

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS E DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA**

SÁVIA FERREIRA MARTINS

**A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NOS HÁBITOS ALIMENTARES DE
MULHERES E REPERCUSSÕES PSICOLÓGICAS: Uma revisão bibliográfica**

**GOIÂNIA
2025
SÁVIA FERREIRA MARTINS**

**A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NOS HÁBITOS ALIMENTARES DE
MULHERES E REPERCUSSÕES PSICOLÓGICAS: Uma revisão bibliográfica**

Orientador: Psi. Me. Wadson Arantes Gama

**GOIÂNIA
2025**

□

Resumo

Este estudo analisou a influência das mídias sociais nos hábitos alimentares e na saúde mental de mulheres adultas. Por meio de uma revisão narrativa da literatura, identificou-se que a exposição a padrões estéticos irreais disseminados em plataformas como Instagram e TikTok está associada à insatisfação corporal, baixa autoestima e adoção de comportamentos alimentares de risco. A atuação de influenciadores digitais e a lógica algorítmica das redes sociais intensificam o ciclo de comparação social e contribuem para o agravamento de sintomas psicológicos. Conclui-se que o uso desregulado das mídias sociais impacta negativamente o bem-estar feminino, sendo necessárias estratégias de educação midiática e promoção da diversidade corporal.

Palavras-chave: mídias sociais, imagem corporal, transtornos alimentares, comparação social, saúde mental.

Abstract

This study analyzed the influence of social media on the eating habits and mental health of adult women. Through a narrative literature review, it was found that exposure to unrealistic beauty standards on platforms such as Instagram and TikTok is associated with body dissatisfaction, low self-esteem, and risky eating behaviors. The role of digital influencers and the algorithmic logic of social networks intensify social comparison cycles and contribute to worsening psychological symptoms. It is concluded that unregulated use of social media negatively affects women's well-being, highlighting the need for media literacy strategies and the promotion of body diversity.

Keywords: social media, body image, eating disorders, social comparison, mental health.

□
□

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 METODOLOGIA	6
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
3.1 Padrões estéticos e corpo feminino ao longo da história	11
3.1.1 A evolução dos padrões estéticos femininos e sua relação com contextos socioculturais.....	11
3.1.2 Revolução Industrial na construção da magreza como um ideal de beleza	12
3.1.3 A relação entre a busca por um corpo ideal e as mudanças sociais, científicas e tecnológicas.	14
3.2 O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PERPETUAÇÃO DE PADRÕES ESTÉTICOS.....	15
3.2.1 Como as redes sociais disseminam padrões estéticos irreais e sua influência sobre a autoimagem feminina.	15
3.2.2 A influência dos influenciadores digitais na formação de padrões de comportamento e imagem corporal	17
3.2.3 A comparação social sob a ótica neurocientífica: impactos psicológicos a partir da exposição das mídias sociais	19
3.3 O impacto das redes sociais na saúde mental das mulheres	20
3.3.1 Insatisfação corporal e autoestima: estudos que relacionam o uso de mídias sociais à percepção negativa do próprio corpo.	20
3.3.2 Conteúdos Fitness e sua influência na Alimentação, Prática de Exercícios e Insatisfação Corporal	22
3.3.3 A influência da mídia na adesão a dietas restritivas e comportamentos compensatórios.	24
3.4. Redes sociais e transtornos alimentares	27
3.5 Estratégias para mitigar os impactos negativos	29
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
4.1 Construção Histórica dos Padrões Estéticos Femininos e disseminação por meio de veículos de comunicação	31
4.2 Comparação Social e repercussões psicológicas	33
4.3 Influência Digital e Transtornos Alimentares: A Face Oculta da 'Vida Saudável' nas Redes Sociais	38
4.4 Educação Midiática como Ferramenta de Prevenção	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	46

□

2

1 INTRODUÇÃO

As mulheres têm sido submetidas a diferentes pressões estéticas relacionadas ao corpo, as quais variam conforme o contexto sociocultural de cada época. Na Idade Média, a valorização do corpo gordo estava associada à riqueza e ao status social, refletindo os ideais estéticos predominantes do período. Já no início do século XX, impulsionado pela Revolução Industrial e pelos avanços científicos e tecnológicos, o corpo magro e esbelto começou a se consolidar como padrão de beleza. A crescente preocupação com a saúde e o entendimento dos impactos do consumo excessivo de alimentos contribuíram também para essa mudança de percepção, quanto ao corpo e alimentação (Magalhães *et al.*, 2022).

Na atualidade, a influência das mídias sociais tem desempenhado um papel central na maneira como os indivíduos percebem seus corpos e se relacionam com a saúde. A valorização da magreza como ideal estético, amplamente difundida nessas plataformas, muitas vezes se sobrepõe à busca por bem-estar, levando à exclusão de corpos que no passado eram socialmente aceitos (Magalhães *et al.*, 2022).

A exposição constante a conteúdos que promovem um estilo de vida fitness pode gerar tanto impactos positivos quanto negativos, dependendo do contexto e da intensidade do consumo. Quando excessiva, essa influência pode afetar a saúde mental, intensificando a insatisfação corporal e aumentando o risco de transtornos alimentares (Wu *et al.*, 2024). De maneira semelhante, Pop *et al.* (2022) observou que o uso frequente de mídias sociais impacta negativamente a autoestima corporal de mulheres, promovendo sentimentos de solidão e intensificando a insatisfação com a imagem corporal.

Um estudo transversal descritivo com universitários da Universidade Federal de Pelotas identificou que as mulheres apresentam maior vulnerabilidade à influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar, com 20,6% delas em risco de desenvolver transtornos alimentares, em comparação a apenas 3,1% dos homens. Segundo os autores, 60,3% das mulheres manifestaram insatisfação corporal relacionada ao excesso de peso, fator intimamente associado ao elevado tempo de exposição às redes sociais, especialmente ao Instagram, identificado como a plataforma mais utilizada entre os participantes (Silva *et al.*, 2023).

Essa combinação de fatores, somada à pressão estética constante, contribui para o surgimento de transtornos como a anorexia nervosa e a bulimia nervosa, caracterizados respectivamente pela restrição alimentar extrema e pelos episódios de compulsão seguidos de comportamentos compensatórios (American Psychiatric Association [APA], 2022). Assim, o uso excessivo da mídia e a busca por padrões corporais configuram-se como elementos críticos para a saúde mental e alimentar do público feminino.

Este estudo, portanto, visa realizar uma revisão bibliográfica narrativa, sobre a influência das mídias sociais nos hábitos de saúde das mulheres, com ênfase nas repercussões para a saúde mental. O objetivo geral é explorar como o consumo de conteúdos nas redes sociais pode influenciar o comportamento alimentar das mulheres e como podem ser prejudiciais para saúde mental. Dentre os objetivos específicos, este estudo busca analisar o papel das redes sociais na disseminação de padrões de beleza, identificar comportamentos de risco alimentares associados ao uso das mídias sociais, como restrição alimentar, vigilância corporal, emagrecimento sem orientação profissional, busca pela magreza extrema, os impactos psicológicos e sociais desse uso, como baixa autoestima, insaturação corporal, ansiedade e isolamento social.

A relevância deste estudo reside no fato de que as redes sociais têm desempenhado um papel central na construção e disseminação de padrões estéticos muitas vezes distorcidos, gerando consequências como ansiedade, baixa autoestima e transtornos psicológicos. Esses impactos comprometem não apenas a saúde mental das mulheres, mas também sua capacidade de se engajar plenamente em atividades sociais e profissionais, como apontam Lima *et al.* (2025). Compreender essa dinâmica é essencial para a psicologia enquanto ciência, pois contribui para o desenvolvimento de estratégias de prevenção, intervenção e promoção da saúde mental em um contexto de crescente influência das mídias sociais, e das mudanças sociais que elas promovem.

Desse modo, a realização desta pesquisa baseia-se na necessidade de aprofundar o entendimento sobre como as mídias sociais moldam padrões estéticos, incentivam comportamentos de risco e afetam o bem-estar psicológico de mulheres adultas. A partir da análise de estudos já existentes, observou-se que a maioria das investigações se concentra em populações adolescentes, deixando pouco explorados os efeitos a longo prazo na vida adulta. Assim, por meio de uma revisão bibliográfica narrativa, este trabalho busca compreender de que maneira as redes sociais moldam padrões estéticos, incentivam comportamentos de risco e impactam o bem-estar psicológico das mulheres.

2 METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão narrativa da literatura, caracterizada por ser uma abordagem qualitativa cujo objetivo é sintetizar o conhecimento produzido sobre determinado fenômeno e contextualizar sua relevância científica e social (Rodrigues & Neubert, 2023). Essa modalidade de revisão permite uma análise interpretativa, crítica e abrangente da produção

acadêmica relacionada ao tema. O processo de elaboração desta revisão bibliográfica partiu da seguinte questão norteadora: De que maneira as mídias sociais promovem padrões estéticos irreais e como essa influência pode contribuir para o desenvolvimento de hábitos alimentares prejudiciais e impactos psicológicos?

A partir disso, o tema central desta revisão narrativa é a influência das mídias sociais nos hábitos alimentares de mulheres adultas, com ênfase nas repercussões psicológicas associadas à disseminação de padrões estéticos irreais. Parte-se do pressuposto de que, na contemporaneidade, as redes sociais desempenham papel significativo na construção da autoimagem feminina, afetando diretamente o comportamento alimentar e o bem-estar emocional das usuárias.

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar como o uso das mídias sociais influencia o comportamento alimentar de mulheres e quais são os impactos psicológicos decorrentes dessa influência. Os objetivos específicos são: investigar o papel das redes sociais na disseminação de padrões de beleza irreais; identificar comportamentos alimentares de risco associados ao uso das mídias sociais, como restrição alimentar, vigilância corporal e busca pela magreza extrema sem orientação profissional; e examinar os impactos psicológicos e sociais resultantes desses comportamentos, como baixa autoestima, insatisfação corporal, ansiedade e isolamento social.

Os critérios de seleção das fontes adotados nesta revisão bibliográfica narrativa incluíram publicações acadêmicas com enfoque na influência das mídias sociais sobre os hábitos alimentares de mulheres, bem como nas repercussões psicológicas relacionadas à disseminação de padrões estéticos irreais. Foram incluídas na presente revisão narrativa fontes acadêmicas publicadas entre os anos de 2014 e 2024, em português ou inglês, que abordassem diretamente a influência das mídias sociais nos hábitos alimentares de mulheres, bem como suas repercussões psicológicas. Os materiais selecionados compreendem artigos científicos, dissertações, teses e livros disponíveis em bases reconhecidas, como *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), PubMed, Google Acadêmico e periódicos da CAPES. A escolha priorizou textos que tratassem de temas como comparação social, transtornos alimentares, vigilância corporal, autoestima e padrões estéticos digitais.

Por outro lado, foram excluídas da revisão todas as fontes que não apresentavam relevância direta com o tema proposto, como aquelas que abordavam o uso de mídias sociais sem conexão com hábitos alimentares ou saúde mental. Também foram desconsideradas publicações com foco exclusivo em populações adolescentes, pesquisas anteriores a 2014, textos em idiomas distintos do português e do inglês, bem como materiais não acadêmicos, como reportagens, blogs e conteúdos opinativos. Além disso, foram eliminadas fontes duplicadas ou de acesso restrito que não apresentavam dados completos para análise.

A fundamentação teórica baseia-se em autores clássicos e contemporâneos, como Bandura (2001), com a Teoria Social Cognitiva e Festinger (1954), com a Teoria da Comparação Social, que oferecem suporte para entender como padrões estéticos são internalizados. Estudos contemporâneos, como os de Tiggemann e Slater (2017) e Fardouly *et al.* (2020), complementam essa análise ao abordarem os efeitos da exposição a conteúdos corporais nas redes sociais, especialmente em mulheres. Além disso, a pesquisa buscou compreender, ao longo da história, como a mídia tem moldado os ideais de corpo e beleza feminina, influenciando comportamentos alimentares e padrões de autoimagem desde os meios impressos até as plataformas digitais atuais.

A estratégia de busca foi realizada por meio de levantamento bibliográfico em fontes acadêmicas relevantes, incluindo livros de psicologia com ênfase em transtornos alimentares, bem como bases como *Scielo*, *PubMed*, Google Acadêmico e o portal de periódicos da CAPES. Foram utilizados descritores e palavras-chave em português e inglês, como “mídias sociais”, “imagem corporal”, “transtornos alimentares”, “padrões estéticos”, “comportamento alimentar” e “saúde mental feminina”. Também foram exploradas combinações entre esses termos, como “mídias sociais e transtornos alimentares”, “imagem corporal e comparação social”, “comportamento alimentar e padrões estéticos” e “mulheres e saúde mental nas redes sociais”. Essa estratégia visou garantir a amplitude e a relevância das fontes selecionadas para os objetivos da pesquisa.

Considerando a estratégia de busca, foram localizados 8 livros como referências (Tabela 1), incluindo autores como Bandura (1986), Fairburn & Brownell (2002), Castro (2003), Vigarello (2006), APA (2014, 2022), Ferreira (2023) e Lima *et al.* (2025). Na PubMed, foram identificadas 11 referências (Tabela 1), com destaque para os estudos de Eisenberger & Lieberman (2004), Fairburn (2005), Nesi & Prinstein (2015), Appel *et al.* (2016), Goodyear *et al.* (2021), Vandenbosch *et al.* (2022), Mader *et al.* (2023) e Wu *et al.* (2024).

No Google Acadêmico, encontraram-se 12 referências (Tabela 1), incluindo Festinger (1954), Bandura (2001), Silva *et al.* (2018), Leles (2019), Fardouly *et al.* (2020), Magalhães *et al.* (2022), Mascarenhas *et al.* (2022), Oliveira *et al.* (2022), Pop *et al.* (2022), Santos *et al.* (2022), Silva *et al.* (2023) e Statista (2024). E por fim, na SciELO, foram encontradas 3 referências (Tabela 1), com os estudos de Moraes *et al.* (2021), Matos *et al.* (2023) e Santos *et al.* (2022), sendo que a última pode estar duplicada com o Google Acadêmico.

Tabela 1 – Autores utilizados no texto

ANO	AUTOR	TÍTULO	BIBLIOTECA	TIPO
1954	Festinger, L.	A theory of social comparison processes	Google Acadêmico	Artigo
1986	Bandura, A.	Social foundations of thought and action: A social cognitive theory	Livro	Livro
2001	Bandura, A.	Social cognitive theory of mass communication	Google Acadêmico	Artigo
2002	Fairburn, C. G., & Brownell, K. D. (Eds.)	Eating disorders and obesity	Livro	Livro
2003	Castro, A. L.	Culto ao corpo e sociedade	Livro	Livro
2004	Eisenberger, N. I., & Lieberman, M. D.	Why rejection hurts	PubMed	Artigo
2005	Fairburn, C. G.	Evidence-based treatment of anorexia nervosa	PubMed	Artigo
2006	Vigarello, G.	História da beleza	Livro	Livro
2014	American Psychiatric Association	Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5	Livro	Livro
2015	Nesi, J., & Prinstein, M. J.	Using social media for social comparison	PubMed	Artigo
2016	Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J.	The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression	PubMed	Artigo
2016	Brown, Z., & Tiggemann, M.	Attractive celebrity and peer images on Instagram	PubMed	Artigo
2017	Tiggemann, M., & Slater, A.	Facebook and body image concern	PubMed	Artigo
2018	Silva, A. F. de S. et al.	A magreza como normal, o normal como gordo	Google Acadêmico	Artigo
2019	Leles, I. C. R. F.	Internalização, pressão estética e estereótipos nas mídias digitais	Google Acadêmico	Artigo
2020	Fardouly, J. et al.	The use of social media by Australian preadolescents	Google Acadêmico	Artigo
2021	Goodyear, V. A. et al.	The effect of social media interventions	PubMed	Artigo
2021	Moraes, R. B. et al.	Repercussões do acesso às redes sociais	SciELO	Artigo
2022	American Psychiatric Association	Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais (5ª ed., texto revisado)	Livro	Livro
2022	Magalhães, A. M. et al.	Corpo, mídia e padrões estéticos	Google Acadêmico	Artigo
2022	Mascarenhas, E. L. et al.	Impacto das redes sociais no comportamento alimentar	Google Acadêmico	Artigo
2022	Oliveira, L. C. et al.	A influência da mídia nos padrões de beleza	Google Acadêmico	Artigo
2022	Pop, L. M. et al.	Social media usage and body image issues	Google Acadêmico	Artigo
2022	Santos, C. M. dos et al.	Repercussions of social networks on body image	SciELO	Artigo
2022	Vandenbosch, L. et al.	Social media and body image	PubMed	Artigo
2022	Yurtdaş-Depboylu, G. et al.	The association between social media addiction	PubMed	Artigo
2023	Ferreira, F. R.	Corpo feminino e beleza no século XX	Livro	Livro
2023	Mader, L. et al.	Is disordered social networking sites usage	PubMed	Artigo
2023	Matos, M. G. et al.	Ortorexia nervosa: Revisão integrativa	SciELO	Artigo
2023	Silva, R. M. et al.	Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de universitários	Google Acadêmico	Artigo
2024	Statista	Number of social media users worldwide	Google Acadêmico	Artigo
2024	Tang, H. et al.	The impact of social media interventions	PubMed	Artigo
2024	Wu, X. et al.	Fitness content exposure and its psychological effects	PubMed	Artigo
2025	Lima, L. F. et al.	Influência das mídias sociais na saúde mental feminina	Google Acadêmico	Artigo

Fonte: Adaptado pela autora, 2025.

Os conteúdos selecionados foram organizados tematicamente, de acordo com os principais eixos identificados na literatura: padrões estéticos, comportamento alimentar e repercussões psicológicas. A análise foi feita de forma interpretativa e crítica, considerando a contribuição teórica de cada obra. Embora a revisão narrativa permita maior flexibilidade, reconhece-se a limitação quanto à subjetividade na seleção e interpretação das fontes. Ainda assim, essa abordagem foi escolhida por possibilitar uma compreensão ampla e contextualizada do fenômeno estudado.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fim de compreender os impactos das redes sociais sobre a saúde mental e os hábitos alimentares de mulheres, esta fundamentação teórica se propõe a explorar os principais conceitos, estudos e abordagens que sustentam essa discussão, com base em uma revisão bibliográfica narrativa reunindo contribuições relevantes da literatura científica, dialogando com aspectos históricos, psicológicos e socioculturais.

3.1 Padrões estéticos e corpo feminino ao longo da história

3.1.1 A evolução dos padrões estéticos femininos e sua relação com contextos socioculturais

Os padrões e ideais estéticos são construções socioculturais amplamente influenciadas por fatores externos. Por meio da socialização, os indivíduos assimilam crenças, valores e atitudes sobre o corpo, os quais são perpetuados ao longo das gerações (Silva *et al.*, 2018). No caso das mulheres, essa construção social as impulsiona historicamente a se adaptarem a padrões estéticos específicos, muitas vezes irrealistas, como forma de aceitação social.

Essa dinâmica não é recente. Cada período histórico trouxe diferentes representações de beleza e de um corpo idealizado, frequentemente carregadas de significados que refletiam a visão de mundo predominante. Desde os primórdios da civilização, o corpo feminino tem sido retratado e valorizado de maneiras distintas. Um exemplo marcante é a Vênus de Willendorf, uma estatueta de aproximadamente 11 centímetros, datada de cerca de 25 mil anos, descoberta na Áustria em 1908. Suas formas volumosas, com seios e ventre proeminentes, indicam uma forte associação com a fertilidade, abundância e sobrevivência, sugerindo que mulheres mais nutridas eram vistas como mais aptas à maternidade e à continuidade da espécie. Pesquisas indicam que a peça funcionava como um amuleto, o que evidenciava como a valorização do corpo acompanha a evolução das sociedades (Leles, 2019).

Durante a Idade Média, séculos V a XV, os ideais estéticos femininos passaram por uma transformação significativa. Mulheres magras eram associadas à pobreza e à fragilidade da saúde, enquanto corpos robustos eram valorizados por indicarem acesso a alimentos em um contexto de escassez. Sob a influência dominante da Igreja Católica, o corpo feminino passou a ser visto como profano, e sua estética, pouco exaltada. A mulher era restrita a papéis como o de religiosa, esposa ou trabalhadora doméstica, o que resultou em um período de baixa valorização de sua imagem física (Leles, 2019).

Com o advento do Renascimento, iniciou-se uma ruptura com as visões medievais. O resgate da estética greco-romana promoveu uma nova valorização da beleza e da sensualidade feminina. Os artistas passaram a representar mulheres nuas em suas obras, destacando traços delicados e realistas. Moda e maquiagem ganharam espaço, e a mulher passou a ser retratada sob uma nova ótica de feminilidade. No entanto, vale ressaltar que esses padrões eram idealizados por homens, os quais continuavam a exercer controle sobre a representação estética e comportamental do feminino (Leles, 2019).

3.1.2 Revolução Industrial na construção da magreza como um ideal de beleza

Dando continuidade à análise histórica dos padrões estéticos, observa-se que, com a Revolução Industrial, ocorreu uma transformação significativa: a construção da magreza como novo ideal de beleza. Sob a perspectiva histórica, a visão do corpo feminino é moldada por processos socioculturais e biopolíticos, refletindo os interesses e valores de cada época (Silva *et al.*, 2018). No passado, corpos robustos eram amplamente valorizados como símbolos de poder, fertilidade e prosperidade. No entanto, com a Revolução Industrial e os eventos que a sucederam, essas representações corporais passaram por transformações significativas, alterando não apenas a percepção estética, mas também influenciando hábitos alimentares e padrões de saúde.

O avanço da Revolução Industrial, no final do século XIX e início do século XX, promoveu profundas mudanças sociais, entre elas a inserção da mulher no mercado de trabalho. Anteriormente restrita ao ambiente doméstico, a mulher passou a buscar uma imagem que refletisse dinamismo e elegância, características associadas ao novo ideal de liberdade e autonomia emergente. Contudo, a conquista de novos espaços também trouxe

novas exigências: além da competência profissional, esperava-se das mulheres uma aparência agradável, reforçando padrões estéticos que vinculavam o cuidado com o corpo à identidade social e profissional (Ferreira, 2023).

Nesse contexto, a aparência feminina incorporou elementos da cultura física e esportiva, com uma crescente valorização da força, flexibilidade e tonicidade muscular, traços até então associados predominantemente ao universo masculino (Ferreira, 2023). Durante a década de 1930, revistas especializadas em beleza passaram a promover um novo ideal estético, exaltando uma silhueta esbelta e atlética, com membros finos e músculos tonificados (Vigarello, 2006). Como consequência, a preocupação com o peso tornou-se frequente, e a gordura corporal passou a ser vista como um obstáculo à elegância e ao sucesso pessoal.

Segundo Ferreira (2023), nesse período a gordura foi associada à falta de disciplina e ao fracasso social, enquanto a magreza passou a ser interpretada como sinal de autocontrole, modernidade e felicidade. Concursos de beleza, como os de misses, popularizaram ainda mais esse novo ideal, consolidando a silhueta esbelta como o padrão hegemônico de feminilidade entre as décadas de 1920 e 1940. Paralelamente, surgiram os primeiros parâmetros biométricos, como o Índice de Massa Corporal (IMC), reforçando a normatização do corpo magro por meio de medidas numéricas rígidas.

Dessa forma, a magreza foi construída historicamente como o ideal de beleza feminina, um padrão que, embora tenha sido ressignificado em diferentes contextos, ainda predomina nas representações corporais contemporâneas.

3.1.3 A relação entre a busca por um corpo ideal e as mudanças sociais, científicas e tecnológicas.

Além de modificar os padrões estéticos femininos, a industrialização impulsionou transformações nos meios de comunicação, abrindo caminho para a mídia moderna. O crescimento das cidades e a intensificação da urbanização no final do século XIX tornaram a sociedade mais conectada, aumentando a necessidade de formas de comunicação ágeis e eficientes para atender às demandas da vida industrializada (Ferreira, 2023).

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a televisão se popularizou, consolidando-se como um novo e poderoso meio de disseminação de padrões de beleza. A indústria da moda expandiu sua influência e, por meio da força da imagem, passou a impor ideais estéticos associados ao consumo e ao pertencimento social (Leles, 2019). Assim, a expansão da televisão e da publicidade não apenas difundiu novos modelos de beleza, mas também reforçou a ideia de que a aparência física se tornou um elemento central para o sucesso e a aceitação social.

Segundo Castro (2003), a explosão publicitária desse período fortaleceu a associação entre magreza, saúde e disciplina corporal. A urbanização, ao intensificar os processos de exposição à mídia, contribuiu para a valorização ainda maior da estética corporal como critério de inclusão social. Nesse contexto, o cuidado com o corpo passou a ser entendido não apenas como uma questão de saúde, mas também como um símbolo de status, impactando a percepção de si e podendo acarretar, como apontado na literatura, sentimentos de insatisfação corporal e a adoção de hábitos prejudiciais à saúde.

Além da televisão e da publicidade, a indústria cinematográfica consolidou a imagem como uma ferramenta central na construção dos padrões estéticos. Hollywood, como grande difusora de cultura de massa, moldou o imaginário coletivo ao criar narrativas, heróis e valores que estabeleciam novos ideais de beleza (Leles, 2019). Nesse processo, o corpo das celebridades transformou-se em modelo aspiracional, incentivando práticas de disciplina corporal, atividades físicas regulares e controle alimentar como formas de aproximação desses padrões. Assim, a indústria do cinema reforçou a consolidação de um ideal de beleza desejado, impulsionando uma pedagogia de massa que naturalizava a adequação aos padrões corporais vigentes (Ferreira, 2023).

3.2 O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PERPETUAÇÃO DE PADRÕES ESTÉTICOS

3.2.1 Como as redes sociais disseminam padrões estéticos irreais e sua influência sobre a autoimagem feminina.

Como exposto anteriormente, disseminação de padrões estéticos pelos veículos de comunicação, não é um fenômeno recente. Desde jornais, revistas e televisão, a mídia tem exercido influência significativa sobre a imagem corporal feminina. Com a intensificação da globalização, esse processo tornou-se ainda mais amplo, permitindo que tais padrões fossem difundidos mundialmente, muitas vezes desconsiderando aspectos culturais, genéticos e sociais.

Se no passado os padrões estéticos eram moldados principalmente por meios como a

televisão e as revistas, hoje as redes sociais ocupam esse espaço, mergulhando as pessoas no ambiente digital. Nessas plataformas, informações, opiniões e conteúdos circulam instantaneamente, alcançando uma audiência global em poucos segundos. A dimensão desse fenômeno é ilustrada pelos dados recentes: em outubro de 2024, a *Statista* registrou 5,22 bilhões de usuários de mídias sociais, número que subiu para 5,24 bilhões em janeiro de 2025, segundo o relatório da *DataReportal*. Esse número representa cerca de 64% da população mundial, evidenciando a crescente influência das redes sociais na sociedade contemporânea.

Com o avanço das redes sociais, a conectividade entre indivíduos e culturas nunca foi tão intensa. Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube tornam possível a circulação instantânea de conteúdos visuais, anteriormente, demoraram mais para alcançar uma audiência global. Esse fenômeno tem um impacto profundo na maneira como as pessoas se percebem e interagem com a beleza. A rapidez com que esses conteúdos se espalham e a influência de influenciadores digitais tornam as redes sociais o principal meio de transmissão de valores estéticos contemporâneos, transformando-os em referências amplamente aceitas.

Albert Bandura (2001) apresentada em *Social Cognitive Theory of Mass Communication* a explicação que com o aumento da conectividade proporcionada pelas redes sociais, a modelagem simbólica, que se refere ao processo pelo qual indivíduos observam e internalizam comportamentos e valores, se expande em escala global, permitindo que indivíduos de diferentes partes do mundo absorvam e adotem comportamentos e valores vistos em modelos midiáticos. Expandindo de forma mais intensa padrões estéticos e valores relacionados à imagem feminina.

As redes sociais, portanto, funcionam como ambientes de constante exposição e repetição de comportamentos socialmente valorizados. Quando determinados padrões, especialmente os relacionados à estética corporal, são amplamente replicados por influenciadores, celebridades e usuários comuns, eles se transformam em modelos de referência.

O processo de aprendizagem por observação, intensificado pelo apelo visual das plataformas digitais, leva à internalização desses padrões como metas pessoais. Tais padrões, no entanto, frequentemente representam ideais de beleza que são difíceis ou até impossíveis de serem alcançados pela maioria das pessoas, construindo, assim, autoimagens baseadas em expectativas inatingíveis.

Dessa maneira, a exposição contínua a esses padrões estéticos disseminados nas redes sociais favorece a formação de uma autoimagem moldada por ideais pouco realistas. Nesse cenário, os influenciadores digitais desempenham um papel central, ao personificar e reforçar tais padrões, tornando-se referências aspiracionais para milhões de usuários. A seguir, será abordada a influência específica dos influenciadores digitais na consolidação desses ideais estéticos e seus impactos na saúde mental feminina.

3.2.2 A influência dos influenciadores digitais na formação de padrões de comportamento e imagem corporal

No cenário contemporâneo das redes sociais, os influenciadores digitais exercem um impacto significativo sobre os comportamentos, valores e percepções de seus seguidores por meio da modelagem vicária, conceito proposto por Bandura (2001). Segundo o autor, os indivíduos aprendem novos padrões de pensamento e ação observando modelos sociais relevantes, especialmente aqueles que gozam de prestígio, atratividade ou expertise reconhecida. Nesse processo, o comportamento observado é internalizado e reproduzido, mesmo sem a necessidade de experiências diretas. Assim, os influenciadores digitais, ao compartilharem suas rotinas, hábitos alimentares, práticas de exercícios e estilos de vida idealizados, tornam-se potentes agentes de modelagem vicária, amplificando comportamentos e padrões estéticos que seus seguidores tendem a adotar, conscientemente ou não.

Complementando essa compreensão, a Teoria da Comparação Social, proposta por Leon Festinger (1954), oferece um importante suporte teórico para entender como esses processos impactam a autoavaliação dos indivíduos. Festinger (1954) afirma que os indivíduos têm uma necessidade fundamental de avaliar a si mesmos e, na ausência de meios objetivos, tendem a fazê-lo comparando-se com os outros.

Quando essas comparações são feitas com modelos midiáticos idealizados, geralmente celebridades ou influenciadores altamente valorizados socialmente, ocorre o que o autor denomina de comparação ascendente, onde o indivíduo se percebe em desvantagem em relação ao modelo. Esse tipo de comparação, embora possa gerar motivação para a mudança, também está fortemente associado a sentimentos de inadequação, baixa autoestima e insatisfação corporal, especialmente entre mulheres expostas diariamente a padrões estéticos homogêneos e excludentes (Festinger, 1954; Oliveira *et al.*, 2022).

Exemplo disso pode ser observado no caso das ilhas Fiji, onde a chegada da televisão ocidental resultou em um aumento repentino de transtornos alimentares entre meninas, que passaram a adotar padrões corporais antes inexistentes em sua cultura, a qual valorizava

corpos mais robustos. Entrevistas com alunas fijianas indicam que muitas começaram a associar a magreza das atrizes ocidentais à ideia de poder e sucesso (Fairburn, 2008).

De maneira análoga, no contexto contemporâneo das redes sociais, evidencia-se que os influenciadores digitais desempenham um papel central na consolidação e promoção de padrões estéticos idealizados, especialmente dentro da cultura fitness e do culto ao corpo magro. Ao exporem rotinas de treino, hábitos alimentares rigorosos e corpos moldados segundo um ideal hegemônico de beleza, essas figuras públicas se tornam modelos de referência para milhões de seguidores. Essa exposição constante não apenas influencia comportamentos, mas também molda crenças sobre o que é considerado saudável, belo e bem-sucedido.

Diante da influência massiva exercida pelas mídias sociais e da forte internalização de padrões estéticos idealizados, torna-se essencial analisar, sob uma perspectiva neurocientífica, como o mecanismo de comparação social impacta a saúde mental das mulheres. Essa análise se faz necessária considerando que o ser humano possui uma tendência natural à comparação social, um mecanismo evolutivo que historicamente serviu para avaliar a posição do indivíduo dentro de um grupo, favorecendo sua sobrevivência e adaptação social (Festinger, 1954).

3.2.3 A comparação social sob a ótica neurocientífica: impactos psicológicos a partir da exposição das mídias sociais

Em continuidade, observa-se que a comparação social nas redes ocorre frequentemente de maneira ascendente, em que o indivíduo se compara a pessoas percebidas como superiores em atributos como beleza, sucesso, corpo ou estilo de vida. Essa dinâmica está diretamente relacionada ao aumento de sintomas depressivos, ansiedade, insatisfação corporal e baixa autoestima (Appel *et al.*, 2016).

Do ponto de vista neurocientífico, pesquisas mostram que o cérebro responde à comparação social ativando áreas ligadas à recompensa e à dor. O córtex pré-frontal medial está envolvido no processamento da autoavaliação em relação aos outros, enquanto o estriado ventral, parte do sistema de recompensa, é ativado quando nos sentimos superiores. Por outro lado, a ínsula, relacionada à dor social, é ativada quando nos sentimos inferiores (Masten *et al.*, 2013).

A dor social refere-se ao sofrimento emocional causado por experiências de exclusão, rejeição ou sensação de inferioridade em relação aos outros. Estudos de neuroimagem funcional (fMRI) demonstram que essas experiências ativam regiões cerebrais semelhantes às da dor física, especialmente a ínsula anterior e o córtex cingulado anterior dorsal (dACC) (Eisenberger & Lieberman, 2004). Assim, o cérebro processa a comparação com indivíduos que exibem corpos magros, musculosos e estilos de vida aparentemente mais felizes e bem-sucedidos de forma semelhante a dor física, reforçando sentimentos de inadequação e insatisfação, que impactam diretamente a autoestima.

Além disso, a constante ativação dessas áreas em ambientes digitais, como as redes sociais, pode levar a um estado de estresse emocional crônico, associado a sintomas como ansiedade, depressão, isolamento social e dificuldades na autorregulação emocional. A comparação social negativa e frequente alimenta um ciclo de dor emocional que, em ambientes digitais, tende a ser intensificado por algoritmos que priorizam conteúdos de alto impacto emocional, promovendo a exposição contínua a padrões inalcançáveis (Nesi & Prinstein, 2015).

Diante desse cenário, compreender o impacto da comparação social a partir da neurociência torna-se fundamental para perceber como o consumo de imagens idealizadas não apenas ativa circuitos cerebrais relacionados à dor e recompensa, mas também influencia profundamente a percepção de si mesmo, as emoções e os relacionamentos interpessoais. Essa dinâmica é ainda mais intensa entre mulheres, devido à histórica imposição de padrões estéticos sobre o corpo feminino.

3.3 O impacto das redes sociais na saúde mental das mulheres

3.3.1 Insatisfação corporal e autoestima: estudos que relacionam o uso de mídias sociais à percepção negativa do próprio corpo.

O uso das redes sociais tem sido associado ao aumento dos níveis de ansiedade entre mulheres adultas, além de impactar negativamente a autoestima, a satisfação e a percepção da imagem corporal (Pop *et al.*, 2022). Diante desse cenário, torna-se fundamental compreender como as mídias sociais influenciam esse processo, considerando também as especificidades de cada plataforma.

Observa-se uma forte associação entre a exposição à internet e a internalização do ideal de magreza, o aumento de dietas, a vigilância corporal, a insatisfação com o próprio corpo e a redução da autoestima. Tais correlações são mais intensas no uso de redes sociais

do que no uso geral da internet, sugerindo que plataformas focadas em imagens promovem de maneira ainda mais acentuada a comparação com padrões estéticos idealizados (Mader *et al.*, 2023).

Dessa forma, destaca-se a principal diferença entre os conteúdos da grande mídia, como televisão e cinema, e os das redes sociais: a forma de produção e interação. Enquanto conteúdos televisivos e cinematográficos são produzidos por profissionais e consumidos de maneira passiva, redes sociais como TikTok e Instagram possibilitam que qualquer indivíduo crie e compartilhe imagens, além de interagir ativamente. Pesquisas experimentais e estudos transversais indicam que plataformas com ênfase em imagens, como o Instagram, estão mais fortemente associadas à insatisfação corporal do que redes baseadas em texto, como o Twitter (Tiggemann & Slater, 2017).

Nesse contexto, a prática de editar e publicar fotos favorece processos de auto-objetificação e contribui para a internalização de padrões irreais de beleza. Essa dinâmica, observada inclusive entre meninas pré-adolescentes e adolescentes, transforma a imagem pessoal em objeto de validação externa, distanciando o indivíduo de uma autoimagem saudável (Tiggemann & Slater, 2017).

Brown e Tiggemann (2016) demonstraram que a exposição a imagens de celebridades e desconhecidos considerados atraentes está associada ao aumento da insatisfação corporal e do humor negativo, enquanto imagens neutras, como fotografias de viagens, não provocam os mesmos efeitos. A insatisfação com a aparência facial também se agrava com a exposição a perfis que promovem o ideal magro no Instagram, sobretudo em situações de exposição prolongada (Mascarenhas *et al.*, 2022).

Finalmente, as curtidas, comentários e outras formas de interação nas redes sociais desempenham um papel crucial de validação social, reforçando padrões estéticos idealizados. Um estudo demonstrou que os níveis de auto-objetificação entre mulheres aumentam após receberem elogios relacionados à aparência em selfies publicadas. Esse mecanismo também desperta um senso de pertencimento social, funcionando como reforço ou punição de determinadas aparências (Tang *et al.*, 2024).

3.3.2 Conteúdos Fitness e sua influência na Alimentação, Prática de Exercícios e Insatisfação Corporal

Bandura (2001) argumenta que indivíduos que mantêm um maior número de vínculos sociais são mais propensos a adotar inovações, pois suas conexões ampliadas proporcionam acesso facilitado a novas informações, influências sociais e experiências modeladas. No ambiente contemporâneo das redes sociais, essa conectividade atinge proporções massivas, expandindo o universo de influências para além do círculo imediato de convivência. Se antes a formação de comportamentos era limitada às experiências presenciais, hoje plataformas digitais como Instagram, TikTok e YouTube expõem o indivíduo a uma variedade ilimitada de modelos e padrões. Essa dinâmica configura o que Bandura (1986) denomina modelagem vicária em larga escala, intensificando a internalização de novos hábitos e valores.

Nesse cenário, os influenciadores digitais emergem como agentes centrais, funcionando como referências aspiracionais que moldam percepções de sucesso, beleza e saúde diante de uma audiência globalizada e altamente conectada. A capacidade desses influenciadores de disseminar estilos de vida, rotinas alimentares e padrões estéticos transforma o comportamento dos usuários, muitas vezes levando-os a adotar práticas e hábitos diferentes daqueles que predominariam em seus contextos sociais imediatos. Assim, as redes sociais não apenas ampliam as fontes de influência, mas também aceleram a adoção de novos comportamentos relacionados à alimentação, à estética corporal e ao estilo de vida, fortalecendo a construção de uma autoimagem baseada em ideais amplamente difundidos no ambiente digital.

A transição global para plataformas online durante a pandemia de COVID-19 transformou significativamente a disseminação e o acesso às informações de saúde (Tang *et al.*, 2024). As mídias sociais emergiram como fontes de orientação e intervenção, com profissionais compartilhando conhecimentos e influenciadores promovendo rotinas saudáveis. Todavia, essa democratização da informação também ampliou a disseminação de desinformação, exigindo dos usuários um discernimento crítico mais apurado.

Estudos identificaram que intervenções baseadas em redes sociais podem incentivar mudanças positivas no comportamento alimentar e nos níveis de atividade física. Por exemplo, pesquisas indicam que tais intervenções podem promover hábitos saudáveis, embora a ausência de diretrizes claras favoreça a disseminação de padrões corporais irreais (Goodyear, 2021).

Além disso, segundo Tiggemann e Slater (2017), os chamados conteúdos de inspiração fitness imagens e vídeos que promovem um estilo de vida saudável têm provocado insatisfação corporal, adoção de dietas restritivas e prática excessiva de exercícios físicos. Isso ocorre porque os corpos exibidos nesses conteúdos frequentemente correspondem a padrões estéticos idealizados. Assim, embora o objetivo seja incentivar hábitos saudáveis, esses conteúdos podem produzir um efeito ambíguo, levando à maior insatisfação corporal e

à comparação excessiva de rotinas e hábitos alimentares.

Diante de todo esse cenário, conclui-se que, embora as redes sociais possam ser utilizadas como ferramentas de incentivo à saúde, seu uso desregulado e acrítico gera efeitos psicológicos negativos significativos. A revisão integrativa realizada por Santos *et al.* (2022) demonstra que a exposição constante a conteúdos idealizados e à cultura da comparação social favorece a internalização de padrões estéticos irreais, resultando em insatisfação corporal, baixa autoestima e comportamentos alimentares prejudiciais. Tais impactos são especialmente preocupantes entre adolescentes e mulheres jovens, mais vulneráveis às pressões estéticas propagadas nesses ambientes virtuais. Dessa forma, torna-se urgente o desenvolvimento de estratégias que promovam o uso consciente das redes sociais, incluindo ações de educação midiática e intervenções que reforcem a valorização da diversidade corporal e o bem-estar psicológico.

Além disso, a crescente adoção de dietas restritivas, fortemente impulsionada por conteúdos compartilhados nas redes sociais, pode ser compreendida também à luz da teoria da modelagem vicária proposta por Bandura (2001). A exposição repetida a influenciadores que promovem padrões alimentares altamente controlados estimula a internalização desses comportamentos como modelos de sucesso, disciplina e valorização estética.

3.3.3 A influência da mídia na adesão a dietas restritivas e comportamentos compensatórios.

Seguidamente, é importante aprofundar a compreensão sobre o comportamento alimentar e analisar como as mídias sociais podem influenciar as escolhas relacionadas à alimentação. O comportamento alimentar refere-se às decisões e ações vinculadas à alimentação, sendo influenciado por fatores como saúde, crenças individuais, condições sociais, mídia e ambiente familiar. Cada indivíduo define o que comer com base em suas próprias convicções sobre alimentação, ainda que essas crenças nem sempre se fundamentem em informações verdadeiras (Costa *et al.*, 2019).

A esse respeito, a mídia exerce um papel ambíguo: embora facilite o acesso à informação, frequentemente dissemina conteúdos equivocados que moldam as crenças alimentares de forma inadequada. Perfis de indivíduos comuns, sem formação técnica ou científica, incentivam seguidores a adotarem rotinas alimentares e práticas de exercícios físicos baseadas apenas em experiências pessoais. Tais recomendações desconsideram os riscos associados e a responsabilidade sobre os efeitos que podem causar (Matos *et al.*, 2023).

De maneira semelhante, as redes sociais exercem um impacto expressivo sobre o comportamento alimentar de mulheres, especialmente em função da busca incessante por padrões corporais idealizados. Aproximadamente 31% das usuárias afirmam procurar dicas de alimentação e estética nesses espaços digitais, enquanto 21% expressam o desejo de possuir o corpo das influenciadoras digitais. Nesse contexto, criadoras de conteúdo promovem produtos e estilos de vida muitas vezes desprovidos de respaldo técnico, influenciando diretamente as escolhas alimentares e a percepção corporal de suas seguidoras (Costa *et al.*, 2019).

Em consequência, observa-se que o comportamento alimentar de muitas mulheres é profundamente afetado pela ideia de que saúde se traduz necessariamente em magreza — um conceito amplamente reforçado por influenciadoras nas redes sociais, principalmente no Instagram. Assim, proliferam crenças distorcidas segundo as quais quem não adere às dietas propagadas nesses perfis não seria verdadeiramente saudável. Essa lógica contribui para a adesão a padrões alimentares rigorosos e não supervisionados, expondo essas mulheres a riscos físicos e emocionais significativos.

A esse respeito, Fairburn (2005) identifica três formas principais de condutas alimentares potencialmente prejudiciais. A primeira é a restrição quantitativa, que implica uma drástica redução no volume de alimentos ingeridos, gerando privação e fome constantes. A segunda, a restrição qualitativa, refere-se à exclusão de determinados alimentos considerados “proibidos” ou “nocivos”, frequentemente acompanhada de sentimento de culpa e ansiedade. Por fim, a restrição disfarçada envolve práticas extremas justificadas sob a aparência de hábitos saudáveis, como a exclusão arbitrária de grupos alimentares sob pretextos infundados. Todas essas modalidades de restrição estão associadas ao desenvolvimento de transtornos como anorexia, bulimia e compulsão alimentar, especialmente quando reforçadas pela pressão estética promovida nas redes.

Além dos transtornos reconhecidos no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais- DSM-5, destaca-se também o crescimento da ortorexia, uma condição ainda não oficialmente classificada como transtorno, mas que já desperta crescente interesse acadêmico devido aos seus impactos prejudiciais. A ortorexia caracteriza-se por uma obsessão excessiva com a qualidade dos alimentos, levando à eliminação rigorosa de grupos alimentares sob a busca de uma “pureza” alimentar idealizada. De acordo com Matos *et al.* (2023), esse padrão inflexível compromete a saúde física, emocional e social dos indivíduos, prejudicando significativamente a qualidade de vida.

No ambiente das mídias sociais, esse cenário tende a se agravar. Conforme salientam Yurtdaş-Depboylu *et al.* (2022), as redes despertam gatilhos emocionais relacionados à imagem corporal, aparência social e práticas alimentares. A constante exposição a corpos idealizados e estilos de vida aparentemente perfeitos intensifica a adoção de hábitos alimentares rígidos e não supervisionados. Em muitos casos, práticas extremas de alimentação são defendidas como escolhas saudáveis, mas na realidade encobrem comportamentos nocivos, capazes de gerar culpa, isolamento e risco nutricional severo.

Diante de tais evidências, torna-se claro que o comportamento alimentar é profundamente moldado por fatores sociais, culturais e midiáticos, com as redes sociais ocupando um papel central nesse processo. A promoção incessante de padrões corporais inatingíveis e de dietas sem respaldo científico favorece a adoção de condutas alimentares extremas, frequentemente mascaradas como atitudes saudáveis. Esse fenômeno atinge principalmente mulheres jovens e adolescentes, mais vulneráveis às pressões estéticas impostas digitalmente. Em razão disso, reforça-se a urgência de promover uma abordagem crítica no consumo de conteúdos digitais, incentivar práticas de educação midiática e fortalecer campanhas que valorizem a diversidade corporal e o bem-estar psicológico. Somente por meio da conscientização e da informação baseada em evidências será possível construir relações mais saudáveis com o corpo e com a alimentação.

3.4. Redes sociais e transtornos alimentares

Os transtornos alimentares são condições psiquiátricas sérias, caracterizadas por padrões persistentes de distúrbios no comportamento alimentar, acompanhados de preocupação excessiva com peso corporal, forma física e imagem corporal distorcida. De acordo com o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais Quinta Edição, Texto Revisado (DSM-5-TR), os principais transtornos alimentares são: anorexia nervosa, bulimia nervosa e o transtorno de compulsão alimentar periódica (American Psychiatric Association [APA], 2022).

Segundo o DSM-5, a anorexia caracteriza-se por uma restrição persistente da ingestão de energia, levando a um peso corporal significativamente baixo, além de um medo intenso de ganhar peso ou engordar, mesmo estando abaixo do peso ideal. A autoavaliação é influenciada de forma indevida pelo peso e pela forma corporal, com negação persistente da gravidade do baixo peso atual (American Psychiatric Association, [APA] 2014). Já a bulimia envolve episódios recorrentes de compulsão alimentar seguidos por comportamentos compensatórios inadequados, como vômito autoinduzido, uso indevido de laxantes, jejum ou exercícios excessivos, ocorrendo, em média, pelo menos uma vez por semana durante três meses (American Psychiatric Association, [APA] 2014).

Já o Transtorno da Compulsão Alimentar Periódica, segundo o DSM-5, é caracterizado por episódios recorrentes de ingestão excessiva de alimentos acompanhados de perda de controle, sem comportamentos compensatórios, como ocorre na bulimia. Esses episódios geram sofrimento significativo e geralmente estão associados a sentimento de culpa e vergonha (American Psychiatric Association, [APA]2014). O transtorno é comum em pessoas com sobrepeso, mas pode afetar indivíduos de qualquer peso corporal.

Os dados apresentados por Fairburn e Brownell (2002) em seu livro, indicam que o surgimento da bulimia nervosa, especialmente a partir da década de 1970, está intrinsecamente relacionado a fatores culturais e sociais, como a valorização da magreza extrema e a pressão estética direcionada a mulheres jovens. Em contextos como os Estados Unidos e o Reino Unido, a disseminação de padrões corporais idealizados por meio da mídia e da moda influenciou diretamente comportamentos alimentares disfuncionais. Essa lógica pode ser transposta para a atualidade, em que as mídias sociais amplificam tais pressões ao promoverem representações visuais idealizadas e, muitas vezes, inatingíveis.

Nesse sentido, a intensificação do ambiente digital, por meio das redes sociais, continua a reforçar ideais estéticos que contribuem para o desenvolvimento de transtornos como a bulimia nervosa. Estudos têm sido realizados onde demonstram uma forte relação entre a exposição às mídias sociais com a aquisição de transtornos alimentares e manutenção desses transtornos. Pesquisas indicam que o aumento do tempo de acesso às plataformas virtuais está diretamente relacionado à intensificação da insatisfação corporal, vigilância excessiva sobre o corpo e a comida, além da maior frequência de comportamentos anoréxicos e bulímicos (Moraes *et al.*, 2021).

As redes sociais têm se mostrado um ambiente propício à propagação de comportamentos alimentares nocivos, muitas vezes disfarçados sob o ideal de “vida saudável”. Hashtags como #eatclean, #cleaneating e #comerlimo promovem estilos de vida extremamente restritivos, reforçando padrões corporais inalcançáveis e incentivando condutas alimentares desordenadas. Além disso, estudos demonstram que o uso intenso dessas plataformas está associado ao aumento de sintomas relacionados à ortorexia nervosa, com prevalência de até 49% entre adolescentes usuários (Yurtdaş-Depboylu *et al.*, 2022). De forma ainda mais alarmante, grupos pró-anorexia e pró-bulimia conhecidos como pró-ana e pró-mia utilizam essas redes para disseminar conteúdos perigosos, normalizando transtornos

alimentares sob a ótica de disciplina e autocontrole.

A gravidade do cenário se intensifica quando observamos dados recentes sobre a realidade brasileira. Segundo a Câmara dos Deputados, “os transtornos alimentares afetam cerca de 15 milhões de brasileiros” (Câmara dos Deputados, 2023), enquanto o CEJAM (2023) aponta que a anorexia nervosa atinge até 2% das adolescentes no país. Em escala global, uma revisão sistemática divulgada pela CAPES revela que “mais de 20% dos jovens apresentam transtornos alimentares, sendo que esse número sobe para 30% entre as meninas” (CAPES, 2022). Esses dados reforçam a urgência de promover uma leitura crítica sobre os conteúdos consumidos nas mídias digitais e de fortalecer ações educativas voltadas à saúde mental e alimentar, especialmente entre adolescentes e jovens mulheres.

3.5 Estratégias para mitigar os impactos negativos

Considerando os efeitos nocivos causados pelas redes sociais e pela disseminação de padrões corporais irreais, torna-se essencial buscar formas eficazes para mitigar esses impactos. Vandenbosch *et al.* (2022) destacam que uma estratégia promissora consiste em promover a exposição a conteúdos que valorizem a diversidade corporal e a aceitação de diferentes tipos físicos. Essa abordagem, vinculada ao movimento body positivity, propõe a celebração de todos os corpos, independentemente de sua forma, tamanho ou aparência, incentivando a autoaceitação e desafiando os ideais estéticos hegemônicos. As autoras observam que o contato frequente com publicações de body positivity tem efeitos positivos na melhora da imagem corporal, enquanto alternativas como o uso de etiquetas de advertência em imagens editadas mostraram-se ineficazes.

Além disso, o desenvolvimento de uma consciência crítica sobre o consumo de conteúdos digitais torna-se uma ferramenta fundamental na prevenção de comportamentos alimentares disfuncionais. Quando o indivíduo compreende como algoritmos amplificam padrões estéticos inalcançáveis e moldam sua percepção corporal, é possível adotar uma postura mais reflexiva diante da mídia. Essa psicoeducação favorece o questionamento de discursos que associam magreza à saúde, promovendo uma relação mais equilibrada com o próprio corpo. Como enfatiza Fairburn (2008, p. 244), “a educação personalizada sobre comida, alimentação, forma e peso” é crucial para modificar crenças alimentares distorcidas e promover mudanças sustentáveis.

Por fim, destaca-se a necessidade urgente de investir em ações coletivas que promovam o bem-estar digital e a diversidade corporal. Campanhas educativas, projetos escolares e parcerias com influenciadores que adotam discursos inclusivos são ferramentas potentes para desconstruir o padrão estético dominante e fortalecer a pluralidade de representações corporais. Quando combinadas com intervenções clínicas baseadas em evidências, essas iniciativas contribuem para uma construção mais saudável da autoimagem e da relação com a alimentação. Como afirma Fairburn (2008, p. 244), “a ênfase muda para reduzir essa vulnerabilidade, combatendo qualquer tendência a fazer dieta e a usar a compulsão alimentar para lidar com eventos e humores adversos”. Dessa forma, a união entre prevenção, tratamento e educação configura-se como um tripé indispensável para enfrentar os desafios impostos pelas redes sociais na contemporaneidade.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta discussão tem como objetivo analisar, a partir da revisão bibliográfica narrativa, de que maneira o uso de mídias sociais influencia a imagem corporal e os hábitos alimentares de mulheres, e quais são suas repercussões psicológicas. De forma específica, pretende-se examinar como as mídias sociais influenciam os hábitos alimentares de mulheres, compreender o papel dessas plataformas na propagação de padrões estéticos, investigar comportamentos de risco relacionados ao uso intensivo das redes e avaliar as consequências psicológicas e sociais advindas dessa interação.

4.1 Construção Histórica dos Padrões Estéticos Femininos e disseminação por meio de veículos de comunicação

A análise dos estudos permite compreender que os padrões estéticos femininos são construções históricas que refletem os valores, interesses e estruturas de poder de cada época. Desde as representações mais antigas, como a Vênus de Willendorf, que simbolizava fertilidade e abundância, até o ideal de magreza consolidado no século XX, o corpo da mulher tem sido objeto de significações sociais que ultrapassam a estética e adentram o campo da moral, da sexualidade e do controle simbólico. Leles (2019) e Ferreira (2023) destacam que, ao longo dos séculos, diferentes contextos como a escassez de alimentos na Idade Média, o resgate da sensualidade no Renascimento e a lógica produtiva da Revolução Industrial moldaram as expectativas sobre o corpo feminino, tornando-o um reflexo da ideologia vigente.

Essa trajetória histórica revela que os padrões estéticos não são expressões naturais

de beleza, mas construções sociais que atendem a interesses de poder. Ao longo dos séculos, a definição do “corpo ideal” feminino esteve profundamente associada à manutenção de papéis de gênero, como a fertilidade representada pela Vênus de Willendorf, ao controle dos comportamentos femininos na Idade Média e à reprodução de ideologias dominantes em diferentes contextos históricos.

A partir do século XX, com a expansão da mídia e o fortalecimento da indústria da moda, o ideal de beleza passou a ser cada vez mais associado à magreza, disciplina e autocontrole, como indicam Vigarello (2006) e Silva (2018). Tais padrões, ao serem internalizados culturalmente, geram expectativas irreais e produzem tensões que repercutem diretamente na autoestima e na saúde psíquica das mulheres, criando um cenário de constante vigilância corporal.

Em cada período histórico, diferentes veículos foram responsáveis por disseminar os ideais estéticos dominantes: no Renascimento, por meio das obras de arte e pinturas; no século XX, por jornais, revistas e, posteriormente, pela televisão; e, na contemporaneidade, pelas mídias sociais digitais, que intensificam a exposição a esses padrões de forma contínua e altamente visual.

A intensificação da exposição a padrões estéticos nas redes sociais resulta da configuração dinâmica desses ambientes digitais. O acesso em tempo real, aliado à mobilidade dos smartphones, faz com que as mídias sociais acompanhem os indivíduos em todos os espaços da vida cotidiana, eliminando barreiras entre o online e o offline. Nesse cenário, o usuário não se limita a consumir conteúdos de forma passiva, mas é incentivado a interagir e performar constantemente. Essa lógica amplia o impacto da disseminação do conteúdo uma vez que a exposição contínua se torna naturalizada. Dados da Statista (2024) apontam que 64% da população mundial acessa redes sociais, revelando a dimensão global do fenômeno.

Dessa forma, com avanço das tecnologias digitais e a popularização das redes sociais, a disseminação de padrões estéticos passou a ocorrer de forma mais intensa, rápida e persistente. As plataformas digitais, especialmente aquelas centradas na imagem, como Instagram e TikTok, funcionam como vitrines simbólicas nas quais corpos, estilos de vida e rotinas são exibidos, promovendo um modelo estético homogêneo, frequentemente irreal e inatingível.

Bandura (2001) aponta que, no ambiente digital, o processo de modelagem vicária se amplia, pois o indivíduo observa, compara e internaliza padrões de comportamento mediados pelas recompensas sociais curtidas, comentários e compartilhamentos. Estudos recentes indicam que essa lógica afeta diretamente a autoimagem das mulheres, tornando-as mais suscetíveis à autocritica, à insatisfação corporal e à busca por aceitação social por meio da aparência (Tiggemann & Slater, 2017; Pop *et al.*, 2022).

4.2 Comparação Social e repercussões psicológicas

De acordo com a Teoria Social da Comparação de Festinger (1954), o ser humano tende a avaliar a si mesmo por meio da comparação com os outros, sendo esse processo realizado com modelos considerados superiores chamada de comparação ascendente ou com modelos considerados inferiores conhecida como comparação descendente.

Nesse contexto, a conectividade promovida pelas redes sociais intensifica esse processo comparativo. Antes, tais comparações eram feitas principalmente com pessoas do convívio familiar, acadêmico, profissional ou com celebridades vistas na televisão, cuja exposição era limitada a algumas horas do dia. No entanto, as mídias sociais transformaram esse cenário ao permitir que pessoas comuns também atuem como influenciadoras.

Além das figuras públicas que utilizam a internet como meio de trabalho, os indivíduos são constantemente expostos a conteúdos dessas pessoas, em razão da facilidade de acesso proporcionada pelos smartphones. Sob essa perspectiva, a predominância das comparações realizadas nas redes sociais é geralmente ascendente, no qual o indivíduo se compara com pessoas que considera como uma inspiração ou modelo a ser seguido (Appel *et al.*, 2016).

Esse fato pode ser compreendido a partir do modelo de aprendizagem vicária descrito por Bandura (2001). Segundo o autor, grande parte do comportamento humano é aprendido por meio da observação de outros, especialmente quando esses modelos são percebidos como bem-sucedidos, admirados ou recompensados. Nesse sentido, influenciadores digitais e figuras públicas nas redes sociais tornam-se modelos vicários, cujas ações, hábitos alimentares, rotinas de exercícios e padrões estéticos são imitados por seguidores na busca por resultados semelhantes.

Em complemento a essa análise, Festinger (1954) aponta que a comparação ascendente pode ser tanto prejudicial quanto motivadora. Essa ambiguidade se reflete nos estudos apresentados por Goodyear (2021), que identificam que intervenções baseadas em redes sociais têm o potencial de promover mudanças positivas nos hábitos alimentares e nos níveis de atividade física. No entanto, assim como Festinger (1954) alerta para os efeitos negativos da comparação, Goodyear ressalta que, na ausência de diretrizes claras, essas

mesmas redes podem reforçar padrões corporais irreais e prejudiciais.

Pois muitos conteúdos publicados nas mídias sociais são altamente produzidos e editados, e, dessa forma, não expressam a realidade com fidelidade. É importante pontuar também a singularidade das rotinas, das formas de trabalho, da cultura e da região das pessoas que publicam esses conteúdos. Frequentemente, o indivíduo que se compara não leva essas questões em consideração, tornando a comparação injusta e potencialmente negativa.

Assim, tanto Festinger (1954) quanto Goodyear (2021) convergem ao apontar que o impacto das redes sociais depende não apenas do conteúdo consumido, mas também da forma como ele é interpretado e internalizado pelo indivíduo. Considerando essa perspectiva, é importante ressaltar que as redes sociais e os processos de comparação social não afetam todas as mulheres de maneira homogênea. Alguns demonstram maior resiliência frente às pressões estéticas e conseguem lidar de forma mais saudável com esses estímulos. Entretanto, observa-se que ainda existem lacunas na literatura no que diz respeito à identificação dos fatores que explicam essas diferenças individuais na vulnerabilidade aos efeitos da exposição midiática.

Quando essa comparação é realizada de forma negativa, pode gerar sentimentos de inadequação, rejeição e inferioridade. Dialogando com o conceito de dor social cunhado por Eisenberger e Lieberman, pesquisadores da Universidade da Califórnia (UCLA), em 2004, compreende-se que tais experiências emocionais ativam áreas cerebrais semelhantes às da dor física, como a ínsula anterior e o córtex cingulado anterior dorsal (dACC). Isso significa que, ao se deparar repetidamente com imagens de corpos idealizados e estilos de vida aparentemente perfeitos nas redes sociais, o indivíduo pode experimentar um sofrimento real e profundo, biologicamente mensurável.

Essa resposta emocional, descrita no campo da neurociência como dor social, encontra respaldo em estudos psicológicos que associam a comparação social negativa a diversos impactos emocionais adversos. Appel *et al.* (2016) demonstram que a comparação ascendente nas redes sociais está diretamente relacionada ao aumento da ansiedade, da insatisfação corporal e da baixa autoestima, reforçando a compreensão de que a exposição contínua a padrões idealizados amplifica o sofrimento psíquico. De forma complementar, Masten *et al.* (2013) evidenciam que a ativação recorrente de áreas cerebrais ligadas à autoavaliação e à recompensa intensifica esses sentimentos de inadequação, especialmente em ambientes digitais marcados pela constante comparação interpessoal.

Além disso, é importante considerar o papel dos algoritmos das redes sociais nesse processo como fortalecedor da dor social. Essas tecnologias são programadas para priorizar conteúdos com maior engajamento, frequentemente associados a aparências altamente valorizadas, rotinas consideradas bem-sucedidas e demonstrações de conquistas pessoais.

Em consequência, o indivíduo é continuamente exposto a imagens que reforçam comparações ascendentes, o que pode intensificar sentimentos de inadequação e exclusão. A repetição desse tipo de conteúdo, favorecida pelo funcionamento algorítmico, não ocorre de forma neutra, ela molda a percepção do que é valorizado socialmente e aumenta a probabilidade de o usuário experimentar a dor social descrita por Eisenberger e Lieberman (2004).

Diante disso, essa resposta emocional, ancorada na neurociência, é intensificada por dinâmicas próprias do ambiente digital. Nesi e Prinstein (2015) apontam que a lógica algorítmica das redes sociais amplifica o ciclo de dor emocional ao priorizar conteúdos de alto impacto afetivo e fomentar comparações ascendentes. Esse processo converge com as análises de Tiggemann e Slater (2017), que identificam nas plataformas visuais uma associação mais acentuada entre a exposição a padrões idealizados e a insatisfação corporal. Assim, as redes sociais não apenas expõem os usuários a tais padrões, mas estruturam um ambiente que favorece a internalização de sentimentos de inferioridade e vulnerabilidade emocional, agravando os riscos de sintomas depressivos e distorções na autoimagem.

Um exemplo marcante dos efeitos da comparação social e da exposição a padrões corporais enaltecidos pela sociedade, pode ser observado no caso das ilhas Fiji. Antes da chegada da televisão ocidental, a cultura fijiana valorizava corpos mais robustos e havia baixos índices de insatisfação corporal entre meninas. No entanto, após a introdução de novelas e programas estrangeiros, pesquisas identificaram um aumento expressivo nos transtornos alimentares, como bulimia e comportamentos de restrição alimentar. Muitas adolescentes passaram a associar a magreza das atrizes ocidentais à ideia de sucesso, poder e prestígio, internalizando essas referências como modelos a serem seguidos.

Nesse sentido, a transformação cultural evidencia que a influência da mídia vai além de simples mudanças de comportamento individuais, atingindo de maneira profunda valores coletivos e redefinindo padrões estéticos tradicionais. Esse fenômeno, descrito nas pesquisas realizadas nas Ilhas Fiji, dialoga diretamente com os achados contemporâneos de Brown e Tiggemann (2016), que demonstraram que a exposição a imagens de celebridades e indivíduos considerados atraentes está associada ao aumento da insatisfação corporal e à piora do humor.

Embora no contexto fijiano a televisão tenha sido o principal meio de disseminação desses padrões, na atualidade, o papel das redes sociais amplia e intensifica ainda mais esses

efeitos. Mascarenhas, Nunes e Souza (2022) corroboram essa perspectiva ao evidenciarem que a exposição contínua a imagens no Instagram, especialmente aquelas que promovem o ideal magro, impacta negativamente a autoimagem e aumenta a insatisfação com a aparência facial.

Assim, observa-se que, enquanto a televisão foi capaz de modificar valores culturais inteiros em poucos anos, as mídias sociais contemporâneas, com sua lógica de atualização constante e exposição prolongada, exercem um efeito ainda mais profundo e contínuo sobre a construção da identidade corporal, especialmente entre mulheres.

Diante desse cenário, torna-se essencial a realização de estudos atualizados que investiguem como as novas dinâmicas de comunicação impactam a percepção corporal e os padrões de autoestima. No entanto, apesar da relevância do tema, ainda há uma escassez de pesquisas que abordem especificamente a influência das redes sociais mais recentes, como TikTok e Instagram, na formação da autoimagem. A literatura disponível é limitada, e poucos trabalhos exploram as consequências dessas plataformas visuais na saúde mental. Entre os poucos estudos encontrados, destaca-se o de Tiggemann e Slater (2017), que buscou diferenciar os efeitos provocados por distintas redes sociais, abordando plataformas mais atuais, em contraposição à predominância anterior de pesquisas focadas no Facebook, cuja popularidade tem diminuído entre os usuários mais jovens.

O estudo de Tiggemann e Slater (2017) evidencia que plataformas centradas na imagem, como Instagram e TikTok, tendem a gerar impactos mais negativos sobre a imagem corporal do que aquelas baseadas em texto, como o Twitter. Essa distinção pode ser compreendida a partir da própria lógica de produção e consumo de conteúdo: enquanto na mídia tradicional televisão e cinema o público desempenha um papel passivo diante de conteúdos produzidos profissionalmente, nas redes sociais, qualquer indivíduo pode criar, compartilhar e interagir ativamente com imagens e vídeos. Pesquisas experimentais e estudos transversais reforçam essa dinâmica, indicando que a natureza visual e interativa dessas plataformas potencializa a comparação social e, conseqüentemente, o aumento da insatisfação corporal (Tiggemann & Slater, 2017).

De acordo com a literatura mencionada anteriormente, a prática de editar e publicar fotos nas redes sociais favorece processos de auto-objetificação e contribui para a internalização de padrões estéticos irreais, reforçando a comparação com modelos de beleza socialmente enaltecidos. Esse fenômeno é especialmente perceptível em meninas pré-adolescentes e adolescentes do ensino médio, que estão em fase de construção da identidade e apresentam maior vulnerabilidade a influências externas. Nesse contexto, a edição e a exposição de imagens pessoais transformam a própria aparência em objeto de validação externa, deslocando o foco da valorização interna para a busca de aprovação social. Como resultado, o indivíduo se afasta de uma autoimagem saudável e passa a construir sua percepção de valor pessoal com base em parâmetros estéticos inatingíveis e na validação externa por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos.

4.3 Influência Digital e Transtornos Alimentares: A Face Oculta da ‘Vida Saudável’ nas Redes Sociais

Reforçando essa discussão, Tiggemann e Slater (2017) destacam que os chamados conteúdos de inspiração fitness, como imagens e vídeos que promovem um estilo de vida saudável, também têm gerado efeitos paradoxais. Apesar de sua proposta inicial de incentivo a hábitos saudáveis, esses conteúdos frequentemente exibem representações corporais altamente padronizadas, o que acaba provocando insatisfação corporal, adoção de dietas restritivas e prática excessiva de exercícios físicos. Assim, ao invés de apenas motivar comportamentos positivos, a exposição constante a esses padrões estéticos reforça a comparação social ascendente e intensifica sentimentos de inadequação, contribuindo para a perpetuação de ideais de beleza inatingíveis e impactos negativos sobre a autoestima.

A intensificação da exposição a conteúdos relacionados ao corpo e à saúde também foi potencializada pelas transformações digitais desencadeadas durante a pandemia de COVID-19. A transição global para plataformas online modificou profundamente a forma como informações de saúde são disseminadas e consumidas (Tang *et al.*, 2024). As mídias sociais tornaram-se canais centrais para a divulgação de orientações de saúde, com profissionais e influenciadores compartilhando conhecimentos, rotinas de autocuidado e práticas alimentares. No entanto, essa democratização da informação também abriu espaço para a disseminação de desinformação, exigindo dos usuários uma postura crítica diante do conteúdo consumido.

Logo, a mídia contemporânea, ao mesmo tempo em que facilita o acesso à informação sobre saúde e alimentação, desempenha um papel ambíguo ao propagar conteúdos desprovidos de embasamento científico, influenciando diretamente as crenças e comportamentos alimentares (Matos *et al.*, 2023). Perfis de indivíduos comuns, que se apresentam como referências de estilo de vida saudável, frequentemente disseminam rotinas alimentares e práticas de exercício baseadas apenas em experiências pessoais, desconsiderando os riscos associados à falta de orientação profissional.

Costa *et al.* (2019) corroboram essa análise ao evidenciar que uma parcela

significativa das mulheres usuárias de redes sociais cerca de 31%, busca nesses ambientes dicas de alimentação e estética, sendo que 21% manifestam o desejo explícito de possuir o corpo de influenciadores digitais. Essa estatística revela o impacto concreto da atuação desses perfis, cuja influência ultrapassa o compartilhamento de informações e passa a moldar padrões de desejo e comportamento, muitas vezes sem respaldo técnico. Criticamente, percebe-se que a autoridade conferida às influenciadoras não deriva de conhecimento formal, mas da capacidade de construir narrativas visuais e emocionais que ressoam com as inseguranças e aspirações de suas seguidoras.

Essa dinâmica gera uma associação equivocada entre saúde e magreza, difundida de maneira intensa em plataformas como o Instagram. De acordo com os dados apresentados, muitas mulheres internalizam a ideia de que não seguir os padrões alimentares promovidos nesses espaços equivale a não serem saudáveis, o que incentiva a adoção de práticas alimentares rígidas, desbalanceadas e, muitas vezes, prejudiciais à saúde física e emocional.

Nesse sentido, Fairburn (2005) contribui de maneira fundamental ao teorizar sobre as diferentes formas de condutas alimentares potencialmente nocivas. A restrição quantitativa e qualitativa, bem como a restrição disfarçada práticas que muitas vezes se apresentam nas redes sociais sob o rótulo de “hábitos saudáveis”, revelam como comportamentos disfuncionais podem ser mascarados de normalidade quando legitimados por discursos midiáticos e influenciadores carismáticos. De forma crítica, é importante observar que a naturalização dessas práticas pela mídia não apenas inviabiliza seus riscos, mas também dificulta a identificação precoce de comportamentos que evoluem para transtornos alimentares, como anorexia, bulimia e compulsão. Além disso, a popularização de rotinas e dietas sem respaldo técnico contribui para o enfraquecimento da autoridade de profissionais qualificados da saúde, como nutricionistas e médicos. Nesse cenário, o conhecimento científico, que deveria orientar práticas alimentares seguras, acaba sendo relativizado ou substituído por experiências individuais promovidas por influenciadores, ampliando o risco de práticas inadequadas e prejudiciais.

Essas práticas de dietas rígidas, podem ser relacionadas, a ortorexia ainda não oficialmente classificada como transtorno, a ortorexia vem ganhando destaque pelos impactos negativos que gera na saúde física, emocional e social dos indivíduos. Caracterizada por uma obsessão extrema pela qualidade dos alimentos, essa condição leva a restrições alimentares rígidas e à exclusão de grupos alimentares considerados “impuros” ou “não saudáveis”, comprometendo a nutrição adequada e o convívio social (Matos et al., 2023). Essa dinâmica se agrava no contexto digital, onde a exposição constante a conteúdos que glorificam padrões de alimentação “limpa” e disciplinada intensifica padrões inflexíveis de controle alimentar.

Portanto, ao relacionar os estudos de Matos *et al.* (2023) e Costa *et al.* (2019) com as contribuições teóricas de Fairburn (2005), torna-se evidente que o ambiente digital atual, ao invés de promover exclusivamente práticas saudáveis, muitas vezes atua como catalisador de distorções alimentares e insatisfações corporais, especialmente entre mulheres jovens.

Diante disso, estudos mais recentes, como os de Moraes *et al.* (2021), reforçam essa dinâmica ao apontar que a intensificação do ambiente digital está diretamente relacionada ao agravamento da insatisfação corporal e ao aumento da vigilância obsessiva sobre o corpo e a alimentação. A exposição prolongada a conteúdos que fitness, mas que propagam um estilo de corpo com o ideal, muitas vezes sob o disfarce de “vida saudável”, contribui para a normalização de comportamentos anoréxicos e bulímicos, evidenciando a transição gradual de práticas ditas preventivas para práticas patológicas.

A propagação de hashtags como #eatclean e #cleaneating, analisada por Yurtdaş-Depboylu *et al.* (2022), revela como discursos de alimentação saudável podem ser distorcidos, promovendo regimes alimentares extremamente restritivos e reforçando a ortorexia nervosa como novo ideal de disciplina alimentar. De forma ainda mais alarmante, o ambiente virtual também abriga grupos pró-ana e pró-mia, que disseminam práticas de anorexia e bulimia como escolhas conscientes de estilo de vida, mascarando transtornos graves sob a retórica da autonomia e do autocontrole.

Esses achados convergem para a compreensão de que o ambiente digital, ao invés de ser apenas um espaço neutro de informação e socialização, atua ativamente como um agente modelador de comportamentos alimentares disfuncionais. A facilidade de acesso a conteúdo não regulamentados, aliada à valorização de experiências individuais em detrimento do conhecimento técnico-científico, favorece a formação de percepções distorcidas sobre saúde, corpo e alimentação. Em especial, o público feminino jovem, ainda em processo de construção identitária, mostra-se mais vulnerável a internalizar esses discursos e a reproduzir práticas de risco.

De maneira geral, a análise da literatura revela que a pressão estética sobre os corpos femininos é um fenômeno contínuo, que resiste ao tempo e se reinventa conforme as transformações socioculturais e tecnológicas. Embora os padrões de beleza tenham variado historicamente, a exigência de um corpo ideal permanece, agora intensificada pelo ambiente virtual das redes sociais, que promove uma exposição constante a imagens altamente selecionadas e editadas. Essa dinâmica contribui para a internalização de ideais corporais inatingíveis, desencadeando processos de comparação social, insatisfação corporal e

comportamentos alimentares disfuncionais. Os resultados indicam que as redes sociais, longe de serem apenas espaços de interação, tornaram-se poderosos instrumentos de modelagem identitária, afetando a autoestima e a saúde mental das mulheres.

4.4 Educação Midiática como Ferramenta de Prevenção

Diante dos impactos causados pela disseminação de padrões irreais sob o rótulo de “vida saudável”, torna-se essencial refletir sobre a responsabilidade ética de plataformas digitais, influenciadores e instituições públicas. A ausência de regulação eficaz e de filtros críticos no consumo dessas informações amplia a vulnerabilidade de mulheres jovens em processo de construção identitária. Nesse cenário, é urgente investir em educação midiática em escolas, famílias e políticas públicas, fortalecendo o papel de profissionais qualificados no enfrentamento à desinformação. O combate aos transtornos alimentares, portanto, exige uma abordagem intersetorial que reconheça a complexa influência sociocultural na formação da autoimagem feminina.

As redes sociais tornaram-se arenas ambíguas, onde discursos sobre saúde e bem-estar frequentemente camuflam ideais estéticos excludentes. A chamada *fitness-inspiração*, embora aparentemente motivadora, reforça padrões corporais inatingíveis, alimentando a insatisfação corporal, a comparação social ascendente e práticas alimentares disfuncionais. Diante disso, torna-se necessário problematizar a ética de influenciadores e plataformas que propagam tais conteúdo sem considerar seus efeitos psíquicos. A romantização da disciplina extrema e da magreza, sob o disfarce de “estilo de vida saudável”, contribui para a normalização de comportamentos prejudiciais, sobretudo entre mulheres em contextos de vulnerabilidade emocional e identitária.

Em contrapartida, movimentos como o *body positivity* oferecem uma alternativa potente ao promover a valorização da diversidade corporal e da autoaceitação. Conforme destacam Vandenbosch *et al.* (2022), o contato frequente com conteúdos inclusivos tem demonstrado efeitos positivos na imagem corporal, atuando como um contraponto necessário aos padrões estéticos hegemônicos. No entanto, a eficácia dessas estratégias depende do fortalecimento da consciência crítica e da articulação de ações intersetoriais. Enfrentar os transtornos alimentares demanda mais que intervenções clínicas: exige uma cultura digital comprometida com a pluralidade de corpos, a saúde mental e o bem-estar coletivo.

Em suma, a partir da literatura analisada pode-se apontar que as mídias sociais exercem um papel determinante na construção da autoimagem feminina. Autores como Tiggemann e Slater (2017) e Pop *et al.* (2022) mostram que a exposição contínua a conteúdos idealizados contribui para o aumento da insatisfação corporal, da baixa autoestima e de comportamentos alimentares disfuncionais. Essa influência é explicada por teorias como a da comparação social de Festinger e a aprendizagem vicária de Bandura, que ajudam a entender como os usuários internalizam padrões ao observar modelos que recebem aprovação social.

Além disso, os algoritmos das plataformas reforçam esse ciclo, promovendo conteúdos altamente engajadores, geralmente associados a corpos padronizados e rotinas idealizadas. O resultado é a normalização de expectativas inatingíveis, especialmente entre mulheres jovens. A repetição desse processo intensifica a autocritica e contribui para o sofrimento psíquico.

Apesar disso, ainda existem lacunas importantes na literatura. Poucos estudos abordam os impactos específicos de redes sociais emergentes como o TikTok. Há também escassez de pesquisas que analisem os efeitos a longo prazo dessa exposição ou que incluam variáveis interseccionais, como raça, classe social e território. Além disso, faltam investigações que expliquem por que algumas mulheres são mais resilientes que outras diante da pressão estética digital.

Essas ausências limitam a compreensão sobre como os conteúdos online são internalizados por diferentes perfis de mulheres. Também dificultam o desenvolvimento de estratégias eficazes para prevenção de transtornos alimentares. É necessário avançar na produção científica que explore a diversidade de experiências e contextos.

Por fim, a literatura deixa claro que o ambiente digital não é neutro. As redes sociais funcionam como agentes de modelagem comportamental e simbólica. Combater os efeitos nocivos desse processo requer ações interdisciplinares, que combinem regulação ética, educação midiática e valorização da diversidade corporal.

Intervenções como o movimento *body positivity* têm mostrado potencial para reduzir os danos. No entanto, sua eficácia depende do fortalecimento da consciência crítica e da construção de uma cultura digital mais saudável. O desafio atual está em equilibrar os benefícios das redes com a proteção da saúde mental e emocional das mulheres.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo compreender, a partir de uma revisão

bibliográfica narrativa, os impactos do uso das mídias sociais sobre os hábitos alimentares e a saúde mental de mulheres adultas. Os dados analisados apontam que, embora as redes sociais possam ser utilizadas como fontes de inspiração e promoção de saúde, elas frequentemente reforçam padrões estéticos rígidos e irreais, contribuindo para uma cultura de comparação social, insatisfação corporal e adoção de comportamentos alimentares de risco.

Dessa forma, os objetivos propostos nesta pesquisa foram alcançados, permitindo uma análise consistente da relação entre o uso de mídias sociais e seus impactos nos hábitos alimentares e na saúde mental de mulheres adultas. Foi possível compreender o papel das redes sociais na propagação de padrões estéticos, identificar comportamentos alimentares de risco associados ao consumo desses conteúdos e evidenciar as principais repercussões psicológicas relacionadas, como baixa autoestima, insatisfação corporal e ansiedade.

Dentre os achados mais recorrentes, destacam-se a associação entre o consumo de conteúdos idealizados e a vigilância corporal, a prática de dietas restritivas, a busca pela magreza extrema e o emagrecimento sem orientação profissional. Além disso, observou-se que tais práticas estão intimamente ligadas ao aumento de sintomas de ansiedade, baixa autoestima, isolamento social e outras repercussões psicológicas, como apontado por diversos autores revisados.

Nota-se ainda que, embora a literatura sobre adolescentes seja ampla, os efeitos do uso das redes sociais em mulheres adultas continuam sendo subexplorados, especialmente no que se refere às consequências a longo prazo para a saúde mental e o comportamento alimentar. Esse vazio evidencia a necessidade de novos estudos que contemplem outras faixas etárias e contextos socioculturais diversos, a fim de aprofundar a compreensão sobre o tema.

Por fim, este trabalho reforça a importância de estratégias interdisciplinares e preventivas no enfrentamento dos impactos negativos das redes sociais. A psicologia, em parceria com áreas como educação e comunicação, deve promover ações que estimulem o consumo crítico de conteúdos digitais, valorizem a diversidade corporal e contribuam para a construção de uma autoimagem mais saudável e realista entre as mulheres.

REFERÊNCIAS

- American Psychiatric Association. (2014). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5* (5ª ed.). Artmed.
- American Psychiatric Association. (2022). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais* (5ª ed., texto revisado). Artmed.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Castro, A. L. (2003). *Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo* (p. 22). FAPESP.
- Eisenberger, N. I., & Lieberman, M. D. (2004). Why rejection hurts: A common neural alarm system for physical and social pain. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(7), 294–300. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2004.05.010>
- Fardouly, J., Magson, N. R., Rapee, R. M., Johnco, C. J., & Oar, E. L. (2020). The use of social media by Australian preadolescents and its links with mental health. *Journal of Clinical Psychology*, 76(7), 1304–1326. <https://doi.org/10.1002/jclp.22936>
- Fairburn, C. G. (2005). Evidence-based treatment of anorexia nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, 37(S1), S26–S30; discussion S41–S42. <https://doi.org/10.1002/eat.20112>
- Fairburn, C. G., & Brownell, K. D. (Eds.). (2002). *Eating disorders and obesity: A comprehensive handbook* (2nd ed., pp. 98–102). Guilford Press.
- Ferreira, F. R. (2023). Corpo feminino e beleza no século XX. In A. Silva & B. Souza (Orgs.), *Estudos sobre a beleza feminina* (pp. 45–67). Editora Exemplo.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Goodyear, V. A., Wood, G., Skinner, B., & Thompson, J. L. (2021). The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: A systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(1), 72. <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01138-3>
- Leles, I. C. R. F. (2019). *Internalização, pressão estética e estereótipos nas mídias digitais: Uma abordagem historiográfica (2008 - 2019)* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Uberlândia]. Repositório da UFU.
- Lima, L. F., Santos, M. R., & Oliveira-Cardoso, E. A. (2025). Influência das mídias sociais

- na saúde mental feminina. *Revista Brasileira de Psicologia Social*, 30(1), 45–62.
- Mader, L., Müller, K. W., Wölfling, K., Beutel, M. E., & Scherer, L. (2023). Is (disordered) social networking sites usage a risk factor for dysfunctional eating and exercise behavior? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3484. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043484>
- Magalhães, A. M., Silva, T. P., & Ferreira, L. B. (2022). Corpo, mídia e padrões estéticos: Uma análise histórica e contemporânea. *Revista de Estudos Interdisciplinares*, 18(2), 112–130.
- Matos, M. G., Balbi, M. E., dos Anjos, M. C. R., & Chiapetti, N. (2023). Ortorexia nervosa: Revisão integrativa de instrumentos de avaliação. *Boletim da Academia Paulista de Psicologia*, 43(104), 113–128. https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X20230001001
- Mascarenhas, E. L., Nunes, L. B., Souza, P. J. R. de, & Santos, A. C. de C. P. (2022). Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: Revisão de literatura. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 8(5), 2552–2562.
- Moraes, R. B., Santos, M. A. N., & Leonidas, C. (2021). Repercussões do acesso às redes sociais em pessoas com diagnóstico de anorexia nervosa. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 21(3), 874–895. <https://doi.org/10.12957/epp.2021.6273>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Oliveira, L. C., Cardozo, J., Munhão, T., & Couto, S. K. (2022). A influência da mídia nos padrões de beleza e seu impacto na autoestima das mulheres. *Revista UNIFIA*, 9(2), 958–970. <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/09/A-INFLU%C3%8ENCIA-DA-M%C3%8DDIA-NOS-PADR%C3%95ES-DE-BELEZA-p%C3%A1g-958-a-970.pdf>
- Pop, L. M., Iorga, M., & Iurcov, R. (2022). Social media usage and body image issues among women: An empirical study. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 41(7), 585–600.
- Santos, C. M. dos, Rêgo, M. C. G. do, Albuquerque, M. da S. M., & Neves, C. M. (2022). Repercussions of social networks on their users' body image: Integrative review. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 38, e38538. <https://doi.org/10.1590/0102.3772e38538>
- Silva, A. F. de S., Lima, T. F., Japur, C. C., Gracia-Arnaiz, M., & Penaforte, F. R. O. (2018). A magreza como normal, o normal como gordo: Reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social*, 6(4), 808–813.
- Silva, R. M., Andrade, T. S., & Costa, F. L. (2023). Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de universitários: Um estudo transversal na Universidade Federal de Pelotas. *Revista Brasileira de Nutrição e Saúde Pública*, 12(4), 78–90.
- Statista. (2024). *Number of social media users worldwide from 2017 to 2028 (in billions)*. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Tang, H., Spreckley, M., van Sluijs, E., Ahern, A. L., & Smith, A. D. (2024). The impact of social media interventions on eating behaviours and diet in adolescents and young adults: A mixed methods systematic review protocol. *BMJ Open*, 14(1), e083465. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-083465>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 80–83. <https://doi.org/10.1002/eat.22533>
- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Vigarello, G. (2006). *História da beleza*. Ediouro.
- Whitney, E. N., & Rolfes, S. R. (2006). *Understanding nutrition* (10th ed.). Thomson Wadsworth.
- Wu, X., Li, Y., & Zhang, Z. (2024). Fitness content exposure and its psychological effects on young women: A longitudinal study. *Journal of Health Psychology*, 29(3), 456–470.
- Yurtdaş-Depboylu, G., Kaner, G., & Özçakal, S. (2022). The association between social media addiction and orthorexia nervosa, eating attitudes, and body image among adolescents. *Eating and Weight Disorders*, 27(8), 3725–3735. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01521-4>

