

MÍDIAS SOCIAIS E IMAGEM CORPORAL DE ADULTOS

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

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

DOI: 10.54265/DRMA6605

BORGES; Samara de Oliveira Borges¹, LOPES; Bruna da Silva²

RESUMO

INTRODUÇÃO

A imagem corporal é a percepção que uma pessoa tem do próprio corpo, sendo formada pela percepção, sentimentos, pensamentos e ações em relação ao corpo. A imagem corporal pode ser influenciada pelo meio em que se vive, como os amigos, a família, cultura e mídia. Nos tempos atuais, a mídia desempenha um grande papel sobre a imagem corporal, isto porque, ocorre a divulgação de formatos de corpos inalcançáveis, contribuindo de forma direta para a insatisfação corporal, principalmente em adultos jovens (LEITE, *et al.*, 2022).

A insatisfação corporal está relacionada a baixa autoestima, estresse, isolamento social e muita das vezes depressão e ocorre em indivíduos independe da idade, sexo e estado nutricional. A distorção da imagem corporal pode contribuir para hábitos inadequados a saúde, como o uso de diuréticos, laxantes, exercício físico em excesso, transtornos alimentares, longos períodos em jejum, e/ou dietas altamente restritivas, dessa forma, frequentemente ligados a um comportamento alimentar disfuncional (ALMEIDA *et al.*, 2018).

O comportamento alimentar é formado através de vários fatores como demográficos, econômicos, culturais, psicológicos, sociais e ambientais. Existem três estilos alimentares: o emocional, quando o indivíduo associa o ato de comer com respostas às emoções negativas; restritiva, quando se pratica a restrição alimentar afim de buscar o peso corporal ideal; externa, que ocorre quando a ingestão é em resposta aos aspectos nutricionais dos alimentos (SILVA *et al.*, 2019).

Levando em consideração as complicações da obesidade e o grande papel que o comportamento alimentar desempenha para a construção de bons hábitos, é importante evidenciar os aspectos relacionados ao comportamento alimentar inadequado, para traçar intervenções que possam minimizar ou atenuar esses fatores de risco (ALMEIDA, *et al.*, 2018).

O presente trabalho tem como objetivo geral investigar a ocorrência da influência das mídias sociais na forma como os adultos percebem sua imagem corporal e como objetivo específico descrever os instrumentos de avaliação utilizados nos estudos pesquisados, descrever o perfil dos pacientes participantes das intervenções e identificar os contextos mais comuns nos quais estas intervenções são utilizadas.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de uma revisão de literatura descritiva, dividida em subtítulos, onde os artigos e livros que pertencem à temática "Mídias sociais e imagem corporal de adultos" foram selecionados. A pesquisa foi realizada entre agosto e outubro de 2023. A busca ocorreu nas bases de dados como SCIELO, Biblioteca virtual em Saúde, Ministério da Saúde, INCA, periódicos, e revista online, as palavras chaves utilizadas foram autoimagem, transtorno alimentar e cuidado nutricional. Os critérios de inclusão foram pertencer a temática de interesse, ter como ano de publicação de 2017 a 2023 e ser publicado em português ou inglês. Foram excluídos artigos publicados nos anos anteriores a 2017 e em outros idiomas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram selecionados 10 artigos que abordam o tema de interesse na língua portuguesa, publicados a partir de 2017, os mesmos foram lidos na íntegra e separados na tabela 1. A qual foi preenchida com o nome dos autores, ano, tema, objetivos, métodos e resultados de cada artigo.

¹ Uniredentor , samara_ob@hotmail.com

² Uniredentor , bruna.slopes@gmail.com

Referências	Objetivos	Método	Resultados
NUNES, et al., 2022.	Investigar a influência das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas.	Trata-se de uma revisão bibliográfica com abordagem qualitativa e descritiva.	As redes sociais desempenham papel negativo no comportamento alimentar, principalmente das mulheres.
ALBUQUERQUE, et al., 2021.	Avaliar a associação entre imagem corporal e variáveis sociodemográficas e comportamentos em adultos.	Foi aplicado um questionário para investigar as características sociodemográfica e aplicado a escala de figuras de silhuetas.	A menor escolaridade e o consumo de frutas está ligada à insatisfação por baixo peso, enquanto a prática de atividade física moderada reduziu.
BARROS et al., 2021	Avaliar distúrbios de imagem corporal causados pelas mídias sociais em jovens adultos, de 18 a 26 anos.	Foi aplicado um questionário, classificado o IMC e aplicado o conjunto de silhuetas para avaliar a percepção de imagem corporal de 110 adultos.	Em torno de 50% da amostra se sentem insatisfeitos com seu corpo atual, devido à preocupação excessiva, facilita desenvolvimento de Transtornos Alimentares.
GUIMARÃES, 2020.	Avaliar a associação entre o uso de redes sociais e a satisfação com a imagem corporal.	Trata-se de um recorte seccional realizado com 518 participantes, foi aplicado uma escala de 15 silhuetas para avaliar a imagem corporal e um questionário sociodemográfico.	Cerca de 80,5% estavam preocupados com o excesso de peso.
TOMAZ, et al., 2020.	Compreender a percepção do corpo feminino.	Trata-se de uma pesquisa bibliográfica sobre a percepção da autoimagem do corpo feminino.	O estudo mostrou que a mídia é o principal veículo de manipulação e alusão para um corpo perfeito.
RODRIGUES, 2019.	Verificar a influência das mídias sociais na autoimagem e no desenvolvimento de transtornos alimentares em mulheres.	Trata-se de uma revisão bibliográfica a partir de uma análise qualitativa tipo exploratório e descritivo.	A mulher é associada ao erotismo e a sexualidade, influenciando na autoimagem e atitudes das mulheres.
SILVA, et al. 2019.	Compreender a influência das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas.	Trata-se de uma revisão bibliográfica associado à análise de páginas de redes sociais como facebook e Instagram.	As redes sociais podem influenciar a alimentação, o comportamento, e hábitos de vida principalmente de mulheres, e que cabe ao nutricionista lidar com a reeducação alimentar.
COSTA, et al. 2018	Compreender a influência das mídias nos padrões corporais imposto pela sociedade.	Trata-se de uma revisão bibliográfica.	A mídia e seus diversos meios de comunicações tem influenciado nos conceitos de corpo e saúde.
DAMASCENO, 2017.	Analizar a influência das mídias digitais no processo de decisão de compra.	Foram aplicados um questionário e o teste Qui-Quadrado de Pearson a 101 pessoas.	Os entrevistados são influenciados no processo de compra tanto pela interação com as empresas como pela interação com outros consumidores.
BACK, 2017	Verificar se o padrão de beleza e consumo de moda afetam o comportamento de pessoas que utilizam o aplicativo.	O trabalho apresenta como método o quantitativo, com aplicação de um questionário de mulheres que utilizam o Instagram.	O padrão de beleza que é exibido dentro da rede social Instagram, afeta o comportamento da amostra.

Tabela 1. Categorização dos artigos utilizados de acordo com o autor, ano de publicação, tema, objetivos, métodos e resultados encontrados. Fonte: Elaboração própria, 2023.

No estudo realizado por Albuquerque, et al., (2021), mostra que a prevalência de insatisfação corporal foi alta e diferente entre o sexo feminino e masculino. Os homens estavam mais insatisfeitos devido a problemas com baixo peso e as mulheres devido ao peso elevado. Dados esses que corroboram com o estudo realizado por Guimarães, (2020) onde os resultados demonstram que cerca de 80,5% estavam insatisfeitos por excesso de peso, contra 11% que

¹ Unirendor , samara_ob@hotmail.com

² Unirendor , bruna.slopes@gmail.com

estavam satisfeitos com seu peso corporal e 8,5% era insatisfeitos devido ao baixo peso, sendo o sexo feminino mais afetado pela preocupação com o excesso de peso. Outro estudo semelhante realizado por Nunes, *et al.*, (2022), mostra que as redes sociais causam impactos negativos no comportamento alimentar de indivíduos que fazem uso das redes sociais, principalmente entre o público feminino. Outra pesquisa desenvolvida por Back (2017) confirmou que as redes sociais afetam o comportamento das mulheres, já que 31% das entrevistadas afirmaram que buscavam informações a respeito de alimentação e beleza nas redes sociais e 21% sinalizaram o desejo em ter o corpo que as digitais influencer exibe nas redes sociais. Essas influenciadoras digitais contam com muitos seguidores e usam o Instagram como divulgador de trabalho.

Cabe ressaltar que a literatura mostra que o sexo feminino normalmente apresenta maior insatisfação corporal, isto porque o padrão de beleza é imposto de forma mais rígida as mulheres atrelado a importância da atividade física ao valor social (ALMEIDA, 2018).

Outra vertente pesquisada por Barros *et al.*, (2021), foi em relação a satisfação corporal ligada ao tempo que o indivíduo gasta nas redes sociais, o estudo mostrou que está diretamente ligado, visto que 66% dos participantes apresentaram IC e relataram passar mais tempo nas redes sociais em relação aos demais participantes. Dessa forma, é possível afirmar que a mídia não é neutra e que exerce grande impacto na IC. Ademais, Tomaz *et al.*, (2020) mostra que a mídia é o principal meio capaz de manipular e criar alusão sobre a percepção de um corpo perfeito, além disso, está sempre inovando a maneira de manipular e moldar a sociedade dentro dos padrões impostos pela sociedade.

Um estudo realizado por Silva, *et al.*, (2019), mostrou que as redes sociais podem influenciar os usuários, isto porque quando investigado a frequência de pesquisa no Facebook, cerca de 98 páginas estavam associados a palavra fitness, 99 páginas a palavra dieta, e 103 páginas a palavra corpo. Esses dados são corroborados na pesquisa realizada por Magalhães, *et al.*, (2017), onde 12% da amostra afirmaram que seguem dicas alimentares, padrão alimentar, novas receitas divulgadas pelas blogueiras.

Cabe ressaltar que as redes sociais estão cada vez mais presentes no dia a dia das pessoas e que desempenham grande papel no comportamento alimentar dos usuários, o problema é que afetam de forma negativa sobre alimentação e padrão de beleza. Por isso, é de suma importância que o nutricionista busque conscientizar a população sobre o risco de hábitos alimentares inadequados e incentivar a alimentação saudável e individual, respeitando as necessidades que cada pessoa tem. Ademais, o nutricionista pode desempenhar a função de educador, disseminando as informações nas mídias para que a população seja capaz de tomar decisões que não representem um risco à saúde, visto que a rede social tem força para influenciar nas atitudes do público (BARROS, 2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A autoimagem é construída ao longo da vida, porém a partir do presente estudo é possível afirmar que as mídias sociais estabelece um padrão de beleza inalcançável pela maioria da população, sendo assim, é considerado um grave problema que desencadeia os transtornos alimentares e práticas que colocam em risco a saúde do indivíduo. O tempo de exposição a internet está cada vez maior, deixando a situação mais grave, visto que as redes sociais têm impacto negativo nos hábitos alimentares, principalmente entre o sexo feminino.

Conclui-se que nutricionista como profissional da saúde tem o dever de promover uma alimentação saudável, atuar na desconstrução do padrão de beleza e disseminar informações verídicas, com o objetivo de proporcionar a autonomia das pessoas em suas escolhas alimentares e reduzir a insatisfação corporal. Para o tratamento dos transtornos alimentares os nutricionistas desempenham um papel importante e enfrentam uma complexa dinâmica humana, isto em razão da importância que as questões alimentares da doença representam, para isso é necessário desenvolver algumas habilidades para compreender o comportamento e lidar com os pacientes da melhor forma.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, L. da S., *et al.*, Fatores associados à insatisfação com a Imagem Corporal em adultos: análise seccional do ELSA-Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26(5), 1941-1954. 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/csc/a/tZJKPZxvzWP_MswsDBTJqJ3h/#. Acesso em: 17 de out de 2023.

ALMEIDA, C. A. *et al.* Distorção da autopercepção de imagem corporal em adolescentes. *International Journal of Nutrology*, v. 11, n. 02, p. 061-065, 2018. Disponível em <https://d-nb.info/1180910524/34>. Acesso em: 16 de mar de 2023.

BACK, L. *Padrão de beleza e o consumo de moda na rede social Instagram: Pesquisa com mulheres estudantes que utilizam o aplicativo*2017. Trabalho de conclusão de curso. Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, Tubarão, SC, 2017. Disponível em: <https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/7107/TCC%20La%c3%ads%20Back%20RIUNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 de out de 2023

BARROS, L. B. C. *et al.*, *Distúrbios de Imagem Corporal Causados Pelas Mídias Sociais Durante a Pandemia em Adultos*2021. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/15381/1/21804003%20%202021803556%20%2051700826.pdf>. Acesso em: 10 de set de 2023.

BARROS, Y.I.B. *Imagen corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino*. 2019. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Católica do Salvador – NOVA UCSAL, Salvador, BA, 2019. Disponível em: <http://ri.ufsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/945/1/TCCYURIBARROS.pdf>. Acesso em: 18 de out de 2023.

¹ Unirendor , samara_ob@hotmail.com

² Unirendor , bruna.slopes@gmail.com

COSTA, N.N *et al.* **Corpo e Saúde: Reflexões Sobre a Influência das Mídias Sociais nos Padrões Corporais da Sociedade.** Univale, 2018. Disponível em: https://www.univale.br/wp-content/uploads/2019/11/ED.-F%C3%88DSICA-2018_2-CORPO-E-16SA%C3%9ADE-REFLEX%C3%95ES-SOBRE-A-INFLU%C3%88ANCIA-DAS-MIDIASSOCIAIS...-NICOLE.-RODRIGO.-TAYNARA.pdf. Acesso em: 19 de set de 2023.

DAMASCENO, M.R. **A Influência das Mídias Digitais no Processo de Decisão de Compra: um Estudo de Caso com Estudantes da Graduação de Administração da UFRN.** UFRN, 2017, Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/35558/2/MarianaRD_Monografia.pdf. Acesso em: 19 de set de 2023.

GUIMARÃES, I. C. T. **(In)satisfação com imagem corporal em adultos usuários de redes sociais: Estudo Pró-Saúde 2020.** 57 f. Dissertação (Mestrado em Alimentação, Nutrição e Saúde) – Instituto de Nutrição, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://www.bdtd.uerj.br:8443/bitstream/1/16536/5/Disserta%C3%A7a%C7%95a7%a3%a30%20%20Isabel%20Cristina%20Teixeira%20Guimar%C3%A3es%20-202020%20-%20Completo.pdf>. Acesso em: 17 de out de 2023.

LEITE, A. L. P. *et al.*, **Impacto das Mídias Sociais Sobre a Insatisfação Corporal e as Práticas Alimentares.** 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeduca.cao.com.br/bitstream/ANIMA/24049/1/TCC%20M%C3%88Addias.pdf>. Acesso em: 16 de mar de 2023.

MAGALHÃES, L.M.; *et al.*, A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, São Paulo, v. 11, n. 68, p. 685-692, jan./dez. 2017. Disponível em: <http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/629/492>. Acesso em: 18 de out de 2023.

NUNES, L. B. *et al.*, Impacto das Redes Sociais no Comportamento Alimentar de Mulheres Adultas: Revisão de Literatura. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação.** São Paulo, v.8.n.05. maio. 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/w10/Downloads/FLUXO+IMPACTO+DAS+REDES+SOCIAIS+NO+COMPORTAMENTO+ALIMENTAR+DE+MULHERES+ADULTAS.pdf>. Acesso em: 17 de out de 2023.

RODRIGUES, D.S.S. **A influência das mídias sociais na auto imagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares.** Criciúma, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/7153/1/DANIELA%20DA%20SILVA%20DE%20SOUZA%20RODRIGUES.pdf>. Acesso em: 19 de set de 2023.

SECASSE, D.S *et al.* **Uma análise acerca da influência da mídia na construção do corpo perfeito.** UFMS/CPNV, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/13730/9739>. Acesso em: 19 de set de 2023.

SILVA, A.S *et al.* **A Influência da Mídia no Comportamento Alimentar de Mulheres Adultas.** FAP, 2019. Disponível em: <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistatesteste/article/view/1172/1075> Acesso em: 16 de mar de 2023.

PALAVRAS-CHAVE: Autoimagem, Comportamento Alimentar, Transtornos Alimentares