



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

ANA BEATRIZ CAVALCANTI AMADO

**A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA**

**CAMPINA GRANDE - PB
2022**

ANA BEATRIZ CAVALCANTI AMADO

**A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação / Departamento do
Curso Psicologia da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de graduação em Psicologia.

Área de concentração: Psicologia

Orientador: Prof. Me. Luann Glauber Rocha Medeiros.

**CAMPINA GRANDE / PB
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A481i Amado, Ana Beatriz Cavalcanti.
A influência das redes sociais no comportamento alimentar [manuscrito] : uma revisão sistemática de literatura / Ana Beatriz Cavalcanti Amado. - 2022.
30 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, 2022.

"Orientação : Prof. Me. Luann Glauber Rocha Medeiros, Departamento de Psicologia - CCBS."

1. Comportamento alimentar. 2. Redes sociais. 3. Imagem corporal. I. Título

21. ed. CDD 658.834

ANA BEATRIZ CAVALCANTI AMADO

**A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação / Departamento do
Curso Psicologia da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de graduação em Psicologia.

Área de concentração: Psicologia

Aprovada em: 23/03/2022

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Luann Glauber Rocha Medeiros (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.ª. Dr.ª. Livânia Beltrão Tavares
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Esp. Thiago Silva Fernandes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A Deus, o Senhor, aquele que criou o céu e o estendeu, que espalhou a terra e tudo o que dela procede, que dá fôlego aos seus moradores e vida aos que nela andam, DEDICO.

“Comer é mais do que jogar lenha na fogueira ou abastecer um carro. Comer é mais do que escolher um alimento e dar para uma criança. Comer e dar de comer reflete nossa atitude e relacionamento com nós mesmos, com os outros e com as nossas histórias. Comer tem relação com autorrespeito, nossa conexão com nossos corpos e compromisso com a vida.”

(Ellyn Satter, 2007)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema representativo do processo de seleção dos estudos 15

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resumo dos estudos utilizados na revisão	16
---	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Comportamento alimentar	11
1.2	O impacto do uso de redes sociais	13
2	METODOLOGIA	14
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO	15
3.1	O culto à magreza	23
3.2	Adolescência, comportamento alimentar e imagem corporal	24
4	CONCLUSÃO	25
	REFERÊNCIAS	27

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON EATING BEHAVIOR: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Ana Beatriz Cavalcanti Amado¹

RESUMO

Diversas pesquisas têm sido realizadas para identificar de que modo as redes sociais podem influenciar a vida da população. No comportamento alimentar, estudos têm mostrado correlação entre o uso dessas mídias e a forma como as pessoas se relacionam com o alimento, mas as evidências parecem ser, até então, limitadas. O objetivo deste estudo foi investigar, através de uma revisão sistemática da literatura, se as redes sociais exercem influência sobre o comportamento alimentar e de que modo essa influência se apresenta. Para isso, foi realizada uma busca nas bases de dados Web of Science, PubMed, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e Google Acadêmico, e um total de 15 artigos que atenderam aos critérios de inclusão foram identificados. O público mais pesquisado foi o de jovens mulheres, e a partir da análise, foi observado que o impacto desse tipo de mídia se apresentou no alto consumo de alimentos hipercalóricos, principalmente por adolescentes, restrição alimentar e comer emocional, preocupação excessiva com os alimentos a serem ingeridos, insatisfação com a imagem corporal e ansiedade. Mais estudos, principalmente de caráter exploratório, são necessários para uma identificação mais detalhada de como essa influência se apresenta. Entretanto, é possível afirmar que é necessário cautela ao lidar com esses espaços virtuais, principalmente pelas jovens mulheres e pelo público adolescente.

Palavras-chave: Comportamento alimentar. Redes sociais. Imagem corporal.

ABSTRACT

Several studies have been carried out to identify how social media can influence the population. In eating behavior, studies have shown a correlation between the use of these media and the way people relate to food, but the evidence seems to be limited. The aim of this study was to investigate, through a systematic review of the literature, whether social networks influence eating behavior and how this influence appears. For this, a search was carried out in the Web of Science, PubMed, Virtual Health Library (BVS) and Google Scholar databases, and a total of 15 articles that met the inclusion criteria were identified. The most researched audience was young women, and from the analysis, it was observed that the impact of this type of media was presented in the high consumption of hypercaloric foods, especially by adolescents, food restriction and emotional eating, excessive concern with foods to being ingested, body image dissatisfaction and anxiety. More studies, mainly of an exploratory nature, are necessary for a more detailed identification of how this influence presents itself. However, it is possible to affirm that caution is necessary when dealing with these virtual spaces, especially by young women and the adolescent public.

Keywords: Eating behavior. Social media. Body image.

¹ Graduanda em Psicologia pela Universidade Estadual da Paraíba. acavalcantiamado@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A comida sempre fez parte da vida humana. Em sua essência, como afirmam Splane *et al* (2020), comer é uma série de transações. A primeira é entre nós, nossos corpos e o alimento à nossa frente; a segunda é interpessoal, ou seja, o vínculo formado com as pessoas com quem comemos. E o terceiro tipo de transação, essa mais recente, se refere ao aspecto comercial. Na maioria dos países hoje, a produção e comercialização de alimentos são propostas de negócios, e a sua preparação é muitas vezes realizada por agentes desconhecidos, como, por exemplo, funcionários de restaurantes.

Para nossos ancestrais caçadores-coletores, comer era um ato relativamente simples de compartilhar o que os indivíduos responsáveis pela caça e colheita traziam para o grupo. Entretanto, essa realidade foi mudando para uma situação mais complexa, na qual comer se tornou uma série de decisões influenciadas por diversos fatores (SPLANE *et al*, 2020). Isso significa que a relação das pessoas com o alimento mudou e vem mudando, e cada contexto histórico traz consigo características próprias.

No início da história da humanidade, a escassez era uma constante e a busca por comida era questão de garantir a sobrevivência e manter o organismo forte o suficiente para suportar as asperezas da vida. Graças a domesticação dos animais e ao surgimento e desenvolvimento da agricultura, se tornou possível armazenar alimentos (LUCA *et al*, 2010), e com o passar dos séculos, devido a facilidade de juntar maiores quantidades de comida para determinadas ocasiões, as refeições foram ocupando um espaço para além das necessidades físicas: a busca pelo prazer (SWEENEY, 2014). Na Grécia Antiga, por exemplo, os banquetes eram sinônimos de poder e riqueza, e a comida estava relacionada a fins sociais (MARCHETTI, 2020).

Mais recentemente, nos séculos XX e XXI, observou-se relevantes mudanças no estilo alimentar das pessoas e um contexto ainda mais distante da escassez. Em muitos países, o desenvolvimento industrial e de mercado possibilitou o aumento da produção de alimentos, que, conseqüentemente, expandiu a oferta em relação à demanda (BUANAIN, 2016). Apesar da persistência do problema da fome, este é muito mais causado pela insuficiência de renda do que de quantidade de comida produzida (BUANAIN, 2016), e o que vemos hoje em uma parte do mundo é facilidade de consumo, aumento de opções e variedades, comidas rápidas (*fast food*) e abundância nos mais diversos contextos, por valores não tão altos. Tal abundância é um fator que influenciou diretamente o modo como a população passou a se comportar em relação à alimentação.

Nesse contexto de grande disponibilidade de alimentos, incluindo os de baixo valor nutricional, de alto consumo de comidas industrializadas e mudanças no estilo de vida que favorecem o sedentarismo, nunca se observou taxas tão elevadas de sobrepeso e obesidade (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2021). Curiosamente ao mesmo tempo, rígidos padrões estéticos são disseminados principalmente entre os jovens (LOPES e MENDONÇA, 2016), e desvios no comportamento alimentar são observados, seja um padrão de comer transtornado, que abrange todo tipo de comportamento considerado não saudável ou disfuncional que pode evoluir para um transtorno alimentar (PENNESI e WADE, 2016), ou propriamente um transtorno alimentar.

Diversos fatores influenciam o comportamento alimentar: sociais, culturais, demográficos, econômicos, biológicos, nutricionais e psicológicos (ALVARENGA *et al.*, 2019). As mudanças no contexto do trabalho, a busca por produtividade e a falta de tempo para o preparo e consumo dos alimentos são alguns dos exemplos mais conhecidos. Mas há um outro fator que vem exercendo uma influência que merece destaque: a mídia, principalmente, na última década, as redes sociais.

Para o bem ou para o mal, parece ser consenso que o conteúdo que consumimos nas redes sociais afeta o modo como vivemos (ALLEN, 2019). Ao mesmo tempo que o que muitas

vezes vemos nelas pode nos inspirar e encorajar, também nos deparamos com recortes de vidas, escolhidos a dedo, que muitas vezes não representam a realidade, e isso pode ser danoso se levado em consideração na comparação.

No comportamento alimentar, diversas pesquisas têm sido realizadas em busca de identificar de que modo as redes sociais podem influenciá-lo. Apesar dos indicadores emergentes mostrando correlação e das implicações negativas das redes sociais na saúde e bem-estar, as evidências que exploram essa relação parecem ser, até o momento, limitadas. Tendo em vista este contexto, o objetivo deste estudo foi investigar, através de uma revisão sistemática da literatura, se as redes sociais exercem influência sobre o comportamento alimentar e de que modo essa influência pode se apresentar.

1.1 Comportamento Alimentar

Comportamento pode ser entendido como um “conjunto de reações de uma pessoa diante das interações do meio em que está envolvida sob determinadas circunstâncias” (ALVARENGA *et al*, 2019). Seres humanos passam a vida se comportando. Ao acordar, seguem uma rotina matinal; trabalham, comem, se relacionam com pessoas, dormem. Desde os comportamentos mais necessários à sobrevivência, até os mais elaborados, como criar coisas a partir de outras, o comportamento faz parte das pessoas.

Estudos sobre o comportamento humano não são recentes, mas o interesse específico pelo modo como as pessoas se relacionam com a comida é, apesar da evidente importância que a alimentação possui (ALVARENGA *et al*, 2021). No âmbito mundial, as pesquisas em comportamento alimentar têm interesses mais seletivos, em geral nos processos de memória e percepção. Já no Brasil, essa ciência é muito recente, e o campo da Nutrição se destaca com estudos na área (ALVARENGA *et al*, 2021).

“Comportamento Alimentar” é um termo amplo que se refere ao conjunto de ações relacionadas à comida, desde a escolha dos alimentos a serem consumidos, passando pelo preparo, horário, frequência, onde e com quem se come, até a ingestão, envolvendo as emoções e pensamentos presentes antes, durante e depois das refeições (ALVARENGA *et al*, 2019). De acordo com Aitzingen (2011, apud VAZ e BENNEMANN, p. 110), comportamento alimentar trata-se

de algo muito complexo, pois comer é um ato social que vai para além das necessidades básicas de alimentação, indispensável ao desenvolvimento dos valores vitais, comum a todo ser humano, além de estar associado com as relações sociais, as escolhas inseridas em cada indivíduo através de gerações e as sensações proporcionadas pelos sentidos.

A escolha do que se vai comer é apenas um “passo em uma série de comportamentos organizados na busca por comida” (ROZIN, 2006). O momento de levar o alimento à boca envolve uma cadeia de atitudes prévias que não estão restritas à escolha do que comer, mas envolvem adquirir o alimento; preparar; organizar o ambiente e a apresentação da comida; partilhar o momento com outras pessoas; comer de fato; e limpar e armazenar ao fim de tudo.

Como um iceberg que esconde sua maior parte dentro da água, há muito mais por trás da escolha alimentar de uma pessoa do que se imagina. A cadeia citada acima é influenciada por vários fatores, tais como nutricionais, psicológicos, biológicos, socioculturais e econômicos, e desde a infância eles exercem influência (ALVARENGA *et al*., 2019). Pesquisas mostram que na fase intrauterina, a alimentação da mãe influencia o paladar do bebê e a capacidade de ele responder preferencialmente aos aromas e sabores consumidos pela sua genitora (SPAHN *et al*, 2019).

A preferência por determinados tipos de alimentos decorre de um processo de aprendizagem, e quanto maior a exposição a grupos alimentares, maiores as chances de consumi-los (LARSON e STORY, 2009). Isso explica a importância do contexto familiar na introdução de um estilo alimentar saudável e o poder da influência na situação contrária: quanto mais exposta à alimentos hiperpalatáveis na infância, como chocolates e salgados de pacote, maior a tendência de a criança rejeitar frutas e verduras, por exemplo, e manter esse padrão ao longo da vida (LARSON e STORY, 2009).

Um outro fator de extrema relevância para o comportamento alimentar são os padrões estéticos preponderantes na sociedade em que o indivíduo está inserido. Assim como uma dieta inadequada pode ser influenciada pela família e pelos pares, a internalização de padrões corporais, principalmente da magreza, no Ocidente, pode levar as pessoas a se sentirem insatisfeitas com os próprios corpos e apresentarem comportamentos alimentares disfuncionais, como a prática de dietas altamente restritivas sem recomendação médica, que podem gerar episódios de exagero alimentar como resposta; comer como resposta às emoções; e comportamentos compensatórios após as refeições, como a prática de atividade física em excesso e até episódios de vômitos ou uso de laxantes (HESSE-BIBER, 2006).

Tais comportamentos podem ser característicos de transtornos alimentares, desde que atendam a todos os critérios, mas também podem fazer parte do que é chamado de “comer transtornado” (em inglês *disordered eating*), que, pensando em um espectro, seria o meio do caminho entre um comportamento alimentar considerado normal e um transtorno alimentar (PENNESI e WADE, 2016). Esse tipo de padrão de comportamento não é suficiente em frequência e intensidade para atender aos critérios de nenhum transtorno alimentar inserido no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-V), mas já acarreta prejuízos significativos.

1.2 O impacto do uso das redes sociais

Redes sociais são ferramentas virtuais que possibilitam a partilha de conteúdo e mensagens entre pessoas. Em 2021, segundo estudo promovido pelo *Hootsuite* em parceria com a agência *We Are Social*, 4,33 bilhões de pessoas utilizavam redes sociais pelo mundo, o que representa mais de 55% da população mundial compartilhando suas vidas por meio de fotos, vídeos e textos, e estabelecendo, assim, relacionamentos sociais.

Por ser uma tecnologia ainda recente, diversos estudos têm sido realizados investigando a influência do uso de redes sociais na vida cotidiana das pessoas. Apesar dos benefícios e da utilidade, o uso indevido e excessivo dessas mídias parece trazer diversos problemas, como diminuição da satisfação com a vida e aumento da probabilidade de algumas populações, principalmente mulheres adolescentes, se sentirem deprimidas e solitárias (SPRAGGINS, 2009; VALKENBURG e PETER, 2009; DAS e SAHOO, 2011).

Alguns estudos têm revelado que quando mulheres jovens usam redes sociais, as imagens que elas veem podem promover um ideal de beleza relacionado à magreza, surgindo a tendência a comparar suas aparências, tipos corporais e condições socioeconômicas com as pessoas que elas acompanham (TIGGEMANN e MILLER, 2010; FARDOULY *et al.*, 2015; BROWN e TIGGEMANN, 2016). Pesquisas com adolescentes mostram que, ao postar selfies (autorretratos) e fotos de “look do dia” em redes sociais, eles tendem a querer mostrar que são mais atraentes que seus pares por meio dos comentários e elogios que recebem (KAPLAN e HAENLEIN, 2010).

O uso de redes sociais combina dois tipos de influência: por um lado a mídia, e por outro a pressão de grupo. A exposição somada à dinâmica de interação por meio de curtidas e comentários favorece a internalização de padrões e comportamentos, desde que validados pelos outros e de acordo com o padrão estabelecido pelas mídias (PADÍN, 2021). As imagens

disseminadas nas redes sociais são ferramentas poderosas não apenas para comunicar, mas também para perpetuar ideais que influenciam o senso de identidade, principalmente das mulheres e dos adolescentes (PADÍN, 2021). Além disso, podem aumentar o risco de consequências negativas significativas em todas as áreas da saúde emocional, mental e física, incluindo um risco aumentado de transtornos alimentares e de humor (KWON, 2020).

2 METODOLOGIA

Diante dos objetivos propostos, foi realizada, nos meses de novembro e dezembro de 2021, uma busca da literatura nas principais bases de dados disponibilizadas, seguindo as seguintes etapas: estabelecimento do tema; definição dos critérios de inclusão e exclusão; verificação das publicações nas bases de dados; seleção dos artigos; avaliação da qualidade metodológica; análise dos estudos encontrados e exposição dos resultados.

Visando abarcar o maior número possível de artigos publicados no contexto mundial, a busca foi realizada nas seguintes bases de dados: Web of Science, PubMed, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e Google Acadêmico. Outras plataformas não foram incluídas por estarem integradas às bases acima citadas, como SciELO (integrada à Web of Science) e LILACS e MEDLINE (integradas à BVS). A base de dados PsycInfo não foi incluída, pois a maioria das produções científicas não é disponibilizada de forma gratuita.

Em uma revisão inicial, a busca foi realizada utilizando os seguintes descritores: “eating behavior” AND “social media”; “eating behavior” AND “social media” AND “effects”; “eating behavior” AND “social media” AND “influence”. Numa segunda pesquisa, foi utilizado “eating habits” com as mesmas combinações acima: “eating habits” AND “social media”; “eating habits” AND “social media” AND “effects”; “eating habits” AND “social media” AND “influence”. Como tentativa de ampliar ainda mais os resultados, foi feita uma terceira busca com os seguintes descritores: “eating” AND “social media”. Os descritores escolhidos foram utilizados apenas na língua inglesa e são encontrados nos Descritores de Ciências da Saúde (DeCS).

Para refinar a pesquisa e torná-la mais precisa, foi feita uma filtragem para direcionar a busca por artigos com os descritores presentes no título, por entender que isso aumenta a chance de o estudo tratar especificamente do tema, e publicados no período de 2010 a 2021 nos idiomas português e inglês.

Como critérios de inclusão dos materiais literários neste estudo, definiu-se: 1. período de publicação de 2010 a 2021; 2. artigos disponibilizados em português e inglês e 3. disponibilizados na íntegra gratuitamente. Como critérios de exclusão, foram rejeitados os materiais literários: 1. publicados fora do período estabelecido; 2. que se tratavam de monografias, teses e artigos de revisão de literatura; 3. que não tratavam especificamente sobre o tema; 4. não disponibilizados na íntegra gratuitamente e 5. repetidos em outras bases de dados.

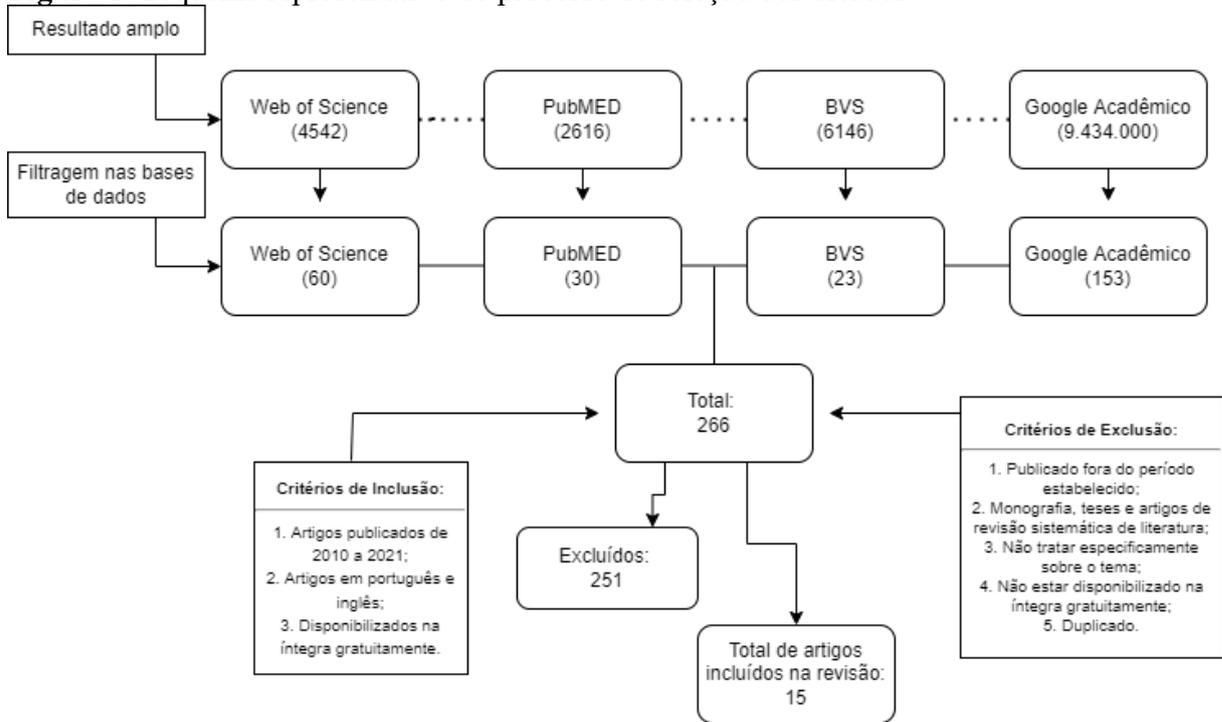
Realizada a busca, os materiais que atenderam aos critérios de inclusão foram analisados e resumidos em uma tabela. O resumo foi organizado de forma a apresentar a estrutura dos trabalhos em tópicos, compostos por: título; nome do autor, ano de publicação e local da pesquisa; objetivos e hipóteses do estudo; amostra e principais resultados obtidos.

Após esta organização preliminar dos resultados, fizemos uma leitura sistemática dos artigos, de forma a filtrar quais elementos eles apontam, conforme proposto por Laville e Dionne (2008) quanto à proposta de uma análise categorial de conteúdo. Ainda nesta perspectiva de análise, definimos, levando em consideração os elementos comuns nas produções analisadas, categorias de análise que nos permitiram ter uma experiência de interpretação dos dados levantados, apreendendo-os de maneira objetiva no escopo dos padrões de conteúdos apresentados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Somando-se todos os bancos de dados, após a filtragem foi encontrado um total de 266 artigos, sendo excluídos 251 por não estarem dentro dos critérios de inclusão. Desses, 18 se tratavam de teses, monografias e revisões de literatura, 43 não estavam disponibilizados gratuitamente, 29 eram duplicados e 161 não abordavam especificamente o tema. Ao final da aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, 15 artigos foram selecionados e inseridos nesta revisão sistemática. O fluxograma de identificação e seleção dos artigos escolhidos pode ser observado na Figura 1.

Figura 1. Esquema representativo do processo de seleção dos estudos.



Fonte: elaborada pelos autores, 2022.

A partir da leitura e análise dos 15 artigos, constatou-se que os estudos foram realizados em países de 4 continentes e com amostras consideráveis, mas nenhuma pesquisa brasileira cujo artigo atendesse aos critérios de inclusão foi encontrada. Apesar da diversidade dos públicos participantes, foi predominante o de mulheres jovens e estudantes universitárias, sendo os homens os menos pesquisados. Das 15 pesquisas, 13 utilizaram questionários validados (MURRAY *et al*, 2016; QUTTEIN *et al*, 2019; QI e CUI, 2018; NORAZMAN *et al*, 2020; SIDANI *et al*, 2016; SCHÜNEMEYER e GIANFRANCO, 2020; SHINDE e GARD, 2020; APARICIO-MARTINEZ *et al*, 2019; GRIFFITHS *et al*, 2018; TADENA *et al*, 2020; WALKER *et al*, 2015; TURNER e LEFEVRE, 2017; RAGATT *et al*, 2018), tais como Testes de Atitudes Alimentares (EAT-26) e Questionário sobre a Imagem Corporal (BSQ).

Com exceção de 1 estudo (NORAZMAN *et al*, 2020), todos os outros mostraram uma correlação entre o uso de redes sociais e comportamento alimentar, variando de acordo com o tempo por dia e frequência por semana, com o uso frequente e intenso associado a atitudes alimentares disfuncionais. Os principais resultados estão descritos no quadro abaixo.

Quadro 1: Resumo dos estudos utilizados na revisão.

Título	Autores/Ano/	Objetivos/	Amostra/	Principais
--------	--------------	------------	----------	------------

	Local	Hipóteses	Público	resultados
<i>Associations between the use of social networking sites and unhealthy eating behaviors and excess body weight in adolescents</i>	Sampasa-Kanyinga <i>et al.</i> (2015, Canadá)	Investigar a associação entre o tempo de uso de redes sociais, peso corporal entre adolescentes e comportamentos alimentares não saudáveis, incluindo pular o café da manhã, consumo de bebidas açucaradas e energéticas;	9858 alunos do 7º ao 12º ano/ idade média = 15.2 anos	Os adolescentes que usam redes sociais têm maior tendência a pular o café da manhã, consumir bebidas açucaradas e energéticas. E a tendência aumenta com a frequência de uso.
<i>Excessive Time on Social Networking Sites and Disordered Eating Behaviors Among Undergraduate Students: Appearance and Weight Esteem as Mediating Pathways</i>	Murray <i>et al.</i> (2016, Canadá)	Examinar a relação entre preocupação com a imagem corporal, tempo gasto com as redes sociais e o comportamento alimentar (comer restritivo e emocional)	383 estudantes de graduação	As mulheres apresentaram um maior comer restritivo e emocional, menos satisfação com a imagem corporal e mais tempo gasto nas redes sociais. O maior tempo gasto nas redes sociais foi associado à insatisfação corporal, que foi associada à maior restrição alimentar e comer emocional.
<i>Relationship between social media use and disordered eating behavior among female university students in Qatar</i>	Quttein <i>et al.</i> (2019, Qatar)	Avaliar a relação entre o uso de mídia social e comer transtornado entre mulheres árabes jovens	1418 mulheres estudantes universitárias	As entrevistadas eram mais propensas a usar o Snapchat (52,9%) e o Instagram (32,5%) do que o Twitter (20,1%) e o Facebook (5,4%); Dos quatro, apenas o uso do Instagram teve associação significativa com o EAT-26 (insatisfação com o peso e corpo)
<i>Being Successful and Being Thin: The Effects of Thin-Ideal Social Media Images With High Socioeconomic Status on Women's Body Image and Eating Behaviour</i>	Qi e Cui (2018, China)	Investigar se a exposição a imagens de pessoas magras nas redes sociais prejudicaria a imagem corporal das mulheres e aumentaria o consumo de alimentos não saudáveis; Investigar se mulheres expostas a imagens de	64 mulheres com idade entre 18 e 23 anos, estudantes da East China Normal University e que mantivessem uma conta ativa no WeChat	Quando expostas à imagens de mulheres magras, apresentaram maior insatisfação corporal e comer emocional do que o grupo controle. A influência diminuiu quando foram expostas à imagens

		<p>mulheres magras, mas com status socioeconômico semelhante, apresentam maior satisfação corporal.</p> <p>Hipótese 1.: as mulheres expostas às imagens de pessoas magras nas redes sociais teriam menor valorização do corpo e satisfação com o peso, e maior auto-objetificação e ingestão de alimentos, em relação ao grupo controle.</p> <p>Hipótese 2.: O status socioeconômico atenuaria o impacto na autoimagem e comp. alimentar</p>	(rede social utilizada na China)	de mulheres magras, mas de status socioeconômico semelhante
<i>The Association between social media (Instagram) and eating behavior among International Islamic University Malaysia Kuantan students</i>	Norazman <i>et al.</i> (2020, Malásia)	<p>Determinar a associação entre redes sociais (Instagram) e comportamento alimentar (comer externo, comer emocional e restrito)</p> <p>Hipótese: há um impacto prejudicial do conteúdo alimentar nas mídias sociais no comportamento alimentar dos indivíduos</p>	98 estudantes universitários entre 19 e 25 anos.	Não foi observada correlação entre o conteúdo consumido no Instagram e comer externo, emocional ou restrito;
<i>The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults</i>	Sidani <i>et al.</i> (2016, EUA)	Examinar a associação entre o uso de mídia social e preocupações alimentares em uma grande amostra nacionalmente representativa de jovens adultos.	1.765 jovens adultos com idades entre 19 e 32 anos	O estudo encontrou uma forte e consistente associação entre uso de redes sociais e preocupações alimentares, variando de acordo com o tempo por dia e frequência por semana.
<i>The Relationship between Health- and Fitness-Related Social Media Use</i>	Schünemeyer e Walsh (2020, Alemanha)	Hipótese 1. Ver imagens fitness nas redes sociais está associado a um comer	2334 pessoas	A ansiedade surge após a visualização de conteúdo

<i>and Consumers' Disordered Eating</i>		<p>transtornado.</p> <p>Hipótese 2. A relação entre a visualização de imagens fitness nas redes sociais e comer transtornado é moderada pela frequência de uso de rede social, de tal forma que o relacionamento é mais forte para consumidores com maior uso de mídia social.</p> <p>Hipótese 3. A ansiedade media a relação entre ver imagens fitness nas redes sociais e comer transtornado, de forma que a visualização das imagens é positivamente associada à ansiedade, que é associada ao comer transtornado</p>		<p>relacionado a condicionamento físico, porque os usuários percebem que a sua aparência não corresponde ao ideal de beleza que internalizam. A sensação resultante de que seus corpos são julgados negativamente pelos outros pode os levar a comer.</p> <p>O relacionamento entre visualizar imagens fitness e comer transtornado é mais forte entre os consumidores que apresentam menor uso geral de mídia social, não aqueles com níveis mais altos.</p> <p>Isto pode implicar que usuários que passam muito tempo nas redes veem uma vasta variedade de conteúdo, incluindo pessoas de "aparência comum". Estar exposto a mais conteúdo pode fazer esses usuários menos suscetíveis a ansiedades advindos de padrões de beleza exagerados.</p>
<i>Social Media Usage, Eating Habits and Nutritional Status of School-Going Adolescents: A Descriptive Study</i>	Shinde e Garg (2020, Índia)	Avaliar os hábitos alimentares prevalentes, atividade física e uso de mídias sociais entre adolescentes em idade escolar	150 adolescentes estudantes de uma escola privada	Os estudantes que usam redes sociais por mais tempo consomem mais alimentos hipercalóricos
<i>The Relationship of the Duration of Social Media Instagram Usage and Student's Eating Behavior in University of Sumatera Utara</i>	Karmila <i>et al.</i> (2019, Indonésia)	Analisar a relação entre a duração de uso do Instagram e o comportamento alimentar de estudantes da Universidade de Sumatera Utara	344 estudantes	Foi encontrada uma correlação significativa entre tempo de uso do Instagram e comportamento alimentar. 55,8% dos estudantes passam mais de 3

				horas por dia no Instagram, e 65% tem uma alimentação não balanceada
<i>Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis</i>	Aparicio-Martinez <i>et al.</i> (2019, Argentina)	Determinar a relação entre comportamentos alimentares desordenados de estudantes universitárias e fatores socioculturais, como o uso de redes sociais, ideais de beleza, satisfação corporal, imagem corporal, e, em segundo lugar, determinar se existe uma relação sensível entre atitudes alimentares desordenadas, vício em redes sociais e níveis de testosterona como um fator biológico.	168 mulheres estudantes da Universidade de Cordoba	93% das mulheres desejavam mudar pelo menos três zonas de seu corpo, usando pelo menos dois métodos diferentes. Os métodos mais utilizados foram atividade física (92%), dieta (48%), cirurgia (24%) e produtos de beleza ou alimentares (23%). A análise dos resultados do teste EAT-26 mostrou que a maioria das mulheres apresentou média probabilidade de ter atitudes alimentares desordenadas.
<i>The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men</i>	Griffiths <i>et al.</i> (2018, Nova Zelândia e Austrália)	Determinar se a frequência de uso de várias plataformas de mídia social está associada à insatisfação corporal, sintomas de transtorno alimentar e pensamentos sobre o uso de esteróides anabolizantes, entre homens de minorias sexuais. Hipótese 1.: O uso mais frequente das mídias sociais estaria associado a maior insatisfação corporal, sintomas de transtorno alimentar e pensamentos mais frequentes sobre o uso de esteróides anabolizantes Hipótese 2.: Essas relações seriam mais	2733 homens	Maior frequência de uso de redes sociais, particularmente Facebook, Instagram e Snapchat, corresponderam a maiores preocupações com a imagem corporal e sintomas de transtornos alimentares.

		fortes com redes sociais centradas em imagens (por exemplo, Instagram) do que plataformas menos centradas na imagem.		
<i>The Influence of Social Media Affinity on Eating Attitudes and Body Dissatisfaction in Philippine Adolescents</i>	Tadena <i>et al.</i> (2020, Filipinas)	Examinar a influência das mídias sociais nas atitudes alimentares e na satisfação corporal de adolescentes nas Filipinas.	114 alunos do ensino médio matriculados do 7º ao 10º ano	As adolescentes do sexo feminino usaram as redes sociais com maior frequência que os adolescentes do sexo masculino. Quanto mais exposição os adolescentes têm a magreza idealizada nas redes sociais, maior a probabilidade de apresentar fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares.
<i>Facebook Use and Disordered Eating in College-Aged Women</i>	Walker <i>et al.</i> (2015, EUA)	Hipótese: a intensidade de uso do Facebook por mulheres em idade universitária, comparação da aparência física e falar negativamente sobre o próprio corpo estaria positivamente associada ao comportamento alimentar desordenado.	128 mulheres estudantes universitárias	A intensidade de uso do Facebook foi associada ao aumento da comparação da aparência física, que por sua vez foi associada a um comportamento alimentar desordenado.
<i>Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa</i>	Turner e Lefevre (2017, Reino Unido, EUA e mais 40 países)	Investigar a relação entre o uso de redes sociais, em particular Instagram, e sintomas de ortorexia nervosa.	680 mulheres com idades entre 18 e 75 anos	Foi encontrada uma relação significativa entre os sintomas de ortorexia e uso do Instagram, com maior uso do Instagram sendo associada a uma maior tendência para a ortorexia
<i>"I aspire to look and feel healthy like the posts convey": engagement with fitness inspiration on</i>	Raggatt <i>et al.</i> (2018, Austrália)	Descrever os tipos de conteúdo "inspiração fitness" que os usuários acessam e como eles se envolvem com esse conteúdo; investigar os	151 mulheres	90,3% relataram que o conteúdo fitness as inspirou a se exercitar, comer saudável e emagrecer. 17,7% das

<i>social media and perceptions of its influence on health and wellbeing</i>		comportamentos desordenados de alimentação e exercício físico, e sofrimento psíquico de indivíduos que acessam esse conteúdo; compreender a influência percebida da “inspiração fitness” na saúde e no bem-estar.		participantes foram classificadas como de alto risco para um transtorno alimentar; 17,4% relataram níveis muito elevados de sofrimento psicológico.
--	--	---	--	---

Fonte: Elaborada pelos autores, 2022.

Pelo caráter descritivo da maioria das pesquisas, não foi possível observar com tanta profundidade de que forma a influência das redes sociais se manifestou. Entretanto, pelo que se pode observar, o impacto desse tipo de mídia se apresentou no alto consumo de alimentos hipercalóricos, principalmente por adolescentes, e restrição alimentar e comer emocional, que é a prática de recorrer à comida em resposta a uma emoção, como o estresse, por exemplo. Além disso, outros comportamentos foram observados, como preocupação excessiva com os alimentos a serem ingeridos, insatisfação com a imagem corporal e ansiedade.

Além do comportamento alimentar, oito estudos pesquisaram também a influência das redes sociais na satisfação da imagem corporal e mostraram que as mulheres foram as mais suscetíveis a se sentirem insatisfeitas com o corpo (MURRAY *et al*, 2016; QUTTEIN *et al*, 2019; QI e CUI, 2018; APARICIO-MARTINEZ *et al*, 2019; GRIFFITHS *et al*, 2018; TADENA *et al*, 2020; WALKER *et al*, 2015; RAGATT *et al*, 2018). Um estudo (APARICIO-MARTINEZ *et al*, 2019) mostrou que 93% das mulheres desejavam mudar pelo menos três zonas de seus corpos, usando pelo menos dois métodos diferentes. Os métodos mais utilizados foram atividade física (92%), dieta (48%), cirurgia (24%) e produtos de beleza ou alimentares (23%).

No único estudo feito exclusivamente com homens (GRIFFITHS *et al*, 2018), no qual cerca de 98% dos 2733 homens entrevistados se auto intitulavam homossexuais ou bissexuais, foi observada forte correlação do uso frequente das redes sociais com sintomas de transtornos alimentares e insatisfação corporal, sendo essa associação mais consistente com as mídias centradas em imagens, como o Instagram e Snapchat.

No público adolescente, a influência das redes sociais se manifestou majoritariamente no consumo de bebidas açucaradas e alimentos hipercalóricos, com elevados níveis de sódio e açúcar (SAMPASA-KANYINGA *et al*, 2015). A preocupação excessiva com o peso e formato corporal também foi outra manifestação. As adolescentes do sexo feminino foram as que mais fizeram uso das redes sociais e, quanto mais expostas ao ideal de magreza visto nas redes, maior tendência a apresentarem fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares (TADENA *et al*, 2020).

Um outro estudo (QI e CUI, 2018) que também investigou comportamento alimentar e satisfação corporal constatou que o status socioeconômico pode mediar essa influência, ou seja, ver imagens de mulheres magras e com condições econômicas superiores têm impacto maior nas atitudes alimentares e na autoimagem do que ver fotos de mulheres magras, mas de status socioeconômicos semelhantes.

Indo na contramão dos demais resultados, a pesquisa de Schünemeyer e Walsh (2020) constatou que quem passou mais tempo nas redes sociais e acompanhava um alto número de pessoas sofreu menor influência no comportamento alimentar e na autoimagem. O que se sugeriu foi que, talvez, por acompanhar mais pessoas, a diversidade de tipos corporais é maior e a probabilidade de ver corpos mais realistas também.

Um único estudo (RAGGATT *et al.*, 2018) mostrou que as imagens “*fitness*” (fotos de pessoas se exercitando, pratos com saladas, verduras e frutas) serviam de inspiração para 90,3% das 151 mulheres entrevistadas, ajudando-as a praticarem exercícios físicos, comerem de forma mais saudável e perderem peso. Entretanto, dessa mesma amostra, 17% relataram sofrimento psíquico e quase 18% apresentaram alto risco de desenvolverem transtornos alimentares, o que permite questionar até que ponto a inspiração tem efeitos positivos.

A partir da análise dos autores, foi possível verificar uma concentração de artigos que seguem as mesmas temáticas. A influência do ideal de magreza predominante em nossa sociedade, e a importância da imagem corporal na adolescência foram os dois temas preponderantes, os quais serão melhor dissertados adiante. Conforme proposto na Metodologia, seguem-se as categorias que pudemos identificar a partir das concentrações de temas nos estudos levantados.

3.1 O culto à magreza

Os estudos são em quase sua totalidade semelhantes nos resultados, mostrando que há uma correlação entre uso de redes sociais e comportamento alimentar, com as mulheres jovens como o público mais vulnerável a essa influência, corroborando com Izydorczyk *et al.* (2020), que afirmam que a mídia influencia majoritariamente as mulheres mais jovens, sobretudo no final da adolescência. A variável mais significativa é a busca pela magreza em meninas com idade entre 12 e 15 anos e 21 e 29 anos, seguida da insatisfação corporal que ocorre predominantemente entre os 12 a 15 anos (LOPES e TRAJANO, 2021).

As redes sociais centradas em imagens, ou seja, predominantemente com recursos de fotos e vídeos, como o Instagram e Snapchat, se mostram como as mais influentes tanto no comportamento alimentar, como na satisfação corporal. Alguns fatores podem ser inferidos para justificarem essa predominância, como a superioridade do impacto de imagens na memória, quando comparadas a somente palavras, como demonstra o estudo de Childers e Houston (1984).

As redes sociais mostram recortes seletivos da vida das pessoas. Pesquisas recentes comprovam que usuários das redes sociais tendem a expor aquilo que os apresenta de maneira positiva (TOMA e HANCOCK, 2010; MANAGO *et al.*, 2008). As melhores poses, ângulos, utilização de filtros e valorização da magreza geram insatisfação e frustração por colocarem inspirações que se tornam alvos difíceis demais de serem alcançados, não só porque é impossível duas pessoas serem iguais esteticamente, mas por muita coisa publicada ser, simplesmente, falsa, com modificações feitas em aplicativos e sites.

A exposição limitada, já que os usuários escolhem quem acompanhar e que tipo de conteúdo consumir, os impede de ter contato com pessoas, ideias e rotinas mais realistas. Como afirmam Sidani *et al.* (2016):

Portanto, os usuários provavelmente selecionam entre centenas de fotografias mais “precisas” as poucas que podem fazer o sujeito parecer mais magro e mais atraente, de acordo com os ideais sociais atuais. Isso pode resultar em usuários sendo expostos a expectativas irreais de aparência (tradução nossa).

Segundo Souto e Ferro-Bucher (2006), a ênfase da sociedade contemporânea no ideal de magreza e as massivas propagandas que a mídia produz sobre dietas, regimes e produtos estéticos fornecem o ambiente sociocultural perfeito para justificar a perda de peso com práticas de dietas restritivas, dando um significado de poder e controle ao corpo magro e gerando, inevitavelmente, grande frustração na maior parte da população.

E esse efeito não é somente em mulheres. Apesar da maioria das pesquisas se concentrar nesse público, é possível perceber que a associação entre uso de redes sociais e preocupações

alimentares não é um problema exclusivo do sexo feminino, atingindo também homens, como demonstra Murnen (2011). Entretanto, mais pesquisas são necessárias para que o efeito nesse público seja conhecido.

Ainda, a falta de pesquisas no contexto brasileiro também é outro ponto importante a ser destacado. Se observarmos a importância que é dada à estética corporal no Brasil e considerando que o Brasil é o 3º país que mais usa redes sociais (METRÓPOLES, 2021) e o que mais realiza cirurgias plásticas no mundo (LOURENÇO, 2021), com aproximadamente 1.5 milhões de cirurgias ao ano, é surpreendente, e até preocupante, que poucas pesquisas sejam feitas com o objetivo de entender a relação desses dados, e como isso tem refletido na forma como os brasileiros se relacionam com a comida.

3.2 Adolescência, comportamento alimentar e imagem corporal

A adolescência é um período de mudanças. Fisicamente, o córtex pré-frontal, última área do cérebro a amadurecer e responsável pela tomada de decisões, pensamento crítico e controle das emoções, ainda está em desenvolvimento, e o adolescente faz uso majoritariamente da amígdala, estrutura associada a emoções, impulsos, agressividade e comportamento instintivo (ARAIN *et al*, 2013). Ou seja, nesta fase do desenvolvimento, há de fato uma maior vulnerabilidade e capacidade de absorção, boa ou ruim.

Por um lado, isso é essencial para a aprendizagem. A neuroplasticidade do adolescente o permite aprender diferentes coisas sem a dificuldade que um adulto com mais de 40 anos apresenta, por exemplo. Por outro, pela instabilidade característica do próprio desenvolvimento e amadurecimento do cérebro, há o perigo de nessa fase, a partir das vivências, experiências e relacionamentos sociais, haver a formação de uma imagem distorcida de si mesmo, principalmente nas meninas (VAN DER MEULEN *et al*, 2017).

Bearman *et al* (2006) e Bucchianeri *et al* (2013) demonstraram que a insatisfação corporal aumenta ao longo da adolescência, atingindo seu nível mais alto ao final dessa fase. Estudos têm demonstrado a importância dos pares como intensificadores de percepção do corpo ideal em meninas adolescentes, sugerindo que o *feedback* dos colegas, como comentários sobre peso, por exemplo, provavelmente é vital para moldar as ideias das adolescentes sobre seus próprios corpos (VELDHUIS, 2014).

Diante disso e da influência que as redes sociais exercem sobre a vida das pessoas, o contexto se torna particularmente perigoso quando se trata de adolescentes que interagem com seus pares por meio delas. Tratando especificamente sobre autoimagem e alimentação, estudos têm demonstrado que a insatisfação corporal pode levar a comportamentos alimentares inadequados em busca do corpo “perfeito” (ALVES *et al.*, 2008; BOSI *et al.*, 2008), o que pode contribuir para o desenvolvimento de transtornos alimentares (PHILIPPI e ALVARENGA, 2004).

Se por um lado pode-se ter uma preocupação excessiva com a ingestão dos alimentos e a prática de dietas restritivas em busca do corpo ideal, o consumo de alimentos hipercalóricos também é uma prática frequente dos adolescentes e influenciada por essas mídias, como demonstrado pelo estudo de Shinde e Garg (2020). Para se ter ideia dos dados, mais de 340 milhões de crianças e adolescentes de 5 a 19 anos estavam acima do peso ou obesos em 2016 (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2021).

Tais taxas parecem sugerir uma grande contradição. Enquanto nas redes sociais é propagado o ideal do corpo magro, a mídia também é apelativa na divulgação e propaganda de alimentos hipercalóricos, gerando, como afirmam Andrade e Bosi (2003) um quadro “esquizofrênico”, com a indústria e as mídias “vendendo gordura, e a sociedade cobrando magreza”.

Tal conjuntura, juntamente com as práticas alimentares disfuncionais observadas nos estudos e os dados alarmantes como os citados acima, nos permitem refletir sobre o contexto nos quais os adolescentes estão inseridos. Um ambiente saudável que não propague ideais irreais e que incentive uma dieta balanceada é essencial para o bom desenvolvimento de qualquer pessoa. Não só isso, mas também a exposição a diferentes tipos de corpos e aparências físicas pode contribuir para que não se forme internamente um único padrão dominante que sirva de inspiração.

4 CONCLUSÃO

Nesta revisão houve um pequeno conjunto de evidências que limita as conclusões que podemos tirar sobre os efeitos das redes sociais no comportamento alimentar. Contudo, como foi visto, diversas pesquisas têm sido realizadas para entender o impacto do uso intenso e frequente desses meios de relacionamento social na vida das pessoas. Mesmo necessitando de mais evidências consistentes, os estudos têm demonstrado que é necessário cautela ao lidar com esses espaços virtuais, principalmente pelas jovens mulheres e pelo público adolescente.

Infelizmente, nenhuma pesquisa realizada no contexto brasileiro que atendesse aos critérios de inclusão foi encontrada, impossibilitando entender como essa influência das redes sociais se manifesta aqui, e evidenciando a necessidade de que o contexto nacional seja mais explorado. Entender de que forma as redes sociais afetam a relação com a comida nas pessoas do país que está no ranking mundial de uso de redes sociais e também de números de procedimentos estéticos é de extrema importância. Além disso, mais pesquisas com o público masculino também são necessárias para que seja possível entender de que maneira o uso desse tipo de mídia os afeta.

Uma outra dificuldade a destacar é a limitação que estudos de caráter descritivo têm, justamente por não darem inferências nos resultados. Como visto na maioria dos artigos desta revisão, foi possível observar uma correlação com efeitos negativos, mas não foi apresentado com mais minúcias as formas de manifestação dessa influência. Estudos mais exploratórios são necessários não só para melhor esclarecimento sobre o tema, mas para possibilitar que estratégias de prevenção sejam estruturadas.

Da mesma forma que as redes sociais podem ter impacto negativo se mal utilizadas, o contrário pode ser verdadeiro. Pela capacidade de influência, é necessário que haja estímulo para que os usuários, principalmente os mais influentes, sejam fonte de propagação de bons e equilibrados hábitos alimentares e estilos de vida condizentes com a realidade, sem culto à dieta e à magreza excessiva, nem incentivo a uma alimentação não balanceada que, como sabido, é fator de risco para o desenvolvimento de doenças.

Por fim, estudos futuros devem ser realizados para aprofundar o entendimento desse impacto e ajudar a proporcionar uma autonomia maior, principalmente aos mais jovens, para a escolha criteriosa do conteúdo a ser consumido, de forma que os efeitos da influência das redes sociais no comportamento alimentar sejam atenuados.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Summer. Social media's growing impact on our lives. **American Psychological Association**, 2019. Disponível em: <https://www.apa.org/members/content/social-media-research>. Acesso em: 11 fev. 2022.

ALVARENGA, Marle *et al*, (org.). **Ciência do Comportamento Alimentar**. 1. ed. Santana de Parnaíba, São Paulo: Manole, 2021.

ALVARENGA, Marle *et al.*, (org.). **Nutrição Comportamental**. 2ª. ed. rev. e atual. Barueri: Manole, 2019.

ALVES, Emilaura. *et al.* Prevalência de sintomas de anorexia nervosa e insatisfação com a imagem corporal em adolescentes do sexo feminino do município de Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 3, p. 503-512, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/zM5hwSbWSTyVbggtT4NfPP/?lang=pt>. Acesso em: 22 jan. 2022.

ANDRADE, Angela.; BOSI, Maria L. M. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. **Revista de Nutrição**, 16(1), 117-125, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadbto/a/mfTpzZ6F3YhywBGx5tVLkgx/?lang=en&format=pdf>. Acesso em: 30 jan. 2022.

APARICIO-MARTINEZ, Pilar *et al.* Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/16/21/4177/htm>. Acesso em: 1 dez. 2021.

ARAIN, Mariam *et al.* Maturation of the adolescent brain. **Neuropsychiatric disease and treatment**, 2013. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3621648/#:~:text=The%20development%20and%20maturation%20of%20the%20prefrontal%20cortex%20occurs%20primarily,helps%20accomplish%20executive%20brain%20functions>. Acesso em: 31 jan. 2022.

BEARMAN, Sarah K. *et al.* The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. **Journal of Youth and Adolescence**, 2006. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1540456/>. Acesso em: 29 jan. 2022.

BOSI, Maria. L. M. *et al.* Comportamento alimentar e imagem corporal entre estudantes de educação física. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 57, n. 1, p. 28-33. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/tPDrdMKC65KTgkMpLn5z6QG/?lang=pt#:~:text=Constatou%20dse%20que%2026%2C29,rela%3%A7%3%A3o%20a%20esses%20futuros%20educadores>. Acesso em: 17 jan. 2022.

BROWN, Zoe; TIGGEMANN, Marika. Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. **Body image**, v. 19, p. 37-43, 2016. Disponível em: <https://www-sciencedirect.ez121.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S1740144516300936>. Acesso em.: 27 dez. 2021.

BUAINAIN, Antônio Márcio *et al.* O desafio alimentar no século XXI. **Estudos Sociedade e Agricultura**, [s. l.], v. 24, ed. 2, 2016. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/784/458>. Acesso em: 3 jan. 2022.

BUCCHIANERI, Michaela M. *et al.* Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: Findings from a 10-year longitudinal study. **Body Image**. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3814026/>. Acesso em: 29 jan. 2022.

CAFRI, Guy. *et al.* Pursuit of the muscular ideal: Physical and psychological consequences and putative risk factors. **Clinical Psychology Review**, v. 25, no. 2, p. 215-239, 2005. Disponível em: <<https://www-sciencedirect.ez121.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S0272735804001539>>. Acesso em: 28 dez. 2021.

CASEY, Betty Jo; JONES, Rebecca M. Neurobiology of the Adolescent Brain and Behavior. **Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry**, [s. l.], 2010. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3099425/>. Acesso em: 24 jan. 2022.

CHILDERS, Terry L.; HOUSTON, Michael J. Conditions for a Picture-Superiority Effect on Consumer Memory. **The Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 11, ed. 2, p. 643-654, 1984. Disponível em: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.486.9741&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 18 jan. 2022.

DAS, Biswajit; SAHOO, Jyoti Shankar. Social networking sites – a critical analysis of its impact on personal and social life. **International Journal of Business and Social Science**, v. 2, n. 14, p. 222-228, 2011. Disponível em: http://www.ijbssnet.com/journals/Vol._2_No._14;_July_2011/25.pdf. Acesso em: 16 jan. 2022.

FARDOULY, Jasmine *et al.* Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. **Body image**, v. 13, p. 38-45, 2015. Disponível em: <https://www-sciencedirect.ez121.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S1740144516300936>. Acesso em: 28 dez. 2021.

GRIFFITHS, Scott *et al.* The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, [s. l.], v. 21, ed. 3, 2018. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2017.0375>. Acesso em: 2 dez. 2021.

HESSE-BIBER, Sharlene *et al.* The mass marketing of disordered eating and Eating Disorders: The social psychology of women, thinness and culture. **Women's Studies International Forum**, [s. l.], 2006. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277539506000070>. Acesso em: 7 fev. 2022.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional de Saúde 2019. Rio de Janeiro. 2019. Brasil. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=obesidade>. Acesso em: 20 jan. 2022.

IZYDORCZYK, Bernadetta *et al.* Socio-Cultural Standards Promoted by the Mass Media as Predictors of Restrictive and Bulimic Behavior. **Frontiers in Psychiatry**, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsy.2020.00506/full>. Acesso em: 26 jan. 2022.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010. Disponível em: <https://www-sciencedirect.ez121.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S0007681309001232>. Acesso em: 03 jan. 2022.

KARMILA, Selvi *et al.* The Relationship of the Duration of Social Media Instagram Usage and Student's Eating Behavior in University of Sumatera Utara. **Britain International of Humanities and Social Sciences (BioHS) Journal**, [s. l.], v. 2, ed. 1, 2020. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/b5de/46982f28e1b94d337b115f321ec0bf9a312f.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2021.

KWON, Mya. Media influences on body image & eating behaviors in adolescents. *In*: **ADOLESCENT Nutrition**. [S. l.: s. n.], 2020. p. 177-235.

LARSON, Nicole; STORY, Mary. A Review of Environmental Influences on Food Choices. **Annals of behavioral medicine: a publication of the Society of Behavioral Medicine**, [s. l.], v. 38, 2009. Disponível em: https://academic.oup.com/abm/article/38/suppl_1/s56/4569649?login=false. Acesso em: 14 fev. 2022.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. [S. l.]: Artmed, 2008. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/287028/mod_resource/content/1/Laville%2C%20Christian%20%20Dionne%2C%20Jean_A%20Construcao%20do%20Saber%20%28completo%29.pdf. Acesso em: 7 fev. 2022.

LOPES, Amliz Ferreira; MENDONÇA, Érika de Sousa. Ser jovem, ser belo: a juventude sob holofotes na sociedade contemporânea. **Rev. Subj.**, Fortaleza, v. 16, n. 2, p. 20-33, ago. 2016. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692016000200002&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 16 mar. 2022.

LOPES, Paula Alvim; TRAJANO, Larissa Alexandra da Silva Neto. Influência da mídia nos Transtornos Alimentares em adolescentes: Revisão de literatura. **Research, Society and Development**, [s. l.], v. 10, ed. 1, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/11649/10418>. Acesso em: 30 nov. 2021.

LOURENÇO, Tainá. **Cresce em mais de 140% o número de procedimentos estéticos em jovens**. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/>. Acesso em: 24 mar. 2022.

LUCA, Francesca *et al.* Evolutionary Adaptations to Dietary Changes. **Annual review of nutrition**, [s. l.], 2010. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4163920/>. Acesso em: 26 jan. 2022.

MANAGO, Adriana *et al.* Self-Presentation and Gender on MySpace. **Journal of Applied Developmental Psychology**, [s. l.], 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/222435595_Self-Presentation_and_Gender_on_MySpace. Acesso em: 8 nov. 2021.

MARCHETTI, Silvia. Lying down and vomiting between courses: This is how Ancient Romans would feast. **CNN Style**, 2020. Disponível em: <https://edition.cnn.com/style/article/ancient-roman-feasting-history/index.html>. Acesso em: 09 de nov. de 2021.

METRÓPOLES. **Brasil está entre os 3 países que mais usa redes sociais**. 2021. Disponível em: [https://www.metropoles.com/dino/brasil-esta-entre-os-3-paises-que-mais-usa-redes-sociais#:~:text=Um%20estudo%20divulgado%20pela%20plataforma,%20e%20Col%C3%B4mbia%20\(3h45\)..](https://www.metropoles.com/dino/brasil-esta-entre-os-3-paises-que-mais-usa-redes-sociais#:~:text=Um%20estudo%20divulgado%20pela%20plataforma,%20e%20Col%C3%B4mbia%20(3h45)..) Acesso em: 24 mar. 2022.

MURNEN, Sarah K. Gender and Body Images. *In*: CASH, Thomas F.; SMOLACK, Linda (ed.). **Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention**. 2. ed. [S. l.: s. n.], 2011.

MURRAY, Marisa *et al.* Excessive Time on Social Networking Sites and Disordered Eating Behaviors Among Undergraduate Students: Appearance and Weight Esteem as Mediating Pathways. **Cyberpsychology, Behavior, and social networking**, [s. l.], 2016. Disponível em: https://www.liebertpub-com.ez121.periodicos.capes.gov.br/doi/10.1089/cyber.2016.0384?url_ver=Z39.88-2003&rfr_id=ori:rid:crossref.org&rfr_dat=cr_pub%20%20pubmed. Acesso em: 16 nov. 2021.

NORAZMAN, Maisarah; MAHMOOD, Wan F. F. W. The association between social media (instagram) and eating behaviour among international Islamic University Malaysia Kuantan students. **International Journal of Allied Health Sciences**, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://journals.iium.edu.my/ijahs/index.php/IJAHS/article/view/486/393>. Acesso em: 18 nov. 2021.

OBESITY and overweight. **World Health Organization**, 2021. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>. Acesso em 10 fev. 2022.

PADÍN, Paula Friero *et al.* Social Media and Eating Disorder Psychopathology: A Systematic Review. **Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://cyberpsychology.eu/article/view/14052/12264>. Acesso em: 13 jan. 2022.

PENNESI, Jamie-Lee; WADE, Tracey D. A systematic review of the existing models of disordered eating: Do they inform the development of effective interventions? **Clinical Psychology Review**, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272735815300386?via%3Dihub>. Acesso em: 30 jan. 2022.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva; ALVARENGA, Marle. **Transtornos alimentares: uma visão nutricional**. [S.l.: s.n.], Manole, 2004.

QI, Wei; CUI, Lijuan. Being Successful and Being Thin: The Effects of Thin-Ideal Social Media Images With High Socioeconomic Status on Women's Body Image and Eating Behaviour. **Journal of Pacific Rim Psychology**, [s. l.], v. 12, ed. 8, 2018. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-pacific-rim-psychology/article/being-successful-and-being-thin-the-effects-of-thinideal-social-media-images-with-high>

socioeconomic-status-on-womens-body-image-and-eating-behaviour/9A4096C7193B808C02AADC315F0CC51F. Acesso em: 18 nov. 2021.

QUTTEINA, Yara *et al.* Relationship between social media use and disordered eating behavior among female university students in Qatar. **Journal of Health and Social Sciences**, [s. l.], 2019. Disponível em: https://journalhss.com/wp-content/uploads/jhss41_59-72.pdf. Acesso em: 18 nov. 2021.

RAGGATT, Michelle *et al.* “I aspire to look and feel healthy like the posts convey”: engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. **BMC Public Health**, [s. l.], 2018. Disponível em: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6086030/pdf/12889_2018_Article_5930.pdf. Acesso em: 6 dez. 2021.

ROZIN, Paul. The integration of biological, social, cultural, and psychological influences on food choice. *In*: THE PSYCHOLOGY of food choice. [S. l.]: CABI, 2006. p. 19-39.

SAMPASA-KANYINGA, Hugues *et al.* Associations between the use of social networking sites and unhealthy eating behaviours and excess body weight in adolescents. **British Journal of Nutrition**, [s. l.], 2015. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/5414BE6901E0967391400C45F0E65A39/S0007114515003566a.pdf/associations-between-the-use-of-social-networking-sites-and-unhealthy-eating-behaviours-and-excess-body-weight-in-adolescents.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2021.

SCHÜNEMEYER, Vivienne; WALSH, Gianfranco. The Relationship between Health- and Fitness-Related Social Media Use and Consumers’ Disordered Eating. **ZFP - Journal of Research and Management**, [s. l.], 2020. Disponível em: https://rsw.beck.de/docs/librariesprovider54/default-document-library/schuenemeyer-walsh-marketing-3-2020.pdf?sfvrsn=fb1798b0_0. Acesso em: 19 nov. 2021.

SHINDE, Nutan; GARG, Vandana. Social Media Usage, Eating Habits and Nutritional Status of School- Going Adolescents: A Descriptive Study. **International Journal of Scientific Research in Biological Sciences**, [s. l.], 2020. Disponível em: https://www.isroset.org/pdf_paper_view.php?paper_id=2029&4-IJSRBS-04213.pdf. Acesso em: 22 nov. 2021.

SIDANI, Jaime E. *et al.* The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, [s. l.], v. 116, ed. 9, p. 1465-1472, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.ez121.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S2212267216301101>. Acesso em: 15 nov. 2021.

SOUTO, Silvana; FERRO-BUCHER, Júlia S. N. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Revista de Nutrição**, [s. l.], 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rn/a/YsxbPv5PJkHvrYsjLYPYd3n/?lang=pt#>. Acesso em: 30 nov. 2021.

SPAHN, Joanne M. *et al.* Influence of maternal diet on flavor transfer to amniotic fluid and breast milk and children’s responses: a systematic review. **The American journal of clinical**

nutrition, [s. l.], 2019. Disponível em:

https://academic.oup.com/ajcn/article/109/Supplement_1/1003S/5456696?login=false. Acesso em: 1 fev. 2022.

SPLANE, Emily Crews *et al.* **Psychology of Eating: From Biology to Culture to Policy**. 2. ed. [S. l.]: Routledge, 2020.

SPRAGGINS, Andrea. **Problematic use of online social networking sites for college students: Prevalence, predictors, and association with well-being**. University of Florida, 2009.

SWEENEY, Julia. Understanding the Science of Eating and Happiness. **First we feast**, 2014. Disponível em: <https://firstwefeast.com/eat/2014/06/science-of-food-and-happiness>. Acesso em: 12 de dez. de 2021.

TADENA, Shannen *et al.* The Influence of Social Media Affinity on Eating Attitudes and Body Dissatisfaction in Philippine Adolescents. **Child Health Nurs Res**, [s. l.], v. 26, ed. 1, 2020. Disponível em: <https://www.e-chnr.org/journal/view.php?doi=10.4094/chnr.2020.26.1.121>. Acesso em: 2 dez. 2021.

TIGGEMANN, Marika; MILLER, Jessica. The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. **Sex roles**, v. 63, n. 1, p. 79-90, 2010. Disponível em: <https://link-springer-com.ez121.periodicos.capes.gov.br/content/pdf/10.1007/s11199-010-9789-z.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2022.

TOMA, Catalina; HANCOCK, Jeffrey T. Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating Self-Presentation and Deception. **Communication Research**, [s. l.], 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/238429913_Looks_and_Lies_The_Role_of_Physical_Attractiveness_in_Online_Dating_Self-Presentation_and_Deception. Acesso em: 10 jan. 2022.

TURNER, Pixie G.; LEFEVRE, Carmen E. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. **Eating and Weight Disorders**, [s. l.], 2017. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5440477/>. Acesso em: 3 dez. 2021.

VALKENBURG, Patti M.; PETER, Jochen. Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research. **Current Directions in Psychological Science**, [s. l.], 2009. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>. Acesso em: 17 jan. 2022.

VAN DER MEULEN, Mara *et al.* Brain activation upon ideal-body media exposure and peer feedback in late adolescent girls. **Cognitive, affective & behavioral neuroscience**, 2017. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5548820/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

VAZ, Diana Souza Santos; BENNEMANN, Rose Mari. Comportamento alimentar e hábito alimentar: uma revisão. **Revista UNINGÁ Review**, [s. l.], ano 1, v. 20, p. 108-112, 2014. Disponível em: <http://34.233.57.254/index.php/uningareviews/article/view/1557/1168>. Acesso em: 10 jan. 2022.

VELDHUIS, Jolanda *et al.* Negotiated media effects. Peer feedback modifies effects of media's thin-body ideal on adolescent girls. **Appetite**, 2014. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24262144/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

WALKER, Morgan *et al.* Facebook Use and Disordered Eating in College-Aged Women. **J Adolesc Health**, [s. l.], 2015. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4514918/>. Acesso em: 3 dez. 2021.

WE Are Social e HootSuite: Digital 2021 [Resumo e Relatório Completo]. Amper, 2021. Disponível em: <https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>. Acesso em: 29 jan. 2022.

ZHANG, Juan *et al.* The Relationship Between SNS Usage and Disordered Eating Behaviors: A Meta-Analysis. **Frontiers in Psychology**, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.641919/full>. Acesso em: 1 nov. 2021.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela graça concedida e demonstrada em todos os passos que me permitiram chegar até aqui.

Aos meus pais, Jasilene e Mirabeau, pela dedicação, sacrifício e amor.

Aos meus irmãos, Pedro Ivo e Mateus, por todo apoio e companheirismo.

A minha avó, Nilza, para quem servir através da comida é uma enorme demonstração de afeto.

Aos meus amados amigos de curso Larissa, Bárbara, Yasmin, Mateus e Cidinha, pela caminhada percorrida juntos, todo puxão de orelha e conversa edificante, e cuja amizade sincera levarei para sempre.

A Aline e Anderson, com quem dividir a vida é uma graça de Deus.

A Igor Matheus, pela escuta atenta e cada palavra sábia que ajudou no meu amadurecimento.

Ao meu orientador Luann Glauber, exemplo de profissional, pela paciência e disponibilidade.