



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO - UFOP
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA DA UFOP - EEFUFOP
BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA



IZABELLA COELHO OLIVEIRA
SUZANA MILANI MÓL

**ENTRE LIKES E PROMESSAS: A DIVULGAÇÃO DE MÉTODOS DE
EMAGRECIMENTO NO INSTAGRAM**

OURO PRETO

2025

ENTRE LIKES E PROMESSAS: A DIVULGAÇÃO DE MÉTODOS DE EMAGRECIMENTO NO INSTAGRAM

**IZABELLA COELHO OLIVEIRA
SUZANA MILANI MÓL**

Monografia apresentada à disciplina EFD
154 - Seminário de Trabalho de
Conclusão de Curso: Bacharelado como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Educação Física.

OURO PRETO

2025

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

O48e Oliveira, Izabella Coelho de.
Entre likes e promessas [manuscrito]: a divulgação de métodos de emagrecimento no Instagram. / Izabella Coelho de Oliveira. Suzana Milani. - 2025.
12 f.: il.: gráf..

Orientador: Prof. Dr. Kelerson Pinto.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Educação Física. Graduação em Educação Física .

1. Tratamentos. 2. Rede social. 3. Instagram (Rede social on-line). 4. Saúde. 5. Dietas da moda. I. Milani, Suzana. II. Pinto, Kelerson. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 613.24

Bibliotecário(a) Responsável: Angela Maria Raimundo - SIAPE: 1.644.803



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
ESCOLA DE EDUCACAO FISICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACAO FISICA



FOLHA DE APROVAÇÃO

Izabella Coelho Oliveira e Suzana Milani Mol

Entre likes e promessas: a divulgação de métodos de emagrecimento no instagram

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Educação Física da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Educação Física

Aprovada em 15 de agosto de 2025

Membros da banca

Prof. Dr. Kelerson Mauro de Castro Pinto - Orientador - Universidade Federal de Ouro Preto
Prof. Dr. Bruno Ocelli Ungheri - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa Dra. Raianne dos Santos Baleeiro - Universidade Federal de Ouro Preto

Kelerson Mauro de Castro Pinto, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 22/08/2025



Documento assinado eletronicamente por **Kelerson Mauro de Castro Pinto, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/08/2025, às 15:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0965252** e o código CRC **B891F8C3**.

RESUMO

Com o advento da internet e o aumento do uso das redes sociais, se tornaram cada vez mais acessíveis todos os tipos de informações, como por exemplo sobre saúde. O uso de redes sociais e sua influência são um fenômeno relativamente recente e por isso necessitam de estudos para compreender os efeitos à sua exposição. Com isso o objetivo do presente estudo é fazer um levantamento em uma das redes sociais, Instagram, sobre métodos de emagrecimento. A pesquisa teve como base o próprio algoritmo da rede social, com o intuito de analisar os conteúdos que são direcionados aos usuários, mesmo sem que estes os tenham buscado ativamente. Após a coleta, os dados foram organizados em categorias, de acordo com os tipos de métodos encontrados; em seguida, foi feita uma análise quantitativa dos resultados para cada categoria, bem como a elaboração de um portfólio ilustrando os anúncios observados. Os 48 métodos encontrados, em dois meses de levantamento, foram classificados em quatro categorias, segundo suas características principais: **Suplementos (1 método), Inibidores/Controladores de apetite (3 métodos), Centros de emagrecimento (3 métodos), Dietas (26 métodos) e Programas-Terapias (15 métodos)**. Conclui-se, seguindo a metodologia proposta, que das 48 propostas de prováveis métodos de emagrecimento divulgadas, a sua maioria se preocupou com as dietas, tendo um alcance estimado em 40.643.839 seguidores.

Palavras-chave: Tratamentos; Dieta; Saúde; Redes Sociais, Instagram.

ABSTRACT

With the advent of the internet and the increased use of social media, all types of information—such as those related to health—have become increasingly accessible. The use of social networks and their influence is a relatively recent phenomenon and therefore requires studies to understand the effects of such exposure. Thus, the aim of this study is to conduct a survey on one of the social media platforms, Instagram, regarding weight loss methods. The research was based on the platform's own algorithm, in order to analyze the content that is directed to users, even when they have not actively searched for it. After data collection, the information was organized into categories according to the types of methods found. A quantitative analysis of the results was then carried out for each category, as well as the development of a portfolio illustrating the observed advertisements. The 48 methods found during the two-month survey were classified into five categories, according to their main

characteristics: Supplements (1 method), Appetite Suppressants/Controllers (3 methods), Weight Loss Centers (3 methods), Diets (26 methods), and Programs-Therapies (15 methods). Based on the proposed methodology, it is concluded that, among the 48 proposed weight loss methods identified, the majority focused on diets, reaching an estimated audience of 40,643,839 followers.

Keywords: Treatments; Diet; Health; Social Media; Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Métodos de emagrecimento..... 10

Figura 2: Métodos de emagrecimento Subcategorias..... 11

Figura 3: Métodos de emagrecimento Seguidores/Subcategorias..... 11

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
METODOLOGIA.....	9
RESULTADOS.....	10
DISCUSSÃO.....	12
CONCLUSÃO.....	14
REFERÊNCIAS.....	15

INTRODUÇÃO

A obesidade é uma doença crônica, sistêmica e multifatorial, caracterizada pelo acúmulo excessivo ou anormal de gordura corporal, que pode prejudicar a saúde. Ela pode ser classificada em obesidade pré-clínica, quando não há disfunção de órgãos ou impacto funcional evidente, e obesidade clínica, quando há comprometimento metabólico, cardiovascular ou mecânico. Seu diagnóstico é comumente feito com base no índice de massa corporal ($IMC \geq 30 \text{ kg/m}^2$), embora outros parâmetros, como a distribuição de gordura e a função metabólica, também sejam considerados (RUBINO et al., 2023).

De acordo com a Organização Mundial da Saúde - OMS (2025), a saúde “é como um processo dinâmico e multifacetado, que prioriza a capacidade de adaptar-se, funcionar e se desenvolver, dentro do contexto social e ambiental”. Essa visão está presente nas políticas globais oficiais (como a Estratégia OMS 2025-2028) e nas práticas de saúde pública centradas em promoção, prevenção e equidade. Um estudo publicado em *Nutrition Journal* em fevereiro de 2025 analisou dados de 204 países entre 1990 e 2019 e concluiu que o excesso de peso e a obesidade estão associados a um crescimento expressivo da morbidade e mortalidade global, reforçando impactos sobre doenças cardiovasculares, diabetes tipo 2 e cânceres relacionados ao excesso de massa corporal, problemas esses que às vezes são deixados de lado por muito tempo.

De acordo com a OMS (2021) “em 2016, mais de 1,9 bilhão de adultos estavam com sobrepeso, dos quais mais de 650 milhões eram obesos. Isso representa aproximadamente 13% da população adulta mundial”. Estimativas desta organização e do *World Obesity Atlas* (2023), apresetnam que a obesidade atinge níveis significativamente mais altos em países desenvolvidos, com prevalência média entre 26% e 42% da população adulta. Em contraste, países em desenvolvimento apresentam taxas mais baixas, variando geralmente entre 5% e 25%, embora com tendência de crescimento acelerado, especialmente em áreas urbanas e em contextos de transição nutricional e econômica. Logo, independente do nível de desenvolvimento a

obesidade está fortemente presente e crescendo.

O uso de redes sociais e sua influência são um fenômeno relativamente recente e alvo de estudos de várias áreas do conhecimento para compreender os efeitos à sua exposição em diferentes populações. (VERMELHO et. al, 2015, FARDOULY et. al, 2015, apud LIRA et. al, 2017). Essas novas mídias reforçam o narcisismo e os padrões de beleza vigentes e alguns estudos avaliaram seu impacto sobre a imagem corporal (IC) (TIGGEMANN e ZACCARDO, 2016, KIM e CHOCK, 2015, apud LIRA et. al, 2017). Ainda que existam meios oficiais e científicos de divulgação de informações, muitas pessoas ainda se prendem aos meios não oficiais de divulgação sobre práticas de saúde, como blogs, grupos específicos dirigidos pela indústria *fitness*, sites com propostas de métodos de emagrecimento, além de apologias publicitárias ao corpo perfeito, fazendo analogia ao estilo de vida saudável.

Uma das grandes consequências observadas no mundo pós-pandemia foi o avanço significativo da digitalização, tanto no desenvolvimento quanto no consumo de conteúdos nas redes sociais. Nesse cenário, percebe-se, no ambiente digital contemporâneo, uma crescente influência dos chamados "influenciadores digitais", que passaram a desempenhar um papel central na formação de hábitos e comportamentos relacionados à saúde (SILVA e COSTA, 2023). Das diferentes redes sociais existentes, o Instagram é uma das mais utilizadas no Brasil, com estimativas apontando para o uso de aproximadamente 66,2% da população total, além disso, mais de 79% da população com 13 anos ou mais, acessam a plataforma. Entre os adultos (acima de 18 anos), a taxa de uso chega a ultrapassar 83%, o que evidencia o elevado alcance da rede entre o público brasileiro e sua relevância como canal de disseminação de conteúdos relacionados à saúde, emagrecimento e bem-estar (DATAREPORTAL, 2025).

Nesse contexto, os influenciadores digitais parecem exercer papel central na promoção de estilos de vida, especialmente em temas como alimentação, estética corporal e práticas de exercício físico. A exposição constante a padrões corporais idealizados, aliada à divulgação de produtos e dietas por essas figuras populares, pode influenciar comportamentos de forma positiva ou negativa, impactando diretamente a relação dos usuários com o

próprio corpo e com sua saúde (DATAREPORTAL, 2025; PERES et al., 2021). Diante do elevado índice de obesidade e do processo de informações - muitas vezes sem acompanhamento profissional - a busca pelo emagrecimento tem se intensificado atualmente (DANTAS, 2017). A partir disso, o objetivo do presente estudo é fazer um levantamento em redes sociais, especificamente o Instagram, sobre propostas de métodos de emagrecimento, classificando-as em diferentes categorias de acordo com suas características. Este estudo se limitou aos métodos que são direcionados aos usuários, em formatos de anúncios pagos e/ou por influencers.

METODOLOGIA

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa de cunho quantitativo. Para a coleta de dados foi utilizada uma pesquisa em uma das principais redes sociais da atualidade, o Instagram. A pesquisa teve como base o próprio algoritmo da rede social, com o intuito de analisar os conteúdos que são direcionados aos usuários. Após a coleta, os dados foram organizados em blocos, de acordo com os tipos de métodos encontrados. Em seguida, foi feita uma análise quantitativa dos resultados por categoria, bem como a elaboração de um portfólio ilustrando os anúncios observados durante o período 14/05/2025 a 14/07/2025.

O processo de pesquisa deste estudo utilizou um perfil no Instagram das pesquisadoras, que é voltado principalmente para temas relacionados à saúde e à atividade física, como meio para recebimento e armazenamento dos anúncios. Durante dois meses, todos os dias da semana e em diferentes horários, esse perfil foi acessado e utilizado para navegação entre postagens do “feed”, “reels” e “stories”, tanto de perfis seguidos, quanto de sugestões da própria plataforma. Ao longo dessa navegação, especialmente ao percorrer os “reels”, diversos anúncios relacionados a supostos métodos de emagrecimento surgiam. Quando isso ocorria, a pesquisadora acessava a publicação e a salvava em uma pasta específica, intitulada “TCC”. Como resultado, diversas publicações do mesmo produto e/ou perfil anunciante apareceram mais de uma vez. Após o período de coleta, as pesquisadoras acessaram os anúncios salvos, realizaram seu levantamento e os

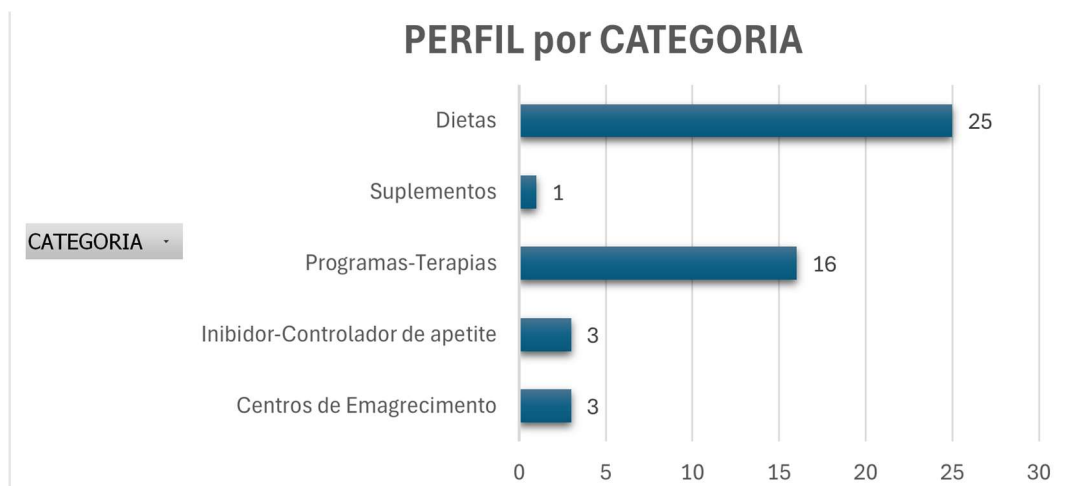
categorizaram. Em alguns casos, o *link* de acesso ao método divulgado na publicação não estava mais disponível. Com os dados planilhados e um portfólio visual dos anúncios criado, as pesquisadoras cruzaram informações em gráficos e elaboraram análises sobre os resultados obtidos por meio de estatística descritiva.

As propostas de métodos foram classificadas em cinco categorias, segundo suas características principais elaboradas pelos autores: Suplementos, Inibidores/Controladores de apetite, Centros de emagrecimento, Dietas e Programas-Terapias.

RESULTADOS

Na Figura 1 tem-se a distribuição quantitativa dos métodos encontrados por categorias de classificação proposta pelos autores de acordo com os perfis dos métodos de emagrecimento sugeridos. Na plataforma Instagram, foram direcionados ao perfil do usuário das pesquisadoras analisado: 1 proposta de método classificada como suplemento, 3 propostas na categoria inibidores/controladores de apetite, 3 propostas em centros de emagrecimento, 25 propostas associadas a dietas e 16 classificadas em programas-terapias. Estes dois últimos englobam práticas como jejum intermitente, dieta do ovo, dietas líquidas, entre outras, além de treinamentos personalizados, oferecidos tanto de forma individual quanto em conjunto com orientações alimentares.

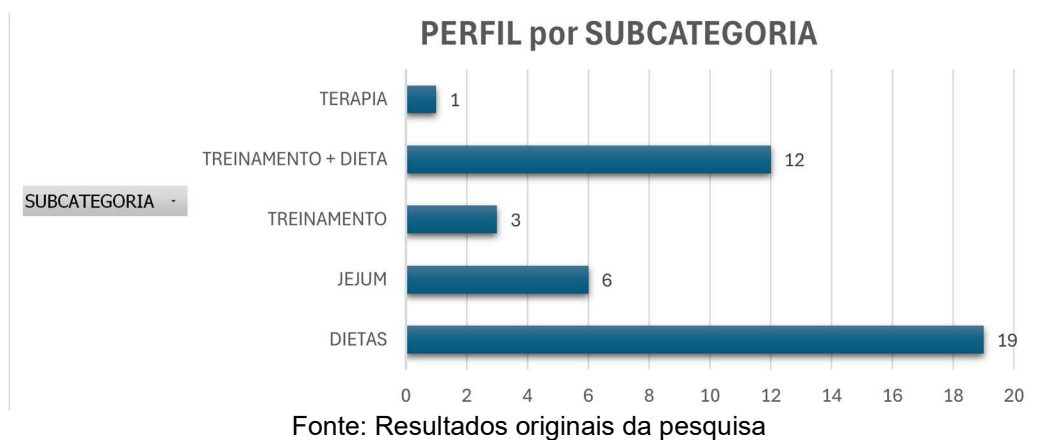
Figura 1: Métodos de emagrecimento



Fonte: Resultados originais da pesquisa

A Figura 2 apresenta o quantitativo de resultados relacionados às categorias dietas e programas-terapias, as quais foram subdivididas em cinco subcategorias para melhor análise: dietas, jejum, treinamentos, treinamentos associados a dietas e terapia. Analisando a quantidade de anúncios que chegaram ao nosso perfil, teve-se em sua maioria uma subcategoria de dietas com 19 métodos, e em segundo lugar o treinamento associado a dietas com 12 métodos e em terceiro lugar com 6 métodos o jejum.

Figura 2: Métodos de emagrecimento Subcategorias



Por fim, a Figura 3 apresenta o quantitativo referente à soma de seguidores dos perfis vinculados às diferentes subcategorias identificadas na análise: dietas, jejum, terapia, treinamentos e treinamentos associados a dietas. Observa-se que a subcategoria com maior alcance foi “treinamento + dieta”, totalizando 21.569.715 seguidores, seguida por jejum (6.408.379), dietas (5.776.496), treinamento (5.511.480) e, por fim terapia (1.377.769). Esses dados evidenciam a ampla visibilidade tais conteúdos despertam no ambiente da rede social analisada.

Figura 3: Métodos de emagrecimento Seguidores/Subcategorias



DISCUSSÃO

Este estudo teve como objetivo fazer um levantamento em redes sociais, especificamente o Instagram, sobre propostas de métodos de emagrecimento e propor uma classificação para essas propostas, focando principalmente nos métodos que são direcionados aos usuários, em formatos de anúncios pagos e/ou por influenciadores.

Dentro dos resultados encontrados optou-se por uma divisão dos prováveis métodos de emagrecimento em cinco grandes grupos. O grupo suplementos são definidos com substâncias adicionadas à dieta, tais como vitaminas, minerais, ervas e botânicos, aminoácidos, metabólicos, constituintes, extratos ou combinações de qualquer desses ingredientes (Williams 2004).

Já os inibidores de apetite, de acordo com Nascimento (2021):

“Os inibidores de apetite são conhecidos como anorexígenos e atuam diretamente no sistema nervoso central, proporcionando a impressão de saciedade e consequentemente diminuindo o apetite, porém, apresentam riscos e efeitos colaterais que são negligenciados pelos indivíduos, pois seu objetivo está direcionado apenas à perda de peso, não atentando-se para as consequências à sua saúde física, mental, psicológica ao utilizar, de maneira irracional, estes fármacos”.

Programas e terapias de emagrecimento são estratégias que visam a redução da massa corporal. Esses programas podem incluir também mudanças na alimentação, uso de suplementos alimentares e entre outras mas sempre associados a prática de exercícios físicos. Nessa categoria estão incluídas estratégias que buscavam se adaptar às necessidades individuais de cada pessoa. Como a perda de massa corporal é um processo que envolve diversos fatores, como a genética, o estilo de vida, a idade, o gênero e a saúde em geral é importante que os programas de emagrecimento sejam personalizados e adaptados às necessidades individuais de cada pessoa.

Outro grupo observado no levantamento foi o de centros de emagrecimento que oferecem serviços, produtos e tratamentos para ajudar as pessoas a perder massa corporal, inclusive serviços mais invasivos como cirurgias.

Segundo o Ministério da Saúde (2021), “dieta é a combinação habitual de alimentos e bebidas consumidos por uma pessoa, sendo influenciada por fatores culturais, sociais, econômicos, psicológicos e biológicos”. No caso do nosso estudo o principal ponto considerado dentro da gama de dietas é o emagrecimento.

Como observado nos nossos resultados o grupo classificados em dietas foi o que mais se destacou como uma opção ofertada pelo instagram, representando 54,17% dos métodos coletados. Existe uma grande preocupação com a alimentação independente do motivo pelo qual ela seja utilizada. Entre essas propostas pode-se destacar os métodos apresentados por dois perfis que se fizeram mais presentes entre os anúncios repetidos, foram eles João Muzzy - @nutrijoaomuzzy (nutricionista) e Polly Takao - @pollytakao (preparadora física). Ambos se referem a propostas que associam dieta a um programa de treinamento, com promessa de redução de massa corporal treinando em casa, porém o primeiro se trata de um nutricionista e a segunda uma preparadora física.

Destaca-se que dentre os resultados foi contabilizado apenas um suplemento, indicando uma menor crença sobre o uso de suplementos para emagrecimento. O suplemento encontrado é um shake de proteína com colágeno que promete ganho de massa magra, redução de gordura e eliminação da barriga inchada.

A figura 2 faz um recorte dos dados das duas categorias que mais se destacaram: dietas e programas-terapias. Observou-se que as dietas continuam com a maior frequência de métodos propagandizados pelo Intagram representando 48,78% do total desses prováveis métodos. Considerando que o jejum é uma maneira de controle alimentar, ele poderia ser considerado juntamente com a subcategoria intitulada como “dietas”, produzindo um total de 63,41% do total. Além disso também se observou uma frequência de 26,83% de prováveis métodos os quais apresentavam associação de programas de treinamento a uma dieta. Ainda sobre a figura 2, destaca-se que apenas 7,31% assoica a pratica de exercícios físico isoladamente como uma forma eficiente de emagrecimento.

No nosso estudo, outra informação obtida e que também despertou muito interesse foi como este tema é visto com muito interesse, se tornando um grande atrativo na sociedade, visto que, 40.643.839 seguidores buscavam informações sobre o assunto. Dentro desse número um total 27.346.211 de seguidores demonstram interesse especificamente em perfis que divulgam informações associando a dieta ao processo de emagracimento.

Esse estudo se limitou a verificar somente os dados quantitativos relacionados ao emagrecimento, sem entretando discutir se o que está sendo divulgado realmente atinge suas promessas. Além disso, em nenhum momento esse estudo, teve a

intenção de verificar a funcionalidade científica das propostas observadas. Sugere-se que em outros estudos tal verificação possa ser avaliada. Também, ressalva-se que este estudo se limitou somente a rede social Instagram e anúncios apresentados através de algoritmo dentro dessa rede.

CONCLUSÃO

Conclui-se com esse estudo, que dois meses de observações pelo Instagram, seguindo a metodologia proposta, 48 propostas de prováveis métodos de emagrecimento foram divulgadas para a conta específica das pesquisadoras, porém tendo um alcance estimado em 40.643.839 seguidores.

REFERÊNCIAS

A função dos antioxidantes nos alimentos. Disponível em: <https://codeagro.agricultura.sp.gov.br/cesans/artigo/210/a-funcao-dos-antioxidantes-nos-alimentos>. Artigos (CESANS) - Codeagro. Acesso em: 18 dez. 2023.

Ahrén, B., Masmiquel, L., Kumar, H., Sargin, M., Karsbøl, J. D., Jacobsen, S. H., ... & Thomsen, H. (2019). Efficacy and safety of once-weekly semaglutide versus placebo as add-on to lifestyle therapy in patients with type 2 diabetes: a randomised, double-blind, placebo-controlled, parallel-group, multicentre, multinational, phase 3a trial. **The Lancet Diabetes & Endocrinology**, 7(6), 449-461.

Alimentação saudável, Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/alimentacao-saudavel> Acesso em: 20 dez. 2023.

ARAÚJO, Kellen Cristina et al. Tecnologias educacionais para abordagens de saúde com adolescentes: revisão integrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 35, p. eAPE003682, 2022.

ARAÚJO LR, ANDREOLO J, SILVA MS. Utilização de suplemento alimentar e anabolizante por praticantes de musculação nas academias de Goiânia-GO. **Revista Brasileira Ciência e Movimento**, Brasília. 2002; 10 (3): 13-18.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Cuidados com a saúde: uso racional de medicamentos: um alerta à população. Brasília, 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia alimentar para a população brasileira*. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/guiaalimentar>. Acesso em: 04 ago. 2025.

CATALANI, Lidiane Aparecida et al. Fibras alimentares. **Revista Brasileira de Nutrição Clínica**, v. 18, n. 4, p. 178-82, 2003.

Como a Saúde Mental influencia no Emagrecimento? Disponível em: <https://sportshealth.com.br/blog/como-a-saude-mental-influencia-no-emagrecimento> Acesso em: 19 dez. 2023.

SILVA, Maria Eduarda; COSTA, João Paulo. A atuação de influenciadores digitais na promoção da saúde no pós-pandemia da COVID-19. *Revista Brasileira de Comunicação e Saúde*, v. 14, n. 2, p. 112–128, 2023. Disponível em: <https://www.recomsaude.org.br/artigo/atuacao-influenciadores-pos-pandemia>. Acesso em: 04 ago. 2025.

Dansinger, M. L., Gleason, J. A., Griffith, J. L., Selker, H. P., & Schaefer, E. J. (2005). Comparison of the Atkins, Ornish, Weight Watchers, and Zone diets for weight loss and heart disease risk reduction: a randomized trial. *JAMA*, 293(1), 43-53.

DANTAS, Lud Lucena. **Diferentes abordagens dietéticas para praticantes de atividade física voltada para o emagrecimento saudável**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2017.

DOS SANTOS, Karinne Nascimento; COLLI, Luciana Ferreira Mattos. Os riscos dos inibidores de apetite: a sibutramina. **Revista Ibero-Americana de Humanidades**,

Ciências e Educação, v. 7, n. 9, p. 794-807, 2021.

Emagrecentro: Unidades. Disponível em: <https://www.emagrecentro.com.br/unidades>
Acesso em: 20 dez. 2023.

Fardouly J, Diedrichs PC, Vartanian LR, Halliwell E. Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. **Body Image**. 2015;13:38-45.

Fenfluramina. Disponível em:
<http://www.quimica.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=1767&evento=5>
Acesso em: 17 dez. 2023.

Fibras e Diabetes. Disponível em: <https://diabetes.org.br/fibras-e-diabetes/> Acesso em: 17 dez. 2023.

Fibras para o intestino: a relação com a saciedade e imunidade. Disponível em: <https://www.essentialnutrition.com.br/conteudos/fibras-para-o-intestino/> Acesso em: 19 dez. 2023.

James, W. P., Caterson, I. D., Coutinho, W., Finer, N., Van Gaal, L. F., Maggioni, A. P., ... & Torp-Pedersen, C. (2000). Effect of sibutramine on cardiovascular outcomes in overweight and obese subjects. **New England Journal of Medicine**, 363(10), 905-917.

KANE MP, et al. Controle do diabetes tipo 2 com semaglutida oral: orientação prática para farmacêuticos. *Jornal americano de farmácia do sistema de saúde: AJHP: jornal oficial da Sociedade Americana de Farmacêuticos do Sistema de Saúde*. 2021; 78 (7): 556-567

Kim JW, Chock TM. Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. **Computers in Human Behavior**. 2015;48:331-9.

LIRA, Ariana Galhardi et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, p. 164-171, 2017.

Lobstein, T., Baur, L., & Uauy, R. (2004). Obesity in children and young people: A crisis in public health. **Obesity Reviews**, 5, 4-85.

Marso, S. P., Bain, S. C., Consoli, A., Eliaschewitz, F. G., Jódar, E., Leiter, L. A., ... & Lingvay, I. (2016). Semaglutide and cardiovascular outcomes in patients with type 2 diabetes. **New England Journal of Medicine**, 375(19), 1834-1844.

MELCA, Isabela Azeredo; FORTES, Sandra. Obesidade e transtornos mentais: construindo um cuidado efetivo. **Revista Hospital Universitário Pedro Ernesto**, v. 13, n. 1, 2014.

NASCIMENTO, Franciêlsa Neri do. **Perigos e efeitos colaterais no uso contínuo de inibidores de apetite**. Monografia (Bacharelado em Farmácia) UniAGES - Centro Universitário, Bahia, 2021.

Pi-Sunyer, X., Astrup, A., Fujioka, K., Greenway, F., Halpern, A., Krempf, M., ... & Shapiro, D. R. (2015). A randomized, controlled trial of 3.0 mg of liraglutide in weight management. **New England Journal of Medicine**, 373(1), 11-22.

PINTO, AMANDA KELRY CHAVEIRO et al. **A Influência das Redes Sociais na Transformação do Estilo de Vida Voltado às Práticas de Saúde**. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro Universitário FAEMA. 2019.

Reinbach, H. C., Smeets, A., Martinussen, T., Møller, P., & Westerterp-Plantenga, M. (2009). Effects of capsaicin, green tea and CH-19 sweet pepper on appetite and energy intake in humans in negative and positive energy balance. *Clinical Nutrition*, 28(3), 260-265.

SALDANHA, Isadora Liberato. *Leptina e lipoaspiração: muito além da estética*. 2019.

SAÚDE - **Ministério da Educação**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro092.pdf> p. 65.

SONCINI, JULIO ALBERTO; BAROUDI, Ricardo. Revisão da técnica de abdominoplastia com dissecação reduzida e fixação com pontos de Baroudi. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica**, v. 31, p. 166-171, 2023.

Tiggemann M, Zaccardo M. Strong is the new skinny: a content analysis of fitspiration images on Instagram. **J Health Psychol**. 2016;1-9.

Vermelho SC, Velho APM, Bertoncello V. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Educ Pesqui**. 2015;41(4):863-81.

WILLIAMS, Melvin. Suplementos dietéticos e desempenho esportivo: Introdução e Vitaminas. **Nutrição em Pauta**, n. 64, p. 56-61, 2004.