



A Influência das Redes Sociais na Autoestima e nos Comportamentos Alimentares de Mulheres

The Influence of Social Media on Self-Esteem and Eating Behaviors of Women

Aila Maria Silva De Oliveira

Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA). <https://orcid.org/0009-0008-2048-5291>

Daniela Fortes Neves Ibiapina

Ma. Centro Universitário Santo Agostinho (Universidade Federal do Piauí - UFPI). <https://orcid.org/0000-0002-2235-5545>

Keila Cristiane Batista Bezerra Lopes

Ma. Centro Universitário Santo Agostinho (Universidade Federal do Piauí - UFPI). <https://orcid.org/0000-0002-0425-3596>

Resumo: O presente estudo teve como objetivo analisar a influência das redes sociais na autoestima e na forma com que as mulheres se relacionam com a alimentação. Por meio de uma revisão integrativa da literatura, foram selecionados artigos publicados entre 2019 e maio de 2026, disponíveis nas bases BVS, SciELO, PubMed e LILACS, que abordassem diretamente os efeitos das mídias sociais sobre a percepção corporal e o comportamento alimentar desse público. A amostra final incluiu dez estudos com delineamentos distintos, envolvendo mulheres. Os resultados apontaram que a exposição constante a conteúdos idealizados nas redes sociais está associada à baixa autoestima, insatisfação corporal e adoção de práticas alimentares inadequadas, como dietas restritivas e comer emocional. Constatou-se ainda que o uso frequente de plataformas como Instagram e TikTok intensifica a comparação social e a busca por validação, impactando negativamente na saúde mental e na relação com o próprio corpo. Conclui-se que há uma relação significativa entre redes sociais, autoestima e hábitos alimentares, reforçando a necessidade de estratégias interdisciplinares que promovam a educação alimentar e a valorização da diversidade corporal.

Palavras-chave: autoestima; redes sociais; comportamentos alimentares; mulheres.

Abstract: This study aimed to analyze the influence of social media on self-esteem and the way women relate to food. Through an integrative literature review, articles published between 2019 and 2025 and available in the BVS, SciELO, PubMed, and LILACS databases were selected, provided they directly addressed the effects of social media on body perception and eating behavior among this population. The final sample included ten studies with different designs involving women. The results indicated that constant exposure to idealized content on social media is associated with low self-esteem, body dissatisfaction, and the adoption of inappropriate eating practices, such as restrictive diets and emotional eating. It was also found that frequent use of platforms such as Instagram and TikTok intensifies social comparison and the search for validation, negatively impacting mental health and the relationship with one's own body. It is concluded that there is a significant relationship between social media, self-esteem, and eating habits, reinforcing the need for interdisciplinary strategies that promote nutrition education and the appreciation of body diversity.

Keywords: self-esteem; social media; eating behaviors; women.

INTRODUÇÃO

A era pós-moderna trouxe grandes mudanças na forma como vivemos, nos relacionamos e agimos em sociedade. Esse período é marcado pela coexistência entre o tradicional e o tecnológico, gerando novas possibilidades de conexão. Nesse cenário, surge a chamada tecnossociedade, caracterizada pela forte presença das tecnologias digitais nas relações sociais e nas práticas cotidianas (Melo *et al.*, 2020). Segundo Michel Maffesoli, as relações sociais digitais são formas de comunicação e interação mediadas pela tecnologia, especialmente pela internet e suas ferramentas, que se tornaram essenciais na vida contemporânea. Atualmente, torna-se quase inviável realizar atividades sem o auxílio dos meios digitais, como ligações, mensagens e compartilhamento de fotos e vídeos, o que influencia diretamente a maneira como a sociedade se comunica e interage (Silva *et al.*, 2021).

Dessa forma, o valor pessoal na contemporaneidade passa a ser frequentemente associado às curtidas, comentários, número de seguidores e demais interações virtuais. Assim, esses elementos funcionam como mecanismos de validação e reconhecimento social. Além disso, a exposição constante a estilos de vida aparentemente perfeitos pode provocar sentimentos de inadequação, frustração e baixa autoestima, afetando negativamente a saúde mental e a percepção da autoimagem feminina (Santos; Rodrigues, 2023). Evidências científicas apontam ainda que o contato frequente com conteúdos relacionados à aparência e a padrões estéticos idealizados influencia negativamente a percepção corporal e as escolhas alimentares. Nesse sentido, o uso dessas plataformas está associado à internalização do ideal de magreza e à adoção de práticas prejudiciais (Rounsefell *et al.*, 2019).

A idealização corporal, frequentemente intensificada pelo uso de filtros e edições de imagem, favorece a disseminação de padrões estéticos restritos e, muitas vezes, inalcançáveis. A exposição contínua a esses conteúdos pode comprometer a construção da identidade feminina e o bem-estar emocional. Consequentemente, favorece o aparecimento de transtornos alimentares e a adoção de comportamentos de risco, como dietas extremamente restritivas e uso de medicamentos purgativos (Lopes; Baze; Nazaré, 2024).

Além disso, embora as conquistas sociais, profissionais e políticas das mulheres representem avanços importantes, observa-se que a pressão estética se tornou ainda mais intensa na sociedade contemporânea. Sob essa perspectiva, a indústria da estética e do emagrecimento lucra com a insegurança corporal feminina ao estimular a criação de necessidades relacionadas ao corpo e à aparência, por meio da divulgação de produtos, procedimentos e cirurgias estéticas. Dessa maneira, a beleza passa a atuar também como um mecanismo de controle social (Naomi Wolf, 2022).

As mulheres adultas são constantemente pressionadas a seguir padrões impostos pelos meios digitais, convivendo desde cedo com exigências relacionadas à aparência física. Diante disso, cria-se um ambiente marcado pela comparação social e pela idealização de estilos de vida muitas vezes ilusórios. Como

consequência, observa-se uma percepção corporal distorcida, influenciada por conteúdos idealizados, impactando diretamente o bem-estar e a qualidade de vida feminina (Nunes *et al.*, 2022).

Diante do crescente uso das mídias sociais e de sua influência na construção da autoimagem, torna-se fundamental compreender de que forma essas plataformas impactam na confiança em si e nos hábitos alimentares das mulheres. Assim, este estudo tem como objetivo analisar a influência das mídias virtuais na autoestima e nos comportamentos alimentares de mulheres.

METODOLOGIA

Tipo de Estudo

Este estudo consiste em uma revisão integrativa da literatura, com o objetivo de analisar a influência das redes sociais na autoestima e nos comportamentos alimentares de mulheres. A busca bibliográfica foi conduzida nas bases de dados Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Scientific Electronic Library Online (SciELO), PubMed (National Library of Medicine) e Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS).

População, Critérios de Inclusão e Exclusão

Foram utilizados os descritores DeCS e MeSH: “autoestima”, “mulheres”, “redes sociais” e “comportamentos alimentares”, bem como seus correspondentes em inglês (“self-esteem”, “women”, “social media” e “eating behaviors”) e em espanhol (“autoestima”, “mujeres”, “redes sociales” e “comportamientos alimentarios”). A combinação dos termos foi realizada por meio dos operadores booleanos AND e OR, garantindo maior especificidade e abrangência dos resultados.

O recorte temporal contemplou publicações entre os anos de 2019 e maio de 2026, nos idiomas português, inglês e espanhol. Foram incluídos artigos que abordassem diretamente a relação entre autoestima, redes sociais e comportamentos alimentares em mulheres.

Foram excluídos artigos indisponíveis na íntegra, dissertações, teses, monografias e publicações que não apresentassem relação direta com o tema proposto. Os artigos duplicados encontrados em mais de uma base de dados foram identificados e removidos manualmente antes da etapa de triagem.

Identificação dos Estudos Pré-Selecionados e Selecionados

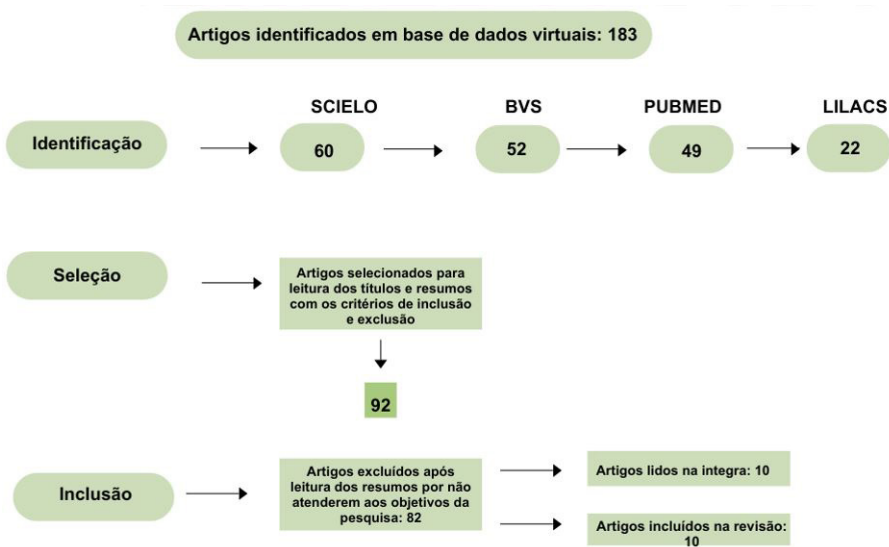
O processo de seleção dos estudos ocorreu em três etapas: 1) leitura dos títulos, para identificação de estudos potencialmente relevantes; 2) leitura dos resumos, para verificação da adequação aos critérios estabelecidos; e 3) leitura na íntegra dos artigos selecionados, para confirmação da elegibilidade e inclusão na amostra final.

Inicialmente, foram identificados 183 estudos nas bases de dados (BVS: 52; SciELO: 60; PubMed: 49; e LILACS: 22). Após a remoção de duplicatas e aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, 91 estudos foram excluídos. Dessa forma, 92 artigos foram selecionados para leitura dos resumos. Após essa etapa, 82 estudos foram excluídos por não atenderem plenamente aos objetivos da pesquisa. Assim, a amostra final foi composta por 10 estudos.

A análise dos dados foi realizada de forma descritiva e comparativa, por meio da construção de um instrumento contendo: título, autores, ano de publicação, objetivos, metodologia, principais resultados e conclusões, possibilitando a síntese crítica das evidências encontradas.

Quanto aos aspectos éticos, por se tratar de uma revisão integrativa da literatura, baseada em dados secundários de acesso público, não houve necessidade de submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa. Ressalta-se, entretanto, o respeito aos princípios éticos, mediante a correta citação dos autores e das fontes utilizadas.

Figura1 - Fluxograma de identidade, seleção e inclusão e exclusão dos estudos da revisão integrativa.



Fonte: Banco de dados (2026).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra final desta revisão foi constituída por dez artigos científicos selecionados com base nos critérios de inclusão previamente estabelecidos, os quais consideraram delineamentos metodológicos pertinentes, recortes populacionais compatíveis e abordagem direta da relação entre mídias sociais, autoestima, comportamento alimentar e imagem corporal.

O quadro abaixo apresenta as especificações metodológicas e temáticas de cada um dos estudos incluídos, destacando seus delineamentos, amostras, instrumentos de coleta e principais achados. Os estudos analisados contemplam mulheres e evidenciam abordagens diversificadas quanto ao uso das mídias sociais e seus desdobramentos psicossociais e comportamentais.

Quadro 1 - características metodológicas e principais resultados de estudos sobre a influência das redes sociais na autoestima e nos comportamentos alimentares de mulheres.

Título/Autor/Ano	Objetivos	Metodologia	Resultados	Conclusão
Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google Trends (Passos, Vasconcelos-Silva, Santos, 2020)	O objetivo do estudo foi identificar, descrever e analisar conteúdos veiculados por notícias associadas ao pico de interesse pelas dietas da moda.	Utilizaram o Google Trends entre 2012 e 2017 durante 261 semanas, permitindo analisar tendências por região, período e categoria temática. Oito dietas foram escolhidas. Dieta cetogênica, dieta da lua, dieta da proteína, dieta detox, dieta dos pontos, dieta da sopa, dieta Dukan, dieta paleo.	As dietas apresentaram crescimento lento nas buscas. As notícias relacionadas destacavam principalmente a busca pelo emagrecimento rápido. É a influência que mídias sociais e jornais têm na propagação de noticiários que poderiam impactar os comportamentos alimentares femininos.	O estudo ganha força principalmente pela influência de especialistas, celebridades e a mídia, que ajudam a aumentar o interesse do público. Essa busca está relacionada com o comportamento da sociedade atual, em que as pessoas estão sempre buscando resultados rápidos. Os autores reforçaram a importância de realizar mais estudos e entender o consumo dessas informações.
Redes Sociais: O impacto de influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres (Esteve; Veras; Santos, 2022)	Teve por objetivo investigar o impacto que influenciadores causam sobre o comportamento alimentar de mulheres que acompanham as redes sociais.	Foi realizado um estudo do tipo observacional, qualitativo de natureza descritiva. Participaram 110 mulheres com idade entre 18 e 55 anos, sendo prioritárias aquelas que utilizam redes sociais e seguem perfis de influenciadores brasileiros fitness.	Resultados: 80% das mulheres participantes seguem influenciadores digitais com conteúdos relacionados à alimentação e ao corpo; 67% afirmaram já ter modificado seus hábitos alimentares por influência dessas redes sociais. Além disso, 74% relataram sentir o corpo inferior quando comparado aos influenciadores; enquanto 69% disseram que as redes sociais afetam negativamente seu estado mental. Em relação aos comportamentos alimentares, 44,2% das participantes afirmaram sentir culpa ao comer, e 36% já aderiram à dieta low carb sem acompanhamento nutricional. Observou que mulheres seguem dicas sem comprovação científica, como “beber água com limão em jejum emagrece” e “não comer carboidrato à noite para evitar ganho de peso”.	A pesquisa mostrou que muitas mulheres buscam informações sobre alimentação nas redes sociais, seguindo influenciadores que nem sempre possuem formação em nutrição. Isso pode gerar comparação com padrões corporais irreais, causando insatisfação corporal, culpa ao se alimentar e possíveis transtornos alimentares. O estudo também destaca a importância do acompanhamento com nutricionistas e a necessidade de novas pesquisas sobre os impactos das redes sociais na alimentação feminina.
Uso de Redes Sociais e Transtornos de Imagem Corporal: Associação entre a Frequência de Comparação da Própria Aparência com Pessoas Seguidas nas Redes Sociais, Insatisfação Corporal e Desejo de Magreza (Jiotsa <i>et al.</i> , 2021)	Investigar a associação entre a comparação da aparência nas redes sociais e a insatisfação corporal e o desejo de magreza.	Estudo transversal com 1.331 participantes entre 15 e 35 anos que responderam questionário online sobre uso de redes sociais e comparação de aparência	Quanto maior a frequência de comparação da própria aparência com pessoas seguidas nas mídias sociais, maiores a insatisfação corporal e o desejo de magreza.	O uso frequente de redes sociais e a comparação social podem aumentar a vulnerabilidade a transtornos alimentares e à insatisfação corporal.
Associações entre Imagem Corporal, Comportamentos Alimentares e Qualidade da Dieta em Jovens Mulheres na Nova Zelândia: O Papel das Redes Sociais (Jessica A. Malloy <i>et al.</i> , 2024)	Investigar a relação entre imagem corporal, comportamentos alimentares, qualidade da dieta e influência das redes sociais em mulheres jovens.	Estudo de métodos mistos com grupos focais e análise quantitativa. Participaram 50 mulheres (18–24 anos), utilizando instrumentos como BIDQ e TFEQ-R18.	Foi encontrada associação significativa entre maior tempo em redes sociais e maior distúrbio de imagem corporal; muitos participantes também apresentaram comportamentos alimentares descontrolados ou emocionais.	As redes sociais influenciam a percepção corporal e a relação com comportamentos alimentares, resultado de fatores sociais e psicológicos, como a baixa autoestima e o comer emocional.
Influenciadores digitais na autoestima e hábitos alimentares de mulheres (Soares <i>et al.</i> , 2023)	O objetivo avaliar como os influenciadores digitais interferem na autoestima e hábitos alimentares de mulheres adultas na cidade de Montes Claros-MG.	A amostra foi composta por 135 mulheres com idade igual ou superior a 18 anos, todas usuárias de redes sociais. Foram consideradas para este estudo pessoas do sexo feminino, sendo excluídas as mulheres que não responderam completamente o questionário online.	A amostra foi composta por 135 mulheres entre 19 e 68 anos, todas seguidoras de influenciadores digitais. Observou-se uso frequente das redes sociais, com preferência por perfis de artistas, blogueiros, nutricionistas e conteúdos fitness. Embora a maioria das participantes tenha relatado não seguir dietas ou recomendações recebidas nas redes sociais, parte delas afirmou fazê-lo ocasionalmente.	A partir dos resultados foi observado que as redes sociais e as mídias digitais fazem parte da vida da maioria da população. Estas surgem como meios de comunicação, informação e entretenimento abordando diversos assuntos, inclusive ajuda na propagação de atuais padrões de beleza.

Título/Autor/Ano	Objetivos	Metodologia	Resultados	Conclusão
Impacto do conteúdo de mídia social body-positive na percepção da imagem corporal (Jiménez-García <i>et al.</i> , 2025)	O objetivo deste estudo foi analisar os efeitos do conteúdo body positive nas redes sociais.	Uma revisão sistemática e meta-análise. Foram revisados cinquenta e seis estudos que examinavam os efeitos de conteúdos de positividade corporal nas mídias sociais,	A meta-análise mostrou que conteúdos body positive nas redes sociais podem melhorar a satisfação corporal e o bem-estar emocional. Os resultados sugerem que, embora esse conteúdo ajude a reduzir impactos negativos dos padrões de beleza tradicionais, ainda são necessárias estratégias mais específicas para ampliar seus efeitos em diferentes grupos.	O estudo indica que o movimento body positive nas redes sociais surgiu para desafiar os padrões tradicionais de beleza e promover maior aceitação corporal. Os resultados apontam que a exposição a conteúdos positivos sobre o corpo pode melhorar a satisfação com a imagem corporal, a apreciação do corpo e o humor dos usuários. No entanto, os efeitos ainda devem ser interpretados com cautela.
O impacto das redes sociais na saúde mental feminina por pressão estética (Ribeiro <i>et al.</i> , 2025)	Analisar os impactos das redes sociais na saúde mental de mulheres adultas, identificando alterações psicológicas e comportamentais frente à exposição a padrões estéticos irreais.	A metodologia proposta para este projeto de pesquisa visou coletar e analisar dados sobre o impacto das redes sociais na saúde mental feminina por pressão estética. Foram realizados questionários via Google Forms.	Os resultados indicaram que a maioria das participantes relatou impactos negativos das redes sociais na autoestima, com 75% afirmando sentir-se mal ao visualizar conteúdos de beleza. Todas as participantes relataram já ter visto anúncios de procedimentos estéticos, e 58% afirmaram sentir pressão para realizá-los. Além disso, foram observados relatos de baixa autoestima (28,2%) e ansiedade (28,9%), evidenciando impactos das redes sociais na saúde mental e na autoimagem feminina.	As redes sociais reforçam padrões estéticos irreais que afetam significativamente a autoestima e a saúde mental das mulheres. Reforça-se a necessidade de políticas públicas e ações de conscientização que promovam a valorização da diversidade corporal e o bem-estar psicológico.
Eficácia das intervenções para mitigar a influência das redes sociais na anorexia e bulimia nervosa: uma revisão sistemática (Muñoz, Lozano <i>et al.</i> , 2024)	Analisar a eficácia das intervenções para reduzir a influência das redes sociais na anorexia e na bulimia nervosa.	Revisão sistemática, realizada nas bases de dados: PubMed, Scopus, PsycINFO e Web of Science no período 2013–2023 com amostra total de 5.084 participantes, principalmente adolescentes e mulheres jovens, com avaliação pela escala de qualidade metodológica de Van Tulder	Os estudos demonstraram que a exposição a padrões irreais de beleza nas redes sociais está associada a uma maior insatisfação corporal e ao risco de transtornos alimentares, enquanto as intervenções aplicadas contribuíram para a melhora da autoestima, da imagem corporal, a redução da ansiedade e a diminuição de comportamentos alimentares inadequados.	As intervenções mostraram-se eficazes na redução dos impactos negativos das redes sociais, especialmente quando incluem estratégias de educação, autocrítica, autoestima e alfabetização midiática, apresentando melhores resultados em intervenções de maior duração e no público feminino.
O Impacto de Seguir Influenciadoras do Instagram na Insatisfação Corporal e nos Sintomas de Transtornos Alimentares nas Mulheres (Benucci, Sara <i>et al.</i> , 2024)	Investigar a relação entre seguir influenciadores do Instagram (nutrição, fitness e entretenimento) e a insatisfação corporal e sintomas de transtornos alimentares em mulheres.	Estudo quantitativo, transversal, com 5.060 mulheres usuárias do Instagram, recrutadas por meio de influenciadores digitais. Foram aplicados questionários autorrespondidos, incluindo o EAT-26 para avaliação de sintomas de transtornos alimentares e uma escala de imagem corporal.	Os resultados indicaram que mulheres que seguem influenciadores de nutrição apresentam maiores níveis de insatisfação corporal e sintomas de transtornos alimentares, sendo que o maior tempo de uso das redes sociais e o seguimento de influenciadores de nutrição e fitness aumentam esse risco.	Conclui-se que o seguimento de influenciadores de nutrição e fitness no Instagram está associado a efeitos negativos na imagem corporal e nos comportamentos alimentares, especialmente devido à exposição a conteúdos relacionados a dietas e emagrecimento.
Autoestima e Estereótipos do comer emocional (Werneck, Oliveira 2021)	O objetivo desse estudo foi avaliar a relação entre autoestima, comer emocional e estereótipos alimentares	Trata-se de um estudo observacional, descritivo e de caráter quantitativo, com 717 indivíduos do sexo feminino e masculino entre 18 e 60 anos, sendo investigado por meio de uma plataforma on-line.	As mulheres são a maior parte da amostra dessa pesquisa (93,7%). A maioria se concentrou na região Sudeste (73,8%). A segunda região foi a região Sul, com 11,6%. O estudo mostrou que pessoas com comportamento de comer emocional costumam ser vistas e até se enxergam de maneira mais negativa. Os adjetivos mais associados ao comer emocional foram: mentiroso, doente, oprimido, fraco, deprimido.	As variáveis encontradas no estudo podem sugerir ser um gatilho comportamental para a compensação emocional direcionada ao alimento. A autoestima demonstrou ser um componente importante no comer emocional; isto sinaliza a atenção para levá-la em consideração em processos terapêuticos relacionados ao comportamento alimentar. Em relação aos estereótipos do comer emocional, foi possível observar neste estudo que indivíduos que apresentaram o comer emocional tiveram mais propensão a se autoestereotipar negativamente, por exemplo: mentiroso, doente, oprimido, fraco e deprimido.

Fonte: Autoria própria (2026).

A relação entre os efeitos das redes sociais na saúde mental, autoestima e comportamento alimentar, especialmente entre mulheres, tem sido analisada e investigada. Os estudos convergem em demonstrar a relação entre o uso das mídias sociais e a intensificação de comportamentos e sentimentos prejudiciais, ainda que por caminhos metodológicos e analíticos distintos. Os estudos analisados nesta revisão evidenciam que o uso frequente das redes sociais pode impactar significativamente a forma como os indivíduos percebem o próprio corpo e se relacionam com a alimentação.

O estudo de Passos, Vasconcelos-Silva, Santos, (2020), apresentou algumas dietas: a cetogênica, que é baseada em alto consumo de gorduras e baixa ingestão de carboidratos; a dieta da lua, que se baseia na ideia de que as fases da lua influenciam os líquidos do corpo, propondo restrições alimentares e consumo de líquidos para “eliminar toxinas”; A chamada “dieta da sopa” é um tipo de dieta restritiva baseada no consumo predominante de sopas com poucas calorias; ela costuma ser usada com o objetivo de emagrecimento rápido, normalmente dura entre 5 e 7 dias. É a da proteína, que restringe fortemente carboidratos e incentiva o alto consumo de proteínas e gorduras. Os períodos de picos de interesse são momentâneos e possuem um objetivo específico, evidenciados pelos ciclos de busca, observados no Google Trends. O exemplo de reportagens presentes no anexo desse trabalho identifica matérias que mostram a forte influência das celebridades e da mídia na disseminação dessas dietas.

Para melhor compreensão, Esteves, Veras e Santos (2022) verificaram que o maior público que acompanhava influenciadores digitais relacionados ao mundo fitness era feminino. Esses influenciadores acabam mostrando a sua rotina e hábitos do dia a dia, disseminando informações duvidosas e influenciando o assunto nas mídias sociais. Muitas afirmaram já ter alterado seus hábitos alimentares por conta desses conteúdos, sem procurar uma ajuda profissional, como o nutricionista. Sucedendo a modificações imprudentes no comportamento e hábito alimentar, havendo riscos para o desenvolvimento de transtornos alimentares. Além disso, muitas das entrevistadas relataram sentir inferioridade corporal ao compararem seus corpos aos de influenciadores digitais. Muitas mulheres acreditam que se conectar e consumir esses conteúdos ajuda a seguir um estilo de vida mais saudável. Esse estudo mostra que isso é relativo, e algumas mulheres podem ter o efeito contrário do incentivo, como frustração e não pertencimento.

A relação entre comparação social e insatisfação corporal também foi evidenciada no estudo de Jiotsa *et al.* (2021), que analisou a frequência com que os usuários comparam sua aparência com a de pessoas que seguem nas redes sociais, podendo ser um parente, amigo ou até mesmo uma pessoa desconhecida. Os resultados demonstraram que quanto maior a frequência dessa comparação, maiores são o nível de insatisfação corporal e o desejo de magreza. Esses fatores são considerados importantes indicadores de vulnerabilidade para o desenvolvimento de transtornos alimentares, especialmente em populações jovens.

Malloy *et al.* (2024) confirmaram esse pensamento quando identificaram que mulheres jovens expostas frequentemente às redes sociais apresentaram maiores

níveis de insatisfação corporal, alimentação descontrolada e comer emocional. O estudo também destacou que conteúdos digitais relacionados à aparência física reforçam padrões corporais irreais e intensificam o sentimento de culpa e inadequação.

Nesse contexto, Benucci *et al.* (2024) observaram que mulheres que seguem perfis que mostram uma rotina de atividade física e alimentação saudável apresentaram maiores índices de insatisfação corporal, preocupação excessiva com o peso e sintomas associados a transtornos alimentares. Além disso, o estudo apontou que o tempo prolongado de uso das redes sociais potencializa esses efeitos negativos.

Dessa forma, no que se refere à influência de influenciadores digitais, Soares *et al.* (2023) notaram que grande parte das mulheres participantes do estudo passa um tempo significativo nas redes sociais e acompanha perfis de artistas, blogueiros e conteúdos relacionados à estética e ao estilo de vida. Embora a maioria das participantes tenha relatado não seguir dietas recomendadas nas redes sociais, os autores destacam que essas plataformas contribuem para a disseminação de padrões de beleza e estilos de vida que podem influenciar a percepção corporal e a relação com a alimentação.

Por outro lado, Jiménez-García *et al.* (2025) também apontaram possíveis impactos positivos das mídias sociais quando utilizadas para promoção da diversidade corporal, identificando que conteúdos body positive podem contribuir para a melhora da satisfação corporal, da autoestima e do bem-estar emocional. Os autores destacam que conteúdos voltados à aceitação corporal ajudam a reduzir os impactos negativos provocados pelos padrões tradicionais de beleza. Entretanto, ressaltam que os efeitos ainda são limitados, pois o lado positivo não diminui o impacto que a exposição contínua a esses conteúdos pode fazer no corpo e na mente.

Os autores Ribeiro *et al.* (2025) destacam que a exposição contínua a padrões estéticos irreais nas redes sociais pode gerar impactos negativos na saúde mental feminina, contribuindo para o desenvolvimento de ansiedade, insegurança e pressão estética. Segundo os autores, a busca constante por validação social por meio de curtidas, comentários e aprovação virtual pode intensificar sentimentos de inadequação e afetar diretamente a autoestima das mulheres.

Lozano-Muñoz (2024) analisou a eficácia de intervenções destinadas a reduzir os impactos negativos das redes sociais sobre anorexia e bulimia nervosa. Os autores verificaram que estratégias baseadas em conscientização midiática, fortalecimento da autoestima e pensamento crítico apresentaram resultados positivos na redução da insatisfação corporal e de comportamentos alimentares inadequados. As intervenções também contribuíram para a melhora da ansiedade e da percepção corporal, especialmente entre mulheres.

Werneck e Oliveira (2021) analisam a importância de focar na saúde mental feminina, pois é o primeiro local em que o problema começa a acontecer. E identifica outro ponto pouco citado, ambientes com influência das desigualdades sociais e de

pouco acesso às plataformas digitais, visto que estudos realizados em ambiente on-line tendem a alcançar predominantemente determinados grupos populacionais. Ainda assim, os resultados evidenciam que a exposição frequente às redes sociais pode impactar negativamente a autoestima e favorecer o comer emocional, indicando que fatores emocionais exercem influência importante sobre os hábitos alimentares femininos. Esses achados reforçam a relação entre autoestima, comparação social e alimentação emocional, evidenciando a necessidade de ampliar discussões e estratégias de cuidado voltadas à saúde mental e alimentar das mulheres.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente revisão integrativa evidenciou que as mídias sociais exercem influência significativa na autoestima e nos comportamentos alimentares de mulheres, e que as plataformas digitais, ao promoverem padrões estéticos idealizados e comportamentos alimentares nem sempre saudáveis, atuam como agentes moduladores da percepção corporal e da construção da identidade entre mulheres em fase de formação psicoemocional e social.

Observou-se que a exposição constante a conteúdos relacionados ao corpo, à estética e ao estilo de vida “perfeito” pode gerar impactos negativos na autoestima, especialmente quando associada à comparação social e à busca por validação por meio de curtidas e comentários. Este processo pode desencadear comportamentos alimentares inadequados, como dietas restritivas, uso de produtos sem orientação profissional, compulsões alimentares e outros transtornos relacionados à imagem corporal.

Além disso, a literatura analisada indica que a autoestima atua como fator mediador entre o consumo de mídias digitais e a adoção de comportamentos alimentares, o que reforça a necessidade de estratégias de intervenção que contemplem tanto o fortalecimento emocional quanto a educação alimentar e nutricional.

Considerando o alcance e a força das redes sociais na vida cotidiana das mulheres, faz-se urgente a adoção de medidas interdisciplinares que envolvam nutricionistas, psicólogos, educadores e influenciadores digitais, com o objetivo de promover o uso consciente das plataformas digitais, a valorização da diversidade corporal e a construção de uma relação saudável com a alimentação. É imprescindível que o campo da Nutrição amplie seu olhar sobre os fatores socioculturais que afetam as escolhas alimentares, reconhecendo que a promoção da saúde passa também pela promoção da autoestima, da autonomia e do pensamento crítico frente às mensagens propagadas no ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Bianca Lopes de; BAZE, Victor Araújo; NAZARÉ, Wenderson Oliveira. Os impactos psicológicos ocasionados por padrões de beleza impostos pelas redes sociais em jovens adultos. **Revista Foco**, v. 17, n. 11, p. e6865, 13 nov. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v17n11-109>. Acesso em: 27 jan. 2025.

BOCCI BENUCCI *et al.* The Impact of Following Instagram Influencers on Women's Body Dissatisfaction and Eating Disorder Symptoms. **Nutrients**, v. 16, n. 16, p. 2730, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/nu16162730>. Acesso em: 10 fev. 2025.

ESTEVES; VERAS; SANTOS. Redes Sociais: O impacto de influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 8, p. e49111831313, 27 jun. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i8.31313>. Acesso em: 10 maio 2026

JIMÉNEZ-GARCÍA, A. M. *et al.* Impact of body-positive social media content on body image perception. **Journal of Eating Disorders**, v. 13, n. 1, 25 jul. 2025. <https://doi.org/10.1186/s40337-025-01286->. Acesso em: 3 jun. 2025.

JIOTSA, B. *et al.* Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 6, 11 mar. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>. Acesso em: 26 de maio de 2025.

LOZANO-MUÑOZ, Noelia; BORRALLO-RIEGO, Álvaro; GUERRA-MARTÍN, María Dolores. **Effectiveness of interventions to help mitigate the influence of social networks on anorexia and bulimia nervosa: a systematic review**. Anales del Sistema Sanitario de Navarra, v. 47, n. 1, 16 abr. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.23938/assn.1074>. Acesso em: 9 abril 2025.

MALLOY, Jessica A.; KAZENBROOT-PHILLIPS, Hugo; ROY, Rajshri. Associations Between Body Image, Eating Behaviors, and Diet Quality Among Young Women in New Zealand: The Role of Social Media. **Nutrients**, v. 16, n. 20, p. 3517, 17 out. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/nu16203517>. Acesso em: 12 maio 2025.

MELO, Leila Cristine do Nascimento *et al.* Redes sociais virtuais e tecnologias em saúde no cotidiano de usuários e famílias: cuidado e promoção da saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 28, n. 8, p. 2193-2202, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232023288.05252023>. Acesso em: 10 abril 2026.

NUNES, Leilane Barreto *et al.* Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: revisão de literatura. **Revista Ibero-Americana**

de Humanidades, Ciências e Educação, v. 8, n. 5, p. 2552-2562, 13 jun. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v8i5.5768>. Acesso em: 4 fev 2026.

PASSOS, Jasilaine Andrade; VASCONCELLOS-SILVA, Paulo Roberto; SANTOS, Ligia Amparo da Silva. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google Trends. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 7, p. 2615-2631, jul. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232020257.23892018>. Acesso em: 13 maio 2026.

RIBEIRO, Márcia Alves *et al.* O impacto das redes sociais na saúde mental feminina por pressão estética. **Revista Foco**, v. 18, n. 4, p. e8217, 10 abr. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v18n4-050> . Acesso em: 10 maio 2025.

ROUNSEFELL, Kim *et al.* Social media, body image, and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. **Nutrition & Dietetics**, v. 77, n. 1, p. 19-40, 3 out. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>. Acesso em: 26 de maio de 2025.

SANTOS Tânia, RODRIGUES Karen. Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 3, p. 851-862, 31 mar. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v9i3.8724>. Acesso em: 4 fev. 2025.

SILVA, Tamires *et al.* A tecnossocialidade no cotidiano de profissionais da atenção primária e promoção da saúde: scoping review. **Saúde em Debate**, v. 45, n. 131, p. 1183-1198, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-1104202113117> . Acesso em: 12 out 2025.

Soares, W. D., de Souza, F. M. G. A., Veloso, F. J. R., Correa, P. D. S., da Cruz, A. F. P., & Hott, K. P. S. (2023). Influenciadores digitais na autoestima e hábitos alimentares de mulheres adultas. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, 17(103), 137-143. <https://doi.org/10.1590/19827849rac2018170028> . Acesso em: 27 jan. 2025.

WERNECK, Gabriella de Paula; DE OLIVEIRA, Diana Ramos. Autoestima e Estereótipos do Comer Emocional. **Revista Psicologia e Saúde**, p. 117-130, 17 nov. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.20435/pssa.v13i3.1157>. Acesso em: 12 jul. 2026.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. 18. ed. Rio de Janeiro. Rosa dos Tempos, 2022.

ANEXO

Quadro 1. Notícias sobre dietas da moda veiculadas em sites nacionais entre 2012 e 2017.

Dieta cetogênica	Dieta da lua	Dieta da proteína	Dietas da moda				Dieta paleo
			Dieta da sopa	Dieta detox	Dieta dos pontos	Dieta dukan	
<p>PORTAL MAIS MÍDIA. Fiu, fiu! Gil Jung ostenta corpo com 3kg a menos. 2016. Disponível em: <http://www.portalmaismidia.com.br/fiu-fiu-gil-jung-ostenta-corpo-com-3kg-a-menos/>. Acesso em: 10 jan. 2017</p>	<p>TERRA. Terra Networks Brasil S.a. Madonna segue dieta que promete eliminar 3 kg em 24h, diz fonte. 2014. Disponível em: <https://saude.terra.com.br/dietas/madonna-segue-promete-eliminar-3-kg-em-24h-diz-fonte-c22badaf6b341010gnVCM10000989ceeb0ARCRD.html>. Acesso em: 10 jan. 2017.</p>	<p>ALENCAR, M.; BARETTO, L.C. Editora Escala. Dieta de Giovanna Antonelli: Atriz Giovanna Antonelli revela sua dieta e o segredo para manter o corpo em forma. 2012. Disponível em: <http://contamais.com.br/dica-das-famosas/dieta/-dieta-de-giovanna-antonelli/10259>. Acesso em: 10 jan. 2017</p>	<p>ALLEGRETTI, Fernanda; SILVA, Marcela Rodrigues. Revista Marie Claire – Editora Globo. Barriga negativa: o abdômen dos sonhos pode ser conquistado em uma semana - e sem sofrer muito: É só escolher os alimentos e os exercícios certos. Aparelhos hi-tech e novas pílulas também ajudam a secar. 2012. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,EMI306799-1759500-BARRIGA+NEGATIVA+O+ABDOMEN+DOS+SONHOS+POD+E+SER+CONQUISTAD+O+EM+UMA+SEMANA+E+e.html>. Acesso em: 12 jan. 2017.</p>	<p>CARAS ONLINE. Caras Brasil. Mulher de Márcio Garcia, Andrea Santa Rosa dá dicas de pratos para o home detox: Nutricionista Andrea Santa Rosa dá sugestões de pratos que fazem parte do projeto de reeducação alimentar da dieta detox. 2013. Disponível em: <http://caras.uol.com.br/bem-estar/mulher-de-marcio-garcia-andrea-santa-rosa-da-dicas-de-pratos-para-home-detox#.WkehKsarLIU>. Acesso em: 12 jan. 2017.</p>	<p>R7; ZAINAGHI, Ana Luisa. Veja as dicas para emagrecer definitivamente em 2012: Fique com um corpo de dar inveja sem fazer sacrifícios. 2012. Disponível em: <http://entretimento.r7.com/receitas-e-dietas/noticias/veja-as-dicas-para-emagrecer-definitivamente-em-2012-20120102.html?question=0>. Acesso em: 12 jan. 2017.</p>	<p>OLIVEIRA, Natália (Rio de Janeiro). Globo Comunicação e Participações S.a. Genêss auxilia na redução de peso, mas não é uma fórmula milagrosa: Fitoterápico atua na absorção de açúcares na matriz da fibra. O ácido ascórbico possui função antioxidante. 2013. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ceu-atleta/nutricao/noticia/2013/11/09/cales-formula-base-de-fibras-e-vitamina-c-auxilia-reducao-de-peso.html>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>	<p>UOL. NOTÍCIAS. Dieta paleolítica ajuda mulheres na menopausa, diz estudo. 2016. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2016/04/07/dieta-paleolitica-ajuda-mulheres-na-menopausa-diz-estudo.htm>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>

continua

Fonte: PASSOS, Vasconcellos-Silva e Santos (2020).

Quadro 1. Notícias sobre dietas da moda veiculadas em sites nacionais entre 2012 e 2017.

Dieta cetogênica	Dieta da lua	Dieta da proteína	Dietas da moda				Dieta paleo
			Dieta da sopa	Dieta detox	Dieta dos pontos	Dieta dukan	
Semanas de maior interesse							
19/09/2016 a 25/09/2016	21/11/2015 a 29/11/2015 19/01/2014 a 26/01/2014	04/11/2012 a 10/11/2012	16/06/2012 a 24/06/2012	03/11/2013 a 10/11/2013	01/01/2012 a 08/01/2012	30/12/2013 a 05/01/2014 16/11/2013 a 24/11/2013	25/12/2016 a 01/01/2017
Notícias sobre o tema nos períodos de maior interesse							
<p>CHRIST, Igor. Lutadores de MMA: desafios e riscos de perder peso em pouco tempo: Dietas restritas em carboidratos, limitada ingestão de água e exercícios feitos em saunas são métodos utilizados por lutadores e que necessitam de muita cautela. 2016. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ceu-atleta/saude/noticia/2016/09/lutadores-de-mma-arriscam-vida-para-perder-peso-em-poucos-dias.html>. Acesso em: 10 jan. 2017</p>	<p>G1b. Globo Comunicação e Participações S.A. André Marques sobre cirurgia para emagrecer: "Eu ia morrer": Três meses e meio depois de fazer uma cirurgia de redução de estômago, o apresentador André Marques se prepara para a volta à TV. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/03/andre-marques-sobre-cirurgia-para-emagrecer-eu-ia-morrer.html>. Acesso em: 10 jan. 2017</p>	<p>RAMOS, N. R7 Rio. Mesmo magérrima, Bárbara Evans aposta na dieta que a fez perder 11kg: Quando dá uma engordada, modelo apela para a dieta da proteína por uma semana. 2012. Disponível em: <http://entretimento.r7.com/receitas-e-dietas/noticias/mesmo-magerima-barbara-evans-aposta-na-dieta-que-a-fez-perder-11kg-20121109.html?question=0>. Acesso em: 12 jan. 2017.</p>	<p>D'ALAMA, L. (São Paulo). G1 - Globo Comunicação e Participações S.a. Vendedora paulistana elimina 35 kg após sofrer por câncer da írmã: Descoberta de tumor de mama na família levou Andréia Fluzza a comer mais. Agora jovem se alimenta bem, caminha e consegue usar roupas de marca.. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/VC-no-Bem-Estar/noticia/2012/06/vendedora-paulistana-elimina-35-kg-apos-sofrer-por-cancer-da-irma.html?menu=ad251a383c3831>. Acesso em: 12 jan. 2017.</p>	<p>G1a. Globo Comunicação e Participações S.a. Dieta da desintoxicação limpa nosso organismo e emagrece: Existem vários tipos de dietas desintoxicantes. A detox tradicional é sem lactose, sem glúten e sem proteína animal. Ou seja: nada de leite e derivados.. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2013/11/dieta-da-desintoxicacao-limpa-nosso-organismo-e-emagrece.html>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>	<p>BERGAMO, Giuliana. Veja – Abril Mídia S.A. Vigilantes do Peso: 'contar calorias é inútil': Maior empresa de dietas do mundo cria novo sistema de pontos que ignora o valor calórico dos alimentos. Frutas são boas. Sucos, um perigo!. 2011. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/saude/vigilantes-do-peso-contar-calorias-e-inutil/>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>	<p>VIEIRA, Bárbara (São Paulo). Ego - Globo Comunicação e Participações S.A. Depois de perder 19 quilos, Mariana Belem comemora resultado da dieta: Cantora voltou a entrar em um jeans tamanho 38 nesta sexta-feira, 22, mas avisa: 'Ninguém precisa ser magra para ser bonita..'. 2013. Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2013/11/depois-de-perder-14-kg-mariana-belem-comemora-resultado-da-dieta.html>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>	<p>LUCILIA DINIZ. A verdadeira dieta paleo. Disponível em: <http://luciliadiniz.com/verdadeira-dieta-paleo/>. Acesso em: 13 jan. 2017.</p>

continua

Fonte: PASSOS, Vasconcellos-Silva e Santos (2020).