

A INFLUÊNCIA DO PADRÃO DE IMAGEM CORPORAL NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DOS JOVENS ADULTOS

III Simpósio de Saúde e Meio Ambiente, 3ª edição, de 16/11/2022 a 18/11/2022

ISBN dos Anais: 978-65-5465-006-9

DOI: 10.54265/TOQD6265

SILVA; Victória Esposti Won-Held¹, BORGES; Graciely Nunes Rosa²

RESUMO

INTRODUÇÃO

Os critérios determinantes do que é bonito apresentam características extremamente magras *efitness*, sendo esse tipo de imagem corporal um exemplo de saúde e bem-estar, desconsiderando assim o estado nutricional. Os métodos para se alcançar o atual padrão podem ser cruéis e perigosos, onde as diversas dietas divulgadas na *internet* trazem procedimentos inviáveis que atingem usuários ansiosos em se igualar à maioria (MAGALHAES *et al.*, 2017).

A gigantesca influência que as redes exercem sobre os indivíduos pode ser considerada um fator de risco quanto ao descontentamento pessoal. As imagens diariamente compartilhadas, vistas como fontes de inspiração, trazem modelos corporais naturalmente inconcebíveis e padrões alimentares imprudentes, levando ao desenvolvimento de comportamentos de risco que tangem aos transtornos alimentares e psicológicos (DE SOUSA SILVA *et al.*, 2018).

O comportamento alimentar tange aos aspectos que se relacionam às práticas alimentares, sendo tudo aquilo que envolve a alimentação, desde a escolha até o consumo. Este, por sua vez, é originado de acordo com questões sociais, econômicas e demográficas, podendo se modificar com o passar do tempo e por novas influências. A sua representatividade na vida do homem traz óticas complexas, visto que associam o indivíduo à coletividade, além de caracterizar suas particularidades, que serão expressas ao corpo social (VAZ; BENNEMANN, 2014). Nesse contexto, o objetivo deste artigo é analisar a influência dos padrões de imagem corporal expostos nas redes sociais no comportamento alimentar e satisfação corporal dos jovens adultos.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo transversal, cuja amostra foi composta por jovens adultos de ambos os sexos, através de um questionário aplicado de forma *online*. A pesquisa foi norteada com base na Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2012), que abrangeu os aspectos éticos envolvidos nas pesquisas com seres humanos e foi submetido a avaliação do comitê de ética por meio da Plataforma Brasil.

Foram incluídos no estudo adultos do sexo feminino e masculino, com idade entre 20 e 40 anos, com acesso à internet e utilizador de redes sociais. Foram excluídos os que não preencheram o questionário em sua totalidade ou se recusaram em assinar o termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

No questionário, além da identificação do participante (sexo, idade), foram informados o peso e a estatura, para cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC) e classificação do estado nutricional.

Para a avaliação da satisfação com a imagem corporal foi realizada uma adaptação do questionário *Body Shape Questionnaire*, SILVA *et al.* (2016).

Para avaliar a influência de redes sociais no comportamento alimentar e na percepção corporal foi feita uma

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, victoriawonheld@hotmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, GRACIELY.ROSA@UNIRENTEADOR.EDU.BR

adaptação do proposto por Lira *et al.* (2017), com objetivo de compreender a interpretação de termos como alimentação “saudável” e “não saudável”, “corpos saudáveis”, quais as fontes que demandam essa percepção dos participantes, a influência na mudança de hábitos via redes sociais, a percepção e comparação entre o próprio corpo e os demais observados nestes meios, a possibilidade de sentir-se pressionado em adaptar sua imagem corporal.

Os dados foram coletados por um único pesquisador e tabulados em planilha de Excel para apresentação dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra final do estudo foi composta por 53 adultos, sendo 46 (87%) mulheres e 7 homens (13%), em sua maioria, por adultos entre 20-30 anos (79,2%), eutróficos (47,2%).

A análise de satisfação de imagem corporal (Tabela 1), adaptado de Silva *et al.*, (2016), demonstrou que, em sua maioria, os indivíduos apontaram-se insatisfeitos e com desejo de silhueta menor. Ademais, se preocupam com a ideia de estar engordando ou emagrecendo demais, levando a pensarem que deveriam fazer dieta e exercício físico. Nesse sentido, é decerto que as mídias são um meio de sustentar a sociedade conjurando e elaborando imagens de um mundo utópico, impondo aos indivíduos de forma a ser o verdadeiro campo de visão (Santos *et al.*, 2019). Dessa forma, podemos relacionar a insatisfação da imagem corporal a esse meio de comunicação, estabelecendo normas que os façam acreditar na necessidade de se transformarem a partir de dietas não fomentadas e esclarecendo a comparação com os demais corpos inalcançáveis e divulgados.

Tabela 01 – Avaliação da Satisfação de Autoimagem Corporal

	N (%)
Satisfeito	21 (39,6%)
Insatisfeito (desejo de silhueta menor)	28 (52,8%)
Insatisfeito (desejo de silhueta maior)	4 (7,5%)

Fonte: Autoria própria (2022)

A maioria dos participantes, 34 (64,2%) responderam já terem sentido vergonha do seu próprio corpo e sentir-se mal ao analisar seus reflexos. Para esclarecer o motivo desse sentimento, uma pergunta aberta foi anexada ao questionário e respostas como “Por comparação com outras pessoas, principalmente em fotos”, a incidência da busca pelo padrão corporal pré-estabelecida mostra a preocupação dos indivíduos em igualar-se aos demais, limitando-se em estar frequentemente insatisfeitos com a própria imagem. Nesta mesma linha de pensamento, grande parte deste público evitou situações que expusessem seus corpos e sentiram-se em desvantagem quanto ao comparar-se com pessoas do mesmo sexo.

Outrossim, além da insatisfação com a imagem corporal, comportamentos de risco tangem a esse aspecto, bem como ao esquivamento da exposição em cenários rotineiros – como vestiários, e o sentimento de desvantagem para com outros indivíduos, que foi majoritariamente observado dentre as respostas do questionário. Sendo assim, Ceballos-Gurrola *et al.*, (2020), demonstrou em seu estudo que esse tipo de preocupação é capaz revelar e intensificar diversos transtornos alimentares e adversidades na saúde pública, corroborando para a prática de atitudes que colocam em ameaça o bem-estar individual e coletivo.

A busca por redes fontes de informação de dietas e exercícios físicos vem crescendo exacerbadamente, ao mesmo passo que influenciam cada vez mais a percepção com o próprio corpo e às escolhas diárias, como pode ser observado na Tabela 2. Gonçalves *et al.*, (2012), relacionou esta busca em positivos e negativos: dentre os positivos, podemos citar as atitudes que estão à procura de um estilo de vida melhor e mais saudável, não apenas por estética, associando a prática de exercícios físicos e cuidados com a alimentação. Entretanto, a forma negativa de encarar esse formato é a partir da fantasia de “corpo perfeito”, levando a uma crescente, porém desregulada, busca daquilo que está associado ao protótipo ideal e resultando no descontrole geral.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, victoriawonheld@hotmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, GRACIELY.ROSA@UNIREDENTOR.EDU.BR

Destaca-se em nosso estudo o fato de que 58,5% dos indivíduos admitiram já serem influenciados pela internet a retirar de sua alimentação comidas taxadas “não saudáveis”. Quando questionados quanto ao motivo que os levaram a essa atitude e observou-se respostas como: “Vejo várias vezes pessoas postando rotinas extremamente saudáveis, o que me faz questionar meus hábitos” e como complemento foi formulada a pergunta que explicaria quais são esses tipos de alimentos para eles e, em consenso, resultou em alimentos com alto índice calórico, dentre eles: *fast food*, refrigerantes, processados e ultraprocessados, ricos em gordura e açúcar.

Ao finalizar o questionário, houve um empate entre induzirem as redes sociais como fontes de informação sobre o que é um corpo saudável, onde 35,8% responderam que “sim” e “às vezes”. Afim de aprofundar neste assunto, a pergunta “O que é um corpo saudável para você?” foi feita e, dentre as respostas foram obtidas relações de felicidade e satisfação consigo mesmo, exames e taxas bioquímicas adequadas, porém, com grande anseio ao corpo magro e definido, bem como nas respostas “Hoje, para mim um corpo saudável é um corpo com exames normais, mas confesso que ainda associo a magreza, muitas vezes a corpos magros até demais”, levando a conclusão da busca – muitas vezes inalcançável – da imagem corporal dentre os padrões pré-definidos como belo e saudável.

Tabela 02 – Avaliação da Influência de Redes Sociais

	Sim	Não	Às vezes
As redes sociais são fontes de informação sobre alimentação e dieta para você?	28 (52,8%)	5 (9,4%)	20 (37,7%)
As redes sociais influenciam nas suas escolhas alimentares diárias?	16 (30,2%)	20 (37,7%)	17 (32,1%)
Você segue redes sociais que falam sobre dieta e alimentação “saudável”?	41 (77,4%)	8 (15,1%)	4 (7,5%)
Você já se sentiu influenciado a “cortar” da sua alimentação comidas “não saudáveis”?	31 (58,5%)	22 (41,5%)	-
Você já fez alguma dieta ou outra recomendação sobre alimentação feita pelas redes sociais?	17 (32,1%)	30 (56,6%)	6 (11,3%)
Você segue redes sociais que falam sobre exercício físico?	43 (81,1%)	6 (11,3%)	4 (7,5%)
As redes sociais influenciam na sua percepção e relação com seu corpo?	30 (56,6%)	10 (18,9%)	13 (24,5%)
Já se sentiu pressionado(a) pelas redes sociais a mudar sua imagem corporal?	25 (47,2%)	28 (52,8%)	-
As redes sociais são fontes de informação sobre o que é um corpo saudável para você?	19 (35,8%)	15 (28,3%)	19 (35,8%)

Fonte: Autoria própria (2022)

Contudo, é visto também que o “fracasso” ao alcançar esses padrões trazem mudanças não somente na autoestima, mas na relação e percepção consigo. A multidão de corpos esculpidos e expostos nas redes sociais trazem também sentimento de impotência quando – por muitas vezes, são impossíveis de conquista-los, mesmo quando são visivelmente perceptíveis as modificações realizadas para chegar ao “corpo perfeito”. Desta forma, tornam-se cada vez mais típicas as formas de se obterem tal propósito, como as dietas espalhadas pela internet e divulgação de alimentos “não saudáveis”. Em consenso, de acordo com o questionário aplicado, eles resumem-se em calóricos, gordurosos e com açúcar, e são pertinentemente “proibidos” e “cortados” da alimentação, mesmo que ocasionalmente.

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, victoriawonheld@hotmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, GRACIELY.ROSA@UNIRENTOR.EDU.BR

Posto isto, mesmo com as contradições dos participantes acerca do que é um corpo saudável, traz ainda confirmações que se espelham em corpos magros, esculpidos e sarados. Nesse sentido, qualquer biotipo que fuja desse parâmetro é definido como “doente”/“não saudável”, levando à pré-conceitos de falha individual e fomentando a desordens físicas e psicológicas, como mudanças drásticas e, conseqüentemente, comportamentos de risco (DE SOUSA SILVA *et al.*, 2018).

CONCLUSÃO

Diante dos resultados obtidos no questionário, é notório que a maior parte do público adulto se preocupa em estar acima ou abaixo do peso tido como padronizado. Ademais, observa-se também que os mesmos admitem sentirem-se influenciados pelas redes sociais a buscarem hábitos mais “saudáveis”, de acordo com aquilo que observam e acabam se comparando com o que é exposto na internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CEBALLOS-GURROLA, O. Imagen corporal y práctica de actividades físico-deportivas en estudiantes de nivel secundaria. **Cuadernos de Psicología del Deporte**, v. 20, n. 1, p. 252-260, 2020.

DA GAMA, C. O. Corpo, identidade e imagem corporal: uma revisão narrativa. **Lecturas: Educación Física y Deportes**, v. 26, n. 278, 2021.

DE OLIVEIRA GONÇALVES, C; CAMPANA, A. N; TAVARES, M. C. Influência da atividade física na imagem corporal: uma revisão bibliográfica. **Motricidade**, v. 8, n. 2, pág. 70-82, 2012.

DE SOUSA SILVA, A. F. “A magreza como normal, o normal como gordo”: reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social** v. 6, n. 4, p. 808-813, 2018.

DE SOUSA SILVA, A. F. et al. Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. **Demetra: alimentação, nutrição & saúde**, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.

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

MAGALHAES, L. M. et al. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. **RBONE-Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 11, n. 68, p. 685-692, 2017.

SANTOS, M. A. et al. Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável. **Saúde e Sociedade**, v. 28, p. 239-252, 2019.

SILVA, W. R. et al. Avaliação psicométrica de uma versão unificada em língua portuguesa do Body Shape Questionnaire para uso em estudantes universitários. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 32, 2016.

VAZ, D. S. S; BENNEMANN, R M. Comportamento alimentar e hábito alimentar: uma revisão. **Uningá Review Journal**, v. 20, n. 1, 2014.

WITT, J. S. G. Z; SCHNEIDER, A. P. Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. **Ciência & saúde coletiva**, v. 16, n. 9, p. 3909-3916, 2011.

PALAVRAS-CHAVE: Imagem corporal, Comportamento Alimentar, Redes Sociais

¹ Centro Universitário Redentor/Afya, victoriawonheld@hotmail.com

² Centro Universitário Redentor/Afya, GRACIELY.ROSA@UNIRENTOR.EDU.BR