



O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM CORPORAL

Monique Riquele Linhares Gomes Lourenço¹
Daniella Maia Mazzaferro²

INTRODUÇÃO

As redes sociais configuram um agrupamento de indivíduos, em torno de unificar ideias e valores de interesses compartilhados (MARTELETO,2001). Impulsionado pela expansão da internet em meados dos anos 90, as mídias digitais evoluíram e ferramentas cada vez mais interativas, como plataformas de compartilhamento de conteúdo foram difundidas na sociedade. (MIZRUCHI,2006). A organização social é complexa e mediada por múltiplas interações, que compreendem canais de fluxo de informações, aproximando ou distanciando os indivíduos, o compartilhamento fortifica e mobiliza a construção das redes sociais, que por sua vez influencia os padrões elaborado pela sociedade. (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005)

Define-se imagem corporal (IC) como uma construção multidimensional que reproduz extensivamente as expressões internas da estrutura corporal e da aparência física, sobre o próprio indivíduo e a sociedade em que vive. Dessa forma a IC é vulnerável por fatores externos e internos sendo os principais: os pais, os amigos e a mídia, sendo esta uma influência global. (LIRA et al., 2017).

O padrão de beleza criado e divulgado exaustivamente pelas mídias tradicionais, revistas, jornais, novelas e programas de TV, exigem um corpo ideal o padrão a ser alcançado para ser aceito deve ser branco, jovem, magro e musculoso, em números esse padrão responde por cerca de 5 a 8% da população mundial. A miscigenação da população brasileira conferiu características marcantes em traços e contornos, construindo corpos únicos ricos em beleza, que são menosprezada por não seguir o padrão estabelecido (MALDONADO, 2006).

A super valorização do ideal de beleza perfeito é hoje uma obsessão e a mídia é um potente difusor desse conceito. Os padrões impostos são na realidade inalcançáveis para a grande maioria das mulheres, o que gera conflito de imagem corporal, em busca da perfeição recursos extremos como jejum prolongados, indução de vômitos, excessos de atividade física e cirurgias plásticas se tornam comportamentos comuns, onde o satisfação com a IC passa a ser

¹ Graduando do Curso de Nutrição da Faculdade Anhanguera de São José- SP, moniqueriquele@gmail.com;

² Mestranda pelo Curso de Psicogerontologia da Faculdade Educatie Hoog - SP, daniella.mazzaferro@outlook.com



prioridade, depreciando o ser saudável (VARGAS, 2014).

Recentes estudos têm demonstrado que as redes sociais podem atuar como preditor dos transtornos de imagem, este estudo tem por objetivo analisar o efeito de post direcionados ao corpo e seu impacto na percepção da imagem corporal.

METODOLOGIA

Realizada revisão bibliográfica, onde foram descritos e discutidos os temas, mídias sociais, posts direcionados ao corpo, imagem corporal e transtornos alimentares. As pesquisas foram realizadas através de busca nas bases de dados LILACS (Literatura Latino Americana e do Caribe em Ciência Sociais e da Saúde), Scielo (Scientific Eletronic Library) e Medline (Medical Literature Analysis and Retrieval System Online). Utilizaram-se as palavras-chave: imagem corporal, mídias sociais, e body positive. Os critérios de inclusão foram: estudos completos em língua portuguesa, inglesa e espanhola, publicados entre 2015 e 2020. Como critérios de exclusão: estudos publicados em anais de congressos, incompletos e publicados antes de 2015. Inicialmente foram encontrados 27 artigos, após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 4 artigos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao avaliar os efeitos das mídias sociais na imagem corporal em adolescentes, Lira et al. (2017) estudou meninas com idade entre 10 e 19 anos e observou que o nível de insatisfação com a IC entre as adolescentes é cerca de 87,8% na faixa etária de 10 -14 anos, e 84,6% entre 15 – 19 anos. Quanto ao uso das redes sociais, foi analisada a frequência do acesso a qual evidenciou que quanto maior o acesso diário, maior a chance de insatisfação com a IC. Quando comparadas ao acesso mensal, enfatiza também que acesso diário as redes sociais maiores que 10 vezes aumentam em 6,57 e 4,47% a chance de desenvolver insatisfação da imagem corporal.

Baker et al. (2019), demonstrou em um estudo exploratório que os participantes usuários de redes sociais relataram investir tempo e esforço ao selecionar as fotos para publicação, necessidade de edição e filtros, opinião de terceiros, e consideraram importante que a foto representasse o melhor de si. Também foram notados sentimentos comuns aos participantes tais como exclusão e rejeição social quando não houve engajamento com a foto publicada e necessidade de pertencer aos padrões de beleza.



O estudo de Prichard et al. (2020), com 108 participantes, avaliou o uso das mídias sociais voltadas para o corpo. Os resultados apresentam que 100% das participantes utilizavam o Facebook® e 79,8% o Instagram®, sendo que 59,3% acompanhavam perfis exclusivamente fitness. O estudo ressalta que a exposição ao conteúdo fitspirantion, (inspiração fitness) aumentou o humor negativo e a insatisfação com a imagem corporal em mulheres adultas. Tiggemann, Anderberg e Brown (2020), observaram que o efeito de legendas positivas em fotos não exerceu efeito isolado significativo, contudo, reforça que a visualização da imagem pode influenciar a IC, positiva ou negativamente.

Por meio dos estudos pesquisados descobrimos que a imagem corporal é a representação do próprio corpo e que a complexidade da construção ou desconstrução dela está relacionada à subjetividade individual, assim como o processo de sua formação depende das experiências vividas pelo indivíduo desde a primeira infância, e são formadas ao longo da vida, o que, é um longo e gradativo ciclo, influenciado por alterações físicas e psíquicas. (FROIS; MOREIRA; STENGEL, 2011).

A redes sociais configuram um grande espaço de disseminação rápida de informação em massa, o conteúdo direcionado ao corpo estabelece padrões de beleza exigentes, contrastando com a auto percepção da IC, e atuam como preditores de alterações do comportamento alimentar. (CORRÊA, 2013). As adolescentes com exposição média de 2 horas por dia às redes sociais, desenvolviam maior vigilância do peso, internalizando o corpo magro como ideal, o que corrobora com os resultados encontrados neste estudo apontando que, o acesso frequente as redes sociais por adolescentes influenciam negativamente a percepção da IC, aumentando a insatisfação corporal.

A insatisfação corporal é amplamente vinculada a alterações do comportamento alimentar, entre eles anorexia nervosa, bulimia, transtorno da compulsão alimentar periódica e ortorexia. O público mais atingido pelo comer transtornado são mulheres a partir da adolescência, é possível identificar alterações do comportamento alimentar, quando o indivíduo apresenta grande obsessão pelo corpo, restrições alimentares severas, ou grande ingestão de alimentos, seguidos por episódios de purgação. Transtornos alimentares podem causar graves problemas de saúde, como desnutrição grave e obesidade, com potencial risco de morte. (MACIEL et al., 2018)

Alguns autores têm pesquisado o efeito de conteúdo positivo direcionado aos corpos “fora” do padrão estigmatizado, uma intervenção baseada na promoção da imagem positiva e o comer intuitivo em mulheres obesas nos Estados Unidos, relatou melhoras relacionadas com a



imagem corporal e comportamento alimentar em todos os 120 participantes. (BEINTNER et al., 2019), contudo Tiggemann et al.(2020) observou que o efeito de legendas positivas em fotos não exerceu efeito isolado significativo, entretanto, reforça que a visualização da imagem pode influenciar a IC, positiva ou negativamente. A imagem corporal positiva não se resume a ausência da insatisfação com IC, refere-se ao desenvolvimento de um conceito multifacetado, embasado na apreciação da aparência, atenção ao corpo e a capacidade de processamento de informações autoprotetora. (GUEST et al., 2019).

Existem alguns fatores que elevam a posição das redes sociais como influenciadores do comportamento, a exposição seletiva onde o usuário decide quais perfis e conteúdos deseja consumir, gerando uma exposição restrita a determinados conteúdos, seguido pela prevalência da prática baseada em eminência, onde o número de seguidos determina o grau influência do conteúdo exibido, por último a prevalência de conteúdos em imagens que são de fáceis assimilação para todos os públicos. (TURNER E LEFEVRE, 2017)

Na contramão da adoração aos padrões de beleza impostos pela mídia e difundidos na sociedade, recentes movimentos sociais em busca de reconhecimento do corpo tem surgido. O movimento *body positive* tem como lema “Meu corpo, minhas regras”, de origem feminista e inspirado em libertar corpos e mentes oprimidos pelos padrões impostos pela sociedade e reforçados pela mídia. Foi criado por Connie Sobczak e Elizabeth Scott, na década de 1990. Em 2018 o lançamento do livro “Pare de ser odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário”, da ativista e jornalista Alexandra Gurgel é o marco do movimento no Brasil, reforçando as bases individuais e coletivas do *body positive*, em busca de equidade e liberdade dos diversos formatos corporais, sem distinção de gênero, cor, tamanho ou quaisquer diferenças. É importante que as redes sociais sejam um espaço para todos os corpos, o enfrentamento aos padrões de beleza, é uma também uma maneira de auxiliar a prevenção dos transtornos alimentares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O impacto das mídias na construção da imagem corporal de um indivíduo é algo que merece cuidado multiprofissional, pois o eixo que media a insatisfação corporal é muito tênue. Envolve questões psicológicas, físicas e sociais. Nesse estudo avaliamos o impacto das mídias sociais na construção da IC, e pode-se sugerir que ela exerça grande influência nessa construção, assim como pode ser considerada como um preditor para transtornos alimentares.



São necessários mais estudos clínicos nesta temática que foquem a relação alimentar do indivíduo com sua imagem corporal e, desta forma, reforçamos que a insatisfação corporal é um comportamento de risco para o desenvolvimento de distúrbios alimentares.

Palavras-chave: Comportamento Alimentar, Redes Sociais, Nutrição, Imagem Corporal.

REFERÊNCIAS

LIRA, Ariana Galhardi; GANEN, Aline de Piano; LODI, Aline Senhorini; ALVARENGA, Marle dos Santos. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, [s.l.], v. 66, n. 3, p. 164-171, set. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0047-208500000166>.

PRICHARD, Ivanka; KAVANAGH, Eliza; MULGREW, Kate E.; LIM, Megan S.c.; TIGGEMANN, Marika. The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. **Body Image**, [s.l.], v. 33, p. 1-6, jun. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>

TIGGEMANN, Marika; ANDERBERG, Isabella; BROWN, Zoe. #Loveyourbody: the effect of body positive instagram captions on women's body image. : The effect of body positive Instagram captions on women's body image. **Body Image**, [s.l.], v. 33, p. 129-136, jun. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.015>.

BAKER, Nicole; FERSZT, Ginette; BREINES, Juliana G.. A Qualitative Study Exploring Female College Students' Instagram Use and Body Image. **Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking**, [s.l.], v. 22, n. 4, p. 277-282, abr. 2019. Mary Ann Liebert Inc. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2018.0420>.

MACIEL, Fernanda; SILVA, Elisiane da; MOURA, Renally de Lima; OLIVEIRA, Natália de; DANTAS, Emelly; CORDEIRO, Susana; SOUZA, Guilherme de; MACIEL, Fernanda; MACEDO, Nahayanne; OLIVEIRA, Davi de. Transtornos Alimentares e suas Consequências: breve revisão. **XXI I Congresso Brasileiro de Nutrologia**, [S.L.], v. 11, p. 24-27, set. 2018. Thieme Revinter Publicações Ltda. <http://dx.doi.org/10.1055/s-0038-1675065>.

CORRÊA, Jéssica Diniz. **O FENÔMENO INSTAGRAM NA NUTRIÇÃO**. 2013. 38 f. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Faculdade de Ciências da Saúde, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013.

TURNER, Pixie G.; LEFEVRE, Carmen E.. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. **Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity**, [S.L.], v. 22, n. 2, p. 277-284, 1 mar. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>.

TAVARES, M.C.C. (2003). Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento. São Paulo: Manole..



FROIS, Erica; MOREIRA, Jacqueline; STENGEL, Márcia. Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão. **Psicologia em Estudo**, [S.L.], v. 16, n. 1, p. 71-77, mar. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1413-73722011000100009>.

SILVA, Ana Flávia de Sousa et al. CONSTRUÇÃO IMAGÉTICO-DISCURSIVA DA BELEZA CORPORAL EM MÍDIAS SOCIAIS: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. *Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde*, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 395-411, 13 jul. 2018. Universidade de Estado do Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.12957/demetra.2018.33305>.

GUEST, Ella et al. The effectiveness of interventions aiming to promote positive body image in adults: a systematic review. **Body Image**, [s.l.], v. 30, p. 10-25, set. 2019. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.04.002>

TIGGEMANN, Marika et al. NetGirls: the internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal Of Eating Disorders*, [s.l.], v. 46, n. 6, p. 630-633, 25 maio 2013. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1002/eat.22141>.

BEINTNER, Ina et al. Promoting positive body image and intuitive eating in women with overweight and obesity via an online intervention: results from a pilot feasibility study. *Eating Behaviors*, [s.l.], v. 34, p. 101307, ago. 2019. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2019.101307>.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, [S.L.], v. 30, n. 1, p. 71-81, abr. 2001. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0100-19652001000100009>.

MIZRUCHI, Mark S.. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. **Revista de Administração de Empresas**, [S.L.], v. 46, n. 3, p. 72-86, set. 2006. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-75902006000300013>.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone Guerreiro di. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, [S.L.], v. 34, n. 2, p. 93-104, ago. 2005. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0100-19652005000200010>.

MALDONADO, Gisela de Rosso. A EDUCAÇÃO FÍSICA E O ADOLESCENTE: A EDUCAÇÃO FÍSICA E O ADOLESCENTE: A IMAGEM CORPORAL E A IMAGEM CORPORAL E A ESTÉTICA DA TRANSFORMAÇÃO NA MÍDIA IMPRESSA. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 1-20, ago. 2006.

VARGAS, Eliza Garonci Alves. A influência da mídia na construção da imagem corporal. **Rev Bras Nutr Clin**, [S.L.], v. 29, n. 1, p. 73-75, 28 jan. 2014.

BEINTNER, Ina; EMMERICH, Olivia Lucia Marie; VOLLERT, Bianka; TAYLOR, C. Barr; JACOBI, Corinna. Promoting positive body image and intuitive eating in women with overweight and obesity via an online intervention: results from a pilot feasibility study. **Eating Behaviors**, [S.L.], v. 34, p. 101307, ago. 2019. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2019.101307>.