



O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR E PERCEPÇÃO DE IMAGEM CORPORAL

Carlaine Roberta Isidio Paulino¹ Raissa Ferreira do Prado Pimenta²

¹Acadêmica do Curso de Nutrição EAD, Polo Nova Iguaçu-RJ, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Bolsista PIBIC/ICETI- UniCesumar. cr.faculadadenutri@gmail.com

²Orientadora, Pós-graduanda no programa de Mestrado em Ciências da Saúde, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, PR. raissa.borrasc@unicesumar.edu.br

RESUMO

O Brasil é um dos principais países do mundo com maior uso da internet, com a população conectada diariamente, que tendem a interagir nas redes sociais e acompanhar influenciadores digitais relacionados à saúde, estética e alimentação. A mídia estabelece padrões alimentares, ditos como saudáveis, o que pode influenciar diretamente o comportamento alimentar e percepção de imagem corporal das pessoas. O comportamento alimentar é influenciado pelo ambiente em que o indivíduo está inserido e, as informações obtidas em redes sociais podem aumentar o risco de exposição a situações prejudiciais à saúde mental, levando a práticas inadequadas de controle de peso, além da baixa autoestima e fatores de risco para transtornos alimentares. A presente pesquisa tem como objetivo avaliar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar e a autoimagem, identificando possíveis padrões alimentares e comportamentos alimentares disfuncionais. A metodologia contempla uma revisão integrativa da literatura, reunindo estudos observacionais e ensaios clínicos dos últimos 5 anos sobre o tema, pesquisados nas bases de dados: Pubmed, Biblioteca Virtual em Saúde e SciELO (Scientific Eletronic Libraly Online). Com esta pesquisa, espera-se identificar se o uso das mídias sociais pode ter um impacto negativo sobre o comportamento alimentar de jovens e adultos e ainda, interferir na percepção do autoconceito corporal, resumizando em uma tabela, os dados e resultados obtidos nas pesquisas selecionadas sobre o tema em questão.

PALAVRAS-CHAVE: Autoimagem; Padrão Alimentar; Redes Sociais; Saúde Mental.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil encontra-se entre os cinco países do mundo que mais utilizam a internet, estando em terceiro no uso diário, com 78,3% dos brasileiros conectados, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2021). Este público mostra-se muito mais ativo nas redes sociais e tende a interagir com o que lhes seja agradável, como, acompanhar influenciadores digitais, principalmente os que divulgam conteúdo relacionado à saúde, estética e alimentação, sendo estas, mídias utilizadas para disseminar informações. Paralelo a isso, padrões vão sendo estabelecidos em relação à aparência física, ao que comer, quando e quanto comer, impactando diretamente no comportamento alimentar.

O comportamento alimentar pode ser definido como um conjunto de ações associadas ao alimento, que abrange desde a escolha até o consumo deste e, tudo o que se relaciona a esse processo (VAZ; BENNEMANN, 2014). Sabe-se que o ambiente em que o indivíduo está inserido, as informações às quais ele tem acesso, tem grande influência em seu comportamento. Tais informações, geralmente obtidas através das mídias sociais, muitas vezes não são disseminadas por estudiosos na área de Alimentação e Nutrição, aumentando o risco de exposição de seus adeptos a situações potencialmente prejudiciais à saúde mental e prejudicando a adesão aos hábitos alimentares realmente saudáveis (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2006). Dessa forma, acaba-se buscando um padrão preestabelecido nas grandes redes e, muitas vezes, inalcançável desencadeando práticas inadequadas de controle de peso, baixa autoestima e a insatisfação com a imagem corporal, levando à um autojulgamento baseado em sua forma física, sendo estes, fatores



de risco para desenvolvimento de transtornos alimentares de acordo com Andrade e Bosi (2003), tornando-se, neste caso, negativo o impacto da mídia sobre o comportamento alimentar.

Sendo assim, a presente pesquisa científica tem como objetivo reunir evidências científicas que demonstrem o impacto das mídias sociais no comportamento alimentar e percepção de imagem corporal de jovens e adultos verificando se há uma correlação entre o uso dessas mídias com a adoção de hábitos alimentares saudáveis ou prejudiciais, sumarizando em uma tabela, os dados e resultados obtidos nas pesquisas selecionadas sobre o tema em questão.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A seguinte pesquisa trata-se de uma revisão bibliográfica, em que estão sendo buscados artigos nas bases de dados Pubmed, Biblioteca Virtual em Saúde e SciELO. Quanto aos critérios de inclusão dos estudos foram priorizados ensaios clínicos e estudos observacionais de língua inglesa e portuguesa, datados entre 2018 a 2023. Os critérios de exclusão são: artigos de revisões narrativas, integrativas ou sistemáticas da literatura, resumos e trabalhos de conclusão de curso. Os termos de pesquisa utilizados foram: Comportamento alimentar, Preferências Alimentares, Imagem Corporal, Insatisfação Corporal, Alimentação e Distúrbios Alimentares, Dependência Alimentar e Mídias Sociais, baseados nos termos MESH (*Medical Subject Heading*).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No estudo clínico transversal conduzido por Assis, Guedine e Carvalho (2020) foram selecionados um grupo de 207 estudantes de Nutrição com o objetivo de avaliar a relação entre o uso de mídias sociais e comportamentos alimentares disfuncionais. Para alcançar esse objetivo, três medidas foram aplicadas para coletar informações sobre: dados sociodemográficos, uso de mídias sociais e comportamentos alimentares (usando o Eating Attitudes Test-26). Do total analisado, 27,9% dos estudantes de Nutrição apresentaram comportamentos alimentares disfuncionais. Foi observada uma associação entre o uso de mídias sociais e esses comportamentos. Os principais fatores que predisseram comportamentos alimentares disfuncionais foram: o hábito de consumir alimentos sugeridos pela mídia com o objetivo de perder peso e sentir-se motivado a seguir uma dieta sem o acompanhamento adequado de um nutricionista, especialmente quando se depararam com imagens de corpos disseminados como 'belos' pela mídia.

Outro estudo conduzido por Silva (2018) investigou a influência da mídia sobre o comportamento alimentar e a insatisfação com a imagem corporal em universitários dos cursos de Nutrição, Licenciatura em Educação Física e Bacharelado em Educação Física. A coleta de dados foi feita por meio de questionários que avaliaram dados socioeconômicos, atitudes alimentares, imagem corporal e a internalização de padrões socioculturais. Foram analisados 128 graduandos, 30,5% dos participantes apresentaram distorção da imagem corporal e 26,6% estavam insatisfeitos com sua aparência corporal e relacionaram isso ao uso de mídias buscando assim uma imagem idealizada e tentando aproximar-se, a todo custo, desse padrão. A alta internalização dos padrões socioculturais na imagem corporal foi observada em 48,8% dos participantes. Os resultados sugerem que há uma significativa internalização dos padrões socioculturais preestabelecidos, indicando a influência da mídia na percepção da imagem corporal e na adoção de comportamentos alimentares.



4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se com essa pesquisa identificar possíveis padrões no comportamento alimentar de quem faz uso rotineiro das mídias sociais, além de verificar se as informações obtidas por meio dessas redes possuem impacto negativo em sua relação com a alimentação e com o corpo, ocasionando comportamentos disfuncionais e distorção de imagem corporal. Por fim, objetiva-se sumarizar em tabela os resultados encontrados nos estudos selecionados sobre o tema a verificar os fatores preditores de comportamentos disfuncionais seja em relação os hábitos alimentares ou na percepção de autoimagem.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M.; FIGUEIREDO, M.; TIMERMAN, F.; ANTONACCIO, C. **Nutrição Comportamental**. 1. Barueri: Manoele, 2016. 1261p.

ANDRADE, A; BOSI, M.L.M. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. **Revista de Nutrição. Campinas**, v. 16, n. 1, p. 117-125, jan/mar. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rn/v16n1/a11v16n1.pdf>. Acesso em 03 abr. 2023.

ASSIS, Liliane Cupertino de; GUEDINE, Camyla Rocha de Carvalho; CARVALHO, Pedro Henrique Berbert de. Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, 4 dez. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/HRGrxvWDZPcHCPKMkvFxsQy/#>. Acesso em: 1 ago. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Governo Federal**. Serviços e Informações do Brasil. Brasil está entre os cinco países do mundo que mais usam internet. [S.I.]. Governo Federal, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/04/brasil-esta-entre-os-cinco-paises-do-mundo-que-mais-usam-internet#:~:text=Com%2078%2C3%25%20de%20brasileiros,fibras%20%C3%B3pticas%20%C3%A0s%20redes%20nacionais>. Acesso em: 5 abr. 2023.

SILVA, Gesikelly Lopes da. **Influência da mídia sobre o comportamento alimentar e imagem corporal em universitários**. ATTENA: Repositório Digital da UFPE, 9 de mar. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/23916>. Acesso em: 2 ago. 2023.

SOUTO, S; FERRO-BUCHER, J.S.N. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Revista de Nutrição. Campinas**, SP, v.19, n. 6, p. 693-704, nov/dez. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rn/v19n6/05.pdf>. Acesso em 03 abr. 2023.

VAZ, D.S.S.; BERNNEMANN, R.M. Comportamento alimentar: uma revisão. **Revista UNINGÁ Review. Maringá**, v. 20, n. 1, p. 108-112, out/dez 2014. Disponível em: <http://revista.uninga.br/index.php/uningareviews/article/view/1557/1168>. Acesso em 03 abr. 2023.