

SATISFAÇÃO CORPORAL EM ADULTOS E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS: UMA REVISÃO LITERÁRIA

Simpósio de Saúde e Meio Ambiente, 4ª edição, de 06/11/2023 a 08/11/2023

ISBN dos Anais: 978-65-5465-072-4

DOI: 10.54265/DXZZ1303

BRUM; Vitória Régia de Lima Brum¹, HOFFMANN; Danielle Castro²

RESUMO

INTRODUÇÃO

Sabemos que nos últimos anos a influência das redes sociais tem alterado muito a vida das pessoas. Quando se trata de transtorno de imagem relacionado à mídia não é diferente. Os transtornos alimentares (Tas) são constantemente considerados um panorama ligado à atualidade. O enaltecimento de um corpo perfeito não é algo recente, mas podemos observar que tem ficado cada vez mais catastrófico um padrão corporal que as pessoas idealizam. Desde a última década é crescente o número de pesquisas na área da saúde, principalmente devido ao aumento da incidência de TAs (GONÇALVES et al., 2014).

A sociedade vem cada vez mais dedicando o seu tempo para o que a mídia traz de informação, como se necessitasse desse meio para evoluir. Pode-se afirmar que a mídia é, atualmente, um dos mais importantes instrumentos sociais, pois seu poder produz esquemas dominantes de significação e interpretação do mundo. Assim, como de comum visibilidade a mídia tem uma frequente capacidade de distribuir conteúdos que procuram modificar o que é real, a famosa e mais conhecida distorção de imagem. Nesse âmbito, a insatisfação corporal é uma avaliação negativa do próprio corpo. As redes sociais podem impactar na satisfação corporal (MOREIRA, 2010).

Dessa forma, o objetivo desse estudo foi elucidar a relação entre o uso das mídias sociais e a satisfação corporal em adultos, buscando revelar as características sociodemográficas, clínicas e nutricionais das pessoas com insatisfação corporal, e se existe uma relação significativa entre o uso dessas mídias e a problemas com satisfação corporal.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para realizar a busca, foram utilizados os seguintes termos: “satisfação corporal” e “mídias sociais” e “redes sociais” e “imagem corporal” e “transtornos alimentares” e “impacto”. Foram selecionados os artigos que condiziam com o tema de acordo com os títulos, sendo realizada a leitura dos resumos destes para avaliar sua aprovação.

Os critérios de inclusão dessa revisão foram: artigos redigidos nos idiomas português (Brasil) ou inglês (USA); possuir objetivo de avaliar o impacto do uso das mídias sociais na satisfação corporal; metodologia com coleta de informações de usuários; e apenas artigos publicados entre 2013 a 2023. Os critérios de exclusão dessa revisão foram: estudos de revisão literária, sem coleta de dados e análise dos resultados; estudos que não tinham como objetivo elucidar a relação entre o uso das mídias sociais e as alterações na percepção da imagem corporal; e estudos com tamanho amostral inferior a 50 pessoas. Por se tratar de uma revisão descritiva, não foram utilizados métodos estatísticos nesta pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 3.220 artigos encontrados na busca, 15 foram aprovados de acordo com os critérios de inclusão supracitados. Todas as pesquisas possuíam metodologia de coleta de dados transversal e analisavam o impacto do uso das redes sociais na percepção de imagem corporal dos usuários. Os artigos estão apresentados nas figuras a seguir.

¹ Centro Universitário UniRedentor/Atya, vitorialimabrum@hotmail.com

² Centro Universitário UniRedentor/Atya, danielle.hoffmann@uniredentor.edu.br

AUTORES	OBJETIVO	METODOLOGIA		RESULTADOS
		Público Alvo	Coleta de dados	
Abadia <i>et al.</i> 2023	Verificar a influência das redes sociais na saúde mental, autoestima e autoimagem	171 universitários dos cursos de Direito e Psicologia, maioria na faixa etária entre 18 a 24 anos e do sexo feminino.	Análise de dados por aplicação de questionário sociodemográfico, Inventário de Beck de Ansiedade (BAI), Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência (SATAQ- 4) e Body Shape Questionnaire (BSQ).	Continua Foi demonstrado que 49,1% da amostra teve tempo médio de uso das redes sociais entre 2 a 5 horas por dia e 56,9%, se enquadra em ansiedade leve, mas sem relação significativa entre tempo de uso e grau de ansiedade. Sobre a insatisfação corporal, a maior parte (83%) apresentou grau mínimo, indicando baixa relevância entre o tempo de uso e o nível de insatisfação com o corpo. No entanto, houve relação significativa entre mínima insatisfação corporal e sem ansiedade. Por fim, ao analisar a autoimagem, foi observado que os que sofrem mais influência sociocultural sobre sua aparência apresentaram pontuações maiores de distorção corporal.
Barros <i>et al.</i> 2021	Avaliar distúrbios de imagem corporal causados pelas mídias sociais em jovens adultos, de 18 a 26 anos, durante a pandemia do novo coronavírus	Estudo transversal realizado com 90 jovens adultos de 18 a 26 anos	Formulário digital do Google Formulários para os participantes por meio das plataformas sociais Instagram e Whatsapp.	Foi observado que os jovens que passam mais tempo nas redes sociais relataram ser mais influenciados e maior insatisfação corporal conforme a quantidade de horas passadas nas mídias sociais. Os usuários que passam mais tempo preferiam ver imagens mais 'magras'. As redes sociais apresentaram ter grande impacto frente a imagem corporal de forma negativa, o que pode desencadear sensações de insegurança e insatisfação com o corpo.
Candido <i>et al.</i> 2022	Investigar o risco nutricional em mulheres brasileiras por meio do uso das redes sociais por pessoas não habilitadas e a influência da mídia na insatisfação com a imagem corporal.	Amostra composta por 63 mulheres adultas	Estudo transversal descritivo realizado no período de março a maio de 2021 por meio de um questionário semiestruturado aplicado de forma online.	74,6% das mulheres seguiam as dicas da internet, 85,7% seguiam alguém da mídia que abordasse tema sobre alimentação, 70,3% compraram produtos vistos na internet, 64,1% modificaram os hábitos pela influência da mídia, 81,3% sentiram mal com a imagem corporal após visualizar corpos esculturais nas redes sociais, 54,7% obtiveram acompanhamento profissional com nutricionista. Concluiu-se que as mídias sociais podem gerar frustração e impacto negativo sobre a autoimagem corporal
Costa <i>et al.</i> 2019	Avaliar a associação entre o acesso às mídias sociais ao comportamento alimentar, checagem e satisfação corporal da comunidade universitária.	Estudo transversal realizado com 127 estudantes da cidade de Santa Cruz-RN	Questionário com variáveis socioeconômicas, acesso às mídias sociais e temas influentes, com BSQ, Questionário Holandês do Comportamento Alimentar e Escala de Figuras de Silhuetas.	O Instagram lidera o nível de acesso que envolvem mídias sociais com os temas estética, alimentação saudável e notícias gerais, que se mostram de moderado a muito influentes. Destaca-se que a estética apresenta forte influência para o comportamento de checagem corporal em mulheres e que a percepção corporal está bastante associada com o Índice de Massa Corporal. Foi encontrada associação significativa entre estado nutricional e estética, sexo e notícias gerais, estética e alimentação, e IMC e notícias gerais.
Dos Passos <i>et al.</i> 2023	Identificar a influência das redes sociais no comportamento alimentar e aceitação da imagem corporal, relacionado com o índice de massa corporal	Participaram da pesquisa 211 universitários de um centro universitário particular de Foz do Iguaçu-PR, 64,24% do sexo feminino e 29,38% do sexo masculino.	Tratou-se de um estudo transversal, de caráter observacional e natureza quantitativa. Para coleta de dados foram aplicados questionários sociodemográficos, EAT-26 e SATAQ-4 e realizadas análises estatísticas com o <i>BioEstat 5.0</i> .	Constatou-se que a pressão da mídia sobre a percepção corporal é maior que a pressão da família e amigos; o maior impacto foi para o corpo magro em mulheres e para o corpo atlético em homens; o maior risco para o desenvolvimento de transtorno alimentar foi em mulheres dos cursos da área da saúde. Evidenciou-se insatisfação corporal e influencia nas escolhas alimentares pelas mídias sociais. Mulheres foram as mais suscetíveis a essas pressões e, mesmo em sua maioria estando em eutrofia, apresentaram maior risco de desenvolver transtorno alimentar. Entre os homens, a pressão da mídia foi significativa na manutenção do corpo atlético.
Dos Santos <i>et al.</i> 2023	Investigar a relação entre a insatisfação com a imagem corporal e o uso de redes sociais	203 estudantes da área da saúde, na faixa etária entre 18 e 40 anos	Aplicação de questionário com informações socioeconômicas, peso e altura, sobre uso das redes sociais, BSQ para a insatisfação corporal.	A pontuação de insatisfação com a imagem corporal foi significativamente maior nas mulheres, visto que foi verificado que 65,4% delas apresentam algum grau de insatisfação. Além disso, o IMC, número de redes sociais acessadas e a pontuação total de influência da mídia associaram-se positivamente com a insatisfação com a imagem corporal.

¹ Centro Universitário UniRedentor/Atya, vitorialimabrum@hotmail.com

² Centro Universitário UniRedentor/Atya, danielle.hoffmann@uniredentor.edu.br

AUTORES	OBJETIVO	METODOLOGIA		RESULTADOS
		Público Alvo	Coleta de dados	
Escobar, 2022	Avaliar os níveis de insatisfação com a imagem corporal e a autoestima de adultos que usam redes sociais.	110 adultos de ambos os sexos, da comunidade, com idade entre 18 anos e 59 anos, usuários de pelo menos uma rede social.	Estudo transversal. Coleta de dados online com três questionários, contendo informações pessoais e relacionadas ao uso das redes sociais, sobre Insatisfação com a imagem corporal, por meio do BSQ e Escala de Autoestima de Rosenberg.	A maior parte da amostra utiliza entre 4 e 6 redes sociais virtuais, em média 5h por dia, acessando principalmente conteúdos de humor e entretenimento. 56,4% da amostra não possui insatisfação com a imagem corporal e 62,7% da amostra apresentou alta autoestima. Quanto maior o número de redes utilizadas, mais baixa a autoestima. Em relação à idade também foi encontrada uma correlação positiva em relação a autoestima. Baseado nestes achados, concluiu-se que apesar do elevado percentual de alta autoestima encontrada e menor frequência de insatisfação com a imagem corporal, o número de redes sociais virtuais influenciou negativamente a autoestima.
Fernandes, 2019	Avaliar a associação do uso de mídias sociais na insatisfação corporal e como esses fatores colaboram para a ocorrência de transtornos alimentares, depressão, ansiedade e estresse	Estudo transversal realizado com 647 universitários de graduação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), sendo 65,5% do sexo feminino e com idade média de aproximadamente 25 anos	Foram utilizadas as versões traduzidas do EAT-26 para a avaliação do risco de transtorno alimentar; o BSQ para a avaliação da insatisfação corporal e o DASS-21 para depressão, ansiedade e estresse. Para avaliar o uso excessivo de internet foi utilizado o IAT	36% apresentavam algum problema relativo ao uso excessivo de internet. 33,5% algum grau de insatisfação corporal e 42,3% tinham risco de desenvolvimento de transtornos alimentares. Usuários de mídias sociais, especialmente Instagram, possuíam maior insatisfação corporal e risco de desenvolvimento de transtornos alimentares, depressão, ansiedade e estresse, e este efeito era proporcional ao tempo de uso. Maiores escores de insatisfação corporal, estresse, ansiedade, depressão e de chance de desenvolver transtorno alimentar foram encontrados para o sexo feminino. O uso de mídias sociais, sobretudo o Instagram, esteve associado à insatisfação corporal e, consequentemente, à chance de desenvolver transtornos alimentares, e distúrbios psicológicos.
Jiotsa <i>et al.</i> , 2021	Investigar a associação entre a comparação da aparência física com a de influencers nas redes e a insatisfação corporal	1.331 indivíduos com idade média de 24 anos, incluindo 193 pacientes com transtornos alimentares	Aplicação de questionário online para avaliar o uso de mídias sociais, com uso das escalas EDI-BD e EDI-DT.	Foi encontrada associação entre a frequência de comparação da própria aparência física com a de pessoas acompanhadas nas redes sociais e a insatisfação corporal e o desejo de magreza. O uso generalizado das redes sociais por jovens adultos pode aumentar a insatisfação corporal, bem como o seu desejo de magreza, tornando-os, portanto, mais vulneráveis a transtornos alimentares.
Martendal, 2020	Avaliar a influência das redes sociais na imagem corporal de universitários	238 universitários com 20 anos ou mais da universidade UNISUL, 81% do sexo feminino	Questionário online com perguntas sobre informações sociodemográficas, satisfação corporal e uso das redes sociais.	Foi encontrada alta prevalência de insatisfação corporal associada ao sexo, estado nutricional e ao uso de redes sociais como Facebook e uso diário do Whatsapp. Quanto à influência das redes sociais foi observada um alto efeito, o que impactou significativamente a insatisfação corporal e alterou a percepção da imagem do corpo.
Oliveira, 2018	Avaliar a influência dos Social Media no comportamento alimentar, atividade física e satisfação corporal em jovens adultos.	100 indivíduos, 56 mulheres e 44 homens, sócios de três ginásios, com idades compreendidas entre 18 a 30 anos.	Aplicação de questionário sociodemográfico, do EAT26; do IPAQ, do BREQ3, CDRS e SATAQ3	Apesar do IMC médio da amostra ser eutrófico, 80% dos participantes encontrava-se insatisfeito com a sua imagem corporal. A amostra apresentava comportamentos alimentares de risco. Verificou-se uma associação positiva entre a motivação para a prática de atividade física e a subescala ideal de corpo. Os Social Media têm uma influência significativa no comportamento alimentar e na atividade física da amostra, existindo ainda uma relação inversa entre os Media e a satisfação corporal.
Pedalino <i>et al.</i> , 2022	Investigar a relação entre o uso do Instagram e a insatisfação corporal entre mulheres jovens e adultas	291 mulheres jovens e adultas com idade média de 20 anos	Aplicação de questionário online com modelagem de equações estruturais para análise de dados transversais	Demonstrou-se que a navegação no Instagram foi associada a níveis mais baixos de satisfação corporal, totalmente mediados pela comparação social ascendente com influenciadores das redes sociais. Comentar a aparência dos outros e postar conteúdo próprio não foram associados à insatisfação corporal.
Ribeiro, 2019	Identificar a influência das mídias sociais na insatisfação corporal	86 adultos bacharelados de Educação Física, 69,7% do sexo masculino, com média de 21,8 anos	Estudo quantitativo feito com aplicação de questionário elaborado pelos pesquisadores e adaptado do Body Shape Questionnaire (BSQ)	Nesse estudo, foi encontrado um baixo score de insatisfação corporal nos participantes, visto que 87,7% destes foram considerados satisfeitos ou pouco incomodados com a imagem corporal, com valores totalizando 80 pontos no BSQ. Além disso, foi observado ainda que 44,2% (n= 38) permaneciam mais de 5 horas conectados a internet, e ainda 55,8% (n=48) utilizam o Instagram como principal mídia.

AUTORES	OBJETIVO	METODOLOGIA		RESULTADOS
		Público Alvo	Coleta de dados	
Santos <i>et al.</i> , 2021	Avaliar a associação da imagem corporal e o comportamento alimentar de universitários de uma capital do Nordeste do Brasil.	Estudo transversal realizado com 1570 universitários da área da saúde de ambos os sexos, de quatro instituições de ensino superior.	As dimensões da imagem corporal foram avaliadas por meio da Escala de Silhuetas para adultos brasileiros e o comportamento alimentar por meio da versão brasileira do <i>Dutch Eating Behavior Questionnaire</i> (DEBQ).	Notou-se maior prevalência de universitários do sexo feminino (72,9%), com idade média de 21,8 anos. Foi encontrada associação entre percepção e insatisfação corporal com o comportamento alimentar em ambos os sexos. As mulheres que superestimaram o tamanho corporal obtiveram maiores taxas de restrições alimentares, mesmo sendo mais magras. Já entre os homens que superestimaram seu tamanho corporal evidenciaram associação direta com a alimentação emocional; e entre os insatisfeitos por excesso de peso houve associação direta com o comportamento alimentar.
Tavares <i>et al.</i> , 2021	Avaliar a associação do uso de mídias sociais com o comportamento alimentar e deste com o risco de desenvolvimento de transtornos alimentares	Estudo transversal realizado com 245 universitários de 19 a 47 anos da Universidade Federal de Ouro Preto.	Os protocolos de avaliação utilizados foram os questionários sociodemográficos, medidas, uso de mídias sociais através do IAT, risco de transtorno por EAT-26 e DEBQ para comportamento alimentar	Os resultados evidenciaram que indivíduos que possuíam Instagram apresentaram maiores escores de comer emocional e por externalidades. Todos os escores de comportamento alimentar avaliados estiveram associados com o índice vício na internet, a manipulação e o investimento em fotos. No entanto, após ajustes por sexo, idade e índice de massa corporal, apenas o índice de vício na internet esteve associado ao comer emocional e por externalidades. Todos os comportamentos também se correlacionaram ao risco de transtorno alimentar, que foi maior em indivíduos do sexo feminino e com sobre peso.

A respeito do impacto do uso das redes sociais na autoestima e insatisfação corporal, diversos estudos demonstraram que o tempo gasto nas redes sociais está associado a níveis mais baixos de autoestima e maior insatisfação corporal, especialmente entre os jovens. No estudo de Barros et al. (2021), a média de influência (escala de 0 a 10) foi de 9.5 para os que utilizavam as redes por mais de 7 horas; de 8.06 para os que utilizavam de 4 a 7 horas e de 7.27 para os que utilizavam de 1 a 4 horas, indicando maior insatisfação corporal para quem passa mais tempo nas redes. Já no estudo de Martendal (2020), foi demonstrado bastante influência

¹ Centro Universitário UniRedentor/Atya, vitorialimabrum@hotmail.com

² Centro Universitário UniRedentor/Atya, danielle.hoffmann@uniredentor.edu.br

e mudanças de opiniões pelas redes sociais, visto que 86,9% dos participantes afirmaram serem influenciados pelas mídias sociais na sua percepção e relação com o corpo. Entretanto, Abadia et al. (2023) demonstrou baixa relevância entre o tempo de uso e o nível de insatisfação pelo próprio corpo, provavelmente porque 83% da amostra possuía grau mínimo de insatisfação corporal.

Acerca de mudanças no comportamento alimentar e transtornos alimentares, vários estudos encontraram associações entre o uso das redes sociais e comportamentos alimentares de risco, bem como o desenvolvimento de transtornos alimentares. Em Fernandes (2019), usuários do Instagram apresentaram maior risco de transtorno alimentar (escore de 20,11 entre usuários e 16,66 entre não usuários), maior insatisfação corporal (score de 97,82 entre usuários e 77,34 entre não usuários), estresse, ansiedade, depressão e maior uso excessivo de internet. Tavares et al. (2021) encontrou grande impacto das mídias sociais em estudantes com comportamentos alimentares disfuncionais (27,9%). E Candido et al. (2022) concluíram que as mídias sociais podem gerar frustração e impacto negativo sobre a autoimagem corporal, visto que a maioria das mulheres relatou seguir dicas da internet (74,6%), seguir alguém da mídia que abordasse o tema da alimentação (85,7%) e modificar seus hábitos pela influência da mídia (64,1%).

Como observado em diversos estudos, incluindo Fernandes (2019), Tavares et al. (2021) e Pedalino et al. (2022), o Instagram foi identificado como a plataforma de mídia social mais influente em relação à insatisfação corporal, comportamento alimentar e autoimagem. Entretanto, Martendal (2020) encontrou uma alta prevalência de insatisfação corporal associada ao sexo feminino, estado nutricional de sobrepeso e ao uso de redes sociais como o Facebook e ao uso diário do Whatsapp.

Ainda sobre a influência do gênero para a vulnerabilidade aos problemas, diversos estudos destacaram que as mulheres parecem ser mais suscetíveis aos efeitos negativos das redes sociais em relação ao desenvolvimento de transtornos alimentares. Dessa forma, Dos Passos et al. (2023), relatou maior risco de desenvolver transtorno alimentar entre mulheres (84,6%), mesmo as classificadas como eutróficas. Ou seja, o público que correlacionaram com maior risco de transtornos alimentares entre os estudos foram os indivíduos do sexo feminino e com excesso de peso.

Os resultados dos estudos analisados indicam que as redes sociais têm um impacto significativo na saúde mental, autoestima e imagem corporal, com implicações relevantes, especialmente para os jovens e as mulheres. Embora haja variações nos resultados entre os estudos, há uma tendência consistente de que o tempo gasto nas redes sociais e a exposição a determinados conteúdos influenciam negativamente a percepção da imagem corporal e o comportamento alimentar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o uso das mídias sociais exerce um impacto significativo na percepção da imagem corporal dos adultos. A exposição constante a imagens idealizadas de corpos perfeitos, frequentemente retocadas e filtradas, contribui para a promoção e manutenção dos padrões inatingíveis de beleza. Isso pode levar a um aumento da insatisfação corporal, especialmente entre aqueles mais suscetíveis.

A pressão social exercida pelas redes sociais para se enquadrar em determinados padrões estéticos pode ter efeitos prejudiciais sobre a autoestima e o bem-estar emocional. Com isso, vale ressaltar a importância de promover uma utilização consciente e saudável das redes sociais, bem como de incentivar a educação e o apoio em relação aos desafios que essas plataformas podem apresentar para a saúde mental e emocional.

REFERÊNCIAS

ABADIA, A.L.S. et al. Influência das redes sociais na saúde mental, autoestima e autoimagem de jovens universitários. Universidade Evangélica de Goiás. TCC. 2023.

BARROS L.B., PONTES T.G., SILVA M.C. Distúrbios de imagem corporal causados pelas mídias sociais durante a pandemia em jovens adultos. Brasília: Centro Universitário de Brasília - UniCEUB;

¹ Centro Universitário UniRedentor/Atya, vitorialimabrum@hotmail.com

² Centro Universitário UniRedentor/Atya, danielle.hoffmann@uniredentor.edu.br

CANDIDO, I.S.D.S.; CEZAR, N.M.A.P; FORTES, R.C. Risco Nutricional em Mulheres Brasileiras por meio do uso das Redes Sociais e Influência da mídia na insatisfação com a Imagem Corporal. Brasília Med, v. 59, p. 1-8, 2022.

DOS PASSOS, C. T.; DALSOTO, D. A.; KAYUMI MARIANO SAWAZAKI, E.; FERNANDES DE SOUZA, I. A influência das redes sociais no comportamento alimentar e aceitação da imagem corporal relacionada com o índice de massa corporal em acadêmicos de um centro universitário de Foz do Iguaçu – PR. HU Revista, [S. l.], v. 49, p. 1–8, 2023. DOI: <https://doi.org/10.34019/1982-8047.2023.v49.39455>

FERNANDES K. Impacto das mídias sociais sobre a insatisfação corporal e risco de transtornos alimentares e depressão em estudantes da Universidade Federal de Ouro Preto. Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP; 95 p. 2019.

GONÇALVES, V.O., MARTÍNEZ, J.P. Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia. Comunicação e Informação, 17(2), 139-154. 2014.

MARTENDAL, F.K. Influência das redes sociais na (in) satisfação da imagem corporal em universitários de uma instituição comunitária. Nutrição-Pedra Branca, 2020.

MOREIRA, J.O. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. Psicologia para América Latina, n. 20, p. 0-0, 2010.

PEDALINO F., CAMERINI A.L. Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. Int J Environ. Res Public Health. 2022;19(3):1543. DOI: 10.3390/ijerph19031543

SANTOS M.M., MOURA P.S., FLAUZINO P.A., ALVARENGA M.S., ARRUDA S.P., CARIOCA A.A. Comportamento alimentar e imagem corporal em universitários da área de saúde. J Bras Psiquiatr. 2021;70(2): 126-133. DOI: 10.1590/0047-2085000000308

TAVARES L.T. Associação do uso de mídias sociais com o comportamento alimentar e risco de transtornos alimentares e nutricionais em estudantes universitário. Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto; 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000288>

PALAVRAS-CHAVE: Mídias sociais, Satisfação corporal, Transtornos alimentares

¹ Centro Universitário UniRedentor/Afya, vitorialimabrum@hotmail.com

² Centro Universitário UniRedentor/Afya, danielle.hoffmann@uniredentor.edu.br