tezzi, M.M.D. O papel dos influenciadores digitais na formação da opinião pública: a indústria do posicionamento. *Revista do Instituto de Ciências Humanas*. Vol.17. Num.27. 2021. p.362-375.

17-OPAS. Organização Pan-Americana de saúde. 2018. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/saude-mental-dos-adolescentes>. Acesso em: 21/03/2022.

18-Passos, J.A.; Vasconcelos-Silva, P.R.; Santos, L.A.S. Curta e compartilhe: conteúdos sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*. Vol. 24. Num.1. 2020. p.1-18.

19-Pinho, L.; e colaboradores. Perception of body image and nutritional status in adolescents of public schools. *Revista Brasileira de Enfermagem*. Vol.72. Num.2. 2019. p. 229-235.

20-Prichard, I.; Mclachlan, A.; Lavis, T.; Tiggemann, M. The impact of different forms of# fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex Roles*. Vol.78. Num.11. 2018. p.789-798.

21-Santos, A. C. L. S.; Stulbach, T.; Sposito, M.; Pereira, T. Relação entre estado nutricional e percepção de autoimagem corporal de adolescentes praticantes de ginástica artística. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*. São Paulo. Vol.9. Num.52 2015. p. 350-356.

22-Silva, G. L. Influência da mídia sobre o comportamento alimentar de universitários. *TCC em Nutrição*. Repositório Digital da Universidade Federal de Pernambuco. Vol.23. Num.75. 2018. p.1-78

23-Silva, A. V.; Pinto, F. S.; Silva, M. L. B.; Teixeira, J. F. A Influência do Instagram: Possíveis Impactos do Aplicativo em Seus Usuários. *Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*.

XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Luís-MA. 2019.

3 - Acadêmica do curso de Nutrição na Faculdade de Saúde e Humanidades Ibituruna-FASI, Montes Claros-MG, Brasil.

4 - Docente do curso de Nutrição na Faculdade de Saúde Ibituruna-FASI, Montes Claros-MG, Brasil.

E-mail dos autores:

wdansoa@yahoo.com.br

rafaelasiqueira862@gmail.com

danielaribeiro.2009@hotmail.com

katia.sepulveda@fasi.edu.br

Orcid dos autores:

<https://orcid.org/0000-0001-8952-9717>

<https://orcid.org/0000-0001-9655-4574>

<https://orcid.org/0000-0002-2779-5435>

<https://orcid.org/0000-0003-2305-7109>

Autor para correspondência:

Wellington Danilo Soares.

wdansoa@yahoo.com.br

Padre Antônio, 299.

São Judas Tadeu, Montes Claros, Minas Gerais, Brasil.

CEP: 39.402-422.

Telefone: (38-999049888).

Recebido para publicação em 05/12/2022

Aceito em 19/01/2023