

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ALIMENTAÇÃO E IMAGEM CORPORAL DOS ESTUDANTES DA FACULDADE DE APUCARANA

PINE, M. E^{1.}; LOURIVAL, N. B. DOS S.²

Palavras-chave: Mídias sociais. Autoimagem. Comportamento Alimentar.

INTRODUÇÃO

Durante anos, a televisão e as revistas eram os meios de comunicação e entretenimento das pessoas. Com a popularização da internet, houve a criação de vários sites, incluindo a criação das redes sociais, como Facebook® e Instagram®. Atualmente, a internet mudou a maneira com que nos relacionamos, tanto no meio pessoal, como no empresarial. A rede social Instagram cresceu tanto, que algumas pessoas viram como uma oportunidade de trabalho, chamados de influenciadores digitais, e as empresas, como uma forma de publicidade (MORAIS e BRITO, 2020).

A exposição errônea, muitas vezes expostas nessas redes, de que apenas um corpo magro e definido é saudável, pode influenciar os usuários a seguir dietas, ou adquirir produtos que prometem uma suposta solução rápida, para algo com dimensões maiores, onde não se pensa na individualidade daquela pessoa (LEITE e FREITAS, 2010).

Os corpos valorizados e preferidos perante a sociedade, pode colaborar com as angústias e conflitos, principalmente durante a fase da adolescência em que se busca uma identidade corporal, na maioria das vezes se espelhando em figuras idealizadoras (FROIS; MOREIRA e STENGEL, 2011). Existem recomendações nutricionais para todas as fases de nossas vidas, as Dietary Reference Intakes (DRI's) são valores de referência para macro e micronutrientes. As DRI's são utilizadas para o planejamento de dietas, que visam a redução dos riscos de doenças crônicas não transmissíveis. A influência das redes sociais sobre a alimentação, como seguir dietas que estão na moda, pode fazer o indivíduo não seguir essas recomendações por exclusão de alguns alimentos, podendo trazer riscos à saúde (LEITE e FREITAS, 2021).

¹Maria Eduarda Pine. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr, 2022.

²Natália Brandão dos Santos Lourival. Orientadora da pesquisa. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2022.

OBJETIVO

Analisar a influência das redes sociais na alimentação e percepção em relação a imagem corporal de estudantes matriculados na instituição de ensino superior Faculdade de Apucarana.

MÉTODO

A pesquisa foi realizada com os estudantes do ensino superior, que estão matriculados na Faculdade de Apucarana (FAP). A pesquisa se iniciou após o aceite pelo Comitê de Ética, foi aplicado um questionário através dos Formulários do *Google*[®]. Coletando dados como o uso das redes, desejo de ganho ou perda de peso e mudança alimentar. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva, com análise de dados a partir da análise de conteúdo.

O questionário possui as seguintes questões: 1 – Idade. Com as alternativas: entre 17 e 19 anos, entre 20 e 25 anos, entre 26 e 29 anos e 30 anos ou mais; 2 – Identidade de gênero. Com as alternativas: feminino, masculino, não binário e prefiro não declarar; 3 – Curso. com as opções: Administração, Biomedicina, Ciências Biológicas, Direito, Enfermagem, Engenharia Agrônômica, Engenharia Ambiental, Engenharia Civil, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia e Sistema de Informação; 6 – Qual o seu tempo de uso das redes sociais? Alternativas: entre 30 minutos e 01:00 hora por dia, entre 02:00 horas e 03:00 horas por dia, 04:00 horas ou mais por dia e algumas vezes na semana; 7 – Qual rede social utiliza com mais frequência? Alternativas: *Instagram*[®], *Facebook*[®], *Twitter*[®], *Tiktok*[®] e outros.

E questões com alternativas de “sim” ou “não”, como 4 – Faço acompanhamento com nutricionista.; 5 – Faço uso das redes sociais (EX. *Instagram*[®], *Facebook*[®], *Twitter*[®], etc.); 8 – Utilizo as redes sociais como fonte de informações; 9 – Acredito que as redes sociais são importantes fontes de informações sobre alimentação.; 10 – Faço dieta/plano alimentar sem acompanhamento de nutricionista.; 11 – Já segui dietas compartilhadas nas redes sociais.; 12 – Já segui dicas para emagrecer compartilhadas nas redes sociais.; Já excluí algum alimento das minhas refeições por influência das redes sociais.; 14 – Já me senti pressionado pelas redes sociais a perder peso.; 15 – Já me senti pressionado pelas redes sociais a ganhar peso.; 16 – Gostaria de ter uns quilos a menos.; 17 – Gostaria de ter uns quilos a

¹Maria Eduarda Pine. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr, 2022.

²Natália Brandão dos Santos Lourival. Orientadora da pesquisa. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2022.

mais.; 18 – Concordo que as redes sociais possuem um padrão do que é ser atraente.; 19 – Sigo/acompanho pessoas nas redes com o corpo que eu gostaria de ter.; 20 – Sigo/acompanho pessoas nas redes com o corpo parecido com o meu.; 21 – Comparo meu corpo com o das pessoas que sigo nas redes sociais; 22 – Já fiz/tenho intenção de fazer dietas para ter esse corpo.

RESULTADOS

A pesquisa finalizou com cento e trinta e cinco (135) questionários respondidos, e pelos critérios de exclusão, foram descartadas ao todo quarenta e quatro (44) respostas. Desta forma, foram utilizadas as respostas dos noventa e dois (92) questionários que restaram dentro dos critérios estabelecidos, contendo setenta e uma (71) pessoas do sexo feminino, vinte (20) do sexo masculino e apenas uma (1) pessoa que não quis declarar sua identidade de gênero.

E ao se analisar a busca por informações, do total de indivíduos, 89,13% (n= 82) utilizam as redes sociais como fonte de informação e entre eles, 84,15% (n=69) acreditam que as redes sociais são uma importante fonte de informações sobre alimentação saudável (Tabela 3), 53,62% (n= 37) já seguiram dicas compartilhadas nas redes sociais para emagrecer e 56,52% (n= 39) já excluiu algum alimento de sua dieta por influência das redes sociais.

Tabela 1 - Utilizam as redes sociais como fonte de informações

Perguntas	Pessoas que utilizam as redes sociais como fonte de informações e acreditam que as redes são uma importante fonte de informações sobre alimentação saudável. (n=69)
Já fizeram dieta sem acompanhamento nutricional.	36,21% (n=25)
Já seguiram dietas compartilhadas nas redes sociais.	39,13% (n= 27)

¹Maria Eduarda Pine. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr, 2022.

²Natália Brandão dos Santos Lourival. Orientadora da pesquisa. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2022.

Já seguiram dicas para emagrecer compartilhadas nas redes sociais.	53,62%% (n= 37)
Já excluiu algum alimento de sua dieta por influência das redes sociais.	56,52% (n= 39)
Já fizeram ou possuem interesse em fazer dieta para chegar ao corpo que almeja.	75,36% (n= 52)

Fonte: Pine, Lourival (2022).

Em uma pesquisa realizada por Tretto, Lain e Pereira (2017), foi aplicado um questionário sobre a temática dietas da moda e distúrbios alimentares para os estudantes de psicologia e nutrição em uma universidade na Serra Gaúcha, com o total de cento e dezenove participantes, onde quarenta e nove afirmaram ter feito alguma dieta da moda, quarenta e um restringiram sua alimentação, trinta e quatro afirmaram não conseguir comer sem sentir culpa e oitenta e oito estudantes acreditam que as redes sociais influenciam a almejem um corpo perfeito. Deste modo, reafirma-se que a reeducação alimentar acompanhada de um profissional nutricionista é a melhor forma de chegar a um objetivo de forma saudável e consistente, e que as dietas da moda, que normalmente são seguidas sem o acompanhamento nutricional levando em conta a individualidade do paciente, podem colaborar para que o indivíduo desenvolva uma relação ruim com sua alimentação, e ainda, podem contribuir para o desenvolvimento de um distúrbio alimentar devido as restrições presentes nesses tipos de dietas.

CONCLUSÃO

Atualmente as redes sociais fazem parte do dia a dia da maioria das pessoas, com milhares de informações compartilhadas a todo momento, sejam elas com embasamento científico, ou não. Conforme os resultados da pesquisa, percebe-se que mais da metade das pessoas que utilizam as redes sociais como fonte de informações e acreditam que as redes sociais são uma boa fonte de informações sobre alimentação e nutrição também já seguiram dicas para emagrecer que são compartilhadas nas mesmas.

O trabalho do profissional nutricionista é de extrema importância para a propagação de informações adequadas sobre alimentação e nutrição nas redes

¹Maria Eduarda Pine. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr, 2022.

²Natália Brandão dos Santos Lourival. Orientadora da pesquisa. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2022.

sociais, seguindo o Código de Ética. Ajudando a reduzir o terrorismo nutricional sobre determinados alimentos e a combater *fake News*.

REFERÊNCIAS

MORAIS, N. S. D.; BRITO, M. L. A. **Marketing digital através da ferramenta Instagram. E-Acadêmica**, v.1, n.1, e.3, 2020. << disponível em: <https://eacademica.org/eacademica/article/view/5/4> >>

LEITE, R. A.; FREITAS, F. M. N. O. **A influência da mídia na saúde do indivíduo: Dietas restritivas versus Reeducação alimentar**. Brazilian Applied Science Review, Curitiba, setembro/outubro, 2010. < disponível em: <file:///C:/Users/Maria/Downloads/Artigos%20TCC/38747-97152-1-PB.pdf> >

FROIS, E.; MOREIRA, J.; STENGEL, M. **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão**. Psicologia em estudo, Maringá v. 16, janeiro/março, 2011. < disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/7yndSDgPJX4jXXYJymhcWkM/?format=pdf&lang=pt> >

¹Maria Eduarda Pine. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr, 2022.

²Natália Brandão dos Santos Lourival. Orientadora da pesquisa. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2022.