

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR E NO RISCO DE TRANSTORNOS ALIMENTARES EM UNIVERSITÁRIOS DE UMA UNIVERSIDADE EM PELOTAS/RS

BRUNA SOUZA DO NASCIMENTO¹; LARISSA AMARAL DE MATOS²;
ALESSANDRA DOUMID BORGES PRETTO³

¹Universidade Federal de Pelotas – bruna.nascimento@ufpel.edu.br

²Universidade Federal de Pelotas – mtslarissa@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – alidoumid@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O ambiente exerce forte influência sobre o comportamento alimentar, impondo padrões que por vezes, podem ser inalcançáveis, sendo essa pressão mais acentuada em mulheres, devido às expectativas sociais de um corpo perfeito. (LIMA *et al.*, 2022). O uso frequente de redes sociais agrava essa problemática, gerando impactos tanto psicológicos, como a frustração e baixa autoestima, quanto comportamentais, como um maior risco de desenvolvimento de transtornos alimentares (TA), como a anorexia e bulimia, segundo FONTENELE *et al.*, (2019).

Além disso, a exposição excessiva às mídias sociais está associada a sintomas depressivos, tendência à comparação, distorção de imagem e baixa autoestima (DE SOUZA *et al.*, 2022). Diversas mudanças comportamentais ocorrem na tentativa de se sentir aceito socialmente (COPETTI; QUIROGA, 2018), o que explica o aumento nas taxas de transtornos alimentares e insatisfação corporal (PRADO; ADAMI; BERTANI, 2022).

Estudantes universitários estão mais suscetíveis ao desenvolvimento de padrões alimentares inadequados e transtornos dismórfico corporal, devido às transformações biológicas e psicológicas que acompanham a entrada no meio acadêmico, somadas à pressão social e busca pela autonomia (SANTOS *et al.*, 2021). Reconhecendo o impacto negativo das mídias sociais sobre a imagem corporal e o comportamento alimentar, o presente estudo objetivou investigar essa influência e o risco de transtornos alimentares em universitários de uma universidade de Pelotas/RS.

2. METODOLOGIA

Estudo transversal descritivo realizado com estudantes da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) entre 17 e 31 de julho de 2023. Participaram adultos de ambos os sexos matriculados na UFPEL. A coleta de dados foi realizada por alunos previamente treinados, através de questionário autoaplicável, que buscou avaliar o perfil sociodemográfico, influência das mídias no comportamento alimentar, presença de vício em internet e o tempo de exposição às redes sociais.

Foram utilizados instrumentos padronizados como o *Eating Attitudes Test* (EAT-26) para avaliar a prevalência de TA, a Escala de Autoestima de Rosenberg para verificar a autoestima dos universitários e a Escala de Silhuetas para identificar insatisfação corporal. Os questionários foram aplicados em áreas de lazer da universidade.

Para a análise dos dados foi utilizado o *software* JAMOV 2.4, utilizando-se da média e desvio padrão para variáveis numéricas, e frequência relativa para variáveis categóricas. O teste qui-quadrado de *Pearson* foi aplicado, com nível de significância de $\alpha=0,05$. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFPel.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra foi composta por 200 universitários da UFPel, com idade média de 22,1 anos. Jovens adultos estão mais suscetíveis a TA devido à vulnerabilidade da adolescência e à busca pelo corpo ideal (BITTAR; SOARES, 2020). A maioria dos participantes deste estudo era do sexo feminino (68%) e da área da saúde (72%).

Estudantes com renda entre um e três salários mínimos (49,5%) apresentaram maior risco de comportamentos alimentares disfuncionais, resultado semelhante ao de VIEIRA *et al.*, (2023), que observou maior prevalência entre aqueles com renda familiar de dois a quatro salários mínimos (27,6%).

Cerca de 41,5% relataram seguir ocasionalmente dicas de alimentação de perfis nas redes sociais. ASSIS *et al.*, (2020) demonstraram em seu estudo que 52,7% de sua amostra costumava acompanhar essas dicas. Neste estudo, 35,82% consumiam alimentos sugeridos para emagrecimento e 32,34% se sentiam motivados a seguir dietas sem acompanhamento nutricional, influenciados por corpos considerados padrões.

Quanto à interação com perfis de emagrecimento, 31% afirmaram nunca interagir. Dentre os aplicativos mais utilizados, 57% fazem uso frequente do *Instagram*, corroborando com os dados de COSTA *et al.*, (2019), que mostraram 64,6% de uso nesta plataforma.

É notória a popularização desta rede social e VALENTE *et al.*, (2022) destacaram o *Instagram* como um motivador para o surgimento e manutenção de TA, devido à disseminação de conteúdos que promovem padrões de beleza ideais. Neste estudo, quando questionados sobre estratégias para alcançar o corpo perfeito, a maioria (67,5%) dos estudantes disseram nunca utilizá-las. Mas cabe ressaltar que, usuários que estão constantemente conectados ficam mais vulneráveis a perfis que cultuam padrões de beleza, contribuindo para insatisfação corporal e comportamentos alimentares prejudiciais (YURDAGUEL *et al.*, 2021).

Além disso, 65,5% da amostra considerou-se viciada em internet. Quanto ao tempo de exposição nas redes sociais, 50% relataram utilizar de seis a nove horas por dia. A autoimagem corporal se forma ao longo da vida, e a ampla exposição a conteúdos que promovem corpos magros e estilos de vida insustentáveis contribui para distorções de imagem e desenvolvimento de TA (GOMES *et al.*, 2021).

No presente estudo, cerca de 30% dos universitários relataram nunca estar satisfeitos com sua imagem corporal, com a insatisfação sendo mais pronunciada entre as mulheres.

A prevalência de TA também variou por sexo, com as mulheres apresentando taxas mais altas do que os homens. Em relação à autoestima, 79% da amostra demonstrou possuir uma boa autoestima, o que contrasta com os 86% de baixa autoestima encontrados por CRUZ *et al.*, (2021). Por fim, a análise da escala de silhueta revelou diferenças significativas entre os sexos na satisfação corporal, mostrando que as mulheres tendem a se sentir mais

insatisfeitas em relação ao excesso de peso.

4. CONCLUSÕES

Os resultados encontrados neste estudo sugerem que as mídias sociais possuem significância sobre o comportamento alimentar, favorecendo o surgimento de TA e reforçando a insatisfação corporal, especialmente em mulheres. A predominância de baixa autoestima e insatisfação corporal se deu em maior número entre aqueles que relataram uma maior exposição às mídias e interações com perfis de emagrecimento.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, L.C. De; GUEDINE, C.R. De C.; CARVALHO, P.H.B. De. Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 69, n. 4, p. 220–227, 2020.

BENTON, C.; KARAZSIA, B.T. The effect of thin and muscular images on women's body satisfaction. **Body Image**, v. 13, p. 22–27, 2015.

BITTAR, C.; SOARES, A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, v. 28, n. 1, p. 291–308, jan. 2020.

COPETTI, A.V.S.; QUIROGA, C.V.A. Influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. **Revista de Psicologia da IMED**, v. 10, n. 2, p. 161-177, 2018.

COSTA, M.L.; ARAÚJO, D.F.; CASSIANO, M.H.; FIGUEIRÊDO, H.A.; OLIVEIRA, V.T.; BARBORA, I.R.; SILVA, F.H. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 2, n. 6, p. 5898-5914, 2019.

CRUZ, M.; PEREIRA CAMPOS, L.; DA COSTA MAYNARD, D. Influência do comportamento alimentar e da imagem corporal na autoestima de indivíduos. **Advances in Nutritional Sciences**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 94-105, 2021. DOI: 10.47693/ans.v2i1.29.

DE SOUZA, L.P.; FRANZOI, M.A.; DE MORAIS, R.C.M. Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes. **Brazilian Journal of Development**, [s.l.], v. 8, n. 6, p. 43489-43502, 2022.

FONTENELE, R.M.; RAMOS, A.S.; GOIABEIRA, C.R.; CUTRIM, D.S.; GALVÃO, A.P.; NORONHA, F.M. Impacto dos transtornos alimentares na adolescência: uma revisão integrativa sobre a anorexia nervosa. **Revista Enfermagem Atual In Derme**, v. 87, n. 25, 2019.

GOMES, G.S.C.R.; DE PAULA, N.S.; DE CASTRO, S.M.G.; DE SOUZA, A.M.; DE SOUZA, H.L.S.; MARTINS, A.L. da S.; MALLET, A.C.T. Transtornos alimentares e a influência das mídias sociais na autoimagem corporal: um olhar sobre o papel do nutricionista. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, Local de Edição, v. 10, n. 16, p. e191101623277, 2021.

LIMA, M.; COELHO, B.; LUCIANO, T.F.; VIANA, V.M. Mídias sociais e a mudança no comportamento alimentar de adolescentes. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 16, n. 103, p. 771-789, 2022.

PRADO, K.G. Do; ADAMI, F.S.; BRUCH-BERTANI, J.P. Comportamento alimentar, estado nutricional e insatisfação corporal de universitários da área da saúde. RBONE - **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 16, n. 100, p. 127-136, 2022.

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. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 70, n. 2, p. 126–133, 2021.

VALENTE, M.; RENCKENS, S.; BUNDERS-AELEN, J.; SYURINA, E.V. The orthorexia community on Instagram. **Eating and Weight Disorders**, v. 7, n. 2, p. 473-482, 2021.

VIEIRA, C.M. da S.; SILVA, L.M. da; BARAKAT, B.B.; CANELADA, C. de L.; SILVA, M.A. Fatores associados à ortorexia nervosa em acadêmicos do curso de nutrição. **Revista Multidisciplinar em Saúde**, v. 4, n. 3, p. 208–213, 2023.

YURDAGUEL, C.; KIRCABURUN, K.; EMIRTEKIN, E.; WANG, P.; GRIFFITHS, M.D. Psychopathological Consequences Related to Problematic Instagram Use Among 46 Adolescents: The Mediating Role of Body Image Dissatisfaction and Moderating Role of Gender. **International Journal of Mental Health and Addiction**, v. 19, n. 5, p. 1385–1397, 2021.