

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO CAMILO
Curso de Psicologia

Gabriela Santilli de Andrade
Isabella Cappelli Mendes Leal

**A INFLUÊNCIA DOS PADRÕES ESTÉTICOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR EM MULHERES**

São Paulo
2022

Gabriela Santilli de Andrade
Isabella Cappelli Mendes Leal

**A INFLUÊNCIA DOS PADRÕES ESTÉTICOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR EM MULHERES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Psicologia do Centro Universitário São Camilo, orientado pela Profª Dra. Silmara Batistela, como requisito parcial para obtenção do título de Psicóloga.

São Paulo
2022

Ficha catalográfica elaborada pelas Bibliotecas São Camilo

Andrade, Gabriela Santilli de

A influência dos padrões estéticos das mídias sociais no comportamento alimentar em mulheres / Gabriela Santilli de Andrade, Isabella Cappelli Mendes Leal. – São Paulo: Centro Universitário São Camilo, 2022.

28 p.

Orientação de Silmara Batistela.

Trabalho de Conclusão de Curso de Psicologia (Graduação), Centro Universitário São Camilo, 2022.

1. Aparência física 2. Comportamento alimentar 3. Mulheres 4. Padronização corporal 5. Rede social I. Leal, Isabella Cappelli Mendes II. Batistela, Silmara III. Centro Universitário São Camilo IV. Título

CDD: 150.195

**Gabriela Santilli de Andrade
Isabella Cappelli Mendes Leal**

**A INFLUÊNCIA DOS PADRÕES ESTÉTICOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR EM MULHERES**

São Paulo, 18 de novembro de 2022.

Professora Dra. Silmara Batistela

Professora Rafaella Aparecida Cocchiola

**São Paulo
2022**

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, a nossa querida orientadora prof^a Dra. Silmara Batistela, por todo apoio, comprometimento e acolhimento ao longo do processo deste trabalho. Sua orientação foi essencial e, sem ela, nada disso seria possível.

Agradecemos a prof^a Rafaella Aparecida Cocchiola, por aceitar o convite e comparecer na apresentação da presente pesquisa.

Eu, Gabriela, agradeço aos meus pais e amigos por todo o apoio ao longo desta fase tão importante da minha vida. Sem eles e todo o suporte, nada disso seria possível. Agradeço, especialmente, a minha dupla de trabalho, Isabella, que sempre me apoiou e me acolheu ao longo de toda a graduação, principalmente no desenvolvimento deste trabalho, obrigada por se tornar tão importante em minha vida.

Eu, Isabella, agradeço a Deus, aos meus pais por me apoiarem desde o início em todas as minhas decisões, pois sem eles, eu não teria chegado até aqui. Agradeço também aos meus amigos, que nunca saíram do meu lado, e a minha dupla de trabalho, Gabriela, que participou ativamente do meu percurso acadêmico, sempre com muito apoio e escuta, e se tornou tão essencial em minha vida.

RESUMO

A influência das mídias intensificou-se ao longo dos últimos anos. No entanto, tais meios de comunicação podem fornecer ao público uma visão idealizada e, muitas vezes, inexistente ou impossível de ser alcançada sobre seus corpos. Essa busca pelo ideal de perfeição, pode ser um fator contribuinte para o aumento dos índices de transtornos alimentares, distorções na autoimagem e depressão. A imagem vendida atualmente pela mídia sobre a mulher com o corpo ideal está relacionada à magreza, com seios e quadril sob medida. A alimentação transformou-se em cobrança e aprisionamento para a busca do corpo almejado, muitas vezes inalcançável. O objetivo desta pesquisa foi identificar qual a influência dos padrões estéticos das mídias sociais sobre o comportamento alimentar e a distorção de imagem em mulheres jovens, por meio de revisão integrativa da literatura. Foi realizada a pesquisa bibliográfica por meio das plataformas PubMed, Scielo e Google Acadêmico. Utilizando os descritores, foram encontrados inicialmente 41 artigos. O levantamento bibliográfico resultou em 12 artigos que se enquadraram ao tema de pesquisa proposto e atenderam aos critérios de inclusão e exclusão. Diante da pesquisa feita, foi possível entender que a mídia sempre exerceu grande influência sobre a imagem corporal em mulheres, ganhando maior destaque nos últimos tempos com o aumento das redes sociais. Com base nos estudos realizados, observou-se que tal impacto é negativo, uma vez que o conteúdo transmitido é voltado para padrões irreais, os quais ocasionam o agravamento da disseminação dos paradigmas impostos.

Palavras-chaves: comportamento alimentar; mulheres; corpo feminino; aparência física; padronização corporal; rede social.

ABSTRACT

The influence of the media has intensified over the last few years. However, such means of communication can provide the public with an idealized and often non-existent or impossible view of their bodies. This search for the ideal of perfection can be a contributing factor to the increase in the rates of eating disorders, distortions in self-image and depression. The image currently sold by the media about the woman with the ideal body is related to thinness, with breasts and hips tailored. Food has become a demand and imprisonment for the search for the desired body, which is often unattainable. The objective of this research was to identify the influence of social media aesthetic standards on eating behavior and image distortion in young women, through an integrative literature review. A bibliographic research was carried out through the platforms PubMed, Scielo and Google Scholar. Using the descriptors, 41 articles were initially found. The bibliographic survey resulted in 12 articles that fit the proposed research topic and met the inclusion and exclusion criteria. In view of the research carried out, it was possible to understand that the media has always had a great influence on body image in women, gaining greater prominence in recent times with the increase in social networks. Based on the studies carried out, it was observed that such an impact is negative, since the transmitted content is aimed at unrealistic standards, which cause the worsening of the dissemination of imposed paradigms.

Key words: feeding behavior; women; female body; physical appearance; body patterning; social networking.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. JUSTIFICATIVA.....	11
3. OBJETIVOS.....	11
3.1 OBJETIVO GERAL.....	11
3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	11
4. METODOLOGIA.....	12
5. RESULTADOS.....	13
6. DISCUSSÃO.....	19
6.1. SOBRE O CORPO FEMININO.....	19
6.2. PADRÕES ESTÉTICOS E MÍDIAS SOCIAIS.....	20
6.3. COMPORTAMENTO ALIMENTAR E MÍDIAS SOCIAIS.....	22
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS.....	26

1. INTRODUÇÃO

O corpo é influenciado por fatores históricos e culturais, sofrendo mudanças conforme os padrões presentes em determinada época. Sendo definido como tudo aquilo que o ser humano representa, ele perpetua expressões simbólicas em vestimentas, acessórios e quanto ao seu formato natural. Independentemente de sua forma, o corpo é constantemente medido, analisado e exposto, condição resultante também da atual disponibilidade de uso de objetos tecnológicos, como os celulares e as câmeras. (VIEIRA, 2019; JACOB, 2014)

Conceituada como uma construção multidimensional, a imagem corporal representa os sentimentos, pensamentos e comportamentos dos indivíduos em relação aos seus atributos físicos. Visto que o ideal de magreza se faz presente na sociedade, o comportamento alimentar possui grande influência na autoimagem em mulheres, contribuindo para transtornos alimentares como anorexia e bulimia, além de outros. (FERNANDES et al, 2017.; FERNANDES; MEDEIROS, 2020). Além disso, a comparação do próprio corpo com o de outras mulheres pode colaborar para a manifestação de comportamentos alimentares desordenados. (SAUNDERS; EATON, 2018)

A necessidade de mudança corporal entre os indivíduos insatisfeitos com a própria aparência leva à adoção de medidas que podem ser prejudiciais à saúde, como o uso de anabolizantes, anorexígenos e tratamentos estéticos diversificados. Ademais, comportamentos purgativos, jejuns prolongados e restrição alimentar também são práticas realizadas para a rápida obtenção do resultado desejado. Ainda segundo dados da literatura, a adoção das práticas alimentares inadequadas é frequentemente observada em mulheres com insatisfação corporal, sendo manifestada pelo desejo do emagrecimento (VARGAS, 2014; LIBERALI et al., 2013). No mais, o movimento fitness encontrado em perfis de blogueiras com corpos definidos é considerado como aspecto influente sobre a imagem corporal para o público feminino (SILVA; PIRES, 2019).

A influência das mídias sociais intensificou-se ao longo dos últimos anos, quando também houve a mudança de perspectiva da mídia televisiva para a mídia social, tornando-se mais próxima da população e de seus ideais. (COSTA et al., 2018). Vista como plataforma para socialização, as redes sociais permitem o contato direto

e constante entre o público feminino e influenciadores famosos. (PEDALINO e CAMERINI, 2022)

Porém, muitas vezes, os perfis “*fitness*” desconsideram a diversidade e subjetividade de cada corpo, como também as condições financeiras que impossibilitam as mulheres de adquirirem hábitos e escolhas mais saudáveis. Conseqüentemente, a rede social acaba sendo uma potencial ferramenta opressora para o público feminino, resultando em um contínuo descontentamento e insatisfação corporal (JACOB, 2014). De acordo com uma pesquisa realizada em 2018 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 70,5% dos brasileiros possuem acesso à internet, o que também evidenciou que tal acesso deve-se ao uso constante do celular, sendo as mulheres o maior público (VIEIRA, 2014).

As mídias sociais forneceram aos internautas uma visão idealizada e, muitas vezes, inexistente ou impossível de ser alcançada sobre seus corpos, constituindo-se em fator contribuinte para aumento dos índices de transtornos alimentares, distorções na autoimagem e depressão. (GOULART e CARVALHO, 2017). A imagem vendida pela mídia sobre a mulher com o corpo ideal está relacionada à magreza, com seios e quadril sob medida. O movimento que se intensificou a partir de 1970 e estendeu-se para os dias atuais salientou os corpos elegantes e ideais como magros. A alimentação, pela ação de certos perfis, transformou-se em cobrança e aprisionamento para a busca do corpo almejado, muitas vezes inalcançável para muitas mulheres, por fatores genéticos e corporais. (JACOB, 2014)

Segundo Vargas (2014), o conflito entre o corpo ideal e o imposto pela sociedade colabora para as distorções na autoimagem em mulheres. Para Costa et al (2018), a atualidade baseia-se em uma sociedade imediatista, na qual os corpos considerados como belos se tornaram objeto de consumo, somado ao desejo de uma juventude duradoura. Essa preocupação de mulheres com relação à estética corporal também leva à adoção de drástica mudança em hábitos alimentares e esforço excessivo em atividades físicas, desvalorizando os processos considerados realmente saudáveis para a busca do objetivo estético.

Assim, além da compreensão dos objetivos e anseios do paciente, os profissionais da saúde devem esclarecer os padrões corporais e alimentares envolvidos em seus desejos, desconstruindo a promessas oferecidas em perfis de influenciadores que desconsideram a subjetividade e individualidade de cada corpo. (SILVA; PIRES, 2019).

2. JUSTIFICATIVA

Os padrões estéticos femininos sugeridos pelas mídias sociais diariamente contribuem para a insatisfação com a autoimagem. Segundo Vargas (2014), o Brasil é o país com maior alcance nas mídias sociais sobre o público feminino. O Instagram, mencionado por Vieira (2019), é a plataforma mais visitada e com maior índice de crescimento na atualidade. Somado a isso, a falta de conhecimento e discussão acerca do tema contribuem para que a sociedade normalize comportamentos alimentares inadequados e questões relacionadas com a distorção de imagem, os quais são também decorrentes da constante comparação com o padrão ideal fornecido pela mídia e absorvido pelo público feminino sem a consciência dos prejuízos a que estão associados.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Identificar a influência dos padrões estéticos das mídias sociais sobre o comportamento alimentar e a distorção de imagem em mulheres.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar os principais padrões estéticos vistos nas mídias sociais;
- Compreender como os padrões estéticos das mídias sociais influenciam no comportamento alimentar;
- Verificar como os padrões estéticos das mídias sociais influenciam na distorção de imagem em mulheres;
- Entender quais as consequências destas influências sobre as mulheres.

4. METODOLOGIA

O presente trabalho refere-se a uma pesquisa de revisão integrativa da literatura sobre a influência dos padrões estéticos das mídias sociais no comportamento alimentar em mulheres jovens. A coleta de dados foi realizada por consulta nas bases de dados PubMed, Scielo e Google Acadêmico. Para a busca dos artigos, foram estabelecidos os seguintes critérios de inclusão: materiais publicados entre os anos de 2010 e 2022, em plataformas nacionais e internacionais, com texto na íntegra, nos idiomas português e inglês, referindo-se apenas às mulheres na faixa etária de 14 a 30 anos.

Como critérios de exclusão foram estabelecidos artigos que incluíssem na amostra homens, crianças ou adolescentes com idade inferior a 14 anos, ou participantes com idade superior a 30 anos. Para a busca dos artigos, foram selecionados os seguintes descritores, extraídos da plataforma BVS: comportamento alimentar (feeding behavior); mulheres (women); corpo feminino (female body); aparência física (physical appearance); padronização corporal (body patterning); rede social (social networking). Para associá-los, foi utilizado o conectivo de adição “e”, ou em inglês “and”. A associação dos termos basearam-se nas seguintes combinações: comportamento alimentar e aparência física (feeding behavior and physical appearance), aparência física, rede social e mulheres (Physical appearance and social networking and women); rede social e padronização corporal (social networking and body patterning); rede social e corpo feminino (social networking and female body); comportamento alimentar e rede social e mulher (feeding behavior and social networking and women).

5. RESULTADOS

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica nas bases de dados PubMed, Scielo e Google Acadêmico, conforme descritores selecionados e acima citados.

A busca resultou em 41 artigos, sendo 7 com a metodologia da amostra de sexo não especificada e 9 com restrição de acesso por não estarem na íntegra, sendo inicialmente excluídos 16 artigos.

Utilizando os descritores conforme os termos da BVS “Comportamento alimentar e aparência física”, foram encontrados 5 artigos na base de dados Google Acadêmico (BITTAR; SOARES, 2020); (FERNANDES et al, 2017); (GARCIA et al, 2019); (GONÇALVES; MACHADO; MACHADO, 2011); (LIBERALI et al, 2013), nenhum artigo na base de dados Scielo e 7 artigos na base de dados PubMed (WALKER et al, 2015); (FATHIREZAIE et al, 2021); (GUNNARD et al, 2012); (GRIFFITHS et al, 2018); (BENOWITZ-FREDERICKS et al, 2012); (CARVALHO; ALVARENGA; FERREIRA, 2017); (KRUG, 2013). Para os descritores “Aparência física, rede social e mulheres”, somente 1 artigo foi encontrado na base de dados Google Acadêmico (SANTE; PASIAN, 2011), 3 artigos na base de dados PubMed (FOX; VENDEMIA, 2016); (TIGGEMANN et al, 2018); (ANIXIADIS, 2019) e nenhum artigo encontrado na base de dados Scielo. Ao buscar “Rede social e padronização corporal”, 8 artigos foram encontrados na base de dados Google Acadêmico (GOULART; CARVALHO, 2017); (VIEIRA, 2019); (MULLER; SCHMIDT, 2018); (GAMA, 2011); (COSTA et al., 2018); (TEIXEIRA; FREITAS; CAMINHA, 2014); (CARVALHO, 2019); (VARGAS, 2014) e nenhum artigo nas bases de dados Scielo e PubMed. Para os descritores “Rede social e corpo feminino”, somente 2 artigos foram encontrados na base de dados Google Acadêmico (JACOB, 2014); (OLIVEIRA; SOBRINHO; EL’AOAR, 2021), 1 artigo na base de dados Scielo (LIRA, 2017) e 7 artigos na base de dados PubMed (COHEN; NEWTON-JOHN; SLATER, 2017); (SAUNDERS; EATON, 2018); (LEV-ARI; BAUMGARTEN-KATZ; ZOHAR, 2014); (TIGGEMANN; ZINOVIEV, 2019); (PALLOTTI, 2018); (TIGGEMANN; BARBATO, 2018); (PEDALINO e CAMERINI, 2022). Com os descritores “comportamento alimentar e rede social e mulher”, 4 artigos foram encontrados na base de dados Google Acadêmico (SILVA; PIRES, 2019); (TELES; MEDEIROS, 2020); (SILVA; RAMOS, 2021); (JACOB, 2014) e nenhum nas bases de dados Scielo e Pubmed. Por fim, utilizando os descritores “Comportamento alimentar e rede social”, somente 3 artigos foram encontrados na

base de dados PubMed (ROUNSEFELL, 2020); (MURRAY; MARAS; GOLDFIELD, 2016); (CAVAZOS-REHG, 2020) e nenhum encontrado nas bases de dados Google Acadêmico e Scielo.

Entre os 25 artigos por fim selecionados, 13 foram excluídos (BACEVICIENE e JANKAUSKIENE, 2020); (GRIFFITHS et al, 2018); (ANIXIADIS, 2019); (FATHIREZAIE et al, 2021); (CARVALHO; ALVARENGA; FERREIRA, 2017); (FOX; VENDEMIA, 2016); (TIGGEMANN et al, 2018); (MULLER; SCHMIDT, 2018); (GAMA, 2011); (COHEN; NEWTON-JOHN; SLATER, 2017); (PALLOTTI, 2018); (TIGGEMANN; BARBATO, 2018); (ROUNSEFELL, 2020) pois, apesar de aparecerem entre os resultados com os referidos descritores, não se enquadraram ao objetivo proposto, devido tratarem de outros temas, como por exemplo cirurgias plásticas e erotização do corpo feminino.

Por fim, o levantamento bibliográfico resultou em 12 artigos que se enquadraram ao tema de pesquisa proposto e atenderam aos critérios de inclusão e exclusão acima citados, nos quais serão descritos na tabela 1.

Tabela 1 - Artigos que atenderam aos critérios de inclusão e exclusão do presente estudo.

Nome	Tipo de estudo	Objetivo	Metodologia	Resultados/ Conclusões
(COSTA et al., 2018)	Revisão da literatura	Analisar a influência das mídias sociais sobre os padrões de beleza atribuídos pela sociedade.	Revisão sistemática da literatura.	A mídia, de uma maneira geral, sempre exerceu influência sobre o corpo de diversas formas, e atualmente tem se destacado nas mídias sociais. As pessoas, portanto, são muito influenciadas por aquilo que veem nas redes, pelo que é postado pelos artistas e pessoas influentes, buscando imitar o que é apresentado

				como belo e ideal.
(LIBERALI et al., 2013)	Pesquisa qualitativa	Avaliar o efeito da imagem corporal sobre o estado nutricional e comportamento alimentar de adolescentes.	Foram levantadas variáveis relativas à percepção da imagem corporal, comportamento alimentar e dados antropométricos. Para a análise, foi utilizado um estudo descritivo transversal, realizado durante os meses de março a outubro de 2011.	A maioria das meninas apresentou IMC adequado (84,4%) e não apresentaram riscos para desenvolver transtornos alimentares (72,9%), apesar de maior parte da amostra demonstrar distorção da imagem corporal (52,1%).
(FERNANDES et al, 2017)	Pesquisa qualitativa	Avaliar a imagem corporal e o comportamento alimentar de mulheres atendidas em uma clínica escola de nutrição, a fim de diagnosticar precocemente possíveis transtornos alimentares.	A amostra foi composta de 60 adultas, do sexo feminino com faixa etária de 19 a 30 anos. Foram aferidas as medidas de peso, estatura e circunferência abdominal. Para análise da percepção de autoimagem corporal foram aplicados os questionários BSQ (Body Shape Questionnaire) e a escala de silhueta. A avaliação do comportamento alimentar foi realizada pelo EAT- 26 (Teste de Atitudes Alimentares).	Maior prevalência (85%) de insatisfação corporal de acordo com escalas de silhuetas. Houve resultados de ausência de transtornos alimentares em 63,33% e ausência da distorção da imagem corporal em 53,33%. A maior procura do atendimento na clínica de nutrição foi por hipertrofia muscular (35%).
(GOULART e CARVALHO, 2017)	Revisão bibliográfica.	Levantar questões relacionadas aos padrões de beleza e ilustrar com filmes algumas formas de influências midiáticas capazes de criar, manter ou intensificar transtornos	Revisão bibliográfica, utilizando-se dos filmes “Meninas Malvadas” e “Pequena Miss Sunshine”, relacionando tais filmes com as teorias de Baumann e	Observou-se como a modernidade líquida, que transforma valores em algo transitório, a modelação e aprendizagem social, são conceitos ativos na

		psicológicos e alimentares, assim como dificuldades em aceitar o próprio corpo.	Bandura.	percepção das pessoas sobre si e sobre o que é esperado delas na pós-modernidade.
(VIEIRA, 2019)	Pesquisa qualitativa	Investigar de que forma as postagens feitas nas redes sociais podem influenciar na construção da autoimagem de mulheres jovens.	Foram realizadas entrevistas semiestruturadas e individuais, de forma integrada à apresentação de imagens. Participaram do estudo 6 mulheres de idade entre 18 e 30 anos que tinham uma conta ativa no Instagram. Para a análise das informações utilizou-se o método da análise de conteúdo	Identificou-se na fala das participantes que, muitas vezes, os conteúdos apresentados no Instagram podem reforçar alguns estereótipos de gênero e padrões estéticos hegemônicos. Nessa perspectiva, também foi possível identificar, por meio da percepção das participantes, como o contato com alguns tipos de postagens podem ser prejudiciais para a autoestima e autoimagem.
(PEDALIN O e CAMERINI, 2022)	Pesquisa qualitativa.	Testar um modelo que vincula o uso do Instagram à insatisfação corporal, mediado por comparação social ascendente com colegas próximos, colegas distantes e influenciadores de mídia social.	Método de modelagem utilizando de perguntas estruturais para auto-relato de dados transversais. Participaram do estudo 291 adolescentes e mulheres jovens.	A navegação no Instagram foi associada a níveis mais baixos de valorização do corpo, mediados pela comparação social ascendente com influenciadores de mídia social, não com pares próximos ou distantes. Comentar sobre a aparência de outras pessoas e postar conteúdo próprio não foram associados à insatisfação corporal. Ser adolescente do sexo feminino

				(comparado a uma jovem) e ter IMC mais elevado foram associados à pior apreciação corporal.
(WALKER et al, 2015)	Pesquisa qualitativa.	Analisar o aumento no número de mulheres jovens com transtorno alimentar que foi atribuído ao aumento do envolvimento com sites de mídia social.	Em uma pesquisa online, 128 mulheres em idade universitária responderam perguntas envolvendo transtornos alimentares, intensidade do uso do Facebook, comparação de aparência física online, conversa online sobre gordura, índice de massa corporal, depressão, ansiedade, perfeccionismo, impulsividade e autoeficácia.	A intensidade do uso do Facebook, a comparação da aparência física e a conversa sobre gordura online foram significativa e exclusivamente associadas aos transtornos alimentares, e explicaram uma porcentagem da variação nos transtornos alimentares (60%) em conjunto com as covariáveis. A comparação da aparência física e a conversa sobre gordura <i>on-line</i> foram associadas a mais alimentação transtornada.
(TELES; MEDEIROS, 2020)	Revisão da literatura	Avaliar a maneira que as redes sociais influenciam no comportamento alimentar e imagem corporal em mulheres e se as mídias sociais causam visão distorcida da autoimagem em relação aos padrões de beleza estabelecidos nas redes sociais, além de verificar se tais impactos são negativos ou positivos para as mulheres.	Artigos científicos em bases de dados como SCIELO e Google acadêmico e publicações em livros no idioma português, nos últimos dezessete.	A influência das redes sociais pode ser benéfica ou maléfica, variando de acordo com o conteúdo apresentado. Demonstrou-se impacto negativo quando o conteúdo era voltado para temas relacionados à beleza e alimentação fitness, seguindo este padrão de ideal de magreza e, conseqüentemente, contribuindo para possíveis

				transtornos alimentares.
(SILVA; PIRES, 2019).	Revisão da literatura	Verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas e possível desenvolvimento de transtornos alimentares devido aos padrões estéticos e alimentares impostos pela sociedade.	Revisão em banco de dados Scielo, livros online, Google Acadêmico e Periódico Eletrônico, associado à análise de redes sociais Facebook e Instagram.	Segundo os resultados, há a existência de fake news relacionadas às publicações em redes sociais, com um padrão de corpo magro e perfeito, além da ênfase em dietas da moda, desvalorizando profissionais nutricionistas. As redes sociais podem apresentar influência negativa no comportamento alimentar e hábitos na vida das mulheres.
(SAUNDE RS; EATON, 2018)	Revisão integrativa da literatura	Verificar, a partir de teorias psicológicas sociais, o impacto da mídia sob comportamentos alimentares desordenados.	Participaram do estudo mulheres entre 18 a 24 anos que utilizavam Facebook, Instagram e Snapchat, as quais responderam às perguntas feitas em um questionário.	As usuárias de cada plataforma apresentaram tendências alimentares negativas e desordenadas que se acentuaram com base no uso destas redes sociais.
(JACOB, 2014)	Revisão integrativa da literatura	Compreender como são operadas as estratégias comunicativas no sistema cultural sobre a questão alimentar, com o foco nas redes sociais e linguagem fitness de comida saudável.	Relacionou-se à uma análise teórica da cultura de Lúri Lotman e análise sobre a questão do biopoder relacionada às políticas corporais, sendo também discutidas com base na teoria de Michel Foucault.	O alimento com a linguagem fitness tornou-se um fator que pode influenciar de maneira positiva, mas no geral, as mulheres são impactadas de maneira negativa sobre esse sistema cultural da alimentação. Torna-se aconselhável a procura de profissionais nutricionistas como

				forma de orientação alimentar.
(VARGAS, 2014)	Revisão bibliográfica	Identificar a influência da mídia na concepção corporal e o modo como ela se apresenta na construção da imagem corporal.	Revisão de artigos científicos, periódicos na internet e publicações em revistas relacionadas à imagem corporal e sua relação com a mídia.	A beleza é entendida pela sociedade como padronizada e resultante de uma relação entre mídia e corpo. Os comportamentos adotados para atingir tais objetivos devem ser reconhecidos e auxiliados por profissionais da saúde para orientação sobre consequências e maior conscientização de práticas saudáveis e cuidados com o corpo.

6. DISCUSSÃO

O objetivo do presente estudo foi identificar a influência dos padrões estéticos das mídias sociais sobre o comportamento alimentar e a distorção de imagem em mulheres jovens, a partir de uma revisão da literatura. Realizou-se uma busca nas bases de dados PubMed, Scielo e Google Acadêmico com os seguintes descritores: “comportamento alimentar” (feeding behavior); “mulheres” (women); “corpo feminino” (female body); “aparência física” (physical appearance); “padronização corporal” (body patterning); “rede social” (social networking). A partir da busca realizada com os descritores e conforme os critérios de inclusão e exclusão, a pesquisa resultou em 12 artigos que se enquadraram ao tema proposto.

6.1. SOBRE O CORPO FEMININO

O corpo se tornou objeto de exposição nas mídias, fato que se deve à atual facilidade tecnológica viabilizada pelos celulares e câmeras fotográficas (JACOB,

2014). Ele deixou de ser representado somente pelas pinturas artísticas para ser mostrado em revistas, comerciais e, atualmente, às redes sociais, sendo, determinados corpos, utilizados pela indústria como sinônimo de beleza e saúde (VIEIRA, 2014). Atualmente, o alcance do corpo perfeito é considerado como um produto relacionado ao prazer, sucesso e realização. (RUSSO, 2005 apud FERNANDES; MEDEIROS, 2020).

As propagandas e exposições dos meios de comunicação levam o indivíduo a se relacionar com a estrutura física como objeto de consumo, procurando maneiras para adquirir o corpo idealizado pelos padrões sociais (COSTA et al, 2018). Entretanto, pode ser observado que os parâmetros utilizados como referenciais de perfeição são atrelados a modelos famosas, com medidas inalcançáveis e distantes da realidade cotidiana (JACOB, 2014).

O corpo valorizado e considerado bonito pela sociedade envolve características relacionadas à magreza. Os estereótipos associados à beleza feminina são bastante rígidos no tocante à estrutura física como fator determinante para a imagem da mulher (VIEIRA, 2019).

O padrão estético imposto pela mídia está predominantemente relacionado à uma cultura de caráter hollywoodiano, isto é, representado por mulheres com corpos idealizados a partir de dietas e atividades físicas constantes, procedimentos estéticos, cabelos alisados e vestindo marcas de grife. (GOULART e CARVALHO, 2017).

Uma vez que o corpo perfeito é divulgado como sinônimo de sucesso e felicidade plena, a atenção com a saúde, a qual deveria ser o principal fator de preocupação, deixou de ser considerada como importante pelo público feminino (COSTA et al., 2018).

Desse modo, associações relacionadas ao estabelecimento do corpo como produto a ser consumido, abarcam a impressão da necessidade pela aprovação do outro. Mesmo que a subjetividade se relacione e seja estabelecida conforme os vínculos sociais, a validação do outro não deveria ser o principal fator a ser considerado, sendo a mulher essa responsável pelo seu corpo e suas vontades. (VIEIRA, 2019)

6.2. PADRÕES ESTÉTICOS E MÍDIAS SOCIAIS

A atualidade é definida pelo desenvolvimento progressivo do campo tecnológico,

sendo a internet o principal meio que possibilita a comunicação e, conseqüentemente, ferramenta que modificou a maneira dos indivíduos se relacionarem (MUNDIM & ANJOS, 2018 apud VIEIRA, 2019).

O uso das mídias sociais se tornou o principal influenciador para a comunicação e divulgação de imagens, expondo normas socioculturais sobre aparência corporal e aumentando as possibilidades para comparações referentes ao corpo (SAUNDERS; EATON, 2018).

A idealização imposta pela mídia sobre o corpo perfeito, faz com que mulheres adquiram meios nem sempre benéficos e saudáveis para alcançá-lo, contribuindo para prejuízos significativos como distorção de imagem e até mesmo transtornos alimentares (SECCHI; CAMARGO; BERTOLDO, 2009 apud FERNANDES; MEDEIROS, 2020).

A busca incessante pelo corpo idealizado ganhou ênfase devido aos padrões estéticos pré-estabelecidos pela sociedade e nos principais meios de divulgação da internet, havendo para isso impacto direto das redes sociais (VARGAS, 2014).

No entanto, com a crescente utilização do uso de aplicativos de edição de imagens, os padrões apresentados pelas mídias podem não corresponder, de fato, à realidade daquele indivíduo que se apresenta como idealizado pela população (GOULART e CARVALHO, 2017).

Por muitas vezes serem padrões inalcançáveis e irrealistas, contribuem para uma conseqüente insatisfação corporal e baixa autoestima em mulheres, afetando-as em relação à autoimagem e ao contexto social inserido (SILVA; PIRES, 2019).

Segundo Vargas (2014), a imagem corporal se relaciona ao modo que o indivíduo reconhece seu corpo e o utiliza. Pode ser considerada como uma construção multidimensional ao ser relacionada com a maneira a qual os indivíduos pensam, sentem e se comportam em relação às suas particularidades físicas (FERNANDES et al, 2017).

Entretanto, a insatisfação com a imagem corporal torna-se recorrente à medida que os padrões estéticos impostos pela mídia se elevam e atuam para o alcance da aparência perfeita. Fatores sociais como o uso das mídias contribuem como principais influenciadores para a percepção corporal, sendo o Brasil o país responsável por atingir o maior alcance do público feminino em aspectos relacionados à imagem corporal. Para além, outros estudos salientam que, além da internet, revistas, televisões e jornais também são considerados grandes

influenciadores para a busca do corpo idealizado e considerado como perfeito (VARGAS, 2014). Ainda assim, Vieira (2019) afirma que as redes sociais, em especial o Instagram, criado em 2010, apresenta-se como a plataforma mais visitada e com maior índice de crescimento na atualidade. É a rede social em que os indivíduos podem compartilhar e manipular fotos e vídeos por meio de filtros, efeitos e assim, adequar a imagem conforme a maneira que desejarem. As imagens compartilhadas nessa plataforma podem gerar comparações e estão diretamente associadas aos níveis de baixa satisfação corporal em mulheres jovens (VIEIRA, 2019). Ademais, como o Instagram é caracterizado pelo viés de positividade, apresentando aos usuários uma imagem idealizada sobre si, pesquisadores afirmam que a rede social pode apresentar maior prejuízo à imagem corporal da mulher do que as demais plataformas midiáticas, como por exemplo o Facebook (PEDALINO e CAMERINI, 2022). Ainda segundo os autores, os influenciadores digitais, que são pessoas nas quais exercem presença on-line significativa a partir de postagens recorrentes, são considerados como grandes referenciais para a comparação corporal. Eles ganham maior visibilidade à medida que utilizam o Instagram como principal ferramenta de trabalho. Exposições relacionadas à uma rotina idealizada com hábitos saudáveis tornam-se referenciais para que consigam seguidores a partir de um estilo de vida almejado e valorizado pelo público. Ademais, os trabalhos de publicidade realizados pelos influenciadores trazem a concepção de uma possível sensação de preenchimento a partir da compra de determinado produto ou alcance do padrão estético divulgado (VIEIRA, 2019).

Assim, perfis fitness influenciam na imagem corporal de maneira negativa com postagens de corpos extremamente definidos, contribuindo para a baixa autoestima em mulheres e desvalorização de métodos saudáveis utilizados por profissionais de referência, como os nutricionistas (SILVA; PIRES, 2019).

Dessa maneira, a aparência corporal pode mobilizar preconceitos, uma vez que coloca o indivíduo em questão sob olhar apreciativo do outro. Além disso, o crescimento das mídias sociais favoreceu a exibição do corpo feminino e disseminou os padrões corporais hegemônicos segundo o contexto cultural inserido. As mídias sociais permitiram maior acessibilidade às mulheres para a busca do corpo idealizado a partir do uso do celular, deixando as revistas e demais meios de exibição para o rápido acesso da internet (VIEIRA, 2019).

6.3. COMPORTAMENTO ALIMENTAR E MÍDIAS SOCIAIS

Visto a influência das redes sociais para a imagem corporal, o comportamento humano de modo geral também é afetado. Ao alimentar-se, vestir-se e portar-se, as mídias apresentam o caráter determinante considerando o que seria o ideal ou “normal” perante os padrões impostos. Nesse contexto, a investigação de páginas na internet torna-se fator essencial para a prevenção de possíveis transtornos alimentares (SILVA; PIRES, 2019).

Diante de uma busca obsessiva por ideais inalcançáveis, o uso de imagens nas redes sociais oferece possibilidades para a exposição e comparação corporal. O que antes era analisado em capas de revista, hoje é proporcionado pelos perfis femininos que exibem uma rotina baseada em exercícios e dietas, mostrando ao público que, só não consegue quem não se esforça para tal. (JACOB, 2014). Dessa maneira, as mídias sociais como o Instagram e Facebook podem influenciar negativamente no comportamento alimentar, principalmente do público feminino (SILVA; PIRES, 2019).

A alimentação e a saúde estão diretamente relacionadas. A indústria alimentícia, uma das mais desenvolvidas, utiliza o termo “alimentos funcionais” (aqueles que funcionam de maneira benéfica para o organismo) e saúde como ferramentas de marketing em prol da criação e venda, propondo que tais alimentos apresentam vitaminas ou benefícios para além da nutrição, o que na realidade pode ser considerado apenas uma estratégia de venda do produto, e não uma realidade. (JACOB, 2014).

Ademais, observou-se que os principais divulgadores de conteúdo sobre nutrição não são os profissionais da área. Perfis de influenciadores sem embasamento científico utilizam suas redes sociais por meio de fotos com o resultado do antes e depois, comidas saudáveis e vídeos de exercícios para motivação de tal estilo de vida, sem a preocupação com prejuízos relacionados ao segmento das dicas sem o acompanhamento de um profissional (TELES; MEDEIROS, 2020).

Além disso, Jacob (2014) acrescenta que tais estratégias operam como forças opressoras às mulheres em relação aos seus corpos, contribuindo para o aparecimento de comportamentos alimentares desordenados.

As dietas vistas como milagrosas que envolvem a privação parcial ou total de

alimentos estão estreitamente ligadas ao conceito atual e sociocultural de beleza. Do ponto de vista científico, tais regimes não promovem a perda de peso a longo prazo, uma vez que podem contribuir para o desenvolvimento de transtornos alimentares, além de outras consequências físicas e psicológicas. (ALVARENGA et al., 2015 apud ALVES DA SILVA; FERNANDA; PIRES, 2019). Assim, como referem Liberali et al. (2012), a eliminação das refeições e as restrições alimentares contribuem para alterações no estado nutricional, o que pode desencadear em patologias como a anorexia e bulimia.

Segundo Walker et al (2015), o comportamento alimentar desordenado (como certas dietas, uso de laxantes, jejuns e compulsão alimentar) é visto principalmente em mulheres em idade universitária. A intensidade do uso e interação na rede social Facebook foi associada às questões alimentares desordenadas, fator resultante de comparações entre as mulheres que falam de modo negativo sobre o próprio corpo. Já nos estudos realizados por Fernandes et al (2017), a distorção da imagem corporal é considerada um dos principais sintomas de transtornos alimentares. A insatisfação com o próprio corpo pode ser identificada em adolescentes eutróficos ou acima do peso. Para além da insatisfação corporal, Liberali et al. (2013) acrescenta que os adolescentes apresentam rejeição da própria imagem, consequentemente gerando a restrição alimentar. O objetivo do trabalho de Liberali et al. (2013) foi avaliar o efeito da imagem corporal sobre o estado nutricional e comportamento alimentar de adolescentes do sexo feminino, com faixa etária entre 14 e 17 anos. Observou-se que as meninas com a distorção da imagem corporal moderada/grave apresentaram maiores risco de desenvolverem transtornos alimentares. Os fatores analisados para interferência do consumo de alimentos relacionaram-se a condições ambientais, sociais, preferências individuais e a rotina alimentar familiar. Os hábitos alimentares inadequados desenvolvidos podem contribuir para obesidade, doenças carenciais e doenças crônicas não transmissíveis (LIBERALI et al, 2013)

Um estudo realizado com 2.489 universitárias utilizou como ferramenta o Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência (SATAQ-3). As participantes deveriam informar a idade, o peso/altura, a renda individual e a educação do chefe da família. Além disso, o estado nutricional foi classificado de acordo com as categorias do IMC. Os resultados encontrados pelos autores acima citados mostraram que a influência da mídia é a mesma, independente da realidade

cultural de cada mulher. Tal fator relacionou-se à questão de que elas são expostas ao mesmo tipo de informação e padrão estético imposto. Para além, todas possuem a mídia como importante fonte de informação, mas ao ser observada a questão de ideal estético, quanto mais nova e com maior IMC, maior a internalização dos padrões irreais de beleza. Por fim, o estudo observou que a insatisfação corporal era apresentada pela maioria das participantes (TELES; MEDEIROS, 2020).

Visto que as pressões socioculturais emergentes em relação ao ideal de magreza são preditores para alimentações desordenadas em mulheres jovens, elas também intensificam processos sociocognitivos sobre a vigilância corporal. Em acréscimo, os principais resultados de pesquisas relacionadas à insatisfação concentraram-se nos aplicativos Facebook e Instagram. (SAUNDERS; EATON, 2018).

Por fim, a literatura afirma que a insatisfação com a imagem corporal poderá perdurar por toda vida, uma vez que pesquisas realizadas com adultos mostraram resultados semelhantes aos realizados com crianças e adolescentes. (LIBERALI et al., 2013).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que a mídia sempre exerceu grande influência sobre a imagem corporal em mulheres, ganhando maior destaque nos últimos tempos pelo aumento de acesso às redes sociais. Com base nos estudos realizados, foi demonstrado que tal impacto é negativo, uma vez que o conteúdo transmitido é voltado para padrões irreais e que ocasionam o agravamento da disseminação dos paradigmas impostos. O uso das redes sociais ainda é um fator presente na sociedade e discutido na literatura. Segundo os aspectos analisados, os impactos podem contribuir para prejuízos emocionais e físicos, trazendo sofrimento psíquico em relação à autoestima, submissão à procedimentos estéticos e o possível desenvolvimento de transtornos alimentares em mulheres.

Logo, torna-se fundamental o incentivo de um pensamento crítico e reflexivo sobre o que é exposto e consumido pelas mulheres nas redes sociais, sendo que, em sua maioria, os conteúdos exibidos por famosos e influenciadores digitais possuem fins lucrativos.

Por fim, mesmo que ainda exista a insatisfação corporal e perfis na internet com conteúdos nocivos e ilusórios sobre o que seria o corpo ideal, o incentivo pela busca de profissionais capacitados (como psicólogos e nutricionistas), assim como fontes que possuam respaldo científico sobre saúde e bem estar em relação a imagem corporal e hábitos alimentares, tornam-se meios essenciais para uma relação mais positiva e consciente com o corpo e a alimentação, respeitando também a subjetividade e singularidade de cada mulher.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA et al.; Corpo e saúde: **Reflexões sobre a influência Das mídias sociais nos padrões corporais Da sociedade** resumo. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/206390057-Corpo-e-saude-reflexoes-sobre-a-influencia-das-midias-sociais-nos-padroes-corporais-da-sociedade-resumo.html> >. Acesso em: 17 out. 2022.

FERNANDES et al. **Avaliação da auto-imagem corporal e o comportamento alimentar de mulheres**. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. p. 252–258, 2017. Disponível em: < <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/774/629> >. Acesso em: 17 out. 2022.

GOULART, C. F.; CARVALHO, P. A. **Corpo Ideal e Corpo Real: A Mídia e Suas Influências na Construção da Imagem Corporal**. 2017. Disponível em: < <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1209.pdf> >. Acesso em: 17 out. 2022.

JACOB, H.; FOUCAULT, M. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram**. Revista Comunicare - Dossiê Feminismo, v.14, n. 1, 2014 Disponível em: < <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/08/Redes-sociais-mulheres-e-copo.pdf> >. Acesso em: 17 out. 2022.

LIBERALI, T. et al. **Efeito da Imagem Corporal Sobre o Estado Nutricional e Comportamento Alimentar de Adolescentes**. Journal of Health Sciences, 2013. Disponível em: < <https://journalhealthscience.pgsskroton.com.br/article/view/571> > Acesso em 17 out. 2022.

PEDALINO, F.; CAMERINI, A.-L. **Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females**. International journal of environmental research and public health, v. 19, n. 3, p. 1543, 2022. Disponível em: < <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35162562/> > Acesso em: 17 de out. 2022.

SAUNDERS, J. F.; EATON, A. A. **Snaps, selfies, and shares: How three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women.** *Cyberpsychology, behavior and social networking*, v. 21, n. 6, p. 343–354, 2018. Disponível em: < <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29883209/> > Acesso em 17 out. 2022.

SILVA, S. A.; PIRES, P. F. F. **A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas.** *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, v. 35, n. 69, p. 53–67, 2019. Disponível em: < <http://periodicos.unifil.br/index.php/revistateste/article/view/1172> > Acesso em: 17 out. 2022.

TELES, I. S.; MEDEIROS, J. F. B. **A influência das redes sociais no comportamento alimentar e imagem corporal em mulheres – uma revisão de literatura.** Faculdade de Ciências da Educação e Saúde. Brasília, 2020. Disponível em:<<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14450/1/Isabela%20Teles%20e%20Juliana%20Fernandes.pdf> > Acesso em: 17 out. 2022.

VARGAS, E. G. A. **A influência da mídia na construção da imagem corporal.** *Rev Bras Nutr Clin.* 29 (1): 73-5. 2014. Disponível em: < <http://www.braspen.com.br/home/wp-content/uploads/2016/12/12-A-influencia-da-midia-na-construcao-da-imagem.pdf> > Aceso em: 17 out. 2022.

VIEIRA, A, G, A. **Instagram: Possíveis Influências na Construção dos Padrões Hegemônicos de Beleza Entre Mulheres Jovens.** Brasília - DF. 2019. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/225142633.pdf> > Acesso em: 17 out. 2022.

WALKER, M. et al. **Facebook use and disordered eating in college-aged women.** *The Journal of adolescent health: official publication of the Society for Adolescent Medicine*, v. 57, n. 2, p. 157–163, 2015. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26206436/> > Acesso em: 17 out. 2022.