

EXPOSIÇÃO A MÍDIAS SOCIAIS E SUA RELAÇÃO COM TRANSTORNOS ALIMENTARES E INSATISFAÇÃO CORPORAL EM MULHERES

Autores: Amanda L. A. Comesanha, Pedro da Cunha Rosa.

Universidade do Vale do Paraíba/Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil,
amandaluizacomeshanaa@gmail.com, pedro.cunha@univap.br.

Resumo

As mídias sociais atuam como agentes normativos na construção da imagem corporal, reforçando ideais estéticos vinculados à magreza. A difusão desses padrões associa beleza, aceitação social e influência ao corpo magro, criando um modelo restritivo e excludente. O presente trabalho teve como objetivo identificar e analisar os impactos da exposição a mídias sociais, que resultam em insatisfação corporal, adesão a dietas restritivas e se tornando fator de risco para desenvolvimento de transtornos alimentares em mulheres. A metodologia utilizada foi revisão sistemática no banco de dados PubMed, Scielo, Examine e Chocrane e Web of science sendo que foram escolhidos artigos publicados entre 2014 e 2017, que embasam e se correlacionam ao tema. Os resultados encontrados sugerem que as mídias têm forte influência em desencadear insatisfação corporal em mulheres que se torna um fator de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares. Concluindo que isso pode gerar comportamentos alimentares problemáticos em mulheres, trazendo consequências importantes para o consumo alimentar.

Palavras-chave: Mídias sociais. Insatisfação Corporal. Dietas restritivas.

Área do Conhecimento: Nutrição.

Introdução

Vivemos em uma época de “lipofobia” como denominou Fischler (1995) e que está diretamente associada a uma “obsessão pela magreza, sua rejeição quase maníaca à obesidade” (Fischler, 1995, p.15). Além de ter um intelecto bem desenvolvido, a mulher ideal precisa ter o corpo perfeito. Sem excesso de tecido adiposo, esbelta, com seios e quadril nos tamanhos adequados e sempre magra. É assim que a mídia representa e “vende” a imagem da mulher de corpo ideal (Jacob, 2014). Além disso, Segundo Cohen (2017), assim como na mídia tradicional, as redes sociais online tendem a enfatizar aspectos relacionados à aparência física. Os usuários frequentemente compartilham fotos nas quais buscam transmitir uma imagem atraente, muitas vezes aprimorada por filtros, recursos de edição digital e poses estratégicas. Esse padrão de postagem contribui para a circulação de imagens idealizadas e pouco realistas, o que pode favorecer o surgimento ou o agravamento da insatisfação corporal (Cohen, 2017).

Thompson (1999), já havia reconhecido, dentro da psicopatologia, a influência da mídia no desenvolvimento e na manutenção de transtornos alimentares. Além disso, também propôs o modelo de influência tripartite, que propõe três fontes principais de influência: pais, colegas e mídia, que contribuem para o desenvolvimento de distúrbios da imagem corporal e da alimentação. O modelo sugere que pelo menos dois fatores medeiam a relação entre influências e distúrbios: comparação de aparência e internalização de informações da mídia. Estudos correspondentes detalharam as influências prejudiciais na satisfação corporal de jovens mulheres devido à exposição aguda a imagens idealizadas exibidas em plataformas de mídia social (Zhang, 2021).

Os transtornos alimentares (TAs) podem ser influenciados por fatores como a restrição alimentar e a insatisfação com a própria imagem, ambos frequentemente associados à exposição às mídias sociais (The university of melbourne, 2024). Essas plataformas, de acordo em tendências que exaltam padrões estéticos contribuem para aumentar a insatisfação corporal e estimular comportamentos de dieta. Entre elas, destacam-se conteúdos recentes voltados para alimentação, como o formato “*What i eat in a Day*” (O que Eu Como Em um Dia), que, quando apresentam mensagens de incentivo a dietas, podem favorecer o desenvolvimento de insatisfação corporal e intensificar práticas de restrição alimentar (The university of melbourne, 2024).

Dessa forma, o presente estudo teve como objetivo identificar e analisar os impactos da exposição a mídias sociais, que resultam em insatisfação corporal, adesão a dietas restritivas e se tornando fator de risco para desenvolvimento de transtornos alimentares em mulheres. Busca-se compreender de que forma diferentes tipos de conteúdos digitais, incluindo tendências (“trends”), ideais corporais, adoção de práticas alimentares restritivas e o surgimento de comportamentos disfuncionais relacionados à alimentação.

Metodologia

O presente trabalho caracteriza-se como revisão sistemática de caráter descritivo analítico, onde foram utilizados as bases de dados Examine, Scielo, PubMed, Cochrane e Web of Science. com os descritores: “Transtornos Alimentares”, “Mídias Sociais”, “Padrão corporal”, “Comportamento Alimentar Problemático” ou “Eating disorder”, “Padrões estéticos em mulheres” e “Insatisfação corporal”. Os critérios de inclusão foram: artigos originais, publicações em português ou inglês, estudos que abordem mulheres, adolescentes ou adultas, pesquisas que investiguem a relação entre exposição a mídias sociais e comportamentos alimentares problemáticos, transtornos alimentares e insatisfação corporal. período de seleção dos artigos foi de 2014 a 2017, sendo escolhidos apenas artigos transversais. Foram excluídos: revisões de literaturas, comentários e editoriais.

Resultados

Na tabela abaixo estão os artigos que discorrem sobre a correlação das redes sociais com o excesso de preocupação com a imagem corporal, desejo por magreza, e insatisfação corporal, que podem levar a comportamentos problemáticos que levam a transtornos alimentares como bulimia.

Tabela 1 – Resultados encontrados em estudos transversais que correlacionam as mídias sociais, insatisfação corporal e risco para transtornos alimentares.

Autor e ano	Título	Objetivo	Metodologia	Resultados
Cohen, Newton-John & Slater et al., (2017)	<i>The relationship between Facebook and Instagram activities and body image concerns in young women</i>	Identificar as características específicas dos sites de redes sociais, como Facebook e Instagram que se relacionam com preocupações de imagem corporal em mulheres jovens.	Estudo transversal; Participaram 259 mulheres australianas com idades entre 18 e 29 anos ($M = 22,97$, $DP = 3,25$) com índice de massa corporal (IMC) médio relatado de 22,45 ($DP = 3,89$).	O uso de redes sociais com o algoritmo focado em aparência, em vez do uso geral de redes sociais, estava relacionado a preocupações com a imagem corporal.
Holland & Tiggeman n et al., (2017)	<i>“Strong’s beats skinny everytime”: Fitinspiration images on Instagram and women’s body image</i>	Investigar transtornos alimentares e compulsão por exercícios em mulheres que postam a #fitinspiration no Instagram	Estudo transversal; 101 mulheres que postam imagens de inspiração fitness e 102 mulheres de um grupo comparação que postam imagens de viagens. Ambos os grupos responderam a medidas de transtornos alimentares e exercícios compulsivos	Mulheres que postaram imagens de inspiração fitness apresentaram pontuações maiores em desejo por magreza, bulimia, desejo por músculos e exercícios compulsivos.
Tiggeman n & Slater et al., 2017	<i>“Facebook and body image concern in adolescent girls: a prospective study”</i>	O objetivo do estudo foi examinar a relação ao longo do tempo entre uso de Facebook e preocupação	Estudo prospectivo; utilizou uma amostra de 438 meninas nos dois primeiros anos do ensino médio, com idades entre 13 e 15 anos, no momento 1 responderam um	O envolvimento com o facebook aumentou substancialmente ao longo de 2 anos. O número de amigos no Facebook previu prospectivamente o

A Ciência do NANO e seu impacto transformador no MACRO

		com imagem corporal em adolescentes.	questionário sobre consumo do facebook e preocupação com imagem corporal e novamente dois anos depois.	aumento observado no desejo por magreza.
Meier & Gray et al., 2014	<i>"Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls"</i>	O presente estudo examinou a relação entre a imagem corporal e a atividade de adolescentes no Facebook, com em atividades com fotos como: postar, marcar, comentar.	103 meninas do ensino fundamental e médio responderam a questionários que avaliaram uso da rede, insatisfação com o peso, desejo pela magreza, internalização do ideal de magreza e auto objetificação.	A elevada exposição à aparência, mas não necessariamente uso geral do Facebook, foi significativamente correlacionada com a insatisfação com peso, desejo pela magreza.
Hendrikse et al., 2017	<i>"Instagram and college women's body image: investigating the roles of appearance-related comparison and intrasexual competition"</i>	Buscou examinar a relação entre atividades baseadas em fotos de estudantes universitárias no Instagram, comparações relacionadas à aparência e duas variáveis de resultado: desejo por magreza e insatisfação corporal	Estudo transversal; 185 mulheres universitárias, mediram tempo de uso, engajamento, comparação de aparência, desejo por magreza e insatisfação corporal.	Maior engajamento no Instagram foi associada a maior comparação de aparência, que mediou relação com o desejo por magreza e insatisfação corporal.

Fonte: o autor.

Discussão

Conforme foi observado nos resultados, no estudo de Cohen, Newton-John & Slater *et al.*, (2017) e de Meier & Gray *et al.*, (2014), nota-se que o uso das mídias pode ser fator de risco, porém, em alguns estudos foi comprovado que não se associa apenas ao tempo de uso de mídias, mas sim, ao que se consome nela. Além disso, também foi observado, de acordo com Hendrikse *et al.*, (2017), que a alta exposição em redes sociais, também pode associar-se com a insatisfação corporal e o desejo por magreza.

Além disso, Tiggemann & Slater *et al.*, 2017, discutiram em seu trabalho sobre como o uso do facebook, além de aumentar em números após 2 anos entre jovens meninas, também foi observado o aumento na preocupação com a magreza, o que confirma que esse uso influencia de forma direta a insatisfação corporal e distúrbio de imagens em mulheres. Holland & Tiggemann *et al.*, (2017), pontuaram também outro ponto importante dentro desse contexto: mulheres que postam muito sobre o mundo "fitness" tem maior propensão de desenvolver desejo por magreza, bulimia e desejo por exercícios compulsivos, o que fortifica a ligação direta entre o mundo fitness na internet, insatisfação corporal, distúrbios de imagens, que podem levar ao desenvolvimento de transtornos alimentares.

Desse modo, a imagem corporal pode ser definida como a imagem do corpo construída em nossa mente e os sentimentos, pensamentos e ações em relação ao corpo (Slade PD, 1994). Já a insatisfação corporal é um distúrbio atitudinal, descrito como a avaliação subjetiva negativa do próprio corpo, que pode ser avaliada pela discrepância entre a insatisfação real e a idealizada. Somando-se a isso relaciona-se intimamente à idealização do "corpo ideal", que vem sendo, mais do que nunca, reforçado nas mídias sociais (Sato PM, 2010).

Com efeito, se observarmos a evolução dos padrões de beleza, desde a Vênus de Milo e os quadros de nus dos pintores do século XVI ao início do século XX, constatamos um processo de construção da imagem caquética feminina materializada nas manequins que, a partir da década de 60 até a atualidade, vêm assumindo antropometrias cada vez menores (Andrade A, 2003).

Somado a isso, sabe-se que os Transtornos Alimentares (TAs) possuem etiologia multifatorial, sendo determinados por uma variedade de fatores biológicos, genéticos, psicológicos, socioculturais e familiares. E, os padrões de beleza impostos pela mídia, o conceito atual de moda e “boa forma” exigem que as mulheres mudem excessivamente a estética corporal, influenciando diretamente em um número maior de indivíduos que adotam comportamentos de risco, optando por dietas restritivas e desequilibradas, métodos compensatórios, excesso de atividades físicas e relação inadequada com alimento e o corpo (Fernandes, M. 2006). Um estudo longitudinal desenvolvido por Attie & Brooks-Gunn (1989), indicou a insatisfação corporal como o único fator significativo, entre outros estudados, que prognosticou o desenvolvimento de futuros problemas de ordem alimentar (Kostanski M; Gullone E, 1998).

O gênero feminino, geralmente, é o mais vulnerável à aceitação das pressões sociais, econômicas e culturais associadas aos padrões estéticos e, por isso, mais suscetível aos transtornos alimentares (Andrade A, 2003). O ideal de corpo perfeito preconizado pela nossa sociedade e veiculado pela mídia leva as mulheres, sobretudo na faixa adolescente, a uma insatisfação crônica com seus corpos, ora se odiando por alguns quilos a mais, ora adotando dietas altamente restritivas e exercícios físicos extenuantes como forma de compensar as calorias ingeridas a mais, na tentativa de corresponder ao modelo cultural vigente (Kutscka, 1993).

O avanço da tecnologia da beleza, através do apelo midiático-imagético, o qual modela subjetividades e impulsiona o lucrativo mercado da indústria da magreza, coopta o simbólico feminino em suas necessidades básicas, seduzindo-o para o alcance do corpo perfeito. Para tanto, publiciza, via fascinação, modelos de beleza que tendem a ocupar o limite extremo dessa busca obsessiva, desfigurando, assim, a tênue linha divisória entre o saudável cuidado com o corpo e o sutil movimento de instalação de doenças (Andrade A, 2003).

A teoria da objetificação (Fredrickson & Roberts, 1997), explica melhor a relação entre o desejo de alcançar o corpo perfeito, as mídias sociais, e o desenvolvimento de transtornos alimentares. Ela discorre que as sociedades ocidentais, o corpo feminino é socialmente construído como um objeto a ser observado e avaliado, principalmente com base na aparência. Um exemplo é a representação sexualizada de mulheres na mídia visual (tanto na mídia convencional quanto na pornografia). A difusão e a ocorrência repetida de tal objetificação sexual levam mulheres e meninas a se tornarem aculturadas para internalizar a perspectiva de um observador sobre seus próprios corpos. Ou seja, elas passam a se perceber como um objeto a ser observado e avaliado com base em sua aparência, um processo denominado “autoobjetificação” (Fredrickson & Roberts, 1997). Fredrickson e Roberts (1997) alertam que essa vigilância corporal leva ao aumento da vergonha e da ansiedade com relação ao corpo, o que pode contribuir para uma série de transtornos mentais e alimentares.

No contexto cultural atual, a baixa auto-estima e a insatisfação com a imagem corporal são fatores de risco para transtornos alimentares, levando a um julgamento de si indevidamente baseado na forma física, cuja avaliação se encontra comprometida por uma distorção cognitiva da percepção da auto-imagem, debilitada por práticas inadequadas de controle de peso e comportamentos alimentares anormais (Fairburn *et al.*, 1997; Fairburn *et al.*, 1999). Esses quadros constituem, hoje, uma “epidemia silenciosa” (Bosi, 1998).

Conclusão

Sendo assim, o uso de mídias sociais pode ser considerado um fator de risco para iniciar quadros de insatisfação corporal que, por sua vez, levam ao desenvolvimento de transtornos alimentares, sendo as mulheres, as mais vulneráveis. As evidências reforçam o perigo que envolve o consumo de conteúdos digitais que envolvam o corpo, o “mundo *fitness*” e a exposição corporal excessiva. Portanto, são necessários mais estudos que envolvam não somente entender o motivo que isso acontece com as mulheres, e o que leva esse comportamento alimentar problemático tão enraizado, mas também formas de romper com esse ciclo tão desafiador, mas que influencia diretamente o consumo alimentar, principalmente por essas mulheres muitas vezes adotarem dietas hipocalóricas, podendo trazer graves consequências físico-metabólicas.

Referências

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, 2003.

ATTIE, I.; BROOKS-GUNN, J. Development of eating problems in adolescent girls: a longitudinal study. **Developmental Psychology**, v. 25, p. 70-79, 1989.

BOSI, M. L. M. Transtornos do comportamento alimentar: uma questão para a Saúde Pública? **Rio de Janeiro: Nesc/UFRJ, 1998**. Mimeografado.

COHEN, R.; NEWTON-JOHN, T.; SLATER, A. A relação entre atividades focadas na aparência no Facebook e no Instagram e preocupações com a imagem corporal em mulheres jovens. **Body Image**, v. 23, p. 183-187, 2017. DOI: 10.1016/j.bodyim.2017.10.002.

FAIRBURN, C. G.; WELCH, S. L.; DOLL, H. A.; DAVIES, B. A.; O'CONNOR, M. E. Risk factors for bulimia nervosa. **Archives of General Psychiatry**, Oxford, v. 54, p. 509, 1997.

FAIRBURN, C. G.; ZAFRA, C.; BONECA, H. A.; WELCH, S. L. Risk factors for anorexia nervosa: three integrated case-control comparisons. **Archives of General Psychiatry**, Oxford, v. 56, p. 468, 1999.

FERNANDES, M. H. Transtornos alimentares. **São Paulo: Casa do Psicólogo**, 2006.

FISCHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, D. B. (org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: **Estação Liberdade**, 1995. p. 69-80.

FREDRICKSON, B. L.; ROBERTS, T. A. Teoria da objetificação: rumo à compreensão das experiências vividas pelas mulheres e dos riscos à saúde mental. **Psychology of Women Quarterly**, v. 21, n. 2, p. 173-206, 1997.

HENDRICKSE, J. et al. Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. **Computers in Human Behavior**, v. 74, p. 92-100, 2017.

HOLLAND, G.; TIGGEMANN, M. "Ser forte sempre vence ser magro": transtornos alimentares e exercícios compulsivos em mulheres que postam inspiração no Instagram. **International Journal of Eating Disorders**, v. 50, n. 1, p. 76-79, 2017.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare – Dossiê Feminismo**, v. 14, n. 1, 2014.

KOSTANSKI, M.; GULLONE, E. Adolescent body image dissatisfaction: relation with self-esteem, anxiety, and depression controlling body mass. **Journal of Child Psychology and Psychiatry**, v. 39, n. 2, p. 255-262, 1998.

KUTSCKA, H. J. O consumo do belo. In: CORDÁS, T. A. Fome de cão. Quando o medo de ficar gordo vira doença: anorexia, bulimia e obesidade. **São Paulo: Maltese**, 1993. p. 103-110.

MEIER, E. P.; GRAY, J. Atividade fotográfica no Facebook associada a distúrbios da imagem corporal em adolescentes. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 17, n. 4, p. 199-206, 2014.

SATO, P. M.; TIMERMAN, F.; FABBRI, A. D.; SCAGLIUSI, F. B.; KOTAIT, M. S. A imagem corporal nos transtornos alimentares: como o terapeuta nutricional pode contribuir para o tratamento.

In: ALVARENGA, M. S.; SCAGLIUSI, F. B.; PHILIPPI, S. T. (org.). **Nutrição e transtornos alimentares: avaliação e tratamento**. 1. ed. São Paulo: Manole, 2010. p. 475-497.

SLADE, P. D. What is body image? **Behaviour Research and Therapy**, v. 32, n. 5, p. 497-502, 1994.

THE UNIVERSITY OF MELBOURNE. **Social networks and eating behaviours**. Melbourne: University of Melbourne, 2024. Disponível em: <<https://psychologicalsciences.unimelb.edu.au/research/research-experience-program/summary-reports/s2-2024/social-networks-and-eating-behaviours>>. Acesso em: 14 ago. 2025.

THOMPSON, J. K.; COOVERT, M. D.; STORMER, S. M. Body image, social comparison, and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation. **International Journal of Eating Disorders**, v. 26, n. 1, p. 43-51, 1999.

TIGGEMANN, M.; SLATER, A. Facebook e preocupação com a imagem corporal em adolescentes: um estudo prospectivo. **International Journal of Eating Disorders**, v. 50, n. 1, p. 80-83, 2017.

TIGGEMANN, M.; ZACCARDO, M. "Exercite-se para ficar em forma, não para ficar magro": o efeito da imagem da inspiração física na imagem corporal das mulheres. **Body Image**, v. 15, p. 61-67, 2015.

ZHANG, X. et al. Does influencers popularity actually matter? An experimental investigation of the effect of influencers on body satisfaction and mood among young Chinese females: the case of RED (Xiaohongshu). **Frontiers in Psychology**, v. 12, p. 756010, 2021.