

A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA ANOREXIA E NA BULIMIA NERVOSA¹

Diovana Conte da Silva²

Luciene Corrêa de Miranda Moreira³

RESUMO:

O presente artigo tem como objetivo investigar, através do *Instagram*, conteúdos e perfis que podem ser considerados gatilhos para a anorexia (AN) e bulimia nervosa (BN). Este estudo é composto de duas partes: inicialmente, uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, bibliográfica de revisão narrativa, embasando teoricamente a hipótese de pesquisa. Em seguida, foram apresentadas publicações (conteúdo audiovisual e escrito) disponíveis nas redes sociais (*Instagram*) de influenciadores e páginas que estimulam o culto ao corpo magro, em padrões praticamente inatingíveis e/ou demonstram comportamentos alimentares prejudiciais que podem funcionar como gatilhos para a ocorrência, o agravamento e/ou a reincidência de AN e BN. Alguns conteúdos que se destacam para a discussão: influência de blogueiras fitness no comportamento alimentar; venda de produtos que prometem transformação corporal; ideal de corpo perfeito. Além disso, apresentam-se conteúdos do canal de uma jovem que teve problemas com transtornos alimentares e, atualmente, usa suas redes sociais para ajudar pessoas que lidam com questões parecidas. Conclui-se que o *Instagram* contribui para desmistificar a ideia do padrão de corpo e incentivar as pessoas a ter um pensamento crítico acerca do conteúdo que consomem diariamente em suas redes sociais. Por outro lado, ainda há conteúdos propagados de maneira incorreta, considerados gatilhos.

Palavras-chave: Anorexia. Bulimia Nervosa. *Instagram*. Gatilhos.

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM ON ANOREXIA AND BULIMIA NERVOSA

ABSTRACT:

The goal of this article is to investigate, through Instagram, content and profiles that can be considered triggers for anorexia (AN) and bulimia nervosa (BN). This study is composed of two parts: initially, an exploratory research, with a qualitative approach, bibliographic narrative review, theoretically supporting the research hypothesis. Then, publications were presented (video and written content), available on social media (Instagram) of influencers and pages that encourage the cult of the thinness, in practically unattainable patterns and/or demonstrate harmful eating behaviors that can act as triggers for the occurrence, worsening and/or recurrence of AN and BN. Some contents that stand out for the discussion: the influence of fitness bloggers on eating

¹ Artigo de trabalho de conclusão de curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Academia, na Linha de Pesquisa Psicologia e Saúde. Recebido em 26/10/2022 e aceito em 24/11/2022.

² Discente do curso de graduação em Psicologia do Centro Universitário Academia (UNIACADEMIA). E-mail: diovanacontesilva@gmail.com

³ Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e docente do Centro Universitário Academia (UNIACADEMIA). E-mail: lucienemoreira@uniacademia.edu.br

behavior; the sale of products that promise body transformation; perfect body ideal. In addition, content from the account of a Young woman who had problems with eating disorders and currently uses her social media to help people dealing with similar issues is presented. It is concluded that Instagram helps to demystify the idea of the body pattern and encourages people to have a critical thinking about the content they consume daily on their social media. On the other hand, there are still contents propagated incorrectly, considered triggers.

Keywords: Anorexia. Bulimia Nervosa. Instagram. triggers.

1 INTRODUÇÃO

O Instagram é uma rede social acessada por pessoas de diferentes idades, em vários países. Nela, há três tipos de perfis: pessoal (as pessoas em geral), comercial (empresas que usam o Instagram para divulgar e vender produtos) e de criador de conteúdo (influenciadores digitais).

Os influenciadores digitais (ou *digital influencers*) são pessoas que exercem a capacidade de influenciar o público digital em tomadas de decisões, como compras de produtos e outros tipos de influência na vida diária. Quando seus perfis caem no gosto da sociedade, os influenciadores ganham muitos seguidores que os acompanham diariamente e se tornam alvo de desejo para que as pessoas possam reproduzir o que está sendo mostrado por eles (PERES; FERREIRA, 2018).

Existem influenciadoras do segmento *Life Style*, ligado ao estilo de vida e ao corpo. Estes divulgam produtos - seus ou de terceiros - para fazer publicidade e, conseqüentemente, aumentar as vendas dos produtos anunciados. Assim, vendem aos seus seguidores a ideia de vida feliz e perfeita, beleza, corpo sempre em forma, o que muitas pessoas desejam. Porém, é esquecido que, no mundo da internet, os materiais divulgados podem ser criados e manipulados e, por isso, não se sabe o que está por trás dos relatos, fotos e vídeos. Pode haver, inclusive, edições e ângulos que venham a favorecer a forma física (GOMES, 2021).

O conteúdo das redes sociais de alguns influenciadores reforçam padrões de corpos dificilmente acessíveis, dietas restritivas, tratamentos estéticos e medicamentos que prometem emagrecer. São um risco para quem não consegue alcançar o padrão desejado, que foi imposto pelas mídias, principalmente, quando o público-alvo é de adolescentes, que vivem em busca de identificação e experimentam o impacto severo do *Instagram* por estarem conectados por muito tempo. Além disso,

o desgosto com o corpo e a busca por uma estrutura física que seja modelo pode levar a alterações no comportamento (GOMES, 2021).

Há um padrão de beleza da época, que muda de acordo com o tempo e é reforçado pela mídia. A internet reforça esse padrão de um corpo ideal que, na realidade, não é a forma natural da maioria das pessoas. Vendem-se dietas, cirurgias plásticas, harmonização facial, próteses, com o intuito de “construir” o corpo perfeito, como o das influenciadoras digitais e, conseqüentemente, a felicidade comercializada por elas em suas redes. A relação da mídia e o impacto sobre os corpos influencia a vida das pessoas, fazendo com que busquem um padrão de beleza único, muitas vezes, por um caminho não saudável, podendo chegar a desenvolver algum transtorno alimentar (TA), psicológico e de imagem, como anorexia nervosa (AN) e bulimia nervosa (BN) (PERES; FERREIRA, 2018).

São objetivos deste artigo discutir padrões de corpo perfeito e seus impactos nas pessoas; investigar, nas redes sociais, conteúdos e perfis que podem funcionar como gatilhos para a anorexia e a bulimia; contextualizar sobre o impacto da internet, em especial dos influenciadores digitais, na saúde (biopsicossocial) das pessoas.

2 TRANSTORNOS ALIMENTARES

Os transtornos alimentares se caracterizam por desordem no comportamento diante da alimentação. Podem se vincular a uma alimentação restritiva ou a um consumo exagerado. É imprescindível ressaltar que a forma como a pessoa é, sendo magra ou gorda, e a quantidade que ela se alimenta, não são dados suficientes para se dizer que ela possui TA. O indivíduo com esses transtornos experimenta um intenso sofrimento psicológico diante da alimentação. São mais prevalentes em adolescentes e mulheres jovens, mas observa-se um aumento de casos em crianças e homens. Normalmente, se inicia na adolescência e seus sintomas continuam aparecendo durante a vida, prejudicando a saúde psíquica, física e social (NEISME, 2021).

Segundo o DSM-V (APA, 2014) os transtornos alimentares são determinados por uma conturbação alimentar ou uma conduta direcionada aos alimentos, que traz, posteriormente, um resultado modificado no consumo, comprometendo a saúde, o corpo, o psicológico e o social do indivíduo. O TA engloba diversos transtornos, incluindo a anorexia nervosa e a bulimia nervosa.

Straub (2014) ilustra a evolução até se chegar aos fatores causadores da anorexia, na atualidade. No início, os médicos remetiam esse transtorno alimentar a distúrbios da glândula hipófise. Esse modo de pensar foi desqualificado e os psiquiatras levantaram a hipótese de que a AN estivesse ligada à negação da feminilidade e ao medo da maternidade, posição também descartada. Atualmente, acredita-se que os transtornos alimentares podem ser causados por fatores da ordem do biológico, do psicológico e do social e, da mesma forma, seus impactos englobam todas essas dimensões de quem sofre dos mesmos, inclusive a família.

A perspectiva biopsicossocial ajuda a explicar os fatores de risco para a AN. Indivíduos que sofreram de transtorno de ansiedade ou apresentaram traços obsessivos na infância têm maior risco de desenvolver a doença. É mais prevalente em culturas que valorizam a magreza e em pessoas cuja profissão enaltece a manutenção do corpo magro, como modelos e atletas de elite. O risco é aumentado quando parentes de primeiro grau também apresentam o transtorno (APA, 2014).

A anorexia nervosa possui três principais parâmetros para ser diagnosticada: restrição alimentar, preocupação e medo do aumento de peso e uma ação que chega a lesar e interferir nas modificações e no ganho do corpo. Índice de massa corporal (IMC) inferior a 17 pode ser sugestivo do transtorno. O paciente se recusa a ingerir calorias que o corpo demanda por meio de uma restrição alimentar, o que resulta num baixo peso corpóreo, chegando em um resultado menor do que o peso indicado para a idade, sexo e saúde do paciente (APA, 2014; FINGER; OLIVEIRA, 2016).

A percepção corporal dos pacientes com anorexia nervosa é muito distorcida, por isso, há pessoas que se sentem acima do peso, outras reconhecem que estão magras, mas, demonstram incômodo excessivo se julgarem que há excesso de gordura em determinada parte do corpo (APA, 2014). É atípico que procurem profissionais da área da saúde, como médico, psicólogo, nutricionista, endocrinologista, pois seu objetivo é restringir os alimentos (FINGER; OLIVEIRA, 2016).

A família de uma pessoa que sofre de anorexia nervosa identifica a perda de peso acentuada e os comportamentos perante a alimentação e, por isso, direciona o paciente em busca de tratamento. Se faz necessário que o profissional que irá conduzir o tratamento esteja ciente das condições do indivíduo e da resistência diante do que for sugerido (FINGER; OLIVEIRA, 2016). Essa dinâmica de busca de ajuda motivada pela família, ou por parte do próprio paciente é descrita na citação a seguir:

Geralmente, o indivíduo é levado à atenção profissional por familiares depois de perda de peso marcante (ou insucesso em obter o ganho de peso esperado) ter ocorrido. Se buscam ajuda por si mesmos, costuma ser devido à angústia causada por sequelas somáticas e psicológicas da inanição. É raro uma pessoa com anorexia nervosa queixar-se da perda de peso por si só. Na verdade, indivíduos com anorexia nervosa com frequência carecem de insight ou negam o problema. É, portanto, importante obter informações de familiares ou de outras fontes para avaliar a história da perda de peso e outros aspectos da doença (APA, 2014, p.340).

Segundo o documento supracitado, as consequências da anorexia nervosa podem interferir no paciente, enquanto ser biopsicossocial, de forma aguda, ou crônica. Os sintomas fisiológicos incluem amenorreia e diminuição da densidade óssea, sendo esta última condição possivelmente irreversível. Sinais e sintomas depressivos - humor rebaixado, isolamento social, irritabilidade, diminuição da libido - são frequentemente associados e podem, inclusive, ser derivados da condição de semi-inanição decorrente do transtorno. Porém, o transtorno depressivo pode ser comorbidade – quando os sintomas são mais intensos.

Em síntese, na anorexia nervosa há uma restrição de calorias através de dietas ou exercícios exagerados, devido ao medo excessivo de engordar, além de uma percepção errada diante do próprio corpo e sua forma (NEISME, 2021). Pacientes com TA podem apresentar limitações funcionais, por isso, enquanto alguns permanecem ativos e produtivos no funcionamento social e profissional, outros sofrem com o isolamento social e acabam por apresentar desajustes e insucessos nas interações sociais e no funcionamento profissional (APA, 2014).

Já a BN caracteriza-se por episódios de compulsão alimentar, pequenos intervalos entre uma alimentação e outra, ingestão de grande quantidade e falta de controle perante a alimentação. Em seguida, há comportamentos compensatórios para que não se tenha o aumento de peso, como vômitos autoinduzidos, ingestão de medicamentos para emagrecer e laxantes, jejuns, exercícios físicos exagerados. Há, também, uma preocupação com o formato corporal e seu peso (NEISME, 2021).

Os atos de compulsão alimentar e os comportamentos de compensação visam ao não aumento do peso. A pessoa tende a ingerir uma quantidade de alimentos além do que aguentaria comer e percebem a perda de controle sobre a comida. É imprescindível, para que haja o diagnóstico, possuir o conceito de compulsão alimentar (APA, 2014). Alivia-se um sofrimento após o quadro e, com o passar do tempo, pode incluir alteração no humor (FINGER; OLIVEIRA, 2016).

O vômito promove alívio rápido e é o mais usado entre as pessoas bulímicas. A maioria desses pacientes possui vergonha do seu modo alimentar e busca esconder seu problema das outras pessoas, por isso, a compulsão pode ocorrer quando se encontram sozinhas (FINGER; OLIVEIRA, 2016).

De acordo com os autores acima citados, os gatilhos que podem desencadear um episódio de compulsão alimentar estão relacionados ao humor deprimido, às dietas restritivas, avaliações sobre a própria imagem, ao modo como considera seu corpo, o peso, a alimentação, a comparação com outras pessoas, dentre outros fatores. Santos (2020)⁴ define “gatilhos” como estímulos emocionais que são ativados diante de uma situação significativa, traumas na vida de um indivíduo, podendo ser considerado positivos ou negativos, de acordo com cada vivência.

O gatilho pode, inclusive, estar relacionado a conteúdos disponíveis nas redes sociais, pelo fato de muitas pessoas estarem expondo sua rotina, incluindo a alimentação, o corpo e o exagero diante dos exercícios físicos, além das diversas formas de emagrecer que não condizem com a realidade de muitos indivíduos. Ressalta-se que não é possível afirmar o efeito maléfico de certos conteúdos postados em redes sociais para todas as pessoas, visto que nem todas são suscetíveis aos mesmos gatilhos (FINGER; OLIVEIRA, 2016).

Assim como a anorexia nervosa, a bulimia nervosa também pode ser abordada a partir de uma perspectiva biopsicossocial, pois, há fatores da ordem do biológico, do psicológico e do social envolvidos na etiologia e no prognóstico do transtorno (STRAUB, 2014). Segundo o DSM-V (APA, 2014), os fatores relacionados ao temperamento que se apresentam como fatores de risco incluem baixa autoestima, preocupações com o peso, sintomas depressivos, transtorno de ansiedade social e transtorno de ansiedade na infância, ter sofrido abuso sexual ou físico na infância. A internalização de um ideal de corpo magro, reforçado culturalmente, aumenta a preocupação com o peso, que, por sua vez, potencializa os riscos de a pessoa desenvolver um quadro de bulimia nervosa. Também é possível reunir fatores genéticos e fisiológicos, como obesidade infantil, puberdade precoce e influência familiar. É um transtorno mais comum em mulheres.

⁴ MINHAVIDA. **Bem-estar**. Gatilho: entenda o que é e como é possível lidar com ele. 2020. Disponível em: <https://www.minhavidade.com.br/materias/materia-20116#:~:text=Gatilho%20%C3%A9%20um%20termo%20utilizado,na%20vida%20de%20uma%20pe ssoa> Acesso em: 15 out. 2022.

Os dois transtornos podem ser ocasionados ou agravados pelos gatilhos que, na mídia, consistem em fotos, vídeos, dietas mirabolantes, envolvendo e exaltando o culto à magreza, medicamentos com intuito de ter o corpo ideal dentro da cultura na qual está inserida (BARBOSA; MIRANDA; ROLINDO; ENETÉRIO, 2019). É relevante estudar possíveis gatilhos para a anorexia e a bulimia nervosa (ou para o agravamento do quadro), pois, além de todas as questões apresentadas até aqui, o risco de suicídio é elevado em pessoas com diagnóstico das duas patologias (APA, 2014).

3 INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS JUNTO AOS TRANSTORNOS ALIMENTARES

A cultura possui influência perante o corpo e sua imagem. A globalização e as redes sociais constroem um padrão do corpo, definindo a mulher com um ideal de magreza e corpo definido e o homem como corpo “sarado” e definido (SERRA, 2001).

Pela internet há transmissão de fotos, vídeos, textos, informações que perpassam por vários lugares com uma grande potência. As pessoas necessitam se expor, muitas das vezes, sem pensar no bem-estar e na qualidade de vida dos indivíduos que vão receber essas informações, podendo, até mesmo, transmitir informações equivocadas (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

A influência das redes sociais no comportamento alimentar não é algo inédito. Bem antes da existência de *Facebook*, *Instagram* e *Tik Tok* já se investigava a influência de revistas adolescentes junto à alimentação de pessoas desta faixa etária. Em 2001, Serra realizou uma pesquisa com o intuito de analisar e compreender o que o discurso da mídia apregoa em relação às práticas alimentares que contribuem para o processo de emagrecimento. Para isso, analisou conteúdos disponíveis na revista “Capricho” - publicação de maior sucesso junto ao público adolescente por muitos anos - durante o ano de 1999. Segundo Serra (2001, p.4):

Os resultados da análise permitem afirmar que a mídia se apropria do discurso técnico-científico de forma a legitimar-se com o respaldo de entrevistas com especialistas no assunto. O discurso midiático utiliza estratégias de convencimento, persuasão e sedução, e pode influenciar o público leitor em relação às suas decisões, atitudes e comportamentos ligados à sua prática alimentar.

Após decadência das revistas impressas, os *blogs* se caracterizaram como espaços virtuais em que as pessoas discorriam sobre variados temas e interagiam com seguidores. Precursores das redes sociais, os *blogs* despertaram a preocupação com o tipo de conteúdo publicado e com seu impacto na vida das pessoas. Destacam-se, nesse meio, os blogs “*pro-ana*” e “*pro-mia*” - pró anorexia e bulimia nervosa, respectivamente - os quais defendem os transtornos enquanto um estilo de vida que possibilita o alcance do corpo idealizado. As pessoas compartilhavam suas experiências, esforços, fracassos e desejos, o que incluía possíveis técnicas para não comer, sentir menos fome e expelir o que foi ingerido de forma compulsiva sem chamar a atenção da família (MIRAPALHETA, 2010; MELO et al, 2021)

Com o advento das redes sociais, os consumidores das mídias interagem mais nas postagens e têm vontade de estar no lugar dos influenciadores que divulgam conteúdos, inclusive, de forma irresponsável. Estes postam conteúdos que remetem a uma vida perfeita, expõem seus corpos magros, como se isso fosse simples. Quando as pessoas buscam ser como os influenciadores, esses conteúdos podem se tornar gatilhos, colocando-as em risco e mais vulneráveis para o desenvolvimento dos TA, influenciando também na autoestima (PERES; FERREIRA, 2018).

O *Instagram* é uma rede de compartilhamento de conteúdo utilizado por pessoas de qualquer faixa etária. Muitas jovens compartilham conteúdo que ilustra sua rotina por ali. As influenciadoras digitais adotam esta prática diariamente, pois, após terem número significativo de seguidores, empresas passam a monetizar e direcionar o conteúdo de suas redes sociais (NÉSPOLI; NOVAES; ROSA, 2015).

As influenciadoras digitais mostram seu dia a dia, incluindo alimentação e exercícios físicos, o que, segundo o discurso delas, justifica seu corpo dentro dos padrões impostos. Essa rotina exibida pode estar exagerada ou fora da realidade de muitas pessoas, que têm rotinas, estilos de vida e corpos diferentes. Os conteúdos publicados reforçam o discurso sobre “vida saudável” e superação dos obstáculos da vida, englobando a alimentação, a atividade física, seus sacrifícios e, como resultado, o corpo perfeito e a vida feliz almejada pela maioria das pessoas que se identifica com o conteúdo publicado. Algumas dessas influenciadoras reforçam a necessidade de mudança do corpo, falam sobre melhores hábitos e administração do tempo, pois, segundo seu discurso, assim é possível cumprir todos os afazeres e dar conta de uma

vida voltada para diversos programas em busca do corpo ideal midiático, incluindo a alimentação e os exercícios (NÉSPOLI; NOVAES; ROSA, 2015).

Nas redes sociais, o marketing de determinadas marcas também dissemina essa visão. Fazem anúncios patrocinados para impulsionar o alcance da divulgação de mercadorias, indicações de receitas *fit*, gel e cinta redutora, remédios, tudo isso visando a uma mudança corporal. Após a exposição dos produtos, padroniza-se a exibição mensagens incentivadoras - que objetivam uma vida mais saudável - e fotos comparando o antes e depois de quem aderiu à mudança, podendo se tornar um gatilho na vida de muitos (NÉSPOLI; NOVAES; ROSA, 2015).

A mídia expõe a concepção de vida perfeita, visto que, só é postado aquilo que se deseja tornar público, o que pode ser real ou não. Isso pode fortalecer a ideia de esperança de alcançar algo para sua própria vida e, uma vez que não se consegue isso, pode contribuir para o surgimento de problemas de autoestima, ansiedade e demais transtornos psicológicos, inclusive AN e BN (PERES; FERREIRA, 2018).

Para muitas pessoas, ao mesmo tempo que a vida exibida pela *influencer* se torna seu objetivo de vida, é frustrante concluir que sua própria vida e seu corpo são tão diferentes da realidade perfeita e idealizada. Assim, acreditando nas propagandas veiculadas, se tornam “presas fáceis” e, insatisfeitas, decidem adotar os mesmos métodos para que suas vidas se transformem, da mesma forma que aconteceu com a influenciadora, segundo sua narrativa.

A mídia molda e modifica a questão do corpo a partir de um ideal de beleza para se tornar padrão. O corpo está em redefinição a partir do que está na moda da época. A forma como é vista a beleza do momento, ligada ao corpo, valida a forma com que o sujeito deve se portar diante das refeições e dos alimentos, uma vez que a alimentação está ligada à busca por um corpo ideal, estético e nos padrões da atualidade. O padrão sofre influência do que é disseminado na internet, moldando as escolhas da sociedade em busca de uma idealização (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017). Esses fatores podem causar, nos seguidores, sensação de desconforto, desencadeando infelicidade, insatisfação e desejo de estar no mesmo padrão observado na postagem (PERES; FERREIRA, 2018).

Os influenciadores expõem conteúdos que aumentam a insatisfação das pessoas e podem ser gatilhos para o surgimento de transtornos alimentares, para intensificar comportamentos de risco que já existiam ou até para provocar recidivas

em casos em remissão. Além disso, a internet possui um poder de propagar a informação com grande intensidade, podendo influenciar milhares de pessoas ao mesmo tempo, especialmente o adolescente, que devido a essa busca se identifica com os considerados “modelos” impostos culturalmente, vinculando-os com felicidade e conforto (PERES; FERREIRA, 2018; MORAES; SANTOS; LEONIDAS, 2021).

As redes sociais e os padrões culturais participam desse processo do corpo adequado, promovendo e respondendo o que é imposto pelo mercado capitalista e as normas constituídas para que um corpo seja considerado belo, o que, geralmente, é concedido à imagem magra, alongada e jovem. É difícil de se alcançar este corpo por diversos fatores subjetivos e, por isso, pode-se passar a considerar uma influência/gatilho para o desenvolvimento de TA. As redes sociais influenciam na autoestima das pessoas e, conseqüentemente, podem contribuir para o desenvolvimento de anorexia, bulimia, compulsão alimentar dentre outros transtornos alimentares e da imagem corporal, a partir do momento em que as publicações são postadas sem responsabilidade (PERES; FERREIRA, 2018).

A exibição, nas postagens, de corpos magros e vidas felizes se transforma em comércio de estratégias que prometem que qualquer pessoa pode ser assim se seguir o que for “ensinado” e comprar o que ali está sendo vendido. Vendem-se produtos, ideais, corpos perfeitos, felicidade e a moeda de troca não se restringe a dinheiro ou seguidores, mas também vem na forma de insatisfação, sensação de fracasso, de não identificação, de fuga ao ideal, o que pode ser gatilho para os transtornos alimentares.

4 PADRÕES CORPORAIS DIANTE DA SOCIEDADE

As pessoas - e seus corpos - são moldadas pela sociedade e cultura, que definem o seu modo de agir, falar, andar e realizar diversas tarefas. Os padrões impostos determinam a relação das pessoas com o meio social (FERREIRA, 2008).

Andrade (2003. p. 119-120) traz uma reflexão sobre o corpo:

Muitas vezes nos perguntamos o que é o corpo: aquele cantado em versos ou aquele da ciência; aquele que a mão acaricia ou aquele da estética; aquele da juventude ou aquele da velhice; aquele da mídia e do mercado de consumo ou aquele descrito como natural; aquele do homem ou aquele da mulher; aquele da religião ou aquele da lei; aquele da arte ou aquele da medicina; aquele da cirurgia plástica ou aquele da academia.

Como Andrade (2003) trouxe na citação anterior, observam-se vários tipos e concepções de corpo, que perpassam pelas áreas mencionadas, sendo elas: a medicina, a biologia, a mídia, a cultura, a arte, o social. Encontram-se corpos notados como padrão, enquanto outros não estão nesse lugar, por serem considerados fora do modelo. O corpo é a totalidade do que somos, no entanto, é também o que vai além, que não nos pertence, sendo uma construção histórica, social e cultural, elaborada de diversas maneiras, em diferentes tempos.

Com o passar dos séculos, a forma como as pessoas visavam os corpos sofreu modificações. No século XIX, as refeições eram exageradas - em excesso calórico e quantidade - para que o corpo se mantivesse no padrão de beleza e saúde da época. No final do século XX e início do século XXI esse pensamento sobre os corpos transferiu-se para uma exibição diante da sociedade, a qual, antigamente, não tinha essa atitude. O corpo era escondido, logo após, passou a ser idolatrado e nomeado como corpo *fitness*, musculoso, sarado, definido, adjetivando o novo corpo ideal da época, o corpo magro (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

A mudança diante da definição de um corpo ideal ocorreu de acordo com as demandas e os padrões vigentes em cada século, possuindo relação com o que a mídia diz a respeito. Com o passar dos anos, de acordo com os atuais estudos científicos, observou-se que o exagero relacionado à alimentação poderia causar malefícios à saúde, o que resultou na maior atenção ao consumo dos alimentos (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

Nesse sentido, abre-se espaço para algumas indagações: a busca incessante de manter o corpo magro é, de fato, reflexo dessa preocupação com a saúde - devido aos estudos que associam a obesidade ao surgimento e ao agravamento de diversas doenças? A justificativa que gira em torno da saúde, na realidade, mascara a incessante busca por manter o corpo dentro dos padrões determinados socialmente e reforçado pela mídia e redes sociais? Aqui vale a pena ressaltar o fato de muitas das estratégias para se manter magro não são saudáveis. Será que, na realidade, o que justifica a busca pelo corpo magro são os dois fatores - saúde e culto ao corpo?

5 METODOLOGIA

Este artigo é composto de duas partes: Inicialmente, foi realizada uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, bibliográfica de revisão narrativa, que visa embasar teoricamente a hipótese de pesquisa. Em seguida, apresenta-se um estudo de caso realizado a partir de algumas publicações (conteúdo audiovisual e escrito), disponíveis nas redes sociais (*Instagram*) de influenciadores digitais.

Justifica-se a realização do estudo de caso em perfis do *Instagram*, por se tratar de conteúdo postado publicamente, que reflete a opinião de quem a emite. O uso maciço das redes sociais por pessoas diferentes permite a disseminação de qualquer conteúdo que, independentemente do seu objetivo ou fidedignidade, chega rapidamente a um número significativo de seguidores.

Para o estudo de caso optou-se por realizar a análise do conteúdo disponível nas postagens selecionadas. Para a revisão narrativa foram realizadas buscas nas bases de dados *Scielo* e Google Acadêmico entre os meses de fevereiro e maio de 2022. As palavras-chave “transtornos alimentares”, “anorexia”, “bulimia”, “gatilhos”, “redes sociais”, “*Instagram*” foram utilizadas a partir de diferentes combinações, sempre agrupando termos associados a transtornos alimentares E redes sociais.

Os critérios para a inclusão dos artigos encontrados na busca inicial foram: (a) publicação em revistas brasileiras e estrangeiras, em língua portuguesa; (b) artigos de pesquisa, estudos de caso, teóricos e revisões de literatura; e (c) temática sobre transtornos alimentares e a influência das redes sociais.

Já para o estudo de caso, partiu-se para uma busca no *Instagram* a partir de termos como #anorexia #bulimia #emagrecimento #transtornosalimentares #corpoperfeito #corpoideal #lifestyle. Justifica-se o uso de termos diferentes na busca nas bases de dados e no *Instagram*, pois, nas redes sociais, o conteúdo não é postado explicitamente como uma apologia a comportamentos que se caracterizam como sintomas de transtornos alimentares. Abordam de forma mais velada, geralmente, num discurso que associa a magreza, o “corpo ideal” à adoção de um estilo de vida “saudável”, para o qual se justificam as práticas prejudiciais à saúde física e mental.

A partir das buscas, foi possível chegar até perfis de influenciadores digitais que postam, frequentemente, conteúdos que podem influenciar seus seguidores no sentido de desenvolver comportamentos disfuncionais para alcançar o corpo perfeito. Também foi possível chegar a perfis de influenciadores que visam a alertar sobre os riscos dos transtornos alimentares.

Ressalta-se que a busca no *Instagram* foi realizada apenas em perfis abertos – ou seja, perfis que qualquer pessoa pode acessar e visualizar os conteúdos. Além disso, os perfis mencionados no próximo capítulo não serão identificados de forma a respeitar a privacidade dos criadores de conteúdo – serão nomeados como Perfil 1, Perfil 2 e assim sucessivamente. Durante a busca e seleção dos *posts* aqui mencionados não foi realizada nenhum tipo de interação com as produtoras de conteúdo e/ou seus seguidores. Por esses motivos, não foi necessária a submissão ao Comitê de Ética e Pesquisa, respeitando-se os pressupostos do artigo 1º da Resolução N° 510, de 07 de abril de 2016 (BRASIL, 2016).

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Outros estudos científicos já foram realizados a partir da análise das redes sociais de influenciadores fitness com o objetivo de investigar a influência deste conteúdo nos transtornos alimentares. Estudos estabeleceram a relação entre as redes sociais de perfis *fitness* e a prevalência de anorexia e bulimia em jovens (PERES; FERREIRA, 2018; ALMEIDA; ALMEIDA; SANTOS; SILVA, 2018; COPETTI; QUIROGA, 2018; SILVA; PIRES, 2019; POLESSO, 2020; MORAES; SANTOS; LEÔNIDAS, 2021).

Optou-se por priorizar perfis com número significativo de seguidores - acima de 30 mil, pois, a partir desses números conclui-se que a informação ali veiculada é transmitida rapidamente para um número significativo de pessoas.

Inicialmente, esperava-se o acesso a perfis que abordassem o tema de forma mais explícita, entretanto, não foi possível. Cientes do risco dos transtornos alimentares, desde 2012 o *Instagram* tem buscado intervir no sentido de orientar pessoas que procuram este tipo de conteúdo a procurar ajuda profissional. Além disso, há um esforço dentre os desenvolvedores da rede social de descobrir *hashtags* que façam alusão a transtornos alimentares - *#anorexie #anaismyfriend #thinspo #bones* dentre outras. O trabalho torna-se árduo, pois, como a detecção de conteúdo suspeito é realizada pelo algoritmo, sem intervenção humana, faz-se necessária a denúncia de *posts* prejudiciais, realizada por outros usuários (BBC, 2018).

6.1 ANÁLISE DOS PERFIS SELECIONADOS

Alguns perfis do *Instagram* foram selecionados. Dentre os conteúdos escolhidos para esta discussão, destacam-se: influência de blogueiras fitness no comportamento alimentar; venda de produtos que prometem transformação corporal (e, inclusive, psicossocial); relação entre peso e baixa autoestima; vergonha e infelicidade; associação entre ingestão de alimentos e emoções.

Compreende-se que conteúdos com este teor podem ser gatilhos para desencadear a anorexia e/ou a bulimia e agravar mais o quadro de pacientes com estes transtornos, pois, segundo Peres e Ferreira (2018); Moraes, Santos e Leonidas (2021), incentivam a comparação com os padrões e, conseqüentemente, aumentam a insatisfação das pessoas com seu próprio corpo. Também será apresentado conteúdo disponível no *Instagram* de uma mulher que teve problemas com transtornos alimentares e, atualmente, usa suas redes sociais para ajudar pessoas que lidam com questões parecidas. Em seguida, propõe-se discussão embasada em outros estudos que também investigam a influência da mídia nos transtornos alimentares.

6.1.1 Perfil 1:

O Perfil 1 é uma plataforma online que, segundo sua descrição, “transformou” muitas vidas com seus programas de exercícios físicos. O *Instagram* possui mais de 2,5 milhões de seguidores (número atualizado em setembro de 2022). O escopo principal do perfil é apresentar - e vender - programas de atividades físicas que podem ser feitas em casa.

O *marketing* explora a imagem das instrutoras que exibem corpos magros, definidos e mostram como fazer alguns dos exercícios recomendados pelo programa. Intercalam-se com postagens de “antes e depois” de suas alunas, reforçando que, ao emagrecer, a pessoa ganha autoestima, é mais feliz, está cuidando de si, fica mais poderosa. Também divulga conteúdos sobre alimentação saudável. Na descrição da página não há identificação de profissionais da educação física e da nutrição (e seus respectivos registros profissionais) responsáveis pelos métodos de treinamento físico e planos alimentares disseminados.

Destaca-se um *reel*⁵ com o depoimento de uma mãe. Ela adquiriu dos programas vendidos no Perfil 1, enquanto estava no puerpério, pois, alegava não se reconhecer mulher diante de seu corpo pós gestação e parto. O vídeo mostra sua mudança corporal por meio das fotos e, em sua fala, ela incentiva outras mulheres que estão na mesma fase a participar do projeto - mais acessível para puérperas, segundo ela, por ser realizado em casa. Relata ter perdido 25 quilos em um ano e, segundo ela, antes disso, não possuía energia para brincar com os filhos e estava com a autoestima baixa. Ela finaliza falando que hoje consegue fazer o marido feliz, por também estar feliz. “O Perfil 1 foi a solução para todos os meus problemas de autoestima”. Além disso, é exaltado que apenas com esse projeto de exercícios é possível alcançar o resultado desejado.

O teor dos vários depoimentos ilustrados na página é bastante semelhante ao descrito aqui: fotos de antes e depois, ideias de baixa autoestima, desânimo, tristeza e não identificação com o ser mulher associadas à gordura/sobrepeso. A ideia da transformação é nítida nas fotos e nos relatos de melhora na autoestima, felicidade e mais energia. Além de vender um programa de exercícios físicos, supostamente, acessível a todas as pessoas, também se vende a felicidade e a autoestima, impactadas devido aos quilos a mais. A ideia de que a gordura (ou o sobrepeso) acarretam tristeza, incapacidade, fracasso vem como uma verdade absoluta comum a todas as mulheres. A propaganda do produto pode ser assertiva junto a mulheres insatisfeitas com seu corpo, pois, além de despertar o desejo de ser igual às instrutoras de “corpo escultural” que demonstram os exercícios, o antes e depois das mulheres reais permite uma identificação com alguém, como ela, anônima, dona de casa, mãe, que era gorda e triste e hoje conseguiu transformar seu corpo e sua autoestima graças à perda de peso decorrente da compra do programa.

Se este tipo de apelo midiático pode provocar, em qualquer mulher, a motivação necessária para transformar seu corpo, provavelmente, os riscos se tornam maiores caso a consumidora do conteúdo tenha anorexia ou bulimia. Seja por sua insatisfação, pelo seu imediatismo ou por sua vontade de ter uma autoestima melhor, pode ser um gatilho para a adoção de métodos alimentares prejudiciais - como a evitação ou a compulsão associada da purgação - como uma forma de se atingir o padrão desejado ou de potencializar mais os resultados. Os estudos de Peres e

⁵ Vídeo curto postado em redes sociais

Ferreira (2018); Moraes, Santos e Leonidas (2021); Néspoli, Novaes e Rosa (2015) demonstraram este risco, pois, como, na realidade, não é simples alcançar o corpo almejado, os transtornos alimentares podem se transformar em uma via para se chegar a esta finalidade.

Associar mídia, culto ao corpo, internet, identificação, venda de produtos e de felicidade é uma séria fonte de risco para todas as pessoas, em especial aquelas com transtornos alimentares. Segundo Moraes, Santos e Leonidas (2021, p.1194), “O capitalismo financeiro, modo de produção dominante na era contemporânea, forja a construção de um narcisismo dirigido às aparências, propício aos padrões de consumo.” Os autores realizaram uma pesquisa com o intuito de se perceber a relação entre o comportamento alimentar mediante a internalização de ideais de magreza junto a pessoas com anorexia e bulimia. Foi possível perceber, na fala dos entrevistados, que eles sentem o impacto entre a exposição às mídias sociais, seu comportamento alimentar e hábitos em geral, entretanto, não se percebe, nos mesmos, a consciência crítica frente aos conteúdos consumidos e a constante busca com o padrão de corpo idealizado. Nesta amostra foi possível detectar uma percepção difusa sobre a influência das redes sociais no desencadeamento ou na manutenção de comportamentos disfuncionais característicos da anorexia e da bulimia.

Segundo Néspoli, Novaes e Rosa (2015), esta estratégia de exibir, após o produto, mensagens incentivadoras de vida saudável e fotos comparando o antes e depois pode se tornar um gatilho na vida de muitos.

6.1.2 Perfil 2 e Perfil 3

Parecido com o *Intagram* anterior, o Perfil 2 é um programa seguido, inclusive, por artistas. Emagrece, de forma rápida, mulheres que lutam com o peso e sofrem por não vencerem. É administrado pela produtora de conteúdo do Perfil 2 – uma blogueira *fitness* - que também posta, em seu Instagram pessoal, conteúdos relacionados a estilo de vida, alimentação saudável e situações de seu dia a dia.

O Perfil 2 tem quase 1,5 milhões de seguidores (número atualizado em setembro de 2022). A página vende quatro tipos de planos do método, que incluem videochamadas, cardápios personalizados e dicas para se atingir o desejado corpo magro e saudável. Enquanto o canal anterior vende programas de atividade física,

este investe na venda de cardápios, segundo a página, saudáveis, com itens que já fazem parte da alimentação da maioria das pessoas, ao mesmo tempo em que reforça a necessidade de se abolir completamente da dieta frituras, doces, alimentos processados. Associado à suposta reeducação alimentar, a fundadora fala, constantemente, sobre o ato de comer como resposta a emoções, de autossabotagem, superação e busca de vida saudável. Assim como no Perfil 1, divulga muitas fotos do “antes e depois” de alunas que aderiram ao método e, nas legendas, conteúdos motivacionais, do tipo: “a sua transformação é valiosa e motivo de orgulho”, “dedicação, foco e persistência para atingir o resultado”, “muito mais do que emagrecimento, nós queremos te ajudar a mudar sua vida, seus hábitos e sua mente”. Na descrição do programa não há informações se foi planejado por um nutricionista ou se há algum psicólogo responsável, já que há forte apelo de associação entre emagrecimento, emoções e motivação.

O conteúdo do Perfil 3 é produzido por uma influenciadora digital e possui mais de 8,5 milhões de seguidores (em outubro de 2022). O foco de sua página é transformação do corpo, receitas, cursos e relatos de sua vida e família. A biografia, através de uma frase de impacto, fala sobre o hábito de comer como uma forma de responder às emoções, associado a uma crítica ao sobrepeso. Há, também, o @ das duas páginas de trabalho da influenciadora - ambas com apelo do discurso de *coach*.

Em uma publicação no Perfil 3 é falado sobre o processo de emagrecimento (dentre várias com o mesmo escopo). Segundo a produtora de conteúdo, as pessoas nunca querem o processo de emagrecimento em si e só visam nos resultados. Durante a explicação, foram citados exemplos de resultados almejados, como, usar calça branca, biquini com o corpo magro, sem celulite, como se apenas quem possui esse padrão de corpo pudesse vestir certos tipos de roupa.

Em um outro *reel* fala como o corpo é nutrido, segundo ela, por três vias: ouvidos, olhos e boca. A partir disso, fala sobre o “comer as emoções” de uma forma generalizada, como se todas as pessoas tivessem esse mesmo comportamento. Ao longo do vídeo é pedido para que se compartilhe o link do mesmo com pessoas do seu ciclo de amizade, para que outros se beneficiem dessa explicação e comecem a pensar da mesma maneira que você em relação a comida, principalmente, para quem está nesse processo de emagrecimento não cair em tentação. Em uma frase, a influenciadora diz que “quem emagrece tem tudo”, pelo fato de que se você sabe

controlar o seu corpo, você também consegue controlar as demais áreas da sua vida. Ela endossa esta fala mostrando sua casa, extremamente luxuosa e, ao longo do discurso, associa, inclusive, o dinheiro e o sucesso à boa forma e ao dizer não a certos alimentos que promovem sensação de prazer, aliviam certas emoções, mas, engordam.

Numa publicação do Perfil 2 se fala para as mulheres pararem de se deixar para depois e fazerem as pazes com o espelho. Nesse *post*, é feita a seguinte pergunta: “Mulher, quando você vai se colocar em primeiro lugar?” e, através disso, é dito que o programa promove uma mudança maravilhosa na vida de quem o aderir. Sempre se reforça que as pessoas devem ir atrás de seus sonhos ocultos de ter um corpo bonito, uma vida saudável e uma autoestima elevadíssima.

Em outra publicação desse mesmo perfil, a figura feminina abordada na foto é de uma mulher gorda com o semblante triste. O tema na legenda do *post* é a baixa autoestima, não se amar e não se reconhecer nesse corpo. É relatado que o objetivo do programa comercializado no Perfil 2 é reverter essa situação. Nas # encontra-se #Liberdade #Autoconhecimento.

O Instagram da influenciadora que administra o Perfil 3 já foi analisado numa pesquisa junto a adolescentes em grupo de risco para anorexia e bulimia nervosa. Peres e Ferreira (2018) desenvolveram um grupo focal de adolescentes visando compreender a influência do Instagram na autoestima de jovens e como este processo pode contribuir para o desenvolvimento de transtorno alimentar. A amostra tem o hábito de acessar o Instagram e revela sentir vontade de emagrecer quando se depara com postagens que enaltecem um corpo dentro dos padrões valorizados na atualidade. Além disso, as adolescentes revelaram pensar em dietas ou outras formas de se mudar o corpo após consumirem conteúdo com temáticas voltadas para este tema.

No grupo focal, as pesquisadoras discutiram, com as adolescentes, *posts* do *Instagram* de duas blogueiras fitness - uma delas, a administradora do Perfil 3. Ao ver imagens com o corpo das influenciadoras, as adolescentes afirmaram desejar ter um corpo assim, mas, ao mesmo tempo, acreditavam que nunca conseguiriam este resultado e, por isso, se sentem inferiores às blogueiras (PERES; FERREIRA, 2018). Percebe-se que:

Na cultura de massa que vivenciamos, até mesmo o corpo se tornou objeto de consumo e desejo. As pessoas curtem, postam e compartilham os posts da rede social sentindo vontade de se tornar as pessoas dos perfis “perfeitos”, em que a cultura do magro é sempre exaltada. [...] Por outro lado, como mostra a bibliografia na área, esse objeto desejável e incansável é um gatilho para o desenvolvimento de transtornos alimentares, colocando jovens em uma posição vulnerável para o desenvolvimento da doença (PERES; FERREIRA, 2018, p.10-11).

O culto ao corpo ideal e, conseqüentemente, a sensação de ser inferior por não ter o corpo idealizado é ainda mais reforçado quando se usam estratégias de *marketing* para vender produtos que prometem transformação, objetivam comparar antes e depois e reforçar a ideia da infelicidade associada ao corpo fora dos padrões impostos. O discurso embasado da “*coach*” é, ao mesmo tempo, fonte de insatisfação das seguidoras e esperança de poder mudar sua vida a partir da compra do produto – e, assim, resolver todos os seus problemas, pois “quem consegue controlar a alimentação consegue tudo”. Em vários *posts*, ela afirma que seu sucesso, sua beleza e sua riqueza são resultado de ter um corpo dentro dos padrões impostos pela mídia, associando o ato de comer determinados alimentos à compensação de emoções mal resolvidas.

É possível observar, com base na análise de alguns conteúdos disponíveis nos canais anteriormente enumerados, que a busca do corpo ideal é tema muito consumido no Instagram. Além de as pessoas tentarem ser como as blogueiras - magras, bonitas, felizes e ricas - estas últimas lucram com a venda de produtos que, de alguma forma, prometem perda de peso, corpo ideal, resgate da autoestima e sucesso. A exibição de seus corpos é a grande propaganda, mas, associado a isso, ver o antes e depois de possíveis clientes - pessoas “normais”, como as seguidoras, que perderam peso e contam como essa mudança transformou sua vida em todos os aspectos – pode promover ainda mais identificação com as seguidoras.

As pessoas se identificam em suas dores e com aquilo que elas almejam ser. O caminho para se alcançar os objetivos, segundo mostram esses canais, consiste na compra de métodos de ginástica e planos alimentares, mas, associado a isso, também se destaca o teor motivacional dos *coaches*, que falam sobre a dificuldade de emagrecer, reforçam que estão juntos com a seguidora e garantem que, emagrecendo, sua vida irá mudar. É certo que, mesmo fortemente influenciadas pelo discurso, nem todas as pessoas aderem aos métodos, ou ansiosas em busca de resultados, buscam alternativas para potencializar ou agilizar o processo.

Quando uma pessoa do grupo de risco para anorexia e bulimia nervosa, ou que já tem este diagnóstico se depara com este tipo de conteúdo, pode estar diante de um gatilho. Estudos reforçam a necessidade de se pensar na responsabilidade social quando se produz conteúdo para o *Instagram* (PERES; FERREIRA, 2018; MORAES; POLESSO, 2020; SANTOS; LEONIDAS, 2021), porém, geralmente, visando-se obter visibilidade e, conseqüentemente, lucros, os influenciadores não pensam desta forma. Mas, nem tudo está perdido, pois existem canais no Instagram que tentam ir contra a ideia da busca incansável do corpo perfeito e dissociar a ideia de sobrepeso à baixa autoestima ou deselegância.

Neste sentido, Copetti e Quiroga (2018) reforçam que os meios de comunicação podem contribuir para desmistificar a ideia do padrão de corpo e, inclusive, incentivar adolescentes a ter um pensamento crítico acerca do conteúdo que consomem diariamente em suas redes sociais. Por isso, escolheu-se falar sobre o canal a seguir.

6.1.3 Perfil 4

O Perfil 4 tem mais de 550 mil seguidores (número atualizado em setembro de 2022). A produtora de conteúdo – uma jovem adulta que já enfrentou sérios problemas em decorrência da bulimia nervosa - aborda assuntos relacionados aos transtornos alimentares, comportamentos compulsivos e saúde mental, reforçando a importância da autoaceitação e dos riscos de se seguir, a todo custo, padrões impostos pela mídia.

Em suas redes sociais, a administradora do Perfil 4 postou um *reel* sobre uma mãe que traz falas relacionadas ao julgamento do corpo, como: "você viu como a fulana engordou; mas gente magra é mais elegante, né?" e ao final aparece a filha medindo a largura do pulso com os dedos e "empurrando" um prato de comida. Diferente de outros canais, o conteúdo publicado neste vídeo visa mostrar às pessoas como essas comparações - comuns no dia a dia - podem ir além de ser apenas um comentário e sim um gatilho para o desenvolvimento dos transtornos alimentares.

No Perfil 4, em outro *post*, a influenciadora faz uma comparação com duas fotos suas: na infância e atual. Ela relata sua reflexão de que fatores relacionados à sua infância interferiram na sua insatisfação com o corpo e, conseqüentemente, no

surgimento da bulimia nervosa. Desde menina - dentro dos padrões de beleza impostos pela sociedade - participou de concursos de beleza e, com o passar dos anos, essa preocupação excessiva de sempre estar magra aliada à associação entre beleza e magreza influenciaram a adoção de comportamentos bulímicos. Ela tenta, a partir de conteúdo deste tipo, conscientizar as pessoas de como a associação entre corpo magro, beleza, estar dentro de padrões impostos pode ser prejudicial à saúde e as dificuldades que ela enfrenta, mesmo após tempos de tratamento para a bulimia nervosa. Segundo ela, a autoaceitação e a reflexão sobre os riscos de se tentar encaixar em um padrão podem ajudar outras pessoas que vivem situações parecidas com as que ela vivenciou.

A importância de perfis como o Perfil 4 já foi investigada em outros estudos. Madeira (2019) realizou um trabalho com o objetivo de estudar os sentidos de empoderamento presentes neste mesmo *Instagram*. Dentre os resultados, a pesquisadora percebeu que os temas abordados pela influenciadora podem ser divididos em quatro grandes temas: autoestima, bulimia, pressão estética e relacionamentos. A partir destes temas, aborda a questão da opressão sofrida pelas mulheres, estabelecendo um espaço seguro que permite que as seguidoras relatem suas dores e angústias. Os fatores combinados estimulam o autoconhecimento, a autoafirmação e a autovalorização das mulheres.

Lírio (2020) realizou um estudo com o intuito de compreender as construções sociais do corpo na contemporaneidade. Reconhecendo-se o papel do *Instagram* neste movimento, a pesquisa se deu a partir da análise de perfis de mulheres que apregoam a cultura fitness e um grupo distinto, composto por perfis de mulheres que fazem uma crítica acerca do ideal de corpo perfeito. O Perfil 4 foi incluído entre os perfis deste segundo grupo. Os resultados da pesquisa sinalizam uma ressignificação da imagem corporal em duas frentes: a primeira gira em direção ao culto ao corpo, numa perspectiva *fitness*, enquanto a segunda apregoa a desconstrução deste ideal, visando à autoaceitação.

É importante ressaltar que os fatores que levam a um quadro de anorexia e bulimia são considerados multicausais, refletindo em influências biopsicossociais (STRAUB, 2014; APA, 2014). Por esse fato, acredita-se que conteúdos disponíveis nas mídias sociais podem ser gatilhos, uma vez que essas influências podem contribuir para esses transtornos, principalmente, considerando-se casos em que é

notada a presença de outros fatores de risco. Seguindo esta mesma linha de raciocínio, conteúdos como os disponíveis no Perfil 4 podem auxiliar as seguidoras a compreender os riscos dos transtornos alimentares e a pressão social que acaba por rebaixar a autoestima de muitas mulheres acima do considerado peso ideal.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A anorexia nervosa e a bulimia nervosa são patologias graves e de relevante prevalência. A forma como o corpo é pensado e abordado culturalmente traz uma grande influência do ponto de vista em que as pessoas possuem de si mesmas, principalmente, os adolescentes, que estão em uma fase de identificação e aceitação diante dos grupos. A idealização de um corpo magro é um importante ponto cultural que colabora para o crescimento do índice destes transtornos na atualidade, especialmente quando a sociedade valida esse padrão como um padrão de beleza a ser seguido (COPETTI; QUIROGA, 2018), o que é ainda mais reforçado em determinadas culturas e entre certas profissões (APA, 2014).

Diante da realização do presente estudo, observa-se o poder das mídias sociais, cujos conteúdos são rapidamente entregues para diversos perfis e, assim, são propagados conteúdos abordando várias temáticas. No *Instagram* pode-se encontrar informações que são consideradas gatilhos para muitas pessoas pelo fato de não possuir um Conselho que verifique o que está sendo divulgado, sendo assim, as pessoas postam o que desejam. Por mais que essa rede social busca descobrir as *hashtags* que façam alusão aos transtornos alimentares, ainda é um trabalho muito longo e se faz necessária a ajuda dos usuários que detectam alguma informação errada e prejudicial para que o perfil e a publicação sejam denunciados e não continue a divulgação para outros indivíduos.

Faz-se urgente e necessária a conscientização de influenciadores e criadores de conteúdo para considerarem a responsabilidade social e o risco que pode estar embutido em certas postagens. Ressalta-se, também, que, dentre os perfis investigados, não há nenhum profissional da área da nutrição, educação física ou psicologia responsáveis pelos conteúdos que dizem respeito a planos alimentares, programas de atividades físicas, autoconhecimento e equilíbrio emocional, sendo assim, observa-se uma banalização da AN e BN diante das profissões.

Por outro lado, este estudo reforçou também que os meios de comunicação podem contribuir para desmistificar a ideia do padrão de corpo e, inclusive, incentivar adolescentes a terem um pensamento crítico acerca do conteúdo que consomem diariamente em suas redes sociais. Além do Perfil 4, foram analisados outros perfis, inclusive de um nutricionista, os quais reforçaram a importância da autoaceitação e dos riscos de se seguir, a todo custo, padrões impostos pela mídia, mostrando como é ser bonito pelo que é e não por estar em um padrão imposto pelas redes sociais. Como a anorexia e a bulimia são consideradas multicausais, as influências das redes sociais, juntamente com outros fatores, podem ser vistas como grande risco social, por isso, vale ressaltar a importância de verificar os perfis que são seguidos e, principalmente, as publicações que estão sendo postadas.

A psicologia tem um importante papel no que diz respeito à prevenção e à promoção da saúde, desta forma, contribuir para a desconstrução de ideais de “um único padrão de corpo” esteticamente bonito pode auxiliar muitas pessoas a se aceitarem e, conseqüentemente, minimizar o risco de possíveis gatilhos provenientes de fontes variadas, como redes sociais. Trabalhos com grupos focais, em especial junto a grupos de risco, podem promover resultados favoráveis. Peres e Ferreira (2018) abordaram, em seu estudo, grupos com esse intuito para a identificação da relação entre as redes sociais e os transtornos alimentares, entretanto, também se faz necessário o desenvolvimento de estratégias semelhantes que visem à intervenção.

É importante destacar que o tema é atual, entretanto, vários outros estudos já foram realizados com o intuito de se verificar a influência das redes sociais no surgimento e no agravamento de transtornos alimentares como anorexia e bulimia nervosa. A maioria dos estudos investigados concluem a existência desta relação, mesmo que, atualmente, não existam conteúdos tão explícitos, que façam alusão a estes transtornos como estilo de vida.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Simone Gonçalves de; ALMEIDA, Andréa Gonçalves de; SANTOS, André Luiz dos; SILVA, Marcela Leandro. A Influência de uma Rede Social nos Padrões de Alimentação de Usuários e Profissionais de Saúde Seguidores de Perfis Fitness. Nome da revista? **DOI**. v.22, n.3. p.194-200, 2018. Disponível: <<https://revista.pgsskroton.com/index.php/ensaioeciencia/article/view/4396>> Acesso: 22 set. 2022.

ANDRADE, Sandra dos Santos. Saúde e beleza do corpo feminino: algumas representações no Brasil no Século XX. **Movimento**. v.9, n.1, p. 119-143, 2013.

Disponível em:

<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/224909/000382575.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 10 maio 2022.

APA. **Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais – DSM-5**.

American Psychiatric Association. 5 ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

BARBOSA, Aline L. P; MIRANDA, Hávylla Samara L. de; ROLINDO, Joicy Mara R; ENETÉRIO, Núbia G. da P. Psicologia e Transtornos Alimentares: Produção Científica sobre Anorexia e Bulimia Nervosa. **Anais...** Anápolis: UniGoiás, 2019.

Disponível: < <http://45.4.96.19/handle/aeel/1061>> Acesso em: 15 maio 2022.

BBC. **Instagram tightens eating disorder filters after BBC investigation**. 2018.

Disponível em: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-46505704> Acesso em 20 out 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução no 510, de 7 de abril de 2016**. Trata sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de

pesquisa em ciências humanas e sociais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 maio 2016. Disponível em

<https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf> Acesso em 19 nov. 2022.

COPETTI, Aline Vieira Sá; QUIROGA, Carolina Villanova. A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. **Revista de Psicologia da IMED**. Passo Fundo, dez. 2018. v.10, n.2, p.161-177. 2018. Disponível em:<

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpi/v10n2/11.pdf>> Acesso em: 22 set. 2022.

FERREIRA, Fernanda Madeira. **Empoderamento Feminino no Instagram**: um estudo de caso do perfil da influenciadora digital @MBOTTAN. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia e Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em:

<<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/200614>> Acesso em: 15 out. 2022.

FERREIRA, Francisco Romão. A produção de sentidos sobre a imagem do corpo.

Interface: Comunicação, Saúde, Educação. v.12, n.26, p. 471-83. set. 2008.

Disponível:

<<https://www.scielo.br/j/icse/a/KFjLwHL5JHcx3KxBHN4Yr7t/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em: 1 abr. 2022.

FINGER, Igor da Rosa; OLIVEIRA, Margarete da Silva. **A prática da terapia**

cognitivo-comportamental nos transtornos alimentares e obesidades. Nova Hamburgo: Sinopsy, 2016.

GOMES, Vivian Carolayne de Matos. **Influência do Instagram na imagem corporal e no comportamento alimentar de alunas de um curso técnico de nutrição.**

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Nutrição). Universidade Federal de Pernambuco, Vitória de Santo Antão, ago. 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/43853>> Acesso em: 28 set. 2022.

LÍRIO, Marcella Bordini. **A (des)construção de perfis de mulheres fitness no Instagram:** corpos e ressignificações contemporâneas. 2020. Trabalho de

Conclusão de Curso (Especialização em Estudos de Cultura Contemporânea). Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020. Disponível em: <<https://ri.ufmt.br/handle/1/2421>> Acesso em: 29 set. 2022.

MAGALHÃES, Lilian Moreira; BERNARDES, Ana Carolina Basil; TIENGO, Andrea. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento.** v.11, n.68, p.685-692. 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6301520>> Acesso em: 8 abr. 2022.

MELO, Maria Machado de et al. Ana e Mia mexeram comigo... mexeram com você.

Anais do 29. Seminário de Iniciação Científica, 26 a 29 de outubro de 2021. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2021. Disponível em

<https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/20698>

MIRAPALHETA, Francine Oliveira. Um Breve Estudo Sobre As Gírias Das Anas e Das Mias Como Demarcadores de Identidade. **Anais do V Congresso**

Sulbrasileiro de Ciências do Esporte. Itajaí, Santa Catarina. Universidade Federal do Rio Grande - FURG, set. 2010. Disponível em: <<http://congressos.cbce.org.br/index.php/sulbrasileiro/vcsbce/paper/viewFile/2056/1026>> Acesso em: 15 out. 2022.

MORAES, Raquel Borges de; SANTOS, Manoel Antônio dos; LEONIDAS, Carolina.

Repercussões do Acesso às Redes Sociais em Pessoas com Diagnóstico de Anorexia Nervosa. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v.21, n.3, p. 1178-1199.

Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/62734>> Acesso em: 28 set.2022.

NÉSPOLI, Natália; NOVAES, Joana de Vilhena; ROSA, Carlos Mendes. O Corpo na Cultura: Obesidade Como Doença, Biopolítica e Normalização. **Revista**

Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins. v.1, n.2, p.149-168. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

<<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/1473/8257>> Acesso em: 26 maio 2022.

NEISME. Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Saúde Mental. **Transtornos Alimentares.** E-book, 2021.

PERES, Milena Cristina; FERREIRA, Kátia Zanvettor. **Instagram, autoestima e transtornos alimentares:** resultados do grupo focal. São Paulo, 2018. Disponível

em:< <https://portalintercom.org.br/anais/pensacom2018/textos/milena-cristina-peres.pdf>> Acesso em: 1 abr. 2022.

POLESO, Piettra Aparecida Scherzer Cabral Dias. **Mídia social e internet predisõem a ansiedade, depressão, bulimia e anorexia em adolescentes e adultos jovens**: uma revisão de literatura. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/641>>

SERRA, Giane Moliari Amaral. **Saúde e Nutrição na Adolescência**: o discurso sobre dietas na revista Capricho. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2001. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/4872/2/ve_Giane_Moliari_ENSP_2001> Acesso em: 12 abr. 2022.

STRAUB, Richard O. **Psicologia da Saúde**: uma abordagem biopsicossocial. Porto Alegre: Artmed, 2014.