

## 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 Nascimento<sup>1</sup>, Maria Clara Oliveira da Silva Haertel<sup>1</sup>, Myllene Espilma Pires<sup>1</sup>  
Larissa Amaral de Matos<sup>2</sup>, Alessandra Doumid Borges Pretto<sup>3</sup>

### RESUMO

**Introdução e Objetivo:** A frequente utilização das redes sociais gera problemas em diversos aspectos, tanto psicológicos como comportamentais. As mídias influenciam tanto no comportamento alimentar como no risco de desenvolvimento de transtornos alimentares (TA). Este estudo objetivou verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar e no risco de transtornos alimentares em universitários de uma universidade em Pelotas-RS. **Materiais e Métodos:** Trata-se de um estudo observacional do tipo transversal descritivo, realizado com 200 estudantes universitários. Para coleta de dados foi aplicado um questionário idealizado pelas pesquisadoras contendo questões para verificar: perfil da amostra, influência da mídia no comportamento alimentar, presença de vício em internet e o tempo de exposição às mídias sociais. Foram utilizados instrumentos padronizados e validados como o Eating Attitudes Test (EAT-26) para a prevalência de TA, a Escala de Autoestima de Rosenberg para a verificação de baixa autoestima e a Escala de Silhueta para a prevalência de insatisfação corporal. Os dados coletados foram analisados no software estatístico JAMOVI 2.4 e por meio do teste qui-quadrado de Pearson. **Discussão:** As mídias sociais podem influenciar no comportamento alimentar e no risco de TA em universitários. **Resultados:** Cerca de 65% consideraram ter vício em internet, metade da amostra relatou um tempo de exposição de 6 a 9 horas nas redes sociais. Quanto ao uso de estratégias para alcançar o corpo ideal, 67,5% relataram nunca ter utilizado e 39% declararam estar satisfeitos com a sua imagem corporal. **Conclusão:** Os resultados encontrados sugerem que as mídias sociais podem influenciar o comportamento alimentar e corroboram para a incidência de TA.

**Palavras-chave:** Comportamento alimentar. Imagem corporal. Estudantes.

### ABSTRACT

The influence of social media on eating behavior and the risk of eating disorders in university students in Pelotas-RS

**Introduction and Objective:** The frequent use of social networks generates problems in various aspects, both psychological and behavioral. Social media influences both eating behavior and the risk of developing eating disorders (ED). This study aimed to verify the influence of social media on eating behavior and the risk of eating disorders in university students at a university in Pelotas-RS. **Materials and Methods:** This was a descriptive cross-sectional observational study carried out with 200 university students. For data collection, a questionnaire designed by the researchers was applied, containing questions to verify: the profile of the sample, the influence of the media on eating behavior, the presence of internet addiction and the length of exposure to social media. Standardized and validated instruments were used, such as the Eating Attitudes Test (EAT-26) for the prevalence of ED, the Rosenberg Self-Esteem Scale for checking low self-esteem and the Silhouette Scale for the prevalence of body dissatisfaction. The data collected was analyzed using JAMOVI 2.4 statistical software and Pearson's Chi-square test. **Discussion:** Social media can influence eating behavior and the risk of ED in university students. **Results:** Around 65% considered themselves to have an internet addiction, half of the sample reported an exposure time of between 6 and 9 hours on social networks. Regarding the use of strategies to achieve the ideal body, 67.5% reported never having used them and 39% said they were satisfied with their body image. **Conclusion:** The results suggest that social media can influence eating behavior and corroborate the incidence of ED.

**Key words:** Eating behavior. Body image. Students.

## INTRODUÇÃO

A influência do ambiente sobre o comportamento alimentar dos indivíduos, está intimamente relacionado com as ações e escolhas, impondo padrões nem sempre alcançáveis. Essa pressão é mais acentuada em mulheres, devido às expectativas sociais de um corpo perfeito (Lima e colaboradores, 2022).

Com o advento da promoção da magreza e a busca pelo corpo perfeito, intensificados nas últimas décadas, pode-se observar uma maior insatisfação com a imagem corporal, principalmente por mulheres que possuem aversão a sua aparência e buscam encaixar-se em padrões socialmente aceitos (Pasquali e colaboradores, 2022).

O uso frequente de redes sociais acaba gerando problemas em diversos aspectos, tanto psicológicos, desencadeados pela frustração de não estar em padrões pré-estabelecidos e de não ser aceito por isto, quanto comportamentais, que contribuem para um maior risco de desenvolvimento de transtornos alimentares (TA), tais como a anorexia e bulimia, que geram inúmeras consequências a saúde e bem-estar do indivíduo (Fontenele e colaboradores, 2019).

O modelo biopsicossocial preconiza que a utilização das mídias é um fator determinante na difusão de ideais de corpo cultuado frequentemente, podendo levar a dois resultados, sendo eles: a restrição alimentar e a insatisfação corporal, fatores estes considerados de risco para o surgimento de TA, e considerados preditores de comportamentos alimentares disfuncionais (Assis, Guedine, Carvalho, 2020).

O uso das mídias sociais também está relacionado com baixa autoestima, sintomas depressivos, tendência de autocomparação, restrição alimentar, insatisfação corporal e distorção de imagem (Sousa, Franzoi, Morais, 2022).

Muitas mudanças comportamentais ocorrem, a fim de sentirem-se pertencentes ao meio social (Copetti, Quiroga, 2018).

Portanto, é evidente o aumento crescente de taxas de TA, além dos índices de insatisfação corporal em detrimento dos padrões de beleza vigentes (Prado, Adami, Bertani, 2022).

Os estudantes universitários estão mais propensos ao risco de surgimento de padrões alimentares inadequados e risco de

transtorno dismórfico corporal, devido às transformações biológicas e psicológicas ocasionadas pelo novo ciclo social, pela pressão imposta, autonomia e pela introdução no meio acadêmico, ocasionando em uma nova conduta alimentar restrita e totalmente voltada para a preocupação com o corpo e estética (Santos e colaboradores 2021).

Desse modo, reconhecendo-se o impacto negativo que as mídias sociais podem causar na imagem corporal e no comportamento alimentar de universitários que fazem o uso frequente das redes sociais. Com isso, o presente estudo objetivou verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar e no risco de transtornos alimentares em universitários de uma universidade em Pelotas-RS.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo transversal descritivo, realizado com estudantes universitários da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), no município de Pelotas, Rio Grande do Sul. Para os critérios de inclusão definiram-se: adultos ( $\geq 18$  anos), de ambos os sexos, regularmente matriculados nos cursos da UFPel e como critérios de exclusão: adolescentes e aqueles que não aceitaram participar da pesquisa.

A pesquisa foi aplicada de 17 a 31 de julho de 2023 por alunos do curso de Nutrição de forma voluntária, foram previamente treinados para as coletas e estes aplicaram um questionário contendo questões idealizadas pelas pesquisadoras para verificar o perfil da amostra (sexo, idade, renda familiar, curso da graduação), influência da mídia no comportamento alimentar, presença de vício em internet e o tempo de exposição às mídias sociais.

Foram utilizados instrumentos padronizados e validados como o Eating Attitudes Test (EAT-26) para a prevalência de TA, a Escala de Autoestima de Rosenberg para a verificação de baixa autoestima e a Escala de Silhueta para a prevalência de insatisfação corporal.

Foram entrevistados alunos da graduação que estivessem nas áreas de lazer dos campi da universidade e que possuíssem disponibilidade para o preenchimento dos questionários que continham questões fechadas e elaboradas exclusivamente para o presente estudo. Após o consentimento e a

confirmação dos critérios de inclusão, foram entregues o TCLE e o questionário autoaplicável.

A prevalência de TA foi verificada pelo questionário Eating Attitudes Test (EAT-26), que é um questionário composto por 26 questões apresentadas na forma de escala Likert de pontos (sempre = 3; muitas vezes = 2; frequentemente = 1; poucas vezes, quase nunca e nunca = 0). Para o escore, é realizado um cálculo a partir da soma das respostas de cada item, com uma variação de 0 a 78 pontos, tendo em vista que quanto maior o escore, maior será o risco de surgimento de TA (Fortes e colaboradores, 2016).

A escala de silhuetas é largamente utilizada para avaliação da imagem corporal. As imagens que compõem as escalas variam de um sujeito muito magro a um sujeito obeso. O participante deve escolher entre as figuras, aquela que melhor o representa (silhueta atual) e por aquela que gostaria de se parecer, silhueta desejada (Côrtes e colaboradores, 2013).

E a escala de Autoestima de Rosenberg leva em consideração a autoestima como uma autoavaliação pessoal, implicando em um sentimento de valor, evidente em atitudes de aprovação e desaprovação sobre si mesmo. A partir disso, o questionário constitui 10 questões referentes ao respeito e aceitação própria. A soma das respostas ocasionará o escore da escala, onde a pontuação total terá variação de 10 a 40, sendo que a obtenção de

uma pontuação alta resulta em autoestima elevada (Viscardi, Correia, 2017).

Após a entrega do questionário preenchido totalmente, o participante recebeu um folder com dicas de alimentação retiradas do Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014) contendo 10 passos para uma alimentação saudável e equilibrada. Os dados coletados foram transferidos para um banco de dados no programa Excel® e posteriormente foram exportados e analisados no software estatístico JAMOVI 2.4, com nível de significância estatística de  $\alpha = 0,05$ . Para a descrição das variáveis categóricas, foram utilizados número absoluto e a frequência relativa, e para as variáveis numéricas foram utilizadas, média e desvio padrão. A análise estatística também se deu por meio do teste qui-quadrado de Pearson.

O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFPel (CAAE: 69656523.8.0000.5316).

## RESULTADOS

A amostra foi constituída por 200 universitários, com idade mínima de 18 e máxima de 41 anos e média de 22,1 anos  $\pm$  3.42 (DP), que variou entre 21 e 22 anos, sendo a maioria do sexo feminino (68%), com renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos (49,5%) e composta por alunos das ciências da saúde (72%) segundo descrito na Tabela 1.

**Tabela 1-** Características da amostra dos estudantes universitários Pelotas-RS, 2023. (n= 200).

Variáveis	n	%
Sexo		
Feminino	136	68,0
Masculino	64	32,0
Renda Familiar		
1 a 3 salários-mínimos	99	49,5
+3 a 6 salários-mínimos	56	28,0
+6 a 10 salários-mínimos	19	9,5
Acima de dez salários-mínimos	14	7,0
Não sabe/não quis referir		
Curso	12	6,0
Ciências agrárias	11	5,5
Ciências exatas	8	4,0
Ciências da Saúde	144	72,0
Ciências Sociais	13	6,5
Ciências Humanas	6	3,0
Engenharias	8	4,0
Linguística, letras e artes	10	5,0

\* teste qui-quadrado

**Tabela 2** - Relação das mídias sociais com comportamento alimentar e imagem corporal de estudantes universitário, Pelotas-RS, 2023. (n=200).

Variáveis	n	%
Você tem vício em internet?		
Sim	131	65,5
Não	69	34,5
Aplicativo mais utilizado:		
Instagram	114	57,0
Facebook	3	1,5
Whatsapp	32	16,0
Twitter	18	9,0
Youtube	17	8,5
Outro	16	8,0
Tempo de exposição nas redes sociais:		
De 0 a 5 horas	60	30,0
De 6 a 9 horas	100	50,0
De 10 a 12 horas	27	13,5
Mais de 12 horas	13	6,5
Costuma seguir dicas de alimentação dadas por perfis nas redes sociais?		
Nunca	31	15,5
Raramente	67	33,5
Às vezes	83	41,5
Muitas vezes	17	8,5
Sempre	2	1,0
Interação com perfis de emagrecimento:		
Nunca	62	31,0
Raramente	51	25,5
Às vezes	56	28,0
Muitas vezes	22	11,0
Sempre	9	4,5
Abalo emocional após acessar perfil com corpo dito como ideal		
Nunca	64	32,0
Raramente	39	19,5
Às vezes	56	28,0
Muitas vezes	26	13,0
Sempre	15	7,5
Esta atitude altera o seu comportamento alimentar?		
Nunca	86	43,0
Raramente	48	24,0
Às vezes	48	24,0
Muitas vezes	13	6,5
Sempre	5	2,5
Isto faz com que você faça uso de estratégias para alcançar o corpo dito ideal?		
Nunca	135	67,5
Raramente	35	17,5
Às vezes	17	8,5
Muitas vezes	11	5,5
Sempre	2	1,0
Satisfação com a imagem corporal:		
Sim, sempre	78	39,0
Não, nunca	59	29,5
As vezes	63	31,5

\*teste qui-quadrado.

Da amostra 65,5% consideraram ter vício em internet e o aplicativo mais utilizado foi o Instagram (57%), sendo que o tempo de exposição nas redes foi de 6 a 9 horas por dia (50%). Quanto à interação com perfis relacionados a conteúdos direcionados ao emagrecimento, a maioria referiu nunca interagir (31%), 32% referiram nunca ter tido o seu emocional abalado e 43% relataram nunca ter alterado o seu comportamento alimentar pela exposição a estes perfis. Já quanto ao uso de estratégias para alcançar o corpo ideal,

67,5% relataram nunca ter utilizado e 39% declararam estar satisfeitos com a sua imagem corporal (Tabela 2).

Quanto ao teste de atitudes alimentares (EAT-26), foi observada uma diferença significativa ao transtorno alimentar e o sexo. Mulheres apresentam uma prevalência maior de transtorno alimentar do que os homens. O sexo feminino tem uma prevalência 17,5% de risco de transtorno alimentar quando comparado com o sexo masculino ( $p=0,001$ ) (Quadro 1).

**Quadro 1** - Associação do teste de atitudes alimentares de acordo com o sexo de estudantes universitários, Pelotas-RS, 2023. (n=200).

Variáveis		n	%
<b>Sexo</b>			
Feminino	Risco	28	20,6%
	Sem Risco	108	79,4%
Masculino	Risco	2	3,1%
	Sem risco	62	96,9%

\*teste qui-quadrado

**Quadro 2** - Associação da autoestima com o sexo, renda familiar e comportamento alimentar de estudantes universitários, Pelotas-RS, 2023. (n=200). \*teste qui-quadrado.

Variáveis		n	%
<b>Sexo</b>			
Feminino	Boa autoestima	99	72,8%
	Baixa autoestima	37	27,2%
Masculino	Boa autoestima	59	92,2%
	Baixa autoestima	5	7,8%
<b>Renda</b>			
1 a 3	Boa autoestima	77	38,5%
	Baixa autoestima	22	11%
+3 a 6	Boa autoestima	44	22%
	Baixa autoestima	12	6%
+6 a 10	Boa autoestima	15	7,5%
	Baixa autoestima	4	2%
Acima de 10	Boa autoestima	14	7%
	Baixa autoestima	0	0
Não sabe	Boa autoestima	8	4%
	Baixa autoestima	4	2%
<b>Comportamento</b>			
Nunca	Boa autoestima	75	87,2%
	Baixa autoestima	11	12,8%
Raramente	Boa autoestima	42	87,5%
	Baixa autoestima	6	12,5%
Às vezes	Boa autoestima	32	66,7%
	Baixa autoestima	10	33,3%
Muitas vezes	Boa autoestima	9	69,2%
	Baixa autoestima	4	30,8%
Sempre	Boa autoestima	0	0%
	Baixa autoestima	5	100%

A Escala de Autoestima de Rosenberg constatou que há uma diferença significativa em relação a boa autoestima e sexo. A prevalência de boa autoestima é maior entre as mulheres do que entre os homens. O sexo feminino tem uma prevalência 19,4% de baixa autoestima quando comparado com o sexo masculino. Já em relação à boa autoestima e a renda. Pessoas de baixa renda apresentam melhor autoestima.

E quanto à relação entre boa autoestima e a mudança de comportamento relacionado às mídias sociais, houve uma diferença significativa. A prevalência de boa autoestima aumenta conforme evita alterar o seu comportamento devido à exposição das

mídias sociais. Os indivíduos que sempre mudam o comportamento têm uma prevalência 87,8% de baixa autoestima quando comparado com quem nunca muda. (Quadro 2).

Na escala de silhuetas, foi observado que há diferença significativa com relação ao sexo e satisfação corporal. Mulheres apresentam uma prevalência maior de insatisfação corporal pelo excesso de peso do que os homens. A variável sexo feminino tem uma prevalência 25,9% de insatisfação pelo excesso de peso quando comparado com o sexo masculino. Enquanto o sexo masculino apresenta uma prevalência de insatisfação pela magreza do que o sexo feminino. ( $p= 0,001$ ) (Tabela 5).

**Quadro 3** - Nível de insatisfação corporal entre os universitários dos sexos feminino e masculino, Pelotas-RS, 2023. (n=200).

Variáveis		n	%
Sexo			
Feminino	Insatisfação pelo excesso de peso	82	60,3%
	Insatisfação pela magreza	21	15,4%
	Satisfeito	33	24,3%
Masculino	Insatisfação pelo excesso de peso	22	34,4%
	Insatisfação pela magreza	25	39,1%
	Satisfeito	17	26,6%

\*teste qui-quadrado

## DISCUSSÃO

As frequentes pressões impostas pela sociedade reforçadas diariamente pelas mídias sociais acabam impactando negativamente na percepção corporal e escolhas alimentares, sendo essa problemática mais acentuada em jovens (Passos e colaboradores, 2023).

No presente estudo, a média de idade foi de 22,1 anos, resultado semelhante ao encontrado no estudo de Oliveira e colaboradores (2019) onde a idade variou entre 18 a 24 anos.

Adultos jovens são mais propensos a desenvolverem TA, visto que esses comportamentos podem advir da adolescência, fase em que há maior suscetibilidade a mudanças físicas, biológicas e psicossociais (Ainett e colaboradores, 2017).

Além disso, jovens estão mais expostos a influências impostas pelas mídias sociais pelo anseio de um corpo ideal.

Em nosso estudo foi observado uma prevalência de estudantes da área da saúde (72%), este resultado deve-se ao fato de que a coleta ocorreu em campus onde há maior

ocorrência de estudantes da área da saúde em comparação com os demais campus.

Entretanto, um resultado divergente foi encontrado por Tavares (2021), onde a maioria da amostra avaliada era composta por estudantes das ciências exatas (42,4%)

Em relação ao sexo, a maioria da amostra foi composta de mulheres (68%), tal resultado corrobora com o achado de Santos e colaboradores (2021), onde (72,9%) da amostra também eram mulheres. A pressão estética sobre o sexo feminino se faz presente desde a época renascentista até os dias atuais, e apesar do padrão de beleza ter sofrido mudanças ao longo das décadas, foi idealizado um corpo perfeito e este desejo contribui para o crescimento dos índices de insatisfação corporal já que o padrão corporal imposto é de difícil alcance (Benton e Karazsia, 2015).

Quanto à renda familiar, foi observado que aqueles com renda de um a três salários-mínimos (49,5%), demonstraram maior propensão ao risco de comportamentos alimentares irregulares.

No estudo de Vieira e colaboradores (2023), também foi encontrado uma maior

prevalência em estudantes com renda familiar entre dois e quatro salários-mínimos (27,6%).

Há poucos estudos que avaliam a classe social como preditor etiológico para comportamentos de TA, principalmente em universitários, sendo os poucos estudos existentes controversos, visto que autores afirmam que comportamentos alimentares inadequados visando a busca de um corpo ideal estão atrelados àqueles que possuem uma renda familiar superior (Mitchison e colaboradores, 2014) e outros afirmam que esse comportamento está ligado a uma classe social mais baixa (Lira e colaboradores, 2017).

A alteração no comportamento alimentar possui diversos fatores motivadores, como a influência de amigos, familiares, sentimento e insatisfação corporal, sendo esse, um sintoma recorrente entre os indivíduos que apresentam ou são favoráveis a presença de algum tipo de TA, e é caracterizado como um sentimento negativo acerca da estrutura, forma e peso corporal (Moraes e colaboradores, 2017). E a mídia constitui o maior motivador para alterações no comportamento alimentar (Lira e colaboradores, 2017).

O vício em internet caracteriza-se como uma dependência comportamental e há uma relação entre o vício em internet com transtornos psiquiátricos, especialmente transtornos afetivos, como depressão, ansiedade, déficit de atenção e hiperatividade (Gasque, 2016).

Usuários que estão ininterruptamente conectados estão mais vulneráveis a perfis que cultuam um padrão de beleza ideal, corroborando para uma maior insatisfação corporal e um comer transtornado.

A maioria da amostra (65,5%) considerou possuir vício em internet, dado preocupante, visto que o uso acentuado e a falta de autocontrole nas redes pode contribuir para o surgimento de problemas emocionais, relacionais, alteração de rotina do indivíduo, distúrbios na autopercepção, narcisismo, privação de sono entre outros problemas de saúde (Kose, Doğan, 2018).

O aplicativo mais utilizado foi o Instagram (57%), resultado semelhante aos achados de Costa e colaboradores (2019), onde a maioria da amostra (64,6%) também relatou utilizar com maior frequência este aplicativo. Houve um crescimento significativo no uso de redes sociais nos últimos tempos, e entre esses meios de comunicação (Wegmann e colaboradores 2017).

Valente e colaboradores (2022) relacionaram o Instagram como motivador para TA, visto que a plataforma é utilizada para a disseminação de conteúdos que incentivam a padronização da beleza através da propagação de postagens contendo corpos definidos como “corpos perfeitos”. Um estudo conduzido por Alfonso-Fuertes e colaboradores mostrou que pessoas que utilizavam o Instagram por mais de uma hora ao dia, apresentaram maiores índices de insatisfação corporal e baixa autoestima.

Quanto ao tempo de exposição nas redes sociais, metade desta amostra (50%) relatou utilizar de seis a nove por dia. O tempo de exposição e o uso das redes sociais possuem relação diretamente proporcional ao desenvolvimento de distúrbios de imagem e de TA (Holland e colaboradores, 2016).

A autoimagem corporal é construída ao longo da vida e a ampla exposição aos conteúdos midiáticos que divulgam um corpo magro e um estilo de vida insustentável é um fator que contribui para a distorção da imagem e para o desenvolvimento de TA (Gomes e colaboradores, 2021).

Quando questionado aos estudantes se costumavam seguir dicas de alimentação dadas por perfis nas redes sociais, (41,5%) da amostra respondeu seguir ocasionalmente.

Assis, Guedine, Carvalho (2020), verificaram que (52,7%) da amostra possui o hábito de acompanhar dicas alimentares dadas por perfis nas redes sociais, (35,82%) relataram consumir alimentos que foram sugeridos pelas mídias sociais a fim de emagrecimento e (32,34%) sentiram-se motivados a seguir dietas sem acompanhamento nutricional ao se deparar com corpos descritos como padrões.

Dessa forma, o usuário fica condicionado a um comportamento alimentar desordenado acreditando ser normal (Turner e Lefevre, 2017).

Polesso e Machado (2022) afirmam que a adesão a essa prática está relacionada com a adoção de dietas restritivas e inconstantes, objetivando o emagrecimento, e que estão relacionadas ao desenvolvimento de TA.

Pela facilidade de interação que as redes sociais oferecem, idealiza-se uma falsa sensação de intimidade com o público, fazendo com quem está do outro lado da tela passe a ser influenciado (Santos, Silva, Santos, 2016). Entretanto, no presente estudo, quando

questionado acerca da interação com perfis de emagrecimento, (31%) referiu nunca interagir.

Para Souza e Alvarenga (2016), a mídia é considerada um dos principais fatores de risco para insatisfação corporal, capaz de gerar frustração, culpa, baixa autoestima e risco para desenvolvimento e intensificação de TA aos indivíduos expostos a elas. Existe uma validação social criada que aponta que o emagrecimento está relacionado com o bem-estar social e emocional e está validação se faz presente na sociedade, tornando a magreza um padrão estético dominante e fator responsável pelo desenvolvimento de TA (Polessio e Machado, 2022).

Entretanto, no presente estudo, os estudantes relataram não se abalar emocionalmente ao acessar perfis que exibam corpos ditos como ideais.

Em relação ao comportamento alimentar, a maioria dos participantes em nosso estudo relatou não alterar o seu comportamento ao se deparar com perfis que apresentam conteúdo estético e alimentar.

Rousefell e colaboradores (2019) afirmam que uma imagem corporal negativa motivada pela exposição às mídias sociais resulta em comportamentos alimentares transtornados com consequências a longo prazo.

Ao questionar sobre o uso de estratégias para alcançar o corpo dito como perfeito, (67,5%) dos estudantes referiu nunca utilizar estratégias. A busca excessiva pela perda de peso pode levar ao uso de estratégias de controle de peso, como vômitos induzidos, uso de laxantes e restrição alimentar.

Quanto à insatisfação corporal entre os universitários do presente estudo, cerca de 30% da amostra declarou nunca estar satisfeita com a própria imagem corporal. A insatisfação corporal se mostrou superior em mulheres e há associação positiva entre o uso das mídias sociais e a insatisfação da imagem corporal (Santos e colaboradores, 2023).

Durante a avaliação da presença de TA, notou-se uma diferença significativa ao transtorno alimentar e o sexo. Mulheres apresentaram uma maior prevalência de TA do que homens. Resultados semelhantes ao encontrado por Cruz, Campos, Maynard (2021) e Alvarenga e colaboradores (2011). Quanto à escala de autoestima de Rosenberg, a maioria da amostra total (79%) declarou possuir uma boa autoestima. Em nosso estudo pudemos constatar que a prevalência de boa autoestima

é maior entre as mulheres do que entre os homens.

Por fim, a escala de silhueta mostrou que há diferença significativa com relação ao sexo e satisfação corporal. Mulheres apresentam uma maior prevalência de insatisfação corporal pelo excesso de peso do que os homens.

É recorrente a adoção de práticas alimentares e de redução de peso corporal descabida pelo sexo feminino, quando descontentes com sua imagem corporal. Essa insatisfação se dá pelo desejo em perder peso e a distorção da imagem corporal, e que constituem também, importante sintoma de TA (Yurdagui e colaboradores, 2021). Como limitações do estudo podem ser apontadas erros de informação fornecidos pelo entrevistado ao se tratar de questões de cunho pessoal.

## CONCLUSÃO

Os resultados encontrados neste estudo sugerem que as mídias sociais podem influenciar o comportamento alimentar e corroboram para a incidência de TA.

Faz-se necessário dar continuidade a elaboração de novos estudos acerca da temática a fim de esclarecer como as mídias sociais corroboram para a manifestação de insatisfação corporal e comportamento alimentar inadequado e o motivo pelo qual esse problema está diretamente relacionado aos padrões estéticos vigentes.

## REFERÊNCIAS

- 1-Ainett, W.O.; Costa, V.V.L.; Sá, N.N.B. Fatores associados à insatisfação com a imagem corporal em estudantes de Nutrição. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. São Paulo. Vol. 11. Núm. 62. 2017. p. 75-85.
- 2-Assis, L.C.; Guedine, C.R.C.; Carvalho, P.H.B. Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. *Jornal brasileiro de psiquiatria*. Vol. 69. Núm. 4. 2020. p. 220-227.
- 3-Benton, C.; Karazsia, B.T. The effect of thin and muscular images on women's body satisfaction. *Body image*. Vol. 13. 2015. p. 22-27.

4-Brasil. Ministério da saúde. Secretaria de Atenção à saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira. Departamento de Atenção Básica. Núm. 2. Brasília. 2014.

5-Copetti, A.V.S.; Quiroga, C.V.A. influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. Revista de Psicologia da IMED. Vol. 10. Núm. 2. 2018. p. 161-177.

6-Côrtes, M.G.; Meireles, A.L.; Friche, A.A.L.; Caiaffa, W.T.; Xavier, C.C. O uso de escalas de silhuetas na avaliação da satisfação corporal de adolescentes: revisão sistemática da literatura. Cadernos de saúde pública. Vol. 29. Núm. 3. 2013. p. 427-444.

7-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. Braz J Hea Rev. Vol. 2. Núm. 6. 2019. p.5898-5914.

8-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: Impact of eating disorders in adolescence: an integrative review on anorexia nervosa. Revista Enfermagem Atual In Derme. Vol. 87. Núm. 25. 2019.

9-Fortes, L.S.; Amaral, A.C.S.; Almeida, S. De S.; Conti, M.A.; Ferreira, M.E. Qualidades Psicométricas do Eating Attitudes Test (EAT-26) para Adolescentes Brasileiros do Sexo Masculino. Psicologia, Teoria e Pesquisa. Vol. 32. Núm. 3. 2016.

10-Gasque, K.C.G.D. Internet, mídias sociais e as unidades de informação: foco no ensino-aprendizagem. Brazilian Journal of Information Science: research trends. Vol. 10. Núm. 2. 2016. p.14-20.

11-Gomes, G.S.C.R.; Paula, N.S.; Castro, S.M.G.; Souza, A.M.; Souza, H.L.S.; Martins, A.L 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. Vol. 10. Núm.16. 2021. p. e191101623277.

12-Holland, G.; Tiggemann, M.A. Systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. Body Image. Vol. 17. 2016. p.100-110.

13-Kose, Ö.B.; Doğan, A. The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students. Addicta Turk. J. Addict. Vol. 4. Núm. 6. 2018. p. 175-190.

14-Lima, M.; Coelho, B.; Luciano, T.F.; Viana, V.M. Mídias sociais e a mudança no comportamento alimentar de adolescentes. Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento. São Paulo. Vol. 16. Núm. 103. 2022. p. 771-789.

15-Lira, A.G.; Ganen, A.P.; Lodi, A.S.; Alvarenga, M.S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. J Bras Psiquiatr. Vol. 66. Núm. 3. 2017 p. 164-171.

16-Mitchison, D.; Hay, P.; Slewa-Younan, S; Mond, J. The changing demographic profile of eating disorder behaviors in the community. BMC Public Health. Vol. 14. Núm. 1. 2014. p. 943. 2014.

17-Moraes, J.M.M.; Oliveira, A.C.; Nunes, P.P.; Lima, M.T.M.A.; Oliveira, J.A.; Arruda, S.P.M. Fatores associados à insatisfação corporal e comportamentos de risco para transtornos alimentares entre estudantes de nutrição/fatores associados com corpo insatisfação e comportamento de risco para transtornos alimentares entre estudantes de nutrição. Revista de Pesquisa em Saúde. Vol. 17. Núm. 2. 2017. p. 106-111.

18-Passos, C.T.; Dalsoto, D.A.; Kayumi M.S.E.; Fernandes D.S.I. A influência das redes sociais no comportamento alimentar e aceitação da imagem corporal relacionada com o índice de massa corporal em acadêmicos de um centro universitário de Foz do Iguaçu. HU Revista. Vol. 49. 2023. p. 1-8.

19-Oliveira, T.C.; Bering, T.; Oliveira, J.R.T.; Segrin, J. Comportamento alimentar e imagem corporal em universitárias do curso de nutrição. Sigmae, Vol. 8, Núm. 2. 2019. p. 771-778.

- 20-Pasquali, L.V.; Theodoro, H.; Mendes, K.G.; Silva, A.C.P. Insatisfação corporal, comportamento alimentar e o uso das redes sociais em estudantes de cursos de graduação da área das ciências da vida. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. São Paulo. Vol. 16. Núm. 103. 2022. p. 832-841.
- 21-Polesso, I.A.S.C.D.; Machado, C.C.B. A influência das mídias sociais no desenvolvimento de transtornos alimentares em adolescentes, adultos jovens e adultos: uma revisão integrativa da literatura. Monografia. Faculdade de Ciências da Saúde. Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Goiás. 2022.
- 22-Prado, K.G.; Adami, F.S.; Bruch-Bertani, J.P. Comportamento alimentar, estado nutricional e insatisfação corporal de universitários da área da saúde. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. São Paulo. Vol. 16. Núm. 100. 2022. p. 127-136.
- 23-Rousefell, K.; Gibson, S.; McLean, S.; Blair, M.; Molenaar, A.; Brennan, L.; Truby, H.; & McCaffrey, T. A. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, v.77. n.1. 2019. p. 19-40.
- 24-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*. Vol. 70. Núm. 2. 2021. p. 126-133.
- 25-Santos, S.M.; Silva, P.P.; Santos J.F. Pugliesi: uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Anais. Caruaru. 2016.
- 26-Souza, A.C.; Alvarenga, M.S. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários - Uma revisão integrativa. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*. Vol. 65. Núm. 3. 2016. p. 286-299.
- 27-Sousa, L.P.; Françoil, M.A.; Morais, R.C.M. Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes / Influence of social media on the eating behavior of adolescents. *Brazilian Journal of Development*. Vol. 8. Num. 6. 2022. p. 43489-43502.
- 28-Tavares, L.T. Associação do uso de mídias sociais com o comportamento alimentar e o risco de transtornos alimentares e nutricionais em estudantes universitários. Monografia. Escola de Nutrição. Universidade Federal de Ouro Preto. Ouro Preto. 2021.
- 29-Turner, P.G; Lefevre, C.E. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders* Vol. .22. 2017. p.277-284.
- 30-Valente, M.; Renckens, S.; Bunders-Aelen, J.; Syurina, E.V. The #orthorexia community on Instagram. *Eating and Weight Disorders*. Vol.7. Núm.2. 2021. p. 473-482.
- 31-Vieira, A.M.; Rocha, B.E.S.; Souza, M.L.R. Comportamento de risco para transtorno alimentar e preocupação com o corpo em universitários de uma instituição de ensino superior. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. São Paulo. Vol.17. Núm. 108. 2023. p. 307-317.
- 32-Vieira, C.M.S.; Silva, L.M.; Barakat, B.B.; Canelada, C.L.; Silva, M.A. Fatores associados á ortorexia nervosa em acadêmicos do curso de nutrição. *Revista Multidisciplinar em Saúde*. Vol. 4. Núm. 3. 2023. p. 208-213.
- 33-Viscardi, A.A.F.; Correia, P.M.S. Questionários de avaliação da autoestima e/ou da autoimagem: vantagens e desvantagens na utilização com idosos. *Revista Brasileira de Qualidade de Vida*, Vol. 9. Núm. 3. 2017. p. 261-280.
- 34-Wegmann, E.; Oberst, U.; Stodt, B.; Brand, M. Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*. Vol.5. 2017. p. 33-42.
- 35-Yurdagui, 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*. Vol.19. Núm. 5. 2021. p.1385-1397.
-

1 - Graduanda em Nutrição pela Faculdade de Nutrição da Universidade Federal de Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil.

2 - Técnica nutricionista da Universidade Federal de Pelotas, Mestre em Ciências da Saúde pela Universidade Federal do Rio Grande, Brasil.

3 - Doutora em Saúde e Comportamento, Professora da Faculdade de Nutrição, da Universidade Federal de Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil.

E-mail dos autores:

bsouzanasc@gmail.com

mariaclaraaertel@hotmail.com

mylleneufpel@gmail.com

mtslarissa@gmail.com

alidoumid@yahoo.com.br

Autor para correspondência:

Bruna Souza do Nascimento

bsouzanasc@gmail.com

Recebido para publicação em 12/12/2023

Aceito em 02/06/2024