

NIVEL DE ATIVIDADE FÍSICA DOS SEGUIDORES DE INFLUENCIADORES DIGITAIS

Rafael Alves Jacomini¹, Wellington Danilo Soares²

RESUMO

Introdução: Diante do novo contexto tecnológico, a Educação Física também foi afetada por esta realidade. A mídia social, através do influencer digital, é um dos difusores em influenciar as pessoas quanto ao padrão de beleza, imagem corporal e atividade física. **Objetivo:** Este estudo tem como foco analisar o nível de atividade física dos seguidores de influenciadores digitais na cidade de Montes Claros-MG. **Materiais e métodos:** Foi um estudo de cunho experimental com caráter predominante descritivo e delineamento metodológico transversal. A amostra foi composta por 71 pessoas, com idades entre 18 e 41 anos de idade, ambos os sexos. Coletou-se dados antropométricos, em seguida os analisados responderam ao Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ) versão curta com adaptações feita com o intuito de direcionamento de tema da pesquisa. Após, os dados foram planilhados e submetidos a uma análise descritiva através do Statistical Package for the social (SPSS) versão 22.0 para Windows. **Resultados e discussão:** De acordo com os resultados desse estudo, com predomínio do gênero feminino (66,1%) os avaliados, em sua maioria, foram classificados como irregularmente ativo. **Conclusão:** Infere-se do estudo que os seguidores dos influenciadores digitais consideram importante os conteúdos postados nas redes sociais, mesmo com o reconhecimento da importância de ter o acompanhamento de um profissional qualificado durante a prática de atividade física.

Palavras-chave: Atividade Física. Fitness. Imagem Corporal.

1 - Acadêmico do curso de Educação Física do Centro Universitário Funorte, Montes Claros-MG, Brasil.

2 - Doutor em ciências da saúde pela Universidade Estadual de Montes Claros-Unimontes, docente no curso de Psicologia das Faculdades Unidas do Norte de Minas-Funorte, Montes Claros-MG, Brasil.

ABSTRACT

Physical activity level of digital influencers followers

Introduction: Faced with the new technological context, Physical Education was also affected by this reality. Social media, through the digital influencer, is one of the diffusers in influencing people regarding the standard of beauty, body image and physical activity. **Objective:** This study focuses on analyzing the level of physical activity of followers of digital influencers in the city of Montes Claros-MG. **Materials and methods:** It was an experimental study with a predominantly descriptive character and cross-sectional methodological design. The sample consisted of 71 people, aged between 18 and 41 years old, both genders. They were collected anthropometric data, then those analyzed answered the International Physical Activity Questionnaire (IPAQ) short version with adaptations made with the aim of direction of research theme. Afterwards, the data were spreadsheets and submitted to a descriptive analysis using the Statistical Package for the social (SPSS) version 22.0 for Windows. **Results and discussion:** According to the results of this study, with a predominance of females (66.1%) the evaluated ones, for the most part, were classified as irregularly active. **Conclusion:** It is inferred from the study that the followers of digital influencers consider the content posted on social network to be important, even with the recognition of the importance of having a qualified professional accompany them during the practice of physical activity.

Key words: Physical Activity. Fitness. Body image.

E-mail dos autores:
rafajacomini@bol.com.br
wdansoa@yahoo.com.br

Orcid dos autores:
<https://orcid.org/0009-0002-6186-1042>
<https://orcid.org/0000-0001-8952-9717>

Lattes:
<https://lattes.cnpq.br/1441879139022241>
<https://lattes.cnpq.br/4776433731906008>

INTRODUÇÃO

Os padrões de beleza impostos pela sociedade estão cada vez mais modificados e influenciam a população de maneira geral (Nascimento, Araújo, 2020).

Em cada sociedade é implantado padrões estéticos, em que cabe ao indivíduo adotar ou não a esses, em consonância com Santos e colaboradores (2022) a existência de padrões de beleza é considerado comum e belo nas diversas sociedades, e por não ser algo do passado, essa busca pelo padrão de beleza é recorrente, o que de acordo com o autor, tornou-se uma imposição social.

Segundo Brito, Thimóteo e Brum (2020), a construção da imagem corporal é formada por diversos fatores, incluindo os meios de comunicação que são determinantes na construção da subjetividade individual.

Os padrões de beleza em tempos passados, eram cultuados somente por meio de revistas e programas de TV, atualmente eles ampliaram e passaram a ter foco de propagação em outros meios, principalmente diante do novo contexto tecnológico, imagens de corpos ganham vida na sua capacidade de extensão ao sujeito, de forma que afetam sentidos e ultrapassam o domínio (Dias, 2022).

Conforme Moreira (2020), o que antes era discreto, oculto e segundo plano, tornou-se algo escancarado e ficando em primeiro plano, passando-se a observar um corpo multifacetado que ganhou destaque.

Essa mesma autora afirma que, corpo vem tornando alvo de discurso que o envolvem, transformando-o em um ideal a ser alcançado, como por exemplo, silhuetas milimetricamente modeladas.

A indústria cultural são mecanismos que confere aos indivíduos - por meio dos meios de comunicação de massa - os estilos de vida e ideais sobre a existência social, em que visa atender os interesses de produção, da reprodução e do consumo no capitalismo (Viana, Leal e Baptista, 2021).

Para esses autores, a indústria cultural objetiva em estar sempre interferindo na construção de um corpo, pois, na sociedade existe uma disseminação de um padrão de beleza a ser seguido.

De acordo Lustosa e Silva (2020) a imagem do corpo é influenciada por vários aspectos e três deles tem maior importância: os pais, os amigos e a mídia. Sendo a mídia a mais difusora das influências.

O influencer digital são pessoas que eram anônimas e passam a ganhar credibilidade em suas falas do dia para a noite, como o próprio nome diz, esses indivíduos passam a influenciar quem acessa seu conteúdo publicado, e essas publicações estão frequentemente ligadas ao consumo (Pereira, 2021).

Segundo Barone e Costa (2023) o influencer digital traz em si um determinado poder de notoriedade e evidência, com a capacidade de aguçar o desejo ao modelo representado, como o corpo perfeito, atividades físicas e dietas milagrosas, evidenciando assim o estigma do peso e aumentando ainda mais a insatisfação corporal que atinge a maioria da população.

Com isso, os seguidores desses influenciadores, fazem exercícios físicos errado, comem de maneira errada, alimentam-se mal, suplementam-se sem necessidade, ou até substituem a alimentação pelos suplementos, pois a ideia nessa sociedade do capital, é que o corpo gere lucro (Viana, Leal e Baptista, 2021).

Segundo Amaral (2022), é evidente o poder do influencer digital, em que se cria necessidades a partir dos seus conteúdos postados, modificando a estética, a beleza, o cuidado com o corpo, alimentação e a prática de atividade física.

Mesmo a maioria dos seguidores não tendo a mesma condição física do influencer, eles procuram realizar as mesmas atividades que são postadas nas mídias sociais, pois a ideia de que o influencer digital passa aos seus seguidores é que todos têm a mesma condição para realizar aquela atividade física.

Isso porque, os influencers são como vitrines, que servem como modelos motivacionais, utilizando suas rotinas para mostrar e aproximar seus seguidores, criando assim uma espécie de vínculo (Amaral, 2022).

O exercício físico é definido como atividade física planejada, estruturada e repetitiva que objetiva a melhora e manutenção de um ou mais componentes da aptidão física (Corrêa e colaboradores, 2019).

Como afirma Salcedo (2020) a atividade física supervisionada aumenta a sua eficiência e contribui para o alcance mais veloz do objetivo, pois os exercícios físicos estarão alinhados ao propósito do indivíduo.

No ambiente virtual, de forma inerente, nas redes sociais, os influencers geram grande influência em nichos específicos, sendo

enaltecidos por seus seguidores, ao ponto de esses buscarem ter a mesma rotina de exercícios na busca de atingir o corpo perfeito (Santos e Rodrigues, 2023).

Moreira (2020) afirma que a mídia, em suas diversas fruições, exerce uma grande influência na vida dos sujeitos contemporâneos, o que interfere de forma direta na construção da subjetividade e, conseqüentemente, nas representações corporais.

Sendo assim, o foco principal deste estudo foi analisar o nível de atividade física dos seguidores de influenciadores digitais na cidade de Montes Claros-MG. Visto que o tema é relevante, é necessário que reflexões sejam feitas diante dessa nova realidade, a fim de buscar maior segurança e conhecimento sobre a influência dos meios de comunicação social no envolvimento das pessoas com a prática de atividade física.

Portanto, devido os influencers serem pessoas públicas tornam-se confiáveis e com isso muitos seguidores não levam em consideração que a prática de exercício físico é individual e baseia-se no contexto do dia a dia de cada pessoa. Outro ponto que deve ser analisado pelos seguidores é a existência ou não de graduação e de registro no Conselho Regional da Profissão, fazendo assim para os que não possuem, o uso ilegal da profissão, ou seja, exercendo uma profissão que não é sua de direito.

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo foi submetido e aprovado pelo comitê de ética em pesquisa das Faculdades Unidas do Norte de Minas - Funorte, sob o parecer nº 4.474.134/2020 e CAAE: 37458820.1.0000.5141. Trata-se de uma pesquisa de cunho experimental com caráter predominantemente descritivo quantitativo com delineamento metodológico transversal.

A constituição da amostra obedeceu a participação voluntária de 71 pessoas, com idades entre 18 e 41 anos, de ambos os sexos. Para a pesquisa incluiu-se as pessoas que são praticantes de atividade física e que aceitaram participar, assinando de forma arbitrária o termo de consentimento, foram excluídos os que responderam ao questionário de maneira incompleta e os que não se comprometeram em assinar o termo.

Para avaliação do nível de atividade física, utilizou-se o Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ), em sua versão curta. Proposta pela Organização Mundial da Saúde em 1988.

Tal instrumento, constitui-se de perguntas referentes a duração, frequência e intensidade da prática de atividade física do entrevistado. Os indivíduos serão classificados em uma das quatro categorias: 1 - muito ativo/ 2 - ativo/ 3 - Irregularmente ativo/ 4 - sedentário.

No questionário foram desprezadas respostas de atividades físicas com duração inferior a 10 minutos e somente foram analisadas aquelas respostas cujo tempo for de pelo menos 10 minutos (Matsudo e colaboradores, 2001).

De posse dos dados fornecidos pelo IPAQ foi calculado o tempo despendido por cada indivíduo em atividades de diferentes intensidades de esforços (caminhada, atividade de intensidade moderada e rigorosa), multiplicando-se a frequência (dias/semana), o tempo (minutos/dia) e a intensidade Mets (minutos/semana) correspondente a cada uma das dimensões. Adiante, foi computado o volume de atividades semanal por meio do somatório do tempo despendido nas três intensidades.

O questionário utilizado com o fim de direcionar o tema da pesquisa, composto por 11 questões obrigatórias com a variação entre marcar e completar.

Com a finalidade de apresentar a proposta de pesquisa foi feito o contato com os influenciadores digitais, para que fosse possível realizar a pesquisa. O questionário utilizado foi inserido na plataforma do Google Formulário e gerado um link para preenchimento.

Em seguida, para obter uma maior expansão do questionário, foi solicitado aos influenciadores um auxílio na divulgação e envio do link de preenchimento para seus seguidores. Toda a coleta foi feita no mês de março de 2023.

Os dados foram planilhados no Statistical Package for the Social Sciences - SPSS, versão 22.0 para Windows. Inicialmente foi feita uma análise descritiva dos dados, com valores de média, desvio padrão, frequência real e absoluta.

Depois realizado o teste Qui-quadrado de Pearson para compara as variáveis pesquisadas entre os grupos feminino e masculino.

O nível de significância adotado será de 5%.

RESULTADOS

A caracterização epidemiológica dos seguidores de influenciadores digitais foi realizada por meio das medidas antropométricas. O grupo feminino apresentou idade (média \pm desvio padrão) de 25,98 \pm 1,11

anos, massa corporal de 67,36 \pm 2,33 Kg, estatura de 1,64 \pm 0,01 m, e IMC de 20,53 \pm 0,67. Já o masculino apresentou idade de 26,83 \pm 1,33, massa corporal de 75,66 \pm 2,69 Kg, estatura de 1,76 \pm 0,01 m, e IMC de 21,44 \pm 0,7. Nota-se uma predominância do gênero feminino (47-66,1% seguidores) em comparação ao masculino (24 - 33,9% seguidores).

Quadro 1 - Frequência relativa (%) e absoluta sobre educadores físicos e conteúdo de influenciadores dos grupos de seguidores feminino e masculino.

Atividade Física	Opções	Feminino (47 - 66,1%)	Masculino (24 - 33,9%)	p-valor (X ²)
A utilização de educadores físicos nas atividades físicas é vista como necessária pelos seguidores dos influenciadores digitais?	Sim	40,4% (19)	54,2% (13)	0,434
	Não	14,9% (7)	16,7% (4)	
	As vezes	44,7% (21)	29,2% (7)	
Você acredita que os conteúdos dos influenciadores digitais fitness que segue tem informações relevantes?	Sim	40,4% (19)	58,3% (14)	0,204
	Não	12,8% (6)	16,7% (4)	
	As vezes	46,8% (22)	21,4% (6)	
Você acredita que a relação da educação física com os influenciadores digitais é benéfica?	Sim	66,0% (31)	58,3% (14)	0,632
	Não	14,9% (7)	12,5% (3)	
	As vezes	19,1% (9)	9,9% (7)	

Legenda: X² = Teste Qui-quadrado de Person (X²).

O quadro 1 demonstra a opinião dos seguidores de influenciadores digitais em relação a necessidade de educadores físicos nas atividades físicas, conteúdo fitness e relação entre educadores físicos e influenciadores digitais.

O grupo de seguidores feminino apresenta dividida a opinião sobre a utilização de educadores físicos nas atividades físicas entre ser necessária (40,4%) e as vezes (44,7%).

Em relação ao conteúdo dos influenciadores digitais fitness foi dividida a

opinião entre ter informações relevantes (40,4%) e as vezes (46,8%).

Na relação da Educação Física com os influenciadores digitais foi descrita pelos seguidores como benéfica (66,0%).

No grupo de seguidores masculino foi relatado que a utilização de educadores físicos nas atividades físicas é necessária (54,2%), o conteúdo dos influenciadores digitais fitness que seguem têm informações relevantes (58,3%), e na relação da educação física com os influenciadores digitais foi descrita pelos seguidores como benéfica (58,3%).

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

Tabela 1 - Frequência relativa (%) e absoluta sobre nível de atividade física dos grupos de seguidores feminino e masculino.

Nível de Atividade Física		Feminino (47)	Masculino (24)	p-valor (X ²)
Em quantos dias da última semana você CAMINHOU por pelo menos 10 minutos	2x/semana	29,8% (14)	33,3% (8)	0,516
	>3x/semana	57,4% (27)	62,5% (15)	
	Outro	12,8% (6)	4,2% (1)	
Nos dias em que você caminhou por pelo menos 10 minutos contínuos quanto tempo no total você gastou caminhando por dia?	Até 10 minutos	38,3% (18)	25,0% (6)	0,175
	Até 30 minutos	46,8% (22)	41,7% (10)	
	60 minutos ou mais	14,9% (7)	33,3% (8)	
Em quantos dias da última semana, você realizou atividades MODERADAS por pelo menos 10 minutos contínuos,	1 dia	12,8% (6)	8,6% (6)	0,586
	2 dias	21,3% (10)	17,4% (4)	
	3 dias ou mais	37,1% (26)	47,8% (11)	
	Nenhum	7,1% (5)	8,7% (2)	
Nos dias em que você fez essas atividades moderadas por pelo menos 10 minutos contínuos, quanto tempo no total você gastou fazendo essas atividades por dia?	Nenhuma	10,6% (5)	0% (0)	0,072
	Até 30 minutos	48,9% (23)	9,9% (7)	
	Até 1 hora	18,3% (13)	45,8% (11)	
	Mais de 1 hora	12,8% (6)	25,0% (6)	
Em quantos dias da última semana, você realizou atividades VIGOROSAS por pelo menos 10 minutos contínuos	Nenhuma	17,0% (8)	4,2% (1)	0,28
	1 a 3 dias	42,6% (20)	50,0% (12)	
	3 a 5 dias	36,2% (17)	33,3% (8)	
	Mais que 5 dias	4,3% (2)	12,5% (3)	
Nos dias em que você fez essas atividades vigorosas por pelo menos 10 minutos contínuos quanto tempo no total você gastou fazendo essas atividades por dia?	Nenhuma	17,0% (8)	0% (0)	0,116
	Até 10 minutos	12,8% (6)	12,5% (3)	
	Até 30 minutos	63,8% (30)	70,8% (17)	
	Até 1 minuto ou mais	6,4% (3)	16,7% (4)	
Quanto tempo no total você gasta sentado durante um dia de semana? horas ou minutos.	20 minutos	10,6% (5)	4,2% (1)	0,127
	30 minutos	2,1% (1)	16,7% (4)	
	1 hora	17,0% (8)	16,7% (4)	
	2 horas ou mais	70,2% (33)	62,5% (15)	
Quanto tempo no total você gasta sentado durante em um dia de final de semana? horas ou minutos.	20 minutos	6,4% (3)	8,3% (2)	0,657
	30 minutos	6,4% (3)	4,2% (1)	
	1 hora	10,6% (5)	20,8% (5)	
	2 horas ou mais	76,6% (36)	66,7% (16)	
IPAQ	Muito ativo	2,1% (1)	4,2% (1)	0,453
	Ativo	21,3% (10)	33,3% (8)	
	Irregularmente ativo	76,6% (36)	62,5% (15)	
	Sedentário	0% (0)	0% (0)	

Legenda: X² = Teste Qui-quadrado de Person (X²).

A tabela 2 mostra o nível de atividade física dos seguidores de influenciadores digitais.

No grupo de seguidores feminino foi encontrado uma frequência de caminhada por pelo menos 10 minutos de 3x/semana (57,4%) e com duração de até 30 minutos (46,8%).

A realização de atividades moderadas por pelo menos 10 minutos foi de 3 dias ou mais (37,1%) e com duração de até 30 minutos (48,9%).

A realização de atividades vigorosas por pelo menos 10 minutos foi de 1 a 3 dias (42,6%) e com duração de até 30 minutos (63,8%).

Em relação ao tempo sentado durante 1 dia da semana foi de 2 horas ou mais (70,2%), e em 1 dia do fim de semana foi de (76,6%).

Além disso, foi observado que o nível de atividade física das seguidoras femininas foi de irregularmente ativo (76,6%).

No grupo de seguidores masculino foi encontrado uma frequência de caminhada por pelo menos 10 minutos de 3x/semana (62,5%) e com duração de até 30 minutos (41,7%). A realização de atividades moderadas por pelo menos 10 minutos foi de 3 dias ou mais (47,8%) e com duração de até 1 hora (45,8%).

A realização de atividades vigorosas por pelo menos 10 minutos foi de 1 a 3 dias (50%) e com duração de até 30 minutos (70,8%).

Em relação ao tempo sentado durante 1 dia da semana foi de 2 horas ou mais (62,5%), e em 1 dia do fim de semana foi de (66,7%).

Além disso, foi observado que o nível de atividade física dos seguidores masculinos foi de irregularmente ativo (62,5%).

DISCUSSÃO

A presente pesquisa objetivou avaliar o nível de atividade física dos seguidores de influenciadores digitais na cidade de Montes Claros-MG.

Dados desta pesquisa mostram por parte do grupo de seguidores feminino opinião dividida no aspecto sobre ser necessário a utilização de educadores físicos nas atividades físicas.

Enquanto isso o grupo de seguidores masculinos confirmou ser necessário a presença de educadores físicos.

Sob esse aspecto, Oliz, Dumith e Knuth (2020) na pesquisa ocorrida na zona urbana de Rio Grande-RS, mostrou uma baixa procura por

profissionais de Educação Física, apenas 16,1% da amostra.

Os dados encontrados no estudo de Verzani e Serapião (2021) no qual analisaram a imersão das pessoas no ambiente virtual e a possibilidade de interferências na prática esportiva, em que mostrou 66,7% já adotaram dicas de treino online.

Nesse mesmo estudo, o autor acende alerta quanto a confiabilidade das informações virtuais, em que 93,3% afirmam que param para ler notícias acerca de exercícios físicos quando surgem na linha do tempo das redes sociais. E por fim 73,3% dos praticantes se sentem vulneráveis no que se refere à possibilidade de serem manipulados pelas notícias online.

As ideias do estudo do autor vão de encontro com a deste estudo, uma vez que o grupo masculino considerou relevante as informações dos influenciadores, já o grupo feminino teve opinião dividida entre ser relevante e as vezes.

Achados de Bezerra e colaboradores (2019) realizada com 218 universitários do curso de Licenciatura e Bacharelado em Educação física de ambos os sexos, ao serem questionados sobre a relação direta dos influenciadores digitais com a mudança do comportamento físico dos seus seguidores, 67,9% confirmaram tal mudança.

No que se refere sobre a relação da educação física com os influenciadores digitais, nossos achados demonstraram que tanto o grupo feminino como o grupo masculino definiram de forma benéfica a relação da educação física com os influenciadores digitais.

Corroborando com as ideias de Espadinha (2022), no qual realizou uma recolha de dados utilizando entrevistas semiestruturadas a profissionais ligados à área do fitness e do desporto incluindo personal trainers, funcionários ligados ao gym servisse e atletas de alta competição. Nessa pesquisa foi levantada uma questão que vai de encontro com a utilização das redes sociais para promover a prática de atividade física, prendendo-se também a indivíduos que não possuem qualquer formação ou credenciamento para exercer a atividade, mas que se baseia através da sua estética ou do número de seguidores que possuem, utilizando assim as redes sociais para criar e espalhar conteúdos voltados para a prática de exercício físico e o estilo de vida saudável.

A maior parte dos avaliados da pesquisa de Espadinha (2022) reconheceram que a postura dos influenciadores digitais não constitui um comportamento moralmente correto, pois a prática de treinos sem acompanhamento profissional pode acarretar consequências negativas, porém por outro lado há a hipótese de que o papel dos influenciadores durante a pandemia da Covid-19 tenha sido benéfica, no sentido de chamar a atenção, de tentar criar hábitos saudáveis e alertar para os perigos que a falta de atividade física regular pode ocasionar.

No que se refere ao nível de atividade física, tanto o grupo feminino quanto o grupo masculino foram classificados como irregularmente ativos.

Em estudos de Cirilo e colaboradores (2021), que observaram 93 docentes de 19 escolas municipais do Ensino fundamental I do município de Barretos, foram classificadas como sedentárias ou irregularmente ativas.

Segundo estudos realizados por Malta e colaboradores (2020), observou-se um aumento no número de pessoas fisicamente inativas, como consequência da pandemia da Covid-19. Em estudos de Leão e colaboradores (2022) é relacionado os altos níveis de inatividade física com as novas práticas de hobby dos anos de 2021, que são as plataformas digitais em que disponibilizam uma diversidade de serviços em um só instante.

Por ser pesquisa de cunho transversal ela apresenta limitantes que impossibilita a relação de causa e efeito.

CONCLUSÃO

Infere-se dos resultados obtidos desta pesquisa que o nível de atividade física dos seguidores de influenciadores digitais foi considerado em sua maioria e independente do sexo como irregularmente ativo, embora as médias dos indivíduos que participaram da pesquisa possuam uma boa qualidade na alimentação.

Diante da pesquisa, também foi possível concluir que os seguidores de influenciadores consideram importante os conteúdos postados pelos blogueiros nos assuntos referidos a prática de atividade física, mesmo que eles acharem necessário o papel do educador físico durante a realização das atividades físicas.

Recomenda-se que novas pesquisas sejam feitas para fundamentar ou não os resultados que aqui foram obtidos.

REFERÊNCIAS

1-Amaral, L. C. Indústria cultural, ideologia, modelagem e totalitarismo: a função do influencer digital na beleza padronizada. Dissertação de Mestrado. UFG. Goiânia. 2022.

2-Barone, B.; Costa, P. D. S. N. A influência das mídias sociais no comportamento alimentar no contexto da pandemia Covid-19, Revista Multidisciplinar da saúde. Vol. 5. Num. 2. 2023. p. 48-63.

3-Bezerra, M. A. A.; Bottcher, L. B.; Lopes, C. R.; Bezerra, G. G. O. O digital influencer sob um olhar de acadêmicos de Educação Física. Revista Biomotriz. Cruz Alta. Vol.13. Num. 4. 2019. p. 99-105.

4-Brito, A. A.; Thimóteo, T. B.; Brum, F. Redes sociais, suas implicações sobre a imagem corporal de estudantes adolescentes e o contexto da pandemia do Coronavírus (COVID-19). Temas em Educação Física. Vol. 5. Num. 2. 2020. p. 105-125.

5-Cirilo, J. C.; Oliveira, D. M.; Fernandes, E. V.; Macedo, A. G.; Santos, D. Influência do trabalho de docência no bem-estar individual, qualidade de vida e (in)atividade física de professoras do ensino fundamental. Investigação, Sociedade e Desenvolvimento. Vol. 11. Num. 1. 2022.

6-Corrêa, A. C.; Oliveira, M. S.; Coelho, L. R. P.; Rezende, L. F. C.; Kashiwabara, T. G. B. Benefícios da atividade física na saúde e qualidade de vida do trabalhador. Medicina Ambulatorial IV com ênfase na medicina do trabalho. Vol. 6. 2019. p. 51-64.

7-Dias, A. M. B. Influência da mídia, culto ao corpo e educação física: uma revisão bibliográfica. Monografia. Curso de Educação Física. Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória. 2022.

8-Espadinha, P. M. F. Atividade física em confinamento: A adaptação de profissionais ao ambiente digital. Dissertação de Mestrado. Instituto Universitário de Lisboa-Iscte. Lisboa. 2022.

9-Leão, M.; Lavorato, V. N.; Oliveira, R. A. R.; Rosado, D. G.; Jardim, I. A. B. A.; Isoldi, M. C.; Miranda, D. C. Relação entre o nível de atividade física e seus reflexos na saúde mental e qualidade de vida da população durante a pandemia de COVID-19. *Investigação, Sociedade e Desenvolvimento*. Vol. 11. Num. 3. 2022.

10-Lustosa, B. F.; Silva, B. G. M. A influência das redes sociais na prática de exercícios físicos e na autoimagem de estudantes universitários da área da saúde: uma revisão integrativa. TCC. Curso de Educação Física. Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos-Uniceplac. Brasília-DF. 2020.

11-Malta, D. C.; Szwarcwald, C. L.; Barros, M. B. A.; Gomes, C. S.; Machado, Í. E.; Junior, P. R. B. S.; Romero, D. E.; Lima, M. G.; Damacena, G. N.; Pina, M. F.; Freitas, M. I. F.; Werneck, A. O.; Silva, D. R. P.; Azevedo, L. O.; Gracie, R. A pandemia da COVID-19 e as mudanças no estilo de vida dos brasileiros adultos: um estudo transversal. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*. Vol. 29. Num. 4. 2020. p.1-13.

12-Matsudo, S; Araújo, T; Matsudo, V; Andrade, D.; Andrade, E.; Oliveira, L.C. Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ): estudo de validade e reprodutibilidade no Brasil. *Rev Ativ Fís Saúde*. Vol. 6. Num. 2. p. 5-18. 2001.

13-Moreira, M. D. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discurso de influenciadores digitais. *PERcursos Linguísticas*. Vol. 10. Num.25. 2020.

14-Nascimento, S. B.; Araújo, Í. L. S. B. Perfil antropométrico e insatisfação corporal de estudantes universitários. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*. São Paulo. Vol. 13. Num. 82. 2020. p. 864-870.

15-Oliz, M. M.; Dumith, S. C.; Knuth, A. G. Utilização de serviços de educação física por adultos e idosos no extremo sul do Brasil: estudo de base populacional. *Ciência & Saúde Coletiva*. Vol. 25. Num. 2. 2020. p. 541-552.

16-Pereira, S. A. Análise de conteúdo de publicações no Instagram sobre alimentação,

saúde e estética produzidos por digital influencers sem habilitação em nutrição. TCC. Bacharelado em Nutrição. Universidade de Brasília. Brasília-DF. 2021.

17-Salcedo, J. F. Os Motivos a prática regular do treinamento personalizado: um estudo com alunos de personal trainer. TCC. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2010.

18-Santos, T. C.; Rodrigues, K. L. A. Impactos das redes sociais em relação à autoestima e autoimagem. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*. Vol. 9. Num. 3. 2023. p.851-862.

19-Santos, M. E. L.; Sousa, S. M.; Sousa, J. S.; Pachú, C.O. A influência das redes sociais na saúde dos seus usuários: uma revisão narrativa. *Revista Científica Multidisciplinar*. Vol. 3. Num. 7. 2022. p. 1-9.

20-Viana, T.T.; Leal, C. R.; Baptista, T. J. O corpo no instagram: um olhar sobre as postagens do mundo fitness. *Praxia - Revista on-line de Educação Física da UEG*. Vol. 3. 2021. p. 1-19.

21-Verzani, R. H.; Serapião, A. B. S. Atividade física na era da pós-verdade: percepções de praticantes usuários de redes sociais virtuais. *Pensar a Prática*. Vol. 24. 2021.

Autor para correspondência:

Wellington Danilo Soares.

wdansoa@yahoo.com.br

Padre Antônio, 299.

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

CEP: 39.402-422.

Telefone: (38-999049888).

Recebido para publicação em 21/07/2023

Aceito em 13/10/2023