REVISTA TÓPICOS
ISSN 2965-6672 | Qualis A2

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO USO INDISCRIMINADO DE CANETAS EMAGRECEDORAS: RISCOS E IMPACTOS NA SAÚDE DOS USUÁRIOS

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE INDISCRIMINATE USE OF WEIGHT-LOSS INJECTIONS: RISKS AND IMPACTS ON USERS' HEALTH

Ciências da Saúde • 24/11/2026

REGISTRO DOI: 10.70773/revistatopicos/795428337

Amália Souza Ribeiro[1]

Amanda Celi Stoffels[2]

Anna Vitória de Oliveira Pereira[3]

Vagner Rodrigues Sales[4]

RESUMO

A crescente exposição a padrões de beleza idealizados nas mídias sociais tem contribuído para intensificar a busca pelo emagrecimento e pela transformação corporal. Nesse contexto, os medicamentos injetáveis para perda de peso, popularmente conhecidos como “canetas emagrecedoras”, especialmente a semaglutida e a liraglutida, ganharam visibilidade nas plataformas digitais, sendo frequentemente divulgados como alternativas para alcançar resultados estéticos rápidos. O presente estudo tem como objetivo analisar a influência das mídias sociais no uso indiscriminado desses medicamentos, considerando os fatores socioculturais relacionados à construção da imagem corporal, à disseminação de informações digitais e aos possíveis riscos associados à utilização inadequada. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida por meio de revisão narrativa da literatura, fundamentada em livros, artigos científicos e documentos institucionais relacionados à temática. A discussão aborda a valorização de padrões estéticos, a influência de influenciadores digitais na divulgação de medicamentos para emagrecimento, a circulação de informações nem sempre fundamentadas cientificamente e os riscos decorrentes do uso sem indicação e acompanhamento profissional. A literatura analisada aponta que a exposição constante a conteúdos que associam magreza, beleza e aceitação social pode contribuir para a banalização do uso desses medicamentos, favorecendo decisões baseadas em expectativas estéticas e informações inadequadas. Destaca-se, portanto, a importância da educação em saúde, da divulgação de informações confiáveis e do acompanhamento por profissionais habilitados, de modo que o uso desses medicamentos esteja fundamentado em critérios clínicos e na avaliação individualizada, e não apenas em padrões de beleza difundidos no ambiente digital.

Palavras-chave: Mídias sociais; Canetas emagrecedoras; Semaglutida; Imagem corporal; Uso indiscriminado de medicamentos.

ABSTRACT

The increasing exposure to idealized beauty standards on social media has contributed to intensifying the pursuit of weight loss and body transformation. In this context, injectable weight-loss medications, popularly known as “weight-loss pens,” particularly semaglutide and liraglutide, have gained visibility on digital platforms, where they are frequently promoted as alternatives for achieving rapid aesthetic results. This study aims to analyze the influence of social media on the indiscriminate use of these medications, considering the sociocultural factors related to body image construction, the dissemination of digital information, and the potential risks associated with their inappropriate use. This is a qualitative study conducted through a narrative literature review based on books, scientific articles, and institutional documents related to the topic. The discussion addresses the valorization of aesthetic standards, the influence of digital influencers in promoting weight-loss medications, the circulation of information that is not always scientifically supported, and the risks arising from their use without medical indication and professional supervision. The literature analyzed indicates that constant exposure to content associating thinness, beauty, and social acceptance may contribute to the normalization of the use of these medications, encouraging decisions based on aesthetic expectations and inadequate information. Therefore, the importance of health education, the dissemination of reliable information, and supervision by qualified healthcare professionals is emphasized, ensuring that the use of these medications is based on clinical criteria and individualized

assessment rather than solely on beauty standards promoted in the digital environment.
Keywords: Social media; Weight-loss pens; Semaglutide; Body image; Indiscriminate use of medications.

1. INTRODUÇÃO

Segundo Wellington Trotta (2021, p.161), entende-se por estética a área filosófica “que não ensina como desenvolver o gosto pelo belo artístico, mas analisa, estuda, investiga a natureza do belo artístico e todas as implicações derivadas de tal conceito”, ou seja, diretamente ligada ao conceito de beleza e o sentimento que é despertado no indivíduo.

A combinação de fatores socioeconômicos e culturais fez com que surgisse uma nova definição para o termo estética, que ultrapassa o meio filosófico e é associada a um mercado altamente lucrativo e inserido em uma nova lógica que associa consumo e performance corporal. Nas últimas décadas, a população mundial se entendeu preocupada com a imagem pessoal e a valorização da aparência física passou a ocupar um lugar no centro das relações sociais, transformando a imagem em capital, criando padrões e influenciando autoestima e negócios.

Dessa forma, as comparações com os padrões de beleza socialmente estabelecidos podem provocar distorções na percepção da imagem corporal, contribuindo para a diminuição da autoestima e o desenvolvimento de inseguranças relacionadas à aparência. Nesse contexto, principalmente entre as mulheres, observa-se uma crescente procura por programas de atividade física e

procedimentos estéticos como forma de alcançar os padrões de beleza desejados (Salomão; Silva; Santos, 2021).

Nesse cenário, as mídias sociais desempenham um papel fundamental no que se diz respeito a disseminação de padrões corporais idealizados, muitas vezes inatingíveis, moldando o comportamento de desejos estéticos. Uma pesquisa revelou que cerca de 40% dos usuários mais jovens já não utilizam o Google para fazer buscas, preferindo o TikTok como principal fonte de descoberta e recomendação. Esse comportamento é ainda mais preocupante quando se trata de pesquisas sobre medicamentos ou doenças, com 58% dos jovens usuários confiando no TikTok como fonte de informações (Conselho Federal de Fármacia, 2024).

Ao buscarem as redes sociais como principal fonte de informação, eles têm como objetivo encontrar uma forma mais fácil para compreender o que procuram, os vídeos curtos que as mídias sociais apresentam, a linguagem acessível e a falsa sensação de que todos são especialistas no que compartilham em seus vídeos, têm se tornado um atrativo para os usuários da plataforma. E com o aumento da busca por um corpo ideal, muitos recorrem a medicamentos para emagrecer, a exposição constante a essas informações cria um ambiente em que a pressão social para alcançar um padrão de emagrecimento pode levar a decisões apressadas e, muitas vezes, prejudiciais à saúde.

De acordo com dados divulgados pela Junta Internacional de Fiscalização de Entorpecentes (JIFE), órgão vinculado à Organização das Nações Unidas (ONU), o Brasil apresentou elevado consumo de medicamentos anorexígenos, figurando entre os países com maiores índices de utilização dessas substâncias. Os dados históricos

apontam um consumo de 9,1 doses diárias por mil habitantes entre 2002 e 2004, evidenciando a preocupação com o uso desses medicamentos no país (Brasil, 2011).

De acordo com Scagliusi et al. (2026), o uso de medicamentos agonistas do receptor de GLP-1 tem ultrapassado suas finalidades terapêuticas, sendo associado também à busca por padrões estéticos e ao emagrecimento em pessoas que não apresentam indicação clínica para esse tratamento. Nesse contexto, a valorização da aparência física, a expectativa de resultados rápidos e a influência das mídias sociais contribuem para ampliar a procura por esses medicamentos, favorecendo práticas de utilização sem a devida orientação e acompanhamento profissional.

Embora o uso *off-label*, utilização de medicamentos para indicações diferentes das aprovadas em bula, seja permitido em situações clínicas específicas e sob rigoroso acompanhamento profissional, observa-se um crescimento do uso das canetas emagrecedoras com finalidade exclusivamente estética. Esse aumento tem sido fortemente influenciado pelas mídias sociais, onde influenciadores digitais e celebridades divulgam esses medicamentos como soluções rápidas para o emagrecimento. Nesse contexto, os pesquisadores descrevem a existência de uma "economia moral da magreza", na qual a perda de peso é associada ao sucesso e ao autocuidado, enquanto o excesso de peso é frequentemente relacionado ao fracasso pessoal. Essas narrativas contribuem para estimular o uso indiscriminado desses medicamentos, muitas vezes sem indicação médica e sem que seus riscos e limitações sejam devidamente considerados.

Estudos demonstram que o uso indiscriminado de fármacos para emagrecimento pode trazer sérios riscos, incluindo efeitos colaterais adversos e dependência (Costa et al., 2022). Além disso, a falta de regulamentação e fiscalização sobre as substâncias promovidas nas redes sociais agrava a situação, tornando a população vulnerável a informações enganadoras e produtos potencialmente perigosos (Brasil, 2022; Martins; Scherer; Silva, 2025).

Nesse sentido, esse artigo busca responder a seguinte questão: “de que forma as mídias sociais influenciam o uso indiscriminado de canetas emagrecedoras e quais são os principais riscos associados a essa prática?”. Partindo da hipótese de que as mídias sociais podem contribuir para a banalização do uso de medicamentos injetáveis para emagrecimento, ao disseminarem padrões estéticos idealizados, relatos de resultados rápidos e informações nem sempre fundamentadas cientificamente.

Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a influência das mídias sociais no uso indiscriminado de medicamentos injetáveis para emagrecimento, especialmente semaglutida e liraglutida, considerando os fatores socioculturais associados à busca pelo corpo ideal, a disseminação de informações digitais e os possíveis riscos decorrentes da utilização inadequada desses medicamentos. Através de uma abordagem humanizada, procuraremos destacar a importância da conscientização e da educação em saúde, enfatizando a necessidade de um olhar crítico em relação ao que é consumido nas plataformas digitais.

Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa, fundamentada em levantamento bibliográfico e análise crítica da literatura científica relacionada à estética,

imagem corporal, mídias sociais, medicamentos para emagrecimento e uso inadequado de fármacos. Essa abordagem possibilita compreender o fenômeno a partir de diferentes perspectivas, permitindo estabelecer relações entre a construção dos padrões estéticos, a influência das plataformas digitais e o comportamento relacionado ao uso de medicamentos para perda de peso.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A Construção da Estética: Da Filosofia a Contemporaneidade

Na Grécia antiga, os filósofos afirmavam que o belo fazia referência a uma filosofia existencial, onde havia uma existência estética da virtude e do bem viver. Nesse sentido, a arte não era o campo superior do estético. Platão foi um dos primeiros estudiosos que buscou conceituar o belo sem associá-lo a expressão artística, para ele, o belo não estaria limitado apenas ao universo da produção de obras de arte, mas à capacidade “do espírito em produzir verdades e construir, a partir disso, um mundo ideal a ser ressaltado, dentre outras coisas, pela arte e confirmado pela vida cotidiana” (Ramalho; Santos, 2020). Platão relacionou o belo à busca por uma realidade superior e inteligível, enquanto Aristóteles discutiu aspectos como ordem, proporção e magnitude na composição artística. Ao longo da história, entretanto, essas concepções foram modificadas, acompanhando as transformações culturais, sociais e intelectuais das diferentes épocas.

A compreensão da estética exige, inicialmente, o reconhecimento de sua origem no campo da Filosofia e sua relação histórica com a percepção, sensibilidade, a arte e o belo. Embora a reflexão sobre o

belo esteja presente desde a Antiguidade, a palavra estética foi criada pelo Filósofo alemão Alexander G. Baumgarten, em seu livro “Meditações Filosóficas sobre alguns tópicos referentes à essência do poema”, publicado em 1735. Nessa oportunidade, o filósofo entende que a Estética é “a ciência do modo do conhecimento e da exposição sensível”.

Diante desse entendimento, a estética consolidou-se como campo de investigação filosófica sobretudo a partir do século XVIII, quando passou a ocupar um lugar central nas discussões acerca do gosto, beleza e experiência sensível. Trotta (2021) destaca que Estética é o campo filosófico que julga o belo artístico sem elaborar juízos fora dos valores estéticos, muito menos identificar belo com bom, evidenciando que a discussão estética ultrapassa uma simples definição do que seria ou não considerado belo.

Em seu livro “Crítica da Faculdade do Juízo”, o filósofo Immanuel Kant (1995), compreende o julgado do belo como resultado de um sentimento de prazer experimentado pelo sujeito, como uma propriedade exclusivamente objetiva do objeto. Embora subjetivo, esse julgamento apresenta uma pretensão de compartilhamento, estabelecendo uma relação entre experiência individual e validade universal. Assim, a estética passa a considerar não apenas aquilo que é percebido, mas também a maneira como o sujeito percebe, sente e atribui significado ao que contempla.

Entretanto, os conceitos de beleza e gosto são também construídos historicamente e socialmente. Para Bourdieu (2007), as preferências aparentemente individuais estão relacionadas às condições sociais, aos processos de socialização e às posições ocupadas pelos sujeitos na sociedade. Desse modo, aquilo que é considerado belo ou

desejável não constitui uma categoria fixa, mas é continuamente transformado pelas diferentes condições culturais e sociais.

Essa transformação também pode ser observada na centralidade adquirida pelo corpo na sociedade contemporânea. Para além de sua dimensão biológica, o corpo constitui espaço de identidade, expressão e representação social. Vestimentas, cabelos, maquiagem, tatuagens e procedimentos estéticos podem representar formas de pertencimento e apresentação de si. Nesse contexto, Foucault (1987) demonstra que o corpo também pode ser submetido a mecanismos de disciplina, vigilância e normalização, evidenciando que sua aparência é atravessada por normas e relações de poder.

Os padrões de beleza, portanto, não são estáticos, mas acompanham transformações culturais, econômicas e tecnológicas. Com a expansão dos meios de comunicação e da sociedade de consumo, a aparência corporal passou a integrar um mercado cada vez mais amplo, envolvendo cosméticos, moda, academias e procedimentos estéticos. A beleza, anteriormente discutida sobretudo como categoria filosófica, adquiriu também dimensão econômica e mercadológica.

Nesse processo, a indústria da beleza, a publicidade, a mídia e as redes sociais participam da produção e circulação de referências estéticas, influenciando formas de percepção e apresentação do corpo. A contemporaneidade amplia esse fenômeno ao transformar a aparência em elemento recorrente de exposição, comparação e reconhecimento social. Dessa maneira, a estética contemporânea articula experiência sensível, identidade, corpo, padrões culturais, consumo e mercado, evidenciando que a beleza é um fenômeno

histórico e socialmente construído, continuamente ressignificado nas relações entre indivíduo e sociedade.

2.2. A Construção Social do Corpo Ideal

Antes da consolidação da estética como campo de estudo, o corpo humano já era compreendido para além de sua dimensão física, assumindo significados simbólicos, culturais e sociais que variavam conforme o contexto histórico e as relações estabelecidas em cada sociedade (Gea, 2013).

Nas sociedades pré-históricas e nas primeiras civilizações, os atributos corporais valorizados não se orientavam por ideais abstratos de proporção ou desempenho físico, mas por sua capacidade de expressar sobrevivência, fertilidade, pertencimento e conexão com forças naturais e espirituais. A beleza, nesse contexto, não se dissociava da função social e biológica do corpo, tampouco da sua inserção no imaginário coletivo. Corpos volumosos, especialmente femininos, eram compreendidos como símbolos de capacidade reprodutiva, nutrição e resistência, atributos essenciais em contextos marcados por escassez de recursos, alta mortalidade e vulnerabilidade ambiental. A valorização dessas características refletia uma lógica adaptativa, na qual o corpo belo era, simultaneamente, um corpo funcional e protetor da continuidade do grupo (Mauss, 2003; Eco, 2004)

As representações artísticas do Paleolítico, a exemplo das chamadas “Vênus”, evidenciam concepções simbólicas do corpo associadas à fertilidade e à maternidade. Nessas figuras, a valorização de características como seios, abdômen e quadris parece estar relacionada a significados ligados à reprodução e à continuidade da

vida, mais do que a padrões de proporção e simetria. Assim, o corpo assumia uma dimensão simbólica, relacionada à fecundidade, à maternidade e à permanência da espécie (Eco, 2004). Dessa forma, evidencia-se que não existe um único modelo corporal que tenha sido universalmente considerado belo, uma vez que os critérios de valorização da aparência foram se modificando conforma o contexto histórico-cultural.

Segundo Vigarello (2006), o século XX representa um período de importantes transformações na construção dos ideais de beleza, impulsionadas pela expansão dos meios de comunicação de massa e pelo fortalecimento da indústria cultural. O corpo passa a ser cada vez mais representado e difundido por meio do cinema, da publicidade e, posteriormente, da televisão, ampliando a circulação de determinados modelos estéticos. Nesse contexto, os padrões corporais ultrapassam os limites das culturas locais e passam a alcançar maior difusão social, contribuindo para a consolidação de referências de beleza amplamente compartilhadas.

Na contemporaneidade, a valorização da magreza assumiu diferentes formas e esteve frequentemente associada à construção de um ideal corporal, sobretudo nas representações destinadas às mulheres. Bordo (1993) analisa como a cultura ocidental moderna relacionou a figura corporal esbelta a ideias de controle, disciplina e domínio sobre o próprio corpo. Nesse contexto, a magreza ultrapassa a dimensão da aparência e passa a ser associada a atributos socialmente valorizados, como juventude, saúde, autocontrole e sucesso. Estudos sobre os efeitos da exposição a imagens de corpos idealizados também indicam que a visualização de representações corporais consideradas atraentes, magras ou em

forma pode favorecer processos de comparação da aparência e insatisfação corporal (Fioravantti et al., 2022).

Nesse contexto, o corpo passa a ser associado ao sucesso, à disciplina e ao autocuidado, como se sua aparência fosse resultado apenas de esforço e controle individual. Bordo (1993) observa que a valorização do corpo esbelto reforça essa ideia, atribuindo ao indivíduo a responsabilidade constante por sua aparência e deixando em segundo plano fatores sociais, culturais e econômicos. Nas redes sociais, a exposição frequente a corpos idealizados pode intensificar essa pressão e favorecer comparações com padrões considerados desejáveis. Fioravanti et al. (2022) apontam que esse tipo de exposição pode aumentar a insatisfação corporal.

Essa relação também ajuda a compreender a imagem corporal, ou seja, a forma como cada pessoa percebe e avalia o próprio corpo. Segundo Grogan (2016), essa percepção é influenciada por experiências pessoais e pelo contexto social e cultural. Quando existe uma diferença entre o corpo real e aquele considerado ideal, podem surgir sentimentos de insatisfação e uma avaliação mais negativa da própria aparência. A comparação com outras pessoas e com modelos difundidos socialmente também participa desse processo (Grogan, 2016; Holland; Tiggemann, 2016).

A aparência pode ainda influenciar a autoestima, principalmente quando passa a ocupar um espaço central na forma como o indivíduo avalia a si mesmo. No entanto, essa relação não é automática, pois a autoestima envolve diferentes aspectos da vida e varia conforme as experiências e o contexto de cada pessoa. Da mesma forma, os padrões estéticos não afetam todos os indivíduos da mesma maneira.

Assim, a pressão relacionada à aparência pode estar associada a experiências de sofrimento, preocupação e insatisfação com o próprio corpo, mas essa relação deve ser analisada com cautela, sem estabelecer diagnósticos ou consequências universais. Entre as mulheres, essas questões têm sido particularmente estudadas devido à histórica valorização de determinados padrões corporais femininos (Grogan, 2016; Holland; Tiggemann, 2016).

Dessa forma, os padrões de beleza podem ser entendidos como construções históricas, culturais e sociais que influenciam a maneira como as pessoas percebem, apresentam e vivenciam seus corpos. Ao mesmo tempo em que podem gerar pressão e insatisfação, esses padrões também são constantemente questionados e transformados. Compreender essa dinâmica permite perceber a beleza para além da aparência, relacionando-a à identidade, às relações sociais e à forma como os indivíduos se percebem e são percebidos (Bordo, 1993; Grogan, 2016; Holland; Tiggemann, 2016; Fioravanti et al., 2022).

2.3. Mídias Sociais e a Disseminação dos Padrões de Beleza

O cinema hollywoodiano desempenha papel central na consolidação de padrões globais de beleza ao longo do século XX. Estrelas do cinema passam a funcionar como modelos corporais aspiracionais, difundindo imagens idealizadas que associam beleza a juventude, sucesso e status social. O corpo feminino é frequentemente representado como magro, jovem e sexualizado, enquanto o corpo masculino é associado à força, à virilidade e à capacidade performática (Bordo, 1993). A publicidade amplia e intensifica esse processo ao vincular o ideal corporal ao consumo de produtos, serviços e estilos de vida. Cosméticos, dietas, roupas,

academias e procedimentos estéticos passam a ser apresentados como meios legítimos para alcançar o corpo desejado. O ideal de beleza torna-se mercadoria, e o corpo passa a ser compreendido como objeto passível de investimento contínuo (Giddens, 2002).

De acordo com estudos científicos, as mídias sociais desempenham papel significativo na construção e na disseminação de padrões de beleza, frequentemente associados a representações idealizadas e pouco compatíveis com a diversidade corporal existente. A exposição constante a essas imagens pode favorecer comparações sociais, insatisfação com a própria aparência e sentimentos de inadequação. Além disso, a valorização de determinados padrões físicos contribui para a perpetuação do estigma corporal e da discriminação, reforçando a pressão social pela adequação estética (Fioravanti Et Al., 2022; Möri; Mongillo; Fahr, 2022; Puhl Et al., 2022).

Associado a isso, a ascensão das redes sociais transformou a maneira como as pessoas produzem, compartilham e consomem informações. Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube ampliaram a interação entre usuários e tornaram mais frequente a circulação de conteúdos relacionados à beleza e à aparência. Nesse ambiente, os usuários não apenas consomem informações, mas também produzem e compartilham conteúdos, contribuindo para a divulgação de diferentes padrões estéticos (Holland; Tiggemann, 2016; Rodgers et al., 2021).

Essa experiência também é influenciada pelos sistemas de recomendação utilizados pelas plataformas digitais, que selecionam e apresentam conteúdos com base nas preferências e interações dos usuários. Esse processo contribui para a personalização do conteúdo exibido e pode reduzir a diversidade de informações às

quais os indivíduos são expostos, favorecendo a repetição de determinados temas e perspectivas (Calvano et al., 2024). No caso de conteúdos sobre aparência, alimentação, exercícios e transformação corporal, essa dinâmica pode aumentar a exposição dos usuários a determinados modelos de beleza.

Nesse cenário, os influenciadores digitais passaram a exercer papel importante na produção e divulgação de conteúdo. Por meio de relatos pessoais, vídeos e imagens, os influenciadores digitais compartilham experiências relacionadas à alimentação, à atividade física, à beleza e às transformações corporais, estabelecendo uma relação de proximidade com seus seguidores. Nesse contexto, fatores como confiança, identificação, autenticidade e credibilidade percebida podem influenciar a forma como os conteúdos divulgados pelos influenciadores são interpretados e recebidos pelo público. A proximidade estabelecida com os seguidores e a percepção de confiabilidade das informações podem favorecer a aceitação dessas mensagens (Lou; Yuan, 2019).

Essa influência merece atenção quando envolve temas relacionados à saúde e à aparência, pois experiências pessoais não possuem necessariamente o mesmo fundamento de informações científicas ou orientações profissionais. Mesmo assim, recomendações feitas por influenciadores podem ser percebidas como confiáveis, especialmente quando são apresentadas de forma próxima e associadas à própria experiência do indivíduo (Ki; Cuevas; Chong; Deng, 2020). Além disso, produtos e serviços podem ser apresentados de maneira integrada à rotina compartilhada pelos influenciadores nas redes sociais, aproximando a publicidade dos conteúdos cotidianos. Essa estratégia pode associar o consumo a determinados estilos de vida, padrões de beleza e expectativas de

transformação da aparência, influenciando a percepção e as intenções de consumo do público (Lou; Yuan, 2019).

A exposição frequente a imagens de corpos considerados desejáveis também pode favorecer processos de comparação social. Holland e Tiggemann (2016) destacam que a comparação baseada na aparência constitui um dos elementos relacionados à relação entre uso de redes sociais e imagem corporal. Essa comparação pode ser intensificada pelo uso de filtros, edição de imagens, iluminação e outros recursos que modificam ou valorizam determinadas características físicas. Tiggemann (2022) destaca a presença dessas imagens idealizadas nas redes sociais, enquanto Rodgers et al. (2021) apontam relações entre a exposição a determinados ideais de aparência e aspectos da imagem corporal.

Quando os padrões apresentados nas redes passam a ser utilizados como referência para avaliar o próprio corpo, podem surgir sentimentos de insatisfação. Grogan (2016) destaca que a imagem corporal é influenciada não apenas por características físicas, mas também por experiências individuais e fatores sociais e culturais. Entretanto, esses efeitos não ocorrem da mesma maneira para todas as pessoas. Saunders e Eaton (2018) encontraram associações entre a exposição a ideais de aparência e aspectos da imagem corporal, ressaltando a importância de considerar as características e os contextos de cada indivíduo.

Nesse contexto, conteúdos relacionados ao emagrecimento, dietas, exercícios e procedimentos estéticos ganham espaço nas redes sociais, muitas vezes apresentados por meio de relatos pessoais e imagens de transformação. Quando essas mudanças são apresentadas de maneira simplificada, podem reforçar a ideia de

que a aparência deve ser constantemente modificada para alcançar determinado padrão. Bordo (1993) relaciona essa valorização do controle corporal a aspectos culturais que associam o corpo à disciplina e ao autocontrole.

Assim, as redes sociais se tornaram espaços nos quais informação, publicidade, entretenimento e padrões de beleza se encontram. A atuação dos influenciadores, os mecanismos de recomendação e a circulação de imagens idealizadas participam da construção das referências utilizadas para pensar e avaliar o próprio corpo. Compreender essa relação é importante para analisar como os padrões contemporâneos de beleza circulam no ambiente digital e como podem estar relacionados à imagem corporal, à insatisfação com a aparência e à busca por diferentes formas de transformação corporal (Holland; Tiggemann, 2016; Rodgers et al., 2021; Tiggemann, 2022).

3. METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma revisão narrativa da literatura, de abordagem qualitativa e caráter descritivo-interpretativo, desenvolvida com o objetivo de discutir a influência das mídias sociais no uso indiscriminado de medicamentos para emagrecimento, especialmente as chamadas “canetas emagrecedoras”, considerando seus possíveis riscos e impactos à saúde dos usuários.

A construção do estudo foi fundamentada na consulta a livros, artigos científicos e documentos institucionais relacionados à temática. Para a identificação das publicações científicas, foram consultadas as bases de dados Biblioteca Virtual em Saúde (BVS),

Scientific Electronic Library Online (SciELO), PubMed e Google Acadêmico, considerando publicações disponíveis em português e inglês, com prioridade para estudos publicados entre 2016 e 2026. Também foram considerados documentos de instituições oficiais e obras de referência relevantes para a contextualização teórica do tema, independentemente do período de publicação, quando pertinentes à discussão.

A busca bibliográfica contemplou termos relacionados aos principais eixos do estudo, incluindo “mídias sociais”, “redes sociais”, “padrões de beleza”, “imagem corporal”, “canetas emagrecedoras”, “semaglutida”, “liraglutida”, “agonistas do receptor GLP-1”, “automedicação” e “efeitos adversos”. Os termos foram utilizados de acordo com sua pertinência temática e com as possibilidades de pesquisa de cada base consultada.

A seleção das fontes considerou a relação com o objetivo do estudo, a relevância científica e a contribuição para a compreensão dos aspectos sociais, comportamentais e farmacológicos envolvidos no uso de medicamentos para emagrecimento. Foram priorizadas publicações que abordassem a influência das mídias sociais sobre a percepção corporal, a disseminação de padrões estéticos, o consumo de medicamentos para perda de peso e os possíveis riscos associados à utilização inadequada desses produtos.

Após a leitura e análise do material selecionado, as informações foram organizadas em eixos temáticos, contemplando os padrões de beleza e a influência das mídias sociais, a insatisfação com a imagem corporal, a popularização das canetas emagrecedoras e os riscos relacionados ao uso desses medicamentos. A discussão foi desenvolvida de forma descritiva e interpretativa, buscando

estabelecer relações entre os aspectos socioculturais, comportamentais e farmacológicos apresentados na literatura.

Por se tratar de uma revisão narrativa, o estudo não teve como finalidade realizar uma síntese estatística dos resultados ou esgotar toda a produção científica disponível sobre o tema, mas reunir e discutir contribuições relevantes para ampliar a compreensão da problemática investigada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise da literatura selecionada permitiu identificar cinco eixos temáticos relacionados ao objeto deste estudo: a circulação de informações e desinformações sobre saúde nas mídias sociais; a influência dos padrões de beleza e da comparação social sobre a imagem corporal; a popularização dos medicamentos agonistas do receptor GLP-1; os riscos associados ao uso inadequado das canetas emagrecedoras; e a importância da educação em saúde e do acompanhamento profissional.

Esses eixos possibilitam compreender o fenômeno de maneira integrada, considerando que a busca pelo emagrecimento não está relacionada apenas a questões individuais ou clínicas, mas também a fatores sociais, culturais e informacionais. Entretanto, é necessário distinguir a associação entre exposição a conteúdos digitais, insatisfação corporal e comportamentos relacionados ao emagrecimento de uma relação direta de causa e efeito, que não pode ser estabelecida apenas com base nos estudos analisados.

As redes sociais passaram a ocupar um espaço importante na busca por informações, além de tudo sobre saúde. A facilidade de acesso, a rapidez na circulação dos conteúdos e a possibilidade de interação

fazem com que muitas pessoas recorram à internet para esclarecer dúvidas sobre sintomas, alimentação, emagrecimento, medicamentos e tratamentos. Uma revisão sistemática sobre a busca de informações de saúde na internet identificou que esse comportamento é influenciado por fatores como escolaridade, acesso às tecnologias e nível de letramento em saúde, ao mesmo tempo em que pode ser dificultado pela presença de informações pouco confiáveis ou pela dificuldade de avaliar sua qualidade (Jia et al., 2021).

No caso dos medicamentos, essa questão merece atenção, pois conteúdos publicados nas redes podem apresentar informações sobre indicações, formas de utilização, efeitos e resultados sem considerar as características individuais de cada pessoa. Uma revisão sobre desinformação em saúde nas redes sociais identificou que medicamentos e outros temas relacionados à saúde estão entre os assuntos frequentemente envolvidos na circulação de informações incorretas ou enganosas (Suarez-Lledo; Alvarez-Galvez, 2021). Assim, a facilidade de encontrar uma informação não significa, necessariamente, que ela seja adequada ou segura para orientar uma decisão relacionada à saúde.

Outro problema está na dificuldade de diferenciar informação científica, opinião pessoal, experiência individual e publicidade. Nas redes sociais, esses diferentes tipos de conteúdo podem aparecer em formatos semelhantes, principalmente quando influenciadores apresentam determinado produto ou tratamento a partir de sua própria experiência. A literatura aponta que a circulação de informações de saúde nas plataformas digitais envolve tanto conteúdos educativos quanto promocionais e pessoais, o que pode

dificultar a avaliação da qualidade e da finalidade da mensagem pelo público (Suarez-Lledo; Alvarez-Galvez, 2021; Wang et al., 2019).

Essa situação se torna ainda mais relevante quando o conteúdo está relacionado ao emagrecimento. Dietas, suplementos, medicamentos e diferentes métodos para perda de peso podem ser apresentados como alternativas simples ou rápidas, muitas vezes acompanhados de relatos de resultados individuais. Entretanto, uma experiência pessoal não permite concluir que determinado produto ou procedimento terá o mesmo resultado para outras pessoas. A exposição repetida a esse tipo de conteúdo pode ainda dificultar a distinção entre uma recomendação baseada em evidências e uma mensagem construída principalmente para gerar identificação, engajamento ou consumo.

A circulação de informações inadequadas também pode trazer consequências para o cuidado em saúde. Wang et al. (2019), em uma revisão sistemática sobre a disseminação de desinformação em saúde, destacam que informações incorretas podem contribuir para interpretações equivocadas das evidências e, em determinadas situações, atrasar ou dificultar a procura por cuidados adequados. Nessa perspectiva, o problema não está apenas na existência de informações falsas, mas também na dificuldade que o usuário pode encontrar para avaliar a origem, a qualidade e a finalidade do conteúdo que recebe.

Nesse cenário, a automedicação merece atenção. O acesso facilitado a informações sobre medicamentos pode levar algumas pessoas a utilizar produtos por conta própria, especialmente quando determinados conteúdos apresentam o medicamento como solução para uma necessidade específica. No entanto, a escolha de

um medicamento depende de fatores como indicação, contraindicações, possíveis interações e características individuais, que não podem ser avaliados adequadamente apenas a partir de conteúdos encontrados nas redes sociais. Por isso, informações disponíveis na internet não devem substituir a avaliação e a orientação de profissionais habilitados.

Ao mesmo tempo, as redes sociais não devem ser vistas apenas como um espaço de disseminação de informações inadequadas. Quando utilizadas de maneira responsável, também podem ampliar o acesso a conteúdo educativos e facilitar a divulgação de informações baseadas em evidências. Estudos mostram que as redes sociais podem ser utilizadas por profissionais de saúde como ferramentas de comunicação com o público, educação em saúde e disseminação de conhecimentos científicos. Entretanto, sua utilização exige responsabilidade profissional, atenção à qualidade das informações compartilhadas e compromisso com a divulgação de conteúdos fundamentados em evidências científicas (Roberts-Lewis et al., 2024; Engebretsen, 2024).

Nesse sentido, os profissionais de saúde possuem um papel importante na educação em saúde também no ambiente digital. A produção de conteúdos claros, acessíveis e fundamentados cientificamente pode contribuir para que a população tenha maior capacidade de avaliar as informações encontradas nas redes. Uma revisão sobre letramento em mídias sociais destaca justamente a importância de desenvolver habilidades para identificar e avaliar informações de saúde, especialmente diante da velocidade com que conteúdos confiáveis e desinformação circulam nas plataformas digitais (Ziapour et al., 2024).

Portanto, as redes sociais apresentam uma relação ambígua com a informação em saúde: ao mesmo tempo em que facilitam o acesso ao conhecimento e podem aproximar profissionais e população, também favorecem a circulação rápida de conteúdo sem respaldo científico. Para o usuário, o desafio não está apenas em encontrar informações, mas em reconhecer sua origem, qualidade e finalidade. Nesse contexto, o fortalecimento do letramento em saúde e a participação dos profissionais na produção de conteúdos confiáveis tornam-se importantes para reduzir a influência da desinformação e favorecer escolhas mais conscientes relacionadas à saúde (Nascimento Et Al., 2022; Ziapour Et Al., 2024).

4.1. Medicamentos para Emagrecimento e a Popularização das "Canetas Emagrecedoras"

Nos últimos anos, os medicamentos utilizados para emagrecimento ganharam maior visibilidade nas redes sociais, especialmente as chamadas "canetas emagrecedoras", que incluem medicamentos à base de semaglutida. Essas substâncias atuam em mecanismos relacionados ao apetite e ao controle da glicose e podem contribuir para a perda de peso em situações específicas, quando utilizadas com indicação e acompanhamento médico. Estudos clínicos demonstram resultados desses tratamentos no controle do peso corporal, embora sua utilização deva considerar as condições de saúde e as necessidades de cada paciente (Wilding et al., 2021; Davies et al., 2021).

Nas redes sociais, vídeos, depoimentos e fotografias de antes e depois divulgam os resultados obtidos por pessoas que utilizam esses medicamentos. Entretanto, essas publicações nem sempre apresentam informações sobre as indicações, os possíveis efeitos

adversos e os cuidados necessários durante o tratamento. A valorização de resultados rápidos pode criar expectativas pouco realistas e reforçar a ideia de que modificar a aparência é necessário para corresponder aos padrões de beleza socialmente valorizados.

Essa situação merece atenção, pois conteúdos publicados por influenciadores podem ser interpretados como orientações confiáveis, mesmo quando não apresentam fundamentação científica suficiente. Suarez-Lledo e Alvarez-Galvez (2021), em uma revisão sistemática, identificaram a circulação de informações incorretas sobre saúde nas redes sociais. Esse cenário demonstra a importância de verificar a origem das informações e diferenciar experiências pessoais, publicidade e evidências científicas, principalmente quando o assunto envolve medicamentos.

Além da divulgação de informações incompletas, a popularização desses produtos também levanta preocupações relacionadas ao contrabando, à falsificação e à comercialização irregular. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) já identificou lotes falsificados de medicamentos à base de semaglutida e determinou medidas para impedir sua comercialização e utilização (Brasil, 2025c). Em 2026, a Anvisa e a Polícia Federal também realizaram ações contra a entrada irregular no país, a produção clandestina e o comércio ilegal de medicamentos e insumos destinados ao emagrecimento (Brasil, 2026a).

Nesse cenário, a aquisição de produtos de procedência desconhecida, especialmente por meio de vendedores informais e anúncios nas redes sociais, representa um risco à saúde. Quando não é possível confirmar a origem, a composição, as condições de armazenamento e a qualidade do produto, não há garantia de que

seu conteúdo corresponda ao informado na embalagem. O consumidor pode, portanto, utilizar uma substância falsificada, irregular ou diferente daquela esperada, ficando exposto a riscos que não podem ser adequadamente previstos. A Anvisa orienta que medicamentos sejam adquiridos em estabelecimentos regularizados, com embalagem completa e emissão de nota fiscal, e que produtos com suspeita de falsificação não sejam utilizados (Brasil, 2025b).

O uso desses produtos sem avaliação profissional também representa uma preocupação. Embora possam trazer benefícios em situações específicas, esses medicamentos não são indicados para todas as pessoas e podem provocar efeitos adversos. Por isso, sua utilização deve considerar as condições clínicas de cada indivíduo, os benefícios esperados e os possíveis riscos. No Brasil, desde 2025, a dispensação dos medicamentos agonistas do receptor GLP-1 abrangidos pela medida da Anvisa exige retenção da receita, como parte das ações de controle e monitoramento de seu uso (Brasil, 2025e).

4.2. Distorção de Imagem Corporal, Insatisfação com o Próprio Corpo e Romantização da Magreza

A romantização da magreza nas redes sociais merece atenção por contribuir para a valorização de padrões corporais rígidos e para a associação entre aparência física, autoestima e aceitação social. Nesse contexto, a expressão *romantização da magreza* refere-se à forma como a magreza é apresentada de maneira idealizada, como se representasse, por si só, beleza, saúde, disciplina, sucesso e reconhecimento social. Essa visão pode desconsiderar as diferenças entre os corpos e as necessidades individuais, reforçando a ideia de

que emagrecer é sempre desejável, independentemente das condições de saúde de cada pessoa. Essa discussão está relacionada aos estudos sobre a influência dos conteúdos digitais na internalização de ideais corporais e na percepção da própria aparência (Dane; Bhatia, 2023).

A exposição frequente a fotografias editadas, corpos idealizados e relatos de emagrecimento rápido pode estimular comparações sociais, levando as pessoas a avaliar a própria aparência com base em modelos considerados mais atraentes ou socialmente valorizados. Quando essas comparações se tornam frequentes, podem intensificar a insatisfação corporal, a autocrítica e a preocupação excessiva com o peso e a forma física (Dane; Bhatia, 2023; Bonfanti Et Al., 2025).

Essa relação é discutida por Dane e Bhatia (2023), que, em uma revisão de 50 estudos realizados em 17 países, identificaram associações entre o uso das redes sociais, as preocupações com a imagem corporal e os comportamentos alimentares desordenados. Entre os mecanismos envolvidos estão a internalização dos ideais de magreza e condicionamento físico, a comparação da aparência e a auto-objetificação, processo pelo qual a pessoa passa a avaliar o próprio corpo principalmente a partir de sua aparência e da maneira como acredita ser percebida pelos outros. De forma semelhante, Bonfanti et al. (2025), em uma revisão sistemática com metanálise de 83 estudos e 55.440 participantes, identificaram associações entre a comparação social nas redes, as preocupações com a imagem corporal e os sintomas de transtornos alimentares. Embora esses resultados não comprovem uma relação direta de causa e efeito, ajudam a compreender como determinados conteúdos

digitais podem estar relacionados ao sofrimento psicológico, especialmente entre pessoas com maior vulnerabilidade emocional.

Nesse contexto, é importante diferenciar a insatisfação corporal de alterações que podem exigir avaliação clínica. O descontentamento com o peso, a forma física ou determinadas características da aparência não significa, necessariamente, a presença de um transtorno mental. A preocupação torna-se mais relevante quando é persistente, provoca sofrimento significativo ou interfere nas relações sociais, nos estudos, no trabalho e em outras atividades cotidianas. Por isso, a avaliação deve considerar não apenas a percepção que a pessoa tem do próprio corpo, mas também a intensidade dessas preocupações, os comportamentos associados e os prejuízos causados à sua qualidade de vida (American Psychiatric Association, 2022).

Entre as condições que precisam ser diferenciadas está o transtorno dismórfico corporal, classificado entre os transtornos obsessivo-compulsivos e relacionados no *Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais* (DSM-5-TR). Essa condição caracteriza-se por uma preocupação intensa com aspectos da aparência que são inexistentes ou pouco perceptíveis para outras pessoas, acompanhada de comportamentos repetitivos ou atos mentais relacionados à preocupação, como conferir frequentemente a própria imagem no espelho, comparar a aparência com a de outras pessoas ou buscar repetidamente a confirmação de que determinada característica não é percebida negativamente. Para o diagnóstico, é necessário que a preocupação provoque sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento cotidiano e que não seja mais bem explicada por preocupações com peso e gordura corporal próprias de um transtorno alimentar (American

Psychiatric Association, 2022). Dessa forma, a expressão “distorção da imagem corporal” não deve ser utilizada automaticamente como sinônimo de transtorno dismórfico corporal, uma vez que o diagnóstico depende de avaliação profissional.

Além dessas questões, a pressão para alcançar um corpo idealizado pode estar relacionada a comportamentos alimentares prejudiciais e, em determinadas situações, coexistir com transtornos alimentares, como anorexia nervosa, bulimia nervosa e transtorno de compulsão alimentar. Essas condições apresentam características clínicas específicas e podem envolver restrição alimentar intensa, episódios de compulsão, comportamentos compensatórios e preocupação acentuada com o peso e a aparência. Seus efeitos podem ultrapassar a alimentação e repercutir na saúde física, no equilíbrio emocional e na convivência social. Entretanto, a insatisfação corporal, isoladamente, não permite concluir que uma pessoa tenha um transtorno alimentar, assim como a presença de um comportamento alimentar de risco não é suficiente para estabelecer um diagnóstico (American Psychiatric Association, 2022).

A identificação dessas situações exige uma avaliação que considere a experiência individual de cada pessoa. De acordo com o National Institute for Health and Care Excellence (Nice, 2017), a investigação de possíveis transtornos alimentares devem considerar diferentes sinais clínicos e não se limitar ao peso corporal ou ao índice de massa corporal. Mudanças significativas de peso, restrição alimentar, preocupação intensa com a aparência, isolamento social e sintomas psicológicos associados podem indicar a necessidade de uma avaliação mais aprofundada. Também é importante compreender se a pessoa condiciona sua autoestima ao emagrecimento, sente medo

intenso de ganhar peso, evita situações sociais por vergonha do corpo ou realiza exercícios físicos de maneira compulsiva. Esses sinais não confirmam, isoladamente, a existência de um transtorno, mas podem indicar sofrimento e a necessidade de acompanhamento psicológico, psiquiátrico ou multiprofissional (Nice, 2017).

Nas redes sociais, medicamentos agonistas do receptor GLP-1 têm sido apresentados em conteúdos que enfatizam a perda de peso e a transformação da aparência, priorizando apenas os resultados estéticos, deixando em segundo plano a finalidade terapêutica dos medicamentos, nesse contexto, reforçam a ideia de que emagrecer é necessário para obter aceitação, autoestima ou reconhecimento social. A literatura sobre redes sociais e imagem corporal contribui para problematizar esse cenário, especialmente quando a exposição a conteúdos centrados na aparência favorece a comparação social e a internalização de padrões corporais idealizados (Dane; Bhatia, 2023; Bonfanti Et Al., 2025).

É importante ressaltar, contudo, que o uso desses medicamentos não indica, por si só, a presença de problemas psicológicos ou psiquiátricos. A questão central está em compreender as motivações para o emagrecimento, as expectativas em relação aos resultados e a maneira como a pessoa se relaciona com o próprio corpo e com a alimentação. Quando existe indicação clínica, o tratamento deve ser conduzido com acompanhamento profissional, considerando os benefícios, os riscos e as necessidades individuais. Assim, a análise das canetas emagrecedoras precisa ultrapassar a divulgação de resultados estéticos e considerar o contexto social e emocional em que as decisões sobre o corpo são tomadas.

Dessa forma, compreender a influência das redes sociais sobre a imagem corporal exige reconhecer que os padrões de beleza podem afetar as percepções, os comportamentos e a relação das pessoas com a própria saúde. A promoção da educação em saúde, o acesso a informações confiáveis e a avaliação individualizada são fundamentais para identificar situações de risco e orientar escolhas mais conscientes. Mais do que incentivar a busca por um corpo idealizado, é necessário valorizar o bem-estar físico e psicológico, reconhecendo que a saúde não pode ser definida exclusivamente pelo peso ou pela aparência (Dane; Bhatia, 2023; Nice, 2017).

4.3. Riscos Associados Ao Uso Inadequado das Canetas Emagrecedoras

A divulgação de resultados sem informações adequadas, somada à venda de produtos de origem desconhecida, torna ainda mais importante a educação em saúde e o acesso a fontes confiáveis. O emagrecimento deve ser compreendido a partir das necessidades individuais de saúde, e não apenas como uma forma de corresponder aos padrões estéticos difundidos nas redes sociais.

Embora substâncias como semaglutida e liraglutida possam auxiliar no tratamento da obesidade e de outras condições previstas em bula, seu uso exige avaliação individual, definição adequada da dose e acompanhamento clínico. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) alerta para o risco de eventos adversos graves, entre eles a pancreatite aguda, que consiste em uma inflamação do pâncreas e pode apresentar quadros graves. A Agência ressalta que esses medicamentos devem ser utilizados conforme as indicações aprovadas e sob acompanhamento profissional, pois o uso inadequado pode aumentar os riscos à saúde (Brasil, 2026b).

Além dos efeitos gastrointestinais, como náuseas, vômitos, diarreia e dor abdominal, estudos também apontam uma associação entre o uso de medicamentos agonistas do receptor GLP-1 e doenças da vesícula biliar e das vias biliares, incluindo cálculos biliares e colecistite, que é a inflamação da vesícula. Em uma revisão sistemática com metanálise de 76 ensaios clínicos, He et al. (2022) identificaram maior risco dessas condições entre os participantes que utilizaram esses medicamentos, especialmente nos estudos voltados ao tratamento para perda de peso. Esses resultados reforçam a importância do acompanhamento clínico, sem significar que todos os usuários desenvolverão tais complicações.

Outra questão importante diz respeito à perda de massa magra durante o emagrecimento. Embora a redução do peso corporal possa trazer benefícios para pessoas com indicação clínica, parte desse peso perdido pode corresponder à massa livre de gordura, que inclui músculos e outros tecidos. Na revisão sistemática de Bikou et al. (2024), os autores analisaram os efeitos da semaglutida sobre a massa magra e destacaram a necessidade de compreender melhor essas alterações. A perda de massa muscular merece atenção, sobretudo em pessoas idosas ou que já apresentam baixa força e funcionalidade física.

Nesse sentido, é importante diferenciar a redução de massa magra da sarcopenia. A sarcopenia é uma condição caracterizada principalmente pela diminuição da força muscular, associada à redução da quantidade ou qualidade muscular e, em casos mais avançados, ao comprometimento do desempenho físico (Cruz-Jentoft et al., 2019). Portanto, não é correto afirmar que o uso das canetas emagrecedoras necessariamente provoca sarcopenia. Entretanto, a perda de peso acompanhada de redução muscular

pode representar uma preocupação clínica, especialmente quando não há acompanhamento nutricional, ingestão alimentar adequada e orientação para a prática de exercícios de força.

Em junho de 2025, a Anvisa informou que a semaglutida pode estar associada, em casos muito raros, à neuropatia óptica isquêmica anterior não artrítica (NOIANA), uma condição que pode provocar perda súbita e, em alguns casos, irreversível da visão (Brasil, 2025a). Mais recentemente, em setembro de 2026, a Agência passou a investigar 13 notificações de suspeita de perda de visão relacionadas ao uso de canetas emagrecedoras. É importante destacar que, até aquele momento, não havia casos confirmados. Além disso, a existência de uma notificação de suspeita de evento adverso não comprova, por si só, que o medicamento tenha causado o problema, sendo necessária uma investigação para avaliar a possível relação entre o uso do fármaco e a ocorrência relatada (Quines, 2026).

Outro risco está relacionado à aquisição de produtos sem procedência comprovada, à alteração das doses sem orientação e ao uso de medicamentos por conta própria. A compra por meio de vendedores informais ou anúncios nas redes sociais pode expor os consumidores a produtos falsificados, irregulares ou armazenados inadequadamente. Em 2026, a Anvisa determinou a apreensão e proibiu a comercialização e o uso de produtos divulgados como canetas emagrecedoras que não possuíam registro sanitário no Brasil, ressaltando que não havia garantia de sua composição ou qualidade (Brasil, 2026c). Por isso, a aquisição deve ocorrer por canais regularizados e com a prescrição exigida pela legislação.

Os riscos associados ao emagrecimento também precisam ser discutidos para além dos efeitos físicos dos medicamentos. A

pressão para alcançar um corpo considerado ideal pode estimular práticas de controle de peso sem acompanhamento, consumo de substâncias emagrecedoras e preocupação excessiva com a aparência. Nesse sentido, o estudo de Silva et al. (2018), intitulado *Consumo de formulações emagrecedoras e risco de transtornos alimentares em universitários de cursos de saúde*, identificou uma associação entre o consumo dessas formulações e indicadores de risco para transtornos alimentares entre os universitários avaliados. Como se trata de uma pesquisa transversal, os resultados não permitem afirmar que o consumo dos produtos tenha causado esses transtornos, mas contribuem para a discussão sobre a relação entre insatisfação corporal e busca por emagrecimento.

Dessa forma, os riscos associados às canetas emagrecedoras envolvem diferentes aspectos, como pancreatite, problemas da vesícula biliar, efeitos gastrointestinais, possíveis alterações na visão, perda de massa muscular e riscos relacionados ao uso de produtos irregulares. Também é necessário considerar a relação entre pressão estética, comportamento alimentar e busca por resultados rápidos. A prevenção depende da utilização conforme as indicações aprovadas, da aquisição de produtos regularizados e do acompanhamento profissional. Ampliar a educação em saúde e estimular uma visão crítica dos conteúdos divulgados na internet são medidas importantes para que as decisões sobre emagrecimento priorizem a segurança, as necessidades individuais e o bem-estar.

4.4. Educação em Saúde e Responsabilidade no Consumo de Informações Digitais

Diante da crescente divulgação de medicamentos para emagrecimento nas redes sociais, a educação em saúde torna-se fundamental para ajudar a população a compreender os benefícios, os limites e os riscos desses produtos. O acesso facilitado às informações digitais permite conhecer diferentes experiências e tratamentos, mas também aumenta a exposição a conteúdos incompletos, publicidade disfarçada e recomendações sem comprovação científica. Suarez-Lledo e Alvarez-Galvez (2021), em uma revisão sistemática sobre a desinformação em saúde nas redes sociais, identificaram a circulação de informações incorretas em diferentes áreas relacionadas à saúde. Esse cenário reforça a importância de desenvolver uma postura crítica diante dos conteúdos recebidos, verificando sua origem e buscando fontes confiáveis antes de tomar decisões relacionadas à própria saúde.

Nesse processo, os profissionais de saúde desempenham um papel importante na orientação da população, esclarecendo dúvidas e combatendo informações incorretas sobre emagrecimento e uso de medicamentos. Entre esses profissionais, o médico possui uma responsabilidade relevante na prevenção de práticas inadequadas, pois cabe a ele avaliar as condições clínicas do paciente, identificar possíveis contraindicações, analisar os benefícios e os riscos do tratamento e esclarecer as expectativas em relação aos resultados. Essa avaliação deve considerar não apenas o peso corporal, mas também o histórico de saúde, os medicamentos utilizados, as necessidades individuais e os fatores físicos e emocionais envolvidos no processo de emagrecimento.

A atuação médica também é importante para evitar que medicamentos sejam utilizados exclusivamente por pressão estética ou por influência de conteúdos publicados na internet. Substâncias

como semaglutida e liraglutida possuem indicações específicas e não devem ser utilizadas apenas com base em relatos de influenciadores, fotografias de antes e depois ou recomendações de pessoas sem habilitação profissional. A prescrição deve ser fundamentada em avaliação clínica e evidências científicas, acompanhada de orientações sobre a utilização correta, os possíveis efeitos adversos e a necessidade de acompanhamento durante o tratamento. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) estabeleceu a retenção da receita para a dispensação dos medicamentos agonistas do receptor GLP-1, como medida regulatória voltada à segurança dos pacientes e ao uso adequado desses produtos (Brasil, 2025e).

A responsabilidade médica, entretanto, não se limita à prescrição. Também envolve o diálogo com o paciente, a apresentação clara das informações, o acompanhamento da resposta ao tratamento e a orientação sobre sinais e sintomas que exigem avaliação profissional. Essa responsabilidade encontra respaldo no Código de Ética Médica, que estabelece o dever de informar o paciente sobre os aspectos relevantes de seu tratamento. O Conselho Federal de Medicina (2018), em seu artigo 34, aborda a obrigação de não “deixar de informar ao paciente o diagnóstico, o prognóstico, os riscos e os objetivos do tratamento”, ressalvadas as situações previstas no próprio código.

Esse princípio ético reforça a importância de uma comunicação transparente entre médico e paciente, especialmente quando se trata de medicamentos amplamente divulgados nas redes sociais. O profissional deve esclarecer que os resultados podem variar entre indivíduos e que o uso de medicamentos não elimina a necessidade de cuidados abrangentes com a saúde. Além disso, deve acolher as

preocupações relacionadas à imagem corporal sem reforçar padrões estéticos rígidos ou tratar a magreza como sinônimo de saúde. Essa postura contribui para decisões mais conscientes e para a prevenção do uso inadequado de medicamentos motivado por expectativas irreais.

A necessidade desse acompanhamento também está relacionada à prevenção de possíveis complicações. Em alerta publicado em 2026, a Anvisa chamou a atenção para o risco de pancreatite aguda associado ao uso indevido de canetas emagrecedoras, destacando a importância da utilização adequada e da orientação profissional (Brasil, 2026b). Esse alerta evidencia que a prevenção não depende somente da decisão individual do paciente, mas também da prescrição responsável, do acompanhamento clínico e da comunicação clara sobre os riscos. O médico deve orientar o paciente a reconhecer possíveis sinais de complicações e a procurar atendimento quando necessário, evitando que informações encontradas nas redes sociais substituam a avaliação profissional.

Também é necessário considerar a responsabilidade dos influenciadores digitais e das empresas que divulgam produtos relacionados à saúde. Ao apresentar resultados de emagrecimento, é importante não omitir informações sobre os riscos, as limitações do tratamento e a necessidade de orientação profissional. Fotografias de antes e depois e relatos pessoais podem despertar interesse, mas não representam, isoladamente, evidências de eficácia ou garantia de resultados semelhantes para outras pessoas. Da mesma forma, a publicidade de medicamentos e a comercialização de produtos de procedência desconhecida exigem atenção, especialmente diante dos riscos associados à falsificação e ao uso inadequado. Nesse contexto, a orientação médica pode

ajudar o paciente a reconhecer os limites desses conteúdos e a compreender a diferença entre uma experiência individual, uma divulgação comercial e uma informação sustentada por evidências científicas.

A educação em saúde também precisa abordar a influência dos padrões estéticos sobre as escolhas individuais. Quando a perda de peso é apresentada como condição para alcançar beleza, aceitação social ou autoestima, algumas pessoas podem recorrer a medidas rápidas sem considerar as consequências para a saúde física e emocional. O estudo de Silva et al. (2018), sobre o consumo de formulações emagrecedoras e o risco de transtornos alimentares entre universitários de cursos da área da saúde, identificou uma associação entre o consumo desses produtos e indicadores de risco para transtornos alimentares na população estudada. Embora os resultados não permitam estabelecer uma relação de causa e efeito, eles reforçam a importância de discutir o emagrecimento para além da aparência física. Nesse sentido, a consulta médica também pode representar uma oportunidade para identificar comportamentos de risco, esclarecer expectativas e, quando necessário, encaminhar o paciente para acompanhamento multiprofissional.

Nesse cenário, escolas, universidades, serviços de saúde e meios de comunicação podem contribuir para a formação de indivíduos mais preparados para avaliar criticamente os conteúdos digitais. Incentivar a consulta a fontes oficiais, como a Anvisa, e a publicações científicas é uma medida importante para reduzir a circulação de informações incorretas e prevenir práticas potencialmente prejudiciais. Aos profissionais de saúde cabe, ainda, comunicar informações de forma acessível, sem minimizar os riscos nem estimular expectativas irreais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu compreender que os padrões de beleza são construídos e modificados ao longo do tempo, sendo influenciados por fatores sociais, culturais e históricos. Na contemporaneidade, as mídias sociais assumem papel significativo na divulgação de modelos corporais idealizados, favorecendo a comparação social, a insatisfação com a imagem corporal e a busca por padrões estéticos muitas vezes difíceis de alcançar.

Nesse contexto, a popularização das chamadas “canetas emagrecedoras” evidencia como a pressão estética e a circulação de informações nas plataformas digitais podem influenciar comportamentos e decisões relacionadas à saúde. Embora medicamentos como a semaglutida e a liraglutida possuam indicações clínicas específicas e possam apresentar benefícios quando utilizados adequadamente, seu uso sem avaliação e acompanhamento profissional pode expor os indivíduos a riscos e efeitos adversos. Além disso, a divulgação de resultados rápidos e experiências individuais nas redes sociais pode contribuir para a banalização desses medicamentos e para a disseminação de informações incompletas ou sem fundamentação científica.

Dessa forma, destaca-se a importância da atuação dos profissionais de saúde na orientação da população, esclarecendo as indicações, os benefícios, as limitações e os possíveis riscos desses tratamentos. A educação em saúde também se mostra fundamental para desenvolver o pensamento crítico diante dos conteúdos digitais, permitindo que os indivíduos reconheçam informações confiáveis e não tomem decisões relacionadas ao uso de medicamentos

exclusivamente com base em recomendações de influenciadores ou relatos publicados na internet.

É importante reconhecer, entretanto, as limitações deste estudo, uma vez que foi desenvolvido por meio de uma revisão narrativa da literatura. Esse tipo de revisão permite uma análise interpretativa e abrangente do tema, mas não exige necessariamente um protocolo sistemático e exaustivo de busca, seleção e avaliação das publicações. Assim, a escolha das fontes pode estar sujeita à influência dos critérios interpretativos dos pesquisadores, além de limitar a reprodutibilidade e a abrangência dos resultados. Portanto, as discussões apresentadas devem ser compreendidas considerando o conjunto de publicações consultadas, não representando uma síntese definitiva de todas as evidências científicas disponíveis sobre o assunto.

Diante disso, sugere-se que pesquisas futuras aprofundem a investigação sobre a relação entre a exposição a conteúdos digitais, a percepção da imagem corporal e o comportamento de consumo de medicamentos para emagrecimento, especialmente por meio de estudos empíricos com diferentes grupos populacionais. Conclui-se que o cuidado com a saúde deve ultrapassar a preocupação com a aparência física e o peso corporal, priorizando o bem-estar físico e emocional, o respeito às individualidades e a utilização responsável de medicamentos, sempre fundamentada em critérios clínicos e no acompanhamento de profissionais habilitados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5-TR.** 5. ed., text revision.

Washington, DC: American Psychiatric Association Publishing, 2022.

AUNDERS, Jessica F.; EATON, Asia A. **Snaps, selfies, and shares: how three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women.** Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, v. 21, n. 6, p. 343-354, 2018. DOI: https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713

BIKOU, Alexia et al. A systematic review of the effect of semaglutide on lean mass: insights from clinical trials. **Expert Opinion on Pharmacotherapy,** v. 25, n. 5, p. 611-619, 2024. DOI: https://doi.org/10.1080/14656566.2024.2343092

BONFANTI, Rubinia Celeste et al. **The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: a systematic review and meta-analysis. Body Image,** v. 52, art. 101841, 2025. DOI: https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841.

BORDO, Susan. **Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body.** Berkeley: University of California Press, 1993.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa alerta sobre evento adverso muito raro associado à semaglutida que pode levar à perda da visão.** Brasília, DF, 12 jun. 2025a. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2025/anvisa-alerta-sobre-evento-adverso-muito-raro-associado-a-semaglutida-que-pode-levar-a-perda-da-visao/. Acesso em: 14 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa determina apreensão de lotes de medicamentos falsificados.** Brasília, DF, 3 jun. 2025b. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2025/anvisa-determina-apreensao-de-lotes-de-medicamentos-falsificados/. Acesso em: 14 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa determina apreensão de lotes falsos de semaglutida e anabolizantes sem registro.** Brasília, DF, 28 out. 2025c. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2025/anvisa-determina-apreensao-de-lotes-falsos-de-semaglutida-e-anabolizantes-sem-registro/. Acesso em: 14 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa e Polícia Federal combatem comércio ilegal de medicamentos para emagrecimento.** Brasília, DF, 7 abr. 2026a. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2026/anvisa-e-policia-federal-combatem-comercio-ilegal-de-medicamentos-para-emagrecimento. Acesso em: 14 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa emite alerta para risco de pancreatite aguda associada ao uso indevido de canetas emagrecedoras.** Brasília, DF: Anvisa, 9 fev. 2026b. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2026/anvisa-emite-alerta-para-risco-de-pancreatite-aguda-associada-ao-uso-indevido-de-canetas-emagrecedoras. Acesso em: 12 out. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anvisa proíbe canetas emagrecedoras sem registro no Brasil. Brasília, DF, 14 abr. 2026c.** Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-

br/assuntos/noticias-anvisa/2026/anvisa-proibe-canetas-emagrecedoras-sem-registro-no-brasil. Acesso em: 17 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Medicamentos agonistas GLP-1 só poderão ser vendidos com retenção da receita.** Brasília, DF, 16 abr. 2025e. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2025/canetas-emagrecedoras-so-poderao-ser-vendidas-com-retencao-de-receita. Acesso em: 14 nov. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Medicamentos: cuidado com promessas milagrosas.** Brasília, DF: Anvisa, 4 jul. 2022. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2018/medicamentos---cuidado-com-promessas-milagrosas. Acesso em: 14 nov. 2026

BRASIL. Senado Federal. **Estudo de 2008 aponta Brasil como campeão em consumo.** Agência Senado, Brasília, DF, 7 jun. 2011. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2011/06/07/estudo-de-2008-aponta-brasil-como-campeao-em-consumo. Acesso em: 14 nov. 2026

CALVANO, Emilio; CALZOLARI, Giacomo; DENICOLÒ, Vincenzo; PASTORELLO, Sergio. **Artificial intelligence recommendations: evidence, issues, and policy.** Oxford Review of Economic Policy, v. 40, n. 4, p. 843-853, 2024. DOI: https://doi.org/10.1093/oxrep/grae048

CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. **TikTok substitui o Google como ferramenta de busca sobre doenças e medicamentos entre os mais jovens.** Conselho Federal de Farmácia, Brasília, DF, 1 mar. 2024. Disponível em: https://site.cff.org.br/noticia/Noticias-

gerais/01/03/2024/tiktok-substitui-o-google-como-ferramenta-de-busca-sobre-doencas-e-medicamentos-entre-os-mais-jovens. Acesso em: 21 nov. 2026

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. **Código de Ética Médica: Resolução CFM nº 2.217,** de 27 de setembro de 2018. Brasília, DF: Conselho Federal de Medicina, 2019.

COSTA, André Falcão da et al. **Riscos do uso indiscriminado de medicamentos anorexígenos: uma revisão sistemática da literatura.** Brazilian Journal of Development, v. 8, n. 5, p. 40718-40733, 2022. DOI: https://doi.org/10.34117/bjdv8n5-518

CRUZ-JENTOFT, Alfonso J. et al. **Sarcopenia: revised European consensus on definition and diagnosis.** Age and Ageing, v. 48, n. 1, p. 16-31, 2019. DOI: https://doi.org/10.1093/ageing/afy169

DANE, Alexandra; BHATIA, Komal. The social media diet: a scoping review to investigate the association between social media, body image and eating disorders amongst young people. **PLOS Global Public Health,** v. 3, n. 3, e0001091, 2023. DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0001091.

DAVIES, Melanie et al. **Semaglutide 2.4 mg once a week in adults with overweight or obesity, and type 2 diabetes (STEP 2): a randomised, double-blind, double-dummy, placebo-controlled, phase 3 trial.** The Lancet, v. 397, n. 10278, p. 971-984, 2021. DOI: https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00213-0.

ECO, Umberto (org.). **História da beleza.** Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ENGEBRETSEN, Martin. **The role, impact, and responsibilities of health experts on social media: a focus group study with future healthcare workers.** Frontiers in Communication, v. 9, 2024. DOI: https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1296296

FIORAVANTI, Giulia et al. How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: a systematic review of experimental studies. **Adolescent Research Review,** v. 7, p. 419–458, 2022. DOI: https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987

GEA, Marcela Rezende. Corpos marcados: adolescência e ideais na contemporaneidade. 2013. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GROGAN, Sarah. **Body image: understanding body dissatisfaction in men, women and children.** 3. ed. London: Routledge, 2016.

HE, Liyun et al. Association of glucagon-like peptide-1 receptor agonist use with risk of gallbladder and biliary diseases: a systematic review and meta-analysis of randomized clinical trials. JAMA **Internal Medicine,** v. 182, n. 5, p. 513-519, 2022. DOI: https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2022.0338

HOLLAND, Grace; TIGGEMANN, Marika. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and

disordered eating outcomes. **Body Image,** v. 17, p. 100–110, 2016. DOI: https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008.

JIA, Xiaoyun; PANG, Yan; LIU, Liangni Sally. **Online health information seeking behavior: a systematic review.** Healthcare, v. 9, n. 12, art. 1740, 2021. DOI: https://doi.org/10.3390/healthcare9121740

KANT, Immanuel. **Crítica da aculdade do juízo.** Tradução de Valerio Rohden e António Marques. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

LOU, Chen; YUAN, Shupei. **Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media.** Journal of Interactive Advertising, v. 19, n. 1, p. 58-73, 2019. DOI: https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501

MARTINS, Mary Anne Fontenele; SCHERER, Magda Duarte dos Anjos; SILVA, Carlos Renato Ponte da. O comércio eletrônico de medicamentos e a fiscalização sanitária em tempos de pandemia no Brasil. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde,** v. 19, n. 1, 2025. DOI: https://doi.org/10.29397/reciis.v19iAhead-of-Print.3655

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia.** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MÖRI, Michelle; MONGILLO, Federica; FAHR, Andreas. Images of bodies in mass and social media and body dissatisfaction: the role of internalization and self-discrepancy. **Frontiers in Psychology**, v. 13, 2022. DOI: https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1009792.

NASCIMENTO, Israel Júnior Borges do et al. Infodemics and health misinformation: a systematic review of reviews. Bulletin of the World Health Organization, v. 100, n. 9, p. 544-561, 2022. DOI: https://doi.org/10.2471/BLT.21.287654

NATIONAL INSTITUTE FOR HEALTH AND CARE EXCELLENCE (NICE). **Eating disorders: recognition and treatmen**t. NICE guideline NG69. London: NICE, 2017. Disponível em: https://www.nice.org.uk/guidance/ng69. Acesso em: 14 nov. 2026

PUHL, Rebecca M. et al. Influence and effects of weight stigmatisation in media: a systematic review. **EClinicalMedicine,** v. 48, art. 101464, 2022. DOI: https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2022.101464

QUINES, Sarah. **Canetas emagrecedoras: Anvisa apura suspeita de perda de visão.** Radioagência Nacional, 28 set. 2026. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/saude/audio/2026-09/canetas-emagrecedoras-anvisa-apura-suspeita-de-perda-de-visao. Acesso em: 14 nov. 2026.

RAMALHO, Cristiano Wellington Noberto; SANTOS, Andreia Patrícia dos. Reflexões sobre a construção social do belo. **Prometheus – Journal of Philosophy,** v. 12, n. 34, 2020. DOI: https://doi.org/10.52052/issn.2176-5960.pro.v12i34.14466

ROBERTS-LEWIS, Sarah et al. Examining the effectiveness of social media for the dissemination of research evidence for health and social care practitioners: systematic review and meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research*, v. 26, e51418, 2024.

RODGERS, Rachel F.; PAXTON, Susan J.; WERTHEIM, Eleanor H. Take idealized bodies out of the picture: a scoping review of social media

content aiming to protect and promote positive body image. **Body Image,** v. 38, p. 10-36, 2021. DOI: https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.009

SALOMÃO, Any Caroline de Morais; SILVA, Lorena Lanusse de Oliveira; SANTOS, Jeane Rocha. **Benefícios dos procedimentos estéticos na melhora da autoestima.** Research, Society and Development, v. 10, n. 16, e590101624308, 2021. DOI: https://doi.org/10.33448/rsd-v10i16.24308

SCAGLIUSI, Fernanda Baeza et al. The uncharted territory of the new obesity drugs in users without obesity: a sociomedical perspective. *Obesity*, v. 34, supl. 2, p. 9–12, 2026. DOI: https://doi.org/10.1002/oby.70069. Disponível em: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/oby.70069. Acesso em: 17 nov. 2026.

SILVA, Gabriela Avelino da; XIMENES, Rosana Christine Cavalcanti; PINTO, Tiago Coimbra Costa; CINTRA, Joanna D'Arc de Souza; SANTOS, Alisson Vinícius dos; NASCIMENTO, Vanigleidson Silva do. **Consumo de formulações emagrecedoras e risco de transtornos alimentares em universitários de cursos de saúde.** Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 67, n. 4, p. 239-246, 2018. DOI: https://doi.org/10.1590/0047-2085000000211

SUAREZ-LLEDO, Victor; ALVAREZ-GALVEZ, Javier. Prevalence of health misinformation on social media: systematic review. **Journal of Medical Internet Research,** v. 23, n. 1, e17187, 2021. DOI: https://doi.org/10.2196/17187.

TIGGEMANN, Marika. **Digital modification and body image on social media: disclaimer labels, captions, hashtags, and**

comments. Body Image, v. 41, p. 172-180, 2022. DOI: https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.012

TROTTA, Wellington. Estética: conceitos e elementos. **Cadernos Zygmunt Bauman,** v. 11, n. 25, p. 160–189, 2021. Disponível em: https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/16638/8925. Acesso em: 12 out. 2026.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje.** Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WANG, Yuxi; MCKEE, Martin; TORBICA, Aleksandra; STUCKLER, David. **Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media.** Social Science & Medicine, v. 240, art. 112552, 2019. DOI: https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552

WILDING, John P. H. et al. **Once-weekly semaglutide in adults with overweight or obesity.** The New England Journal of Medicine, v. 384, n. 11, p. 989-1002, 2021. DOI: https://doi.org/10.1056/NEJMoa2032183

ZIAPOUR, Arash et al. **The role of social media literacy in infodemic management: a systematic review.** Frontiers in Digital Health, v. 6, art. 1277499, 2024. DOI: https://doi.org/10.3389/fdgth.2024.1277499

---

[1] Discente do Curso de Medicina do Centro Universitário Mauricio de Nassau – Campus Barreiras

[2] Discente do Curso de Medicina do Centro Universitário Mauricio de Nassau – Campus Barreiras

[3] Discente do Curso de Medicina do Centro Universitário Mauricio de Nassau – Campus Barreiras

[4] Professor Orientador do Curso de Medicina do Centro Universitário Mauricio de Nassau – Campus Barreiras