

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA IMAGEM CORPORAL DE MULHERES JOVENS

Nicole dos Reis Moreira¹, Arthur Alves Negrão da Silva², Francine Xavier Rossetti², Gislene dos Anjos Tamasia²

1- Bacharel em Nutrição no Centro Universitário do Vale do Ribeira, SP – UNIVR

2- Docentes no Centro Universitário do Vale do Ribeira, SP – UNIVR

Resumo:

OBJETIVOS: Pesquisar a influência da imagem corporal apresentada nas redes sociais com mudança no estilo de vida de jovens adultos. **MÉTODOS:** Os dados que foram utilizados foram obtidos em artigos científicos, na plataforma SCIELO, e a plataforma Google Acadêmico, foram usadas as palavras chaves Imagem corporal, alimentação saudável, emagrecimento e aparência Física para a pesquisa. **RESULTADOS:** Os resultados apresentados fornecem informações importantes sobre como o assunto abordado sobre a influência das mídias vem se tornando cada dia mais forte e mais importante. **CONCLUSÃO:** Conclui-se como o corpo sofreu, no decorrer do tempo, diversas influências das mídias em geral, chegando a formar um parâmetro de corpo ideal para a sociedade, essa influência se tornou algo muito negativo e preocupante.

Descritores: Imagem corporal. Alimentação saudável. Emagrecimento. Aparência Física.

THE INFLUENCE OF BODY IMAGE ON SOCIAL MEDIA IN YUNG WOMEN

Abstract:

OBJECTIVES: This article aims to research the influence of body image presented on social networks with changes in the lifestyle of young adults. **METHODS:** The data that were used were obtained from scientific articles, on the SCIELO platform, and the Google Scholar platform, the keywords Body image, healthy eating, weight loss and physical appearance were used for the research. **RESULTS:** The results presented provide important information on how the subject addressed about the influence of the media is becoming stronger and more important every day. **CONCLUSION:** It is concluded that the body has suffered, over time, various influences of the media in general, coming to form an ideal body parameter for society, this influence has become something very negative and worrying.

Key-words: Body image. Healthy eating. Slimming. Physical appearance.

INTRODUÇÃO

Muito se tem discutido, recentemente, o poder que as mídias sociais têm em influenciar pessoas no dia a dia, uma grande influenciadora do comportamento alimentar é a mídia que vem, trazendo conteúdos inadequados sendo disseminados quando o tema é alimentação, nutrição e emagrecimento. Tais conteúdos encorajam aos chamados “Modismos Alimentares”. (CHAUD; MARCHIONI, 2004).

As redes sociais são uma dessas mídias, pois atingiram proporções grandiosas, alcançando, inclusive pessoas mais velhas e que possuíam pouca intimidade com a internet e o mundo virtual, isso tem gerado uma grande preocupação as instituições de ensino e as classes profissionais da área da saúde, já que as informações disseminadas não obedecem ao rigor crítico e científico dos dados, mas os significados a eles atribuídos por aqueles que o com partilham (RIGONI; NUNES; FONSECA, 2017)

Blogueiras influenciam outras mulheres tanto na compra de produtos que são divulgados, como ao mostrar seu corpo. A imagem corporal está associada com a autoestima e com isso o contentamento pessoal, ou seja, estar bem consigo mesmo, quando isso não existe, refletirá em uma insatisfação de autoimagem. (DANIELA, 2019). Este “corpo perfeito” é muito taxado nos últimos tempos, ele é formado por nádegas grandes, seios grandes, cintura fina, uma barriga “chapada”, pele sem estrias e sem celulites, e com isso as blogueiras divulgam produtos que estas mulheres podem ter o mesmo corpo que elas, mas muitas das vezes são falsos.

Percebe-se que o mundo social, claramente, discrimina os indivíduos não atraentes, numa série de situações cotidianas importantes. Pessoas julgadas pelos padrões vigentes como atraentes são tratadas muito bem, funciona como uma espécie de aceitação, assim, indivíduos tidos como não atraentes, estão mais propícios a encontrar ambientes sociais com um modelo rejeitador e que os desencorajam a estarem em um convívio igualitário. Muitas blogueiras não possuem capacitação e habilitação para veicular dicas ou notícias sobre alimentação e nutrição com o rigor crítico e científico necessário para promover o bem estar e a saúde da população. (SILVA, 2019).

Diante do exposto, este artigo tem como objetivo pesquisar a influência da imagem corporal apresentada nas redes sociais com mudança no estilo de vida de jovens adultos.

METODOLOGIA

Este estudo constitui uma revisão bibliográfica a respeito das influencias que mulheres adultas e adolescentes sofrem nas mídias sociais.

Os artigos coletados para a pesquisa foram obtidos na plataforma Google acadêmico e a plataforma SCIELO, todos os artigos escolhidos foram publicados entre o ano de 2017 e 2022.

Foi definido como critério de inclusão artigos que apresentassem descritores como: mídias sociais, mulheres adultas, influência, corpo perfeito; Para a pesquisa foi limitado artigos apenas na língua portuguesa, os 10 artigos selecionados são de língua portuguesa e ambos giram em torno do mesmo assunto, a influência que mulheres sofrem em vários pontos.

RESULTADOS

Após a busca realizada nas bases mencionadas (SCIELO e Google Acadêmico) foram selecionados os 10 artigos apresentados na Tabela 1, 4 da base SCIELO e 6 da base do Google Acadêmico, todos vinculados com o tema e com publicação a partir de 2017.

Logo em seguida a leitura e análise de cada artigo, todos os artigos tratam a respeito da influência que adolescentes do sexo feminino e mulheres mais velhas sofrem todos os dias em relação ao corpo, seja vendo outras mulheres em mídias sociais ou até mesmo na TV, influencia essa de um modo ruim, pois buscam e desejam ter os mesmos corpos que elas, mas nem tudo que se mostra é verdade. É apresentado em um dos artigos, como estas mesmas mídias influenciam as mulheres nas compras de cosméticos para a busca do “corpo perfeito”, e acaba até mesmo gerando um transtorno alimentar.

A Tabela 1 foi preenchida com o nome dos autores, ano, métodos e resultados individualmente de cada artigo, no objetivo foram destacados o que cada artigo apresentaria em métodos o que cada artigo usou para sua pesquisa, como o uso de outros artigos e amostras, e resultados, foi apresentada a conclusão que cada um chegou, dessa forma, os resultados apresentados fornecem informações importantes sobre como o assunto abordado sobre a influência das mídias vem se tornando cada dia mais forte e mais importante.

Tabela 1: Categorização dos artigos utilizados na revisão de acordo com o autor, ano de publicação, objetivos, métodos, e os principais resultados encontrados.

Autores	Objetivos	Métodos	Resultados
Costa, NN et al. 2018	Este artigo tem como objetivo mostrar como	Fazendo uma revisão bibliográfica com materiais já elaborados como livros e artigos científicos.	Os resultados obtidos com o presente trabalho vieram ao encontro daquilo que fora descrito de

as mídias influenciam nos padrões corporais da sociedade.

maneira muito enfática em todo o referencial, que foi trazer uma reflexão para a sociedade, de como a mídia e seus diversos meios de comunicações tem influenciado nos conceitos de corpo e saúde, buscando relacionar a importância do profissional de Educação Física nesse processo.

Mariana Ramalho Damasceno, 2017.

Este artigo tem como objetivo analisar a influência das mídias digitais no processo de decisão de compra.

Formando um conjunto de técnicas destinadas a descrever e resumir dados, ou seja, de forma que seja possível retirar conclusões a respeito dos dados disponíveis

As organizações que vem crescendo pelas vantagens da adesão a digitalização, fomentam a ambição de outros empresários através desse diferencial 22 competitivo que provam seu sucesso pelos resultados

Daniela da Silva de Souza Rodrigues, 2019.

Este artigo tem como objetivo compreender a influência das mídias sociais na autoimagem e no desenvolvimento de transtornos alimentares em mulheres.

A pesquisa foi realizada através de uma revisão bibliográfica do tipo revisão narrativa baseada na abordagem qualitativa do tipo exploratório e descritivo.

Ao final do artigo, tiveram-se duas conclusões, a primeira, a percepção da mulher associada ao erotismo e a sexualidade e a segunda se 38 trata de uma visão da representação da mulher na mídia e qual a influência que isso

exerce não apenas na autoimagem, mas no comportamento da mulher.

Lira, AG et al. 2017.	Este artigo tem como objetivo avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal de adolescentes do sexo feminino.	Se trata de um estudo transversal, onde foram usadas de amostrar adolescentes do sexo feminino de duas escolas.	Foram obtidos resultados sobre insatisfação corporal e sua relação com a influência da mídia, este estudo acrescenta ao entendimento do fenômeno a relação também com o uso de redes sociais por meninas adolescentes.
Lucena, BB et al. 2020.	Este artigo problematiza o aspecto fetichista da imagem do corpo ideal a partir da discussão do calendário de uma clínica de nutrição e estética.	Discute-se a dinâmica de formação de massas, conforme a teoria freudiana, para pensar como um padrão de corpo perfeito pode ser eleito como ideal a ser alcançado por indivíduos nas sociedades contemporâneas.	Envolveu-se uma maneira de ver, de ser e de ser visto, determinando como uma pessoa se encaixa no jogo de sua vida.
Grassi, CF et al. 2018.	Este artigo tem como objetivo descrever a influência da mídia na busca de tratamentos e recursos pela beleza e mensurar a influência para utilização de algum cosmético.	Foi construído um questionário para projeto Beleza com 43 questões baseado em alguns instrumentos.	Foi observado o papel que a mídia provoca na mente e na subjetividade de cada um varia, embora quase sempre cheguem ao mesmo objetivo, estabelecer um padrão de beleza.

Tomaz, RC et al. 2020.	Este artigo tem como objetivo tratar da percepção do corpo feminino.	Estudo de abordagem qualitativa, foi realizado por intermédio da literatura e percepção de vários autores específicos do contexto.	Demonstrou-se que a mídia é o principal meio de manipulação e alusão para um corpo perfeito, e vem sempre inovando as suas formas de manipulação e modulação na sociedade.
Secasse, DS et al. 2021.	Este artigo tem como objetivo discutir a respeito da influência que a mídia detém sobre as pessoas, as incentivando a consumir, colaborando com a perpetuação de diversos problemas de saúde física e mental.	Utiliza-se de referências bibliográficas	Os resultados conduzem para a compreensão de um dos maiores problemas de enraizado em nossa sociedade, a obesidade, bem como a busca incessante pelo corpo perfeito.
Silva, AS et al. 2019.	Este artigo tem como objetivo verificar a influência das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas.	Estudo de revisão associado a análise de páginas de redes sociais como facebook e Instagram.	Conclui-se que as redes sociais podem influenciar fortemente o comportamento, alimentação e hábitos de vida principalmente de mulheres, e que cabe somente ao nutricionista lidar com a reeducação alimentar de forma

segura sem trazer danos

aos indivíduos.

Ribeiro, SDD et al. 2019.	Este artigo tem como objetivo o discurso midiático e suas estratégias.	Foi buscado acessar a produção acadêmica acerca do tema proposto e trouxemos para reflexão autores que sustentam conceitos para ler e interpretar a sociedade atual.	Temos clareza, ao sim deste artigo, de que não se trata de uma negação aos cuidados com uma boa alimentação e hábitos saudáveis, mas o seu contrário.
---------------------------	--	--	---

DISCUSSÃO

A influência que mulheres sofrem está cada dia mais ganhando força na sociedade, cada dia mais está se tornando uma pauta falada, como nos 10 artigos selecionados, ambos falam sobre o mesmo assunto, mesmo de forma distinta.

O artigo de Rodrigues (2018), diz como esta influência em busca do corpo perfeito, acabou gerando transtornos alimentares nas mulheres, pois muitas vezes sem comer ou até mesmo não comendo o que seu corpo necessita, como o artigo de Silva et al (2019), também diz, mostrando como essas mulheres se comportam na hora de se alimentar.

O artigo de Mariana (2017), fala sobre o poder que as mídias sociais tem na hora de influenciar a decisão de compra de algum produto que está sendo anunciado, como no artigo de Grassi, CF et al (2018), que diz sobre esta mesma influência, mas na hora de compra de cosméticos femininos, por exemplo, produtos contra celulite que são anunciados, e prometem grande resultado, e quando comprado acaba não sendo o que prometeu.

Moreno (2012) fala que o foco da publicidade é mais direcionado às mulheres porque elas são responsáveis pela maioria das decisões de consumo, no Brasil 80% das decisões são realizadas por mulheres.

Ambos os restantes dos artigos, dizem mais sobre a influência que é sofrida, e se diz de forma negativa, pois esta influência em si, acaba gerando tanto como citado acima transtornos alimentares, como

auto estima baixa, anorexia, bulimia, e acaba mexendo com o psicológico dessas mulheres. A internet e as redes sociais são uma realidade intransponível, no sentido de que praticamente toda a população tem acesso e recebe informações advindas dessas redes.

O que antes era um poder único da mídia televisiva, agora passa a ser dividido com as redes sociais e, obviamente, com a internet em geral (Nicole Nunes et al 2018).

CONCLUSÃO

Ao longo de todo trabalho, foi demonstrado como o corpo sofreu, no decorrer do tempo, diversas influências das mídias em geral, chegando a formar um parâmetro de corpo ideal para a sociedade.

Desde muito tempo, seja nos programas de TV ou como hoje em dia nas Redes sociais, mulheres acabam querendo se espelhar em outras mulheres, querendo ter o corpo igual, o cabelo igual, a pele igual. Este artigo mostrou como o número de mulheres que sofrem com isso vem aumentando cada vez mais, e as mesmas acabam sofrendo muita das vezes em silêncio. O problema que vem junto a isto pode acabar sendo prejudicial à saúde das mesmas, gerando vários problemas de saúde e também problemas emocionais.

Também podem acabar gerando problemas financeiros, querendo comprar o que as blogueiras indicam, aliada a esta concepção que sustenta o consumismo, deparamo-nos com a indústria das cirurgias, que cresce vertiginosamente, com apoio da ciência e da tecnologia a lhe justificar os fins.

A melhor forma de se lidar com este problema, seria a busca de ajuda om um profissional, seja um profissional da saúde para te ajudar a ter o “corpo perfeito”, ou se o problema já tiver se transformado em um problema emocional, buscar a ajuda de um profissional psicólogo, e entender que cada tem o seu corpo perfeito.

REFERÊNCIAS

Moreno, R.; Ações e reflexões sobre mídia e psicologia. *Psicol. Soc.*; Vol 24, n 1. Belo Horizonte Jan./Abr 2012.

Rodrigues, DSS. A influência das mídias sociais na auto imagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares. Criciúma, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/7153/1/DANIELA%20DA%20SILVA%20DE%20SOUZA%20RODRIGUES.pdf>

Secasse, DS et al. Uma análise acerca da influência da mídia na construção do corpo perfeito. UFMS/CPNV, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/13730/9739>

Lucena, BB et al. Ninguém é tão perfeito que não precise ser editado: fetiche e busca do corpo ideal. USP, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusp/a/TT3T5xy4qRyGmL5tFmjdYqN/?format=pdf&lang=pt>

Tomaz, RC et al. Corpo Padrão: Um Estudo sobre as Concepções do Corpo Feminino Exposto pela Mídia. REVISTA LATINO-AMERICANA DE PSICOLOGIA CORPORAL, 2020. Disponível em [file:///C:/Users/nicol/Downloads/98-412-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/nicol/Downloads/98-412-1-PB%20(1).pdf)

Grassi, CF et al. A influencia das mídias sobre as mulheres em busca de um corpo perfeito. Cefic, 2018. Disponível em: <https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2018/article/viewFile/917/861>

Costa, NN et al. CORPO E SAÚDE: REFLEXÕES SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NOS PADRÕES CORPORAIS DA SOCIEDADE. Univale, 2018. Disponível em: https://www.univale.br/wp-content/uploads/2019/11/ED.-F%C3%8DSICA-2018_2-CORPO-E-SA%C3%9ADE-REFLEX%C3%95ES-SOBRE-A-INFLU%C3%8ANCIA-DAS-MIDIASSOCIAIS...-NICOLE.-RODRIGO.-TAYNARA.pdf

Damasceno, MR. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA: UM ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES DA GRADUAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRN. UFRN, 2017, Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/35558/2/MarianaRD_Monografia.pdf

Lira, AG et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Unifesp, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?format=pdf&lang=pt>

Silva, AS et al. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE MULHERES ADULTAS. FAP, 2019. Disponível em : <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistateste/article/view/1172/1075>

Ribeiro, SDD et al. Mídia, corpo e mercado: (im)possibilidades formativas diante do poder simbólico. Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/11456/2/MidiaCorpoMercadoSimbolico.pdf>

CHAUD, D.M.A.; MARCHIONI, D.M.L. Nutrição e mídia: uma combinação as vezes indigesta. Higiene Alimentar, São Paulo, v. 18, n. 116/117, p. 18-22, jan./fev. 2004. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br>.

RIGONI, A.C.C.; NUNES, F.G.B.; FONSECA, K. Das M. O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a Educação Física escolar. Revista Motrivivência, Florianópolis, v. 29, n. esp., p. 126-143, dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2017v29nespp126/35558>.

Figueiredo, R. A OBSESSÃO PELO CORPO E O DESENVOLVIMENTO DE TRANSTORNOS ALIMENTARES EM JOVENS ADOLESCENTES. PUC minas, 2019. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/18634/15032>