

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE MEDICINA
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO

**INFLUÊNCIA DO TEMPO DE ACESSO E QUANTIDADE DE REDES SOCIAIS
UTILIZADAS NA INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL, NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR E NA AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES**

DÉBORA VIÇOSA CARDOSO

Porto Alegre - RS
2022

DÉBORA VIÇOSA CARDOSO

**INFLUÊNCIA DO TEMPO DE ACESSO E QUANTIDADE DE REDES SOCIAIS
UTILIZADAS NA INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL, NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR E NA AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES**

Trabalho de conclusão de graduação
apresentado ao Curso de Nutrição da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, como requisito parcial para obtenção
do grau de Bacharel em Nutrição.

Orientadora: Prof. Doutora Carolina
Guerini de Souza.

Porto Alegre - RS
2022

CIP - Catalogação na Publicação

Cardoso, Débora Viçosa
Influência do tempo de acesso e quantidade de redes
sociais utilizadas na insatisfação com a imagem
corporal, no comportamento alimentar e na autoestima
de adolescentes / Débora Viçosa Cardoso. -- 2022.
46 f.
Orientadora: Carolina Guerini de Souza.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Medicina, Curso de Nutrição, Porto Alegre, BR-RS,
2022.

1. Redes sociais virtuais. 2. Autoestima. 3. Imagem
corporal. 4. Comportamento alimentar. 5. Adolescentes.
I. Souza, Carolina Guerini de, orient. II. Título.

**INFLUÊNCIA DO TEMPO DE ACESSO E QUANTIDADE DE REDES SOCIAIS
UTILIZADAS NA INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL, NO
COMPORTAMENTO ALIMENTAR E NA AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES**

Trabalho de conclusão de graduação
apresentado ao Curso de Nutrição da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, como requisito parcial para obtenção
do grau de Bacharel em Nutrição.

Orientadora: Prof. Doutora Carolina
Guerini de Souza.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Estela Beatriz Behling

Prof^a. Dr^a. Juliana Rombaldi Bernardi

Orientadora - Profa. Dra. Carolina Guerini

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos são para as pessoas que me forneceram suporte nos momentos difíceis, que vibraram por minhas conquistas e se fizeram presentes durante esse período de realizações na graduação e a quem incentivou e/ou respondeu à pesquisa. Nessa lista existem pessoas fundamentais para meu crescimento, como meus pais, que me apoiaram nessa jornada longe “do Tocantins” (também conhecido como casa), e minhas irmãs de sangue e coração que vivenciaram mais esse ciclo comigo (deixo em destaque à caçula da família: Gisele).

Agradeço aos meus amigos que me acolheram em Porto Alegre e que me fizeram companhia com comida e chimarrão. Sou feliz por todos os almoços no RU e piqueniques que tivemos nesses 5 anos de faculdade e por todos os surtos nos semestres. Agradeço aos meus amigos da saúde que acompanharam essa luta de pertinho e aos meus amigos que moram longe (em particular aos meus amigos que não são mais virtuais de São Paulo, Santa Catarina e Distrito Federal) e que vibraram comigo a cada experiência e sentimento compartilhados por fotos, vídeos e desabafos. Meus agradecimentos se estendem aos cafés no Brasco, estudos na biblioteca e reuniões em casa que foram essenciais para a escrita desse trabalho, além de toda a parceria de pessoas que tenho um enorme carinho e que fizeram parte dessas ocasiões. Dou destaque a Isabella, Nicole, Juli e Leonardo por me darem um apoio surreal neste momento.

Minha imensa gratidão à orientadora deste TCC - Carolina Guerini - que sempre se fez presente prestando apoio, carinho e suporte excepcional no projeto. Seu trabalho com toda certeza foi além do mínimo como orientadora! Por fim, agradeço também aos profissionais que me desenvolveram como nutricionista durante as aulas, em projetos de extensão, pesquisa, estágios e monitorias.

EPÍGRAFE

“A boa notícia dos tempos modernos é que, em uma vida, podemos viver várias histórias. O importante não é que elas sejam eternas, mas sim, intensas e inesquecíveis. É essencial que crescamos de alguma forma com cada uma delas.”

(Bruna Vieira)

RESUMO

As redes sociais digitais estão cada vez mais presentes na vida da população mundial, entretanto alguns impactos negativos do seu uso têm sido observados, como aumento da insatisfação com o corpo e maior risco de transtornos alimentares. A insatisfação com a imagem corporal está fortemente ligada à autoestima. **Objetivo:** avaliar os níveis de insatisfação com a imagem corporal, o comportamento alimentar e a autoestima de adolescentes usuários de redes sociais digitais. **Método:** estudo transversal com adolescentes entre 12 e 18 anos de ambos os sexos que utilizam pelo menos uma rede social virtual. A coleta foi realizada virtualmente com a inclusão dos questionários para avaliação da imagem corporal, autoestima e comportamento alimentar - *Body Shape Questionnaire* (BSQ), Escala de Autoestima de Rosenberg e Questionário Holandês, respectivamente - e a coleta de dados relacionados aos hábitos nas redes sociais (tempo, frequência, conteúdos e redes mais acessadas), prática de exercício e para análise do Índice de Massa Corpórea (IMC) (peso e estatura).

PALAVRAS CHAVES: redes sociais virtuais, autoestima, imagem corporal, comportamento alimentar, adolescente.

ABSTRACT

Social media is increasingly present in the lives of the world population, however some negative impacts of its use have been observed, such as increased body dissatisfaction and higher risk of eating disorders. Dissatisfaction with body image is strongly connected to self-esteem. **Objective:** evaluate the levels of dissatisfaction with body image, eating behavior and self-esteem of teenagers who use digital social networks. **Method:** cross-sectional study with adolescents between 12 and 18 years old of both sexes who use at least one virtual social network. The data was collected online via questionnaires to evaluate body image, self-esteem and eating behavior - Body Shape Questionnaire (BSQ), Rosenberg Self-Esteem Scale and Dutch Questionnaire, respectively - and the data collected related to social media habits (time, frequency, content and most accessed platforms), exercise practice and for Body Mass Index (BMI) analysis (weight and stature).

KEYWORDS: virtual social networks, self-esteem, body image, eating behavior, adolescent.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
2.1 Redes Sociais Virtuais	8
2.2 Adolescentes e uso de redes sociais.....	10
2.3 Imagem corporal e uso redes sociais	12
2.4 Comportamento alimentar	13
2.5 Autoestima	15
3. JUSTIFICATIVA.....	18
4. OBJETIVOS.....	19
4.1 Objetivos gerais	19
4.2 Objetivos específicos	19
5. MATERIAIS E MÉTODOS.....	20
5.1 Delineamento do estudo e amostra	20
5.2 Medidas e Procedimentos	20
5.3 Análise estatística.....	22
6. REFERÊNCIAS	23
7. APÊNDICES	30
8. ANEXOS	38

INTRODUÇÃO

Pelo grande número de redes sociais virtuais existentes atualmente - como *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *WhatsApp*, *Spotify*, *Snapchat* e *Tik Tok* - e a imensa quantidade de acessos - aproximadamente 3 em cada 4 brasileiros acessam a *internet* em que 90% utilizam todos os dias - se faz cada vez mais presente os estudos nessa área (VALENTE, 2020). Diversas informações são compartilhadas no meio virtual, desde conteúdos informativos de conhecimentos gerais até conteúdos de diversão, música e saúde. Os adolescentes, por estarem muito inseridos nesse meio digital, merecem destaque nessas pesquisas, pois apresentam características de desenvolvimento sociais, fisiológicos, cognitivos e de escolhas alimentares nessa fase da vida e, por tal motivo, é importante analisar os conteúdos consumidos, frequência e tempo de utilização das redes sociais digitais dos mesmos (QUAIOTI; ALMEIDA, 2006).

A popularidade de *influencers* junto com os conteúdos relacionados com corpos idealizados compartilhados nesse espaço virtual, assim como exercício e alimentação, podem ser fatores desencadeantes para o desenvolvimento de diversas problemáticas relacionadas à autoestima, imagem corporal e comportamento alimentar. A autoestima está relacionada a uma auto avaliação, podendo estar envolvida com diversos fatores como aparência, inteligência e identificação com grupos sociais. O fato de apresentar o sentimento de pertencer ou não a um grupo presente virtualmente e realizar comparações com o que se é visto nas redes sociais digitais são questões que geram discussões e dúvidas a respeito do impacto das mesmas. O mesmo ocorre em relação a imagem corporal, que pode ser entendida como a percepção e emoções em relação ao corpo do indivíduo. Além disso, o tempo de tela, que inclui o acesso nas redes sociais além de assistir a conteúdos televisivos, podem ser fatores que influenciam o estado nutricional e os hábitos de exercícios físicos dos indivíduos (VASCONCELLOS; ANJOS; VASCONCELLOS, 2013).

Dessa forma, pesquisas que buscam investigar a relação dessas informações relacionadas aos hábitos de acesso às redes sociais com a autoestima, imagem corporal e comportamento alimentar de adolescentes, assim como a prática de exercício físico e impactos nos sentimentos gerados, são importantes para melhores entendimentos dessas informações. O rastreamento dos benefícios, malefícios e os limites de cada questão é um dos motivos do presente estudo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Redes Sociais Virtuais

Comunicar informações para um número grande de pessoas é uma necessidade antiga e que na Guerra Fria demandou muito dos jornais, revistas, televisão e rádios como manobra política, mas que em 1969 teve um grande avanço na forma de comunicação, com o surgimento da *internet*. Com a finalidade de propagar informação militar e política, ela surgiu com um objetivo um pouco diferente do que se percebe no contexto atual, o qual permite a qualquer indivíduo compartilhar informações e dados por um *smartphone* (TUPINAMBÁ, 2014 e FERNANDES, 2019). Com o desenvolvimento da tecnologia surgiram as redes sociais virtuais, as quais Boyd e Ellison (2007, p. 211) definiram como:

Serviços baseados na *Web* que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema.

Em 1997 foi lançada a primeira rede social virtual reconhecida - *SixDegrees.com* -, a qual juntou recursos fundamentais em um mesmo local: permitia os usuários criarem um perfil, terem uma lista de amigos e navegarem entre as contas. Neste primeiro momento, a interação nessa rede era pouco desenvolvida, os usuários não conseguiam realizar muitas atividades e não havia o interesse em conhecer pessoas novas por esse meio, apesar de promoverem a ideia de conectar pessoas e permitir enviarem mensagens umas para as outras. Com o surgimento de outras redes sociais virtuais, como a *Ryze.com*, se teve a ampliação deste serviço para a área de negócios, incluindo empresários e investidores nesse meio e alguns sites de relacionamento, como *Match.com* e *Friendster* (BOYD; ELLISON, 2007).

Já em 2003, período de inovação tecnológica denominada “*Web 2.0*” por Tim O’Reilly, os indivíduos começaram a poder desenvolver conteúdos, compartilhar informações e ideias, ter acesso a vídeos, sites de pesquisa e *blogs* com apenas um aparelho eletrônico (SÁ, 2017). A *Web 2.0* revolucionou o jeito como as interações, organizações e informação eram feitas e propagadas, com a criação de conteúdo pelos usuários, implicando em vários aspectos sociais como religião, sexo, saúde, política e estratégias de mercado (TUPINAMBÁ, 2014 e FOTIS, 2015). Assim, elas podem estar envolvidas com a divulgação de vagas de emprego e de serviços - como o *LinkedIn* - com intenções para relacionamentos ou para aproximar pessoas com mesmos gostos musicais ou políticos (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007). O *Twitter* e

o *Facebook* são exemplos desse último tópico, os quais já foram utilizados em aspectos políticos de democratização, como ocorreu no Egito e na Tunísia (FOTIS, 2015).

As redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* permitem aos indivíduos criarem contas públicas e privadas para interações com os outros usuários que usam a mesma rede (HOLLAND; TIGGEMANN, 2016). Elas existem, justamente, para agrupar ideologias e interesses em comum entre pessoas, formando grupos que são ligados por afinidade de assuntos e realizam um processo de comunicação, sendo um lugar interativo e massivo (TUPINAMBÁ, 2014). Dessa forma, podem ser utilizadas também como ferramenta para aproximar e intensificar amizades com colegas de quarto ou de aula e para manter o contato com amigos antigos, o que mostra que as redes sociais não necessariamente afastam as pessoas, mas podem ser usadas para manter relacionamentos e pessoas em contato (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007).

O objetivo principal das redes sociais virtuais era, inicialmente, aproximar aqueles que estavam distantes fisicamente a fim de promover uma certa afinidade, porém, com o crescimento destes serviços se tem a produção de um conteúdo mais coletivo e dinâmico, onde os usuários buscam entretenimento e diversão (JENKINS, 2009 e SÁ, 2017). Em virtude disso, as redes sociais virtuais ultrapassaram os valores de funcionalidade, tecnologia, custo e acesso e passaram a ser vistas como um contexto social, no qual uma mensagem, uma chamada de vídeo, e-mail e ligações tem uma razão pessoal e de interação social com relevância moral (MACHADO, 2015 e SÁ, 2017).

Dessa forma, as redes sociais virtuais podem permitir aos usuários terem contato com pessoas de diferentes proximidades de relacionamento, incluindo familiares, amigos próximos e colegas distantes, além de serem expostos a modelos e famosos, por meio de publicidade na rede e páginas de fãs (FARDOULY; VARTANIAN, 2015). Tupinambá (2014) define como principais as redes sociais virtuais: *Youtube*, *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, sendo que as duas últimas apresentam um mecanismo de interação entre os usuários relacionado com curtidas nas publicações postadas, o que leva os participantes a investirem na sua aparência e em edições, para ter a aprovação social com maior número de curtidas possíveis (TUPINAMBÁ, 2014 e FERNANDES, 2019). Em uma entrevista, antropólogo Daniel Miller, com diversos estudos na área de antropologia digital, afirma que com as redes sociais virtuais os comportamentos dos usuários ficam mais visíveis e registrados, facilitando comentários sobre os mesmos e, conseqüentemente, o julgamento da família, comunidade e castas (MACHADO, 2015).

O impacto das redes sociais e *Internet* já influenciam tanto nas relações humanas que estudos passaram a ser desenvolvidos para mostrar como isso ocorre (HAYTHORNTHWAITE,

2005). Um exemplo para avaliar tal poder das redes sociais é o surgimento de uma nova profissão nesse contexto: o “influenciador digital”, que é quando algum usuário consegue ter grande visibilidade, atraindo inúmeros seguidores (adeptos em seu perfil ou página) e ainda ter uma importância na vida deles. Justamente por ser um meio de baixo custo e permitir divulgação de imagens, vídeos e textos, essa profissão conseguiu atingir o sucesso e a popularidade entre os jovens, tornando sua influência tão grande que permitiu pessoas serem reconhecidas nas ruas, aparecerem na televisão e tornarem-se artistas famosos com toda repercussão gerada com isso (SÁ, 2017).

Os estudos também mostram como as redes sociais podem influenciar os usuários em diversos aspectos: amigos, colegas distantes e celebridades podem ser vistos como fontes de comparação de aparência entre os usuários de *Facebook*, por exemplo (FARDOULY; VARTANIAN, 2015). Neste sentido, a propagação de um corpo ideal, que está presente há muitos anos nas mídias, incluindo televisão e revistas, colabora para manter estereótipos e cobranças de ideais de beleza (HOLLAND; TIGGEMANN, 2016). A forma de divulgação de conteúdos, com o discurso de inspiração para os usuários atingirem determinado padrão de corpo, seguindo dietas, desafios e modismos, coloca-os em posição de vulnerabilidade sua saúde emocional, física e nutricional (FERNANDES, 2019).

Adolescentes e uso de redes sociais

Segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)¹ - art.2º, Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - é considerado adolescente aqueles com idade entre 12 e 18 anos (BRASIL, 1990). Já para a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS)², o limite cronológico para essa faixa etária fica entre os 10 e os 19 anos. Este período da vida tem como característica marcante a presença de diversas mudanças fisiológicas, psicológicas, comportamentais e sociais que levam, justamente, à formação da identidade do indivíduo (BESERRA et al., 2016).

O que se percebe nos últimos anos é que, boa parte desse desenvolvimento emocional e social, está ocorrendo por meio das redes sociais virtuais, como por exemplo: avaliar o que pode ser confiável ou não, o que podem revelar sobre si mesmo publicamente, quando expressar emoções, como estabelecer uma reciprocidade e entre outras questões, as quais também são

¹ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm#art266. Acesso em: 04 mar 2022.

² Disponível em: <https://www.google.com/url?q=https://www.paho.org/pt/topicos/saude-mental-dos-adolescentes&sa=D&source=docs&ust=1651450122663250&usg=AOvVaw1MJLSFEz1TjhGd8PRMdxq>. Acesso em: 28 abr 2022.

situações desenvolvidas no *off-line* (LIVINGSTONE, 2008 e O'KEEFFE; CLARKE-PEARSON, 2011).

Foi em 2004 que adolescentes começaram a utilizar uma rede social em grande escala - *MySpace* - com o objetivo de se aproximarem de suas bandas favoritas. Isto levou a rede a mudar suas políticas para inclusão dessa faixa etária, encorajando assim o aumento do acesso por este público (BOYD; ELLISON, 2007). As redes sociais virtuais permitiram aos jovens terem acesso a informações de saúde e apoio para diagnósticos semelhantes entre eles, especialmente por meio de grupos e compartilhamento de experiências. Surgem aí as “comunidades virtuais”, para uma comunicação rápida e acessível com amigos e familiares, tendo uma relevante importância na formação de sua identidade e expansão do seu ambiente social (O'KEEFFE; CLARKE-PEARSON, 2011 e SANTOS, 2014 e BESERRA et al., 2016). De certa forma, os benefícios podem ser estendidos aos estudos de escolares e ao conhecimento também, facilitando os trabalhos em grupo, a pesquisar sobre novas expressões e melhorar sua criatividade (O'KEEFFE; CLARKE-PEARSON, 2011).

Atualmente, 97% das crianças e adolescentes entre 15 e 17 anos usuários de *internet* possuem perfil em alguma rede social virtual (CRUZ, 2019). O uso das redes sociais virtuais por adolescentes pode ter conexões tanto de oportunidade (para identidade, intimidade, sociabilidade) como risco (relacionados à privacidade, mal-entendidos, abuso) (LIVINGSTONE, 2008). Neste sentido, uma questão que deve ser levada em consideração é a vulnerabilidade que os mesmos podem ter neste meio, ao exporem suas intimidades por meio de fotos e comentários, por exemplo (BESERRA et al., 2016). Deve-se atentar que crianças e adolescentes estão amiúde fazendo o uso desses meios e que a violência, *bullying* e *cyberbullying* podem culminar em depressão, isolamento e baixa estima (SANTOS, 2014). Ainda, seu uso pode causar dependência e acentuar problemas como ansiedade e depressão, além de já ser conhecida a relação entre a dependência tecnológica e a saúde psicológica (SOUZA, 2019). Pelas recomendações da Sociedade Brasileira de Pediatria, adolescentes entre 11 e 18 anos devem limitar seu tempo de tela a 2-3 horas/dia e que durante as refeições não deve fazer seu uso. Além disso, alertam em relação aos riscos para a saúde dessa faixa etária, como problemas de saúde mental (irritabilidade, ansiedade e depressão), transtornos de alimentação (sobrepeso/obesidade e anorexia/bulimia), transtornos da imagem corporal e da autoestima, sedentarismo e falta de prática de exercícios e entre outras questões (Sociedade Brasileira de Pediatria, 2019).

Imagem corporal e uso redes sociais

Grogan (2017) define a imagem corporal como “as percepções, pensamentos e sentimentos de uma pessoa sobre seu corpo”. A imagem corporal vai muito além da construção de percepção do corpo na nossa mente, ela também envolve a satisfação com a aparência, a percepção de tamanho, preocupação com o corpo, avaliação da aparência e reflexo de atitudes e interações com os outros, podendo ser influenciadas pelas questões socioculturais, de comportamento cognitivo e de objetificação do corpo (GROGAN, 2017).

Quando tais aspectos são retratados apenas de forma negativa, o indivíduo apresenta uma insatisfação corporal. Porém, o contrário - imagem corporal positiva - apresenta elementos como a aceitação e respeito ao corpo, independente do peso, imperfeições e/ou forma corporal, levando em consideração comportamentos saudáveis e rejeição das imagens corporais propagadas pela mídia (GROGAN, 2017). Os padrões de beleza são vistos de formas diferentes com a mudança do tempo; o que se hoje é considerado como ideal - o corpo magro - no século XVI era relacionado à falta de saúde. Atualmente, o valor colocado no corpo magro se associa a aspectos de sucesso, poder e felicidade enquanto o gordo se relaciona com a ideia de fracasso e não ser saudável (FERNANDES, 2019).

Um estudo realizado com jovens mulheres do sul da Espanha mostrou que a insatisfação corporal e preocupação com o corpo delas estava associada ao desejo de alcançar um corpo mais magro, como era difundido nas redes sociais (APARICIO et al., 2019). Outrossim, os resultados dos estudos de Fardouly e Vartanian (2015) mostram uma associação positiva entre a frequência do uso de *Facebook* por universitárias e a preocupações com a imagem corporal (insatisfação corporal e desejo de magreza) e sugerem que a essa preocupação se dá pela comparação feita, pelas universitárias, de sua aparência com a de outros usuários da rede.

Existe a propagação nas mídias de que seria possível alcançar a estética de corpos magros apenas com o foco no esforço e desejo, podendo gerar muita culpa e frustração nos indivíduos que não conseguem atingir esse padrão (LIRA et al., 2017). Algumas fontes midiáticas como as revistas, televisão e filmes são grandes propagadoras de imagens que estimulam a comparação dos indivíduos, principalmente em relação a imagem corporal, e as redes sociais seguem este mesmo apelo, por reforçar a idealização do corpo magro com *posts*, *likes* e comentários (THOMPSON; COOVERT; STORMER, 1999 e MABE; FORNEY; KEEL, 2014). A questão é que esse excesso de estímulos têm, por muitas vezes, o objetivo de promover a venda de materiais e serviços que melhorem a aparência física dos indivíduos (THOMPSON; COOVERT; STORMER, 1999). Ainda, no mundo virtual é difícil identificar

quão realista é a aparência, especialmente entre indivíduos menos próximos, o que pode levar os usuários a se acharem menos atraentes e a terem maiores preocupações com a imagem corporal por esta comparação (FARDOULY; VARTANIAN, 2015). As edições e modificações corporais que podem ser realizadas com *Photoshop*®, antes de serem postadas, também são favorecidas pelas próprias redes virtuais, ao disponibilizar ferramentas para os usuários com as enormes possibilidades de filtros, como existe nos *Instagram* (HOLLAND; TIGGEMANN, 2016). Algumas pessoas realizam a edição de suas fotos para parecerem melhores que os outros e não necessariamente por estarem insatisfeitas com sua aparência. Os indivíduos que realizam o autorretrato nas redes sociais virtuais acreditam estarem bem e estariam relacionados positivamente com a satisfação da sua aparência, porém mostram-se preocupados em quererem parecerem melhores nas mídias sociais (CHAE, 2017).

Um estudo demonstrou, através da exposição a imagens corporais modificadas em *photoshop* para um formato mais magro e mais gordo, que isso pode gerar uma percepção equivocada do próprio corpo e do corpo dos outros. A exposição a imagens de corpos com tipos muito extremos pode contribuir para essa distorção de imagem (BROOKS et al., 2016). Outra pesquisa mostrou que usuários, principalmente mulheres, realizam comparação de sua aparência com influenciadores e celebridades por meio das imagens divulgadas *online*, além de ter indicativos de que as pessoas que frequentemente realizam o auto retrato podem ter uma grande diferenciação entre o virtual e a realizada, justamente por essa idealização feita com edição de imagem do meio virtual (CHAE, 2017).

Um estudo realizado com adolescentes no estado de São Paulo observou a existência do desejo em ter um corpo mais magro e que mais de 80% das meninas tinham insatisfação com sua imagem corporal, sendo mais frequente naquelas com sobrepeso e obesidade. Nele foi visto, ainda, que a maior aceitação a ideais estéticos irreais e que a frequência de uso a mídias sociais também tinha relação com a insatisfação corporal. As adolescentes que faziam uso de redes como *Facebook*, *Instagram* e *Snapchat* diariamente tinham um risco maior de estarem insatisfeitas com sua imagem corporal (LIRA et al., 2017).

Comportamento alimentar

O comportamento alimentar é caracterizado por um conjunto de aspectos, como sensação de saciedade e fome, motivação para se alimentar, necessidade de ingestão energética (envolvendo processos fisiológicos e metabólicos do corpo) e questões sensoriais como influência do cheiro ou gosto (BERNARDI; CICHELERO; VITOLO, 2005). Envolve também

todas as etapas de práticas alimentares: escolha do alimento, preparo da refeição, decisão de onde e com quem consumi-la (SILVA, 2018).

A escolha de quais alimentos consumir e sua respectiva quantidade está relacionada a fatores genéticos determinados pela espécie e, da mesma forma, por cada indivíduo. Características sensoriais de tato e paladar (como sabor e textura), proximidade, diversidade, composição nutricional, além de diversos determinantes fisiológicos (como neurotransmissores, hormônios, taxa metabólica, tecidos de reserva, formação de metabólitos, receptores sensoriais e estado gastrointestinal do corpo), psicológicos (motivação, emoção e aprendizagem) e ambientais (temperatura, trabalho, oferta ou escassez de alimentos), assim como renda e crenças (sociais, culturais e religiosas) também estão relacionados (QUAIOTI; ALMEIDA, 2006).

O comportamento alimentar de adolescentes se mostra influenciado por diversas questões; o que os leva a escolher entre opções mais saudáveis *versus* lanches ricos em açúcar, gordura e sal não são problemas cognitivos, mas sim pode ser uma escolha pela influência de sua vida como um todo, seja ela familiar, social e cultural (QUAIOTI; ALMEIDA, 2006). Algumas pesquisas, ainda mostram que a puberdade precoce também pode ser um fator a ser considerado, com todas as mudanças corporais e de reorganização da imagem corporal (MORGAN; VECCHIATTI; NEGRÃO, 2002).

Ao se destacar o impacto dos fatores ambientais no comportamento alimentar pode-se fazer uma análise mais direta sobre toda influência midiática, por meio de propagandas alimentícias ou apelo à alimentação. De acordo com o trabalho de Sá (2017), existem influenciadores digitais que divulgam informações sobre sua alimentação e rotina aos usuários que os acompanham nas redes sociais, como o *Instagram*, podendo ter uma grande influência sobre os mesmos. Um dos grandes temas abordados nas mídias virtuais e que acaba sendo popular é “saúde”, que por muitas vezes está atrelado ao incentivo à prática de exercício físico e a resistir à vontade de comer doce (SÁ, 2017).

Nas diversas opções de redes sociais para se ter uma conta, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Tumblr*, as postagens realizadas permitem comparações e avaliações virtuais para seus conteúdos; porém, aqueles que buscam comentários e retornos por meio delas e recebem *feedbacks* negativos, apresentam risco maior de desenvolver um comer transtornado (HUMMEL; SMITH, 2014). Aparicio et al. (2019), apontam que comportamentos de comer transtornado, como realização de dietas, estariam associados a este contexto de almejar o corpo magro, propagado nas redes sociais virtuais. Essa prática de dietas restritivas, favorece o desenvolvimento de transtornos alimentares e, um dos fatores mantenedores do transtorno

alimentar, é justamente a privação da alimentação, que corrobora com pensamentos obsessivos e de controle sobre a comida (MORGAN; VECCHIATTI; NEGRÃO, 2002 e FERNANDES, 2019).

O corpo magro e definido ficou marcado como “o modelo” para divulgações e compartilhamentos de publicações consideradas “*fitspiration*”, sendo associado ao ideal de corpo saudável, baseado em alimentação e rotina de exercício adequadas, independente que esse padrão de corpo seja inalcançável e sem saúde (FERNANDES, 2019). Um terço das meninas na fase da adolescência já tentaram realizar dieta e 37% se exercitam com o objetivo de perda de peso. A pressão da mídia e das mães são fatores que têm se mostrado importantes para tal resultado de decisão de perda de peso e realização de dieta (GAROUSI et al., 2015). Um estudo mostrou que meninas de 14 anos que estão menos satisfeitas com sua aparência e com IMC (Índice de Massa Corpórea) mais alto apresentam o relato de dieta mais frequente nesta idade (BARKER; BORNSTEIN, 2009). Geralmente um transtorno alimentar surge na infância ou adolescência e entre os fatores multifatoriais predisponentes para seu desenvolvimento estão: aspectos socioculturais, valorização do ideal de padrão corporal e baixa autoestima (FERNANDES, 2019).

Autoestima

A autoestima é um componente de autoconhecimento que estabelece uma percepção do indivíduo e não uma realidade, podendo ser definida como o quanto de valor o indivíduo coloca em si mesmo. Sendo assim, a diferenciação da autoestima elevada e baixa é justamente a compreensão das suas competências e deficiências, respectivamente, que podem ou não ser análises bem equilibradas e fundamentadas do próprio valor ou um sentimento distorcido da realidade (BAUMEISTER et al., 2003). Leary, Tambor e Terdal (1995) mostraram que a autoestima também está relacionada ao pertencimento, pois para manter relações humanas é necessário avaliar as percepções de aprovação ou rejeição do outro pelo indivíduo e a autoestima acaba sendo um mecanismo de proteção contra a exclusão social. Nos seus estudos, foi observado que os indivíduos apresentam uma autoestima mais baixa quando rejeitados do que aqueles que foram incluídos socialmente. Além disso, os indivíduos que são incluídos apresentam aumento da autoestima, demonstrando que as relações sociais são aspectos que influenciam o nível de autoestima das pessoas e que pode ser moldado pelo o que os outros pensam sobre elas (LEARY, TAMBOR; TERDAL 1995).

A autoestima é considerada um fator de proteção contra a ansiedade quando o indivíduo é sujeito a uma ameaça (GREENBERG et al. 1992). Ter uma alta autoestima apresenta muitas vantagens para o indivíduo: felicidade, bem-estar, uma maior iniciativa e melhor recuperação, quando submetidos a situações de estresse ou fracasso, comparados a pessoas com baixa autoestima. Entretanto, podem haver alguns pontos negativos por estar propenso a intimidar, retaliar agressivamente, ter preconceitos com indivíduos de fora do seu meio e realizar atos antissociais e egoístas (BAUMEISTER et al., 2003). Já a baixa autoestima, pode estar relacionada ao risco de comportamento suicida, com sintomas depressivos, solidão, menor confiança na abordagem inicial dos problemas, insônia e maiores níveis de insatisfação corporal (SOUZA; ALVARENGA, 2016 e CASTRO; LOPES; MONTEIRO, 2018 e SILVA, 2019).

A comparação social está presente muitas vezes no cotidiano, principalmente pelos indivíduos estarem expostos e também consumindo informações de outras pessoas nas suas redes de convivência. São nelas que as pessoas podem avaliar suas opiniões, emoções, habilidades e desenvolver sua identidade. Já foi observada uma relação negativa entre autoestima e a frequência de comparação social na rede social virtual, o qual estaria relacionada ao sentimento negativo, desenvolvido por comparações de expectativas irreais (LEE, 2014). A experiência de ansiedade no *Instagram* ou o envolvimento com comparação social, foram associados com piores resultados psicológicos, porém o *Facebook* já mostrou poder gerar benefícios para os indivíduos com baixa autoestima, ajudando a romper barreiras (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007 e MACKSON; BROCHU; SCHNEIDER, 2019). Da mesma forma, resultados opostos a estes já foram descritos, nos quais a frequência de comparação social esteve associada negativamente com a autoestima e o uso de redes sociais, como o *Facebook* (LEE, 2014).

Um estudo realizado com adolescentes holandeses de 10 -19 anos mostrou como o efeito dos *feedbacks* sobre seus perfis nas redes aumentava a autoestima quando positivos e diminui a autoestima quando negativos. Apesar do estudo concluir que o uso de redes sociais podem ser um veículo para aumentar a autoestima, é relevante destacar que: em 7% dos adolescentes avaliados o fato de receber *feedback* negativo “predominantemente ou sempre” em seus perfis resultou em efeitos aversivos na autoestima (VALKENBURG; JOCHEN; SCHOUTEN, 2006). Outras pesquisas evidenciaram que adolescentes apresentaram declínio na autoestima no período dos 10-14 anos quando estes, aos 10 anos, já eram menos satisfeitos com sua aparência (BARKER; BORNSTEIN, 2009). Em um estudo de revisão sobre adolescentes, redes sociais e bem-estar, constatou-se que os benefícios do uso de redes sociais estavam relacionados ao aumento da autoestima e que entre seus efeitos prejudiciais estaria o aumento da exposição a

danos (como conteúdos provocativos ou abusivos), isolamento social, depressão e o *cyberbullying*. Entretanto, as evidências se mostram muito contraditórias ainda em relação ao impactos das mídias sociais virtuais e o bem estar mental dos adolescentes (BEST; MANKTELOW; TAYLOR, 2014).

JUSTIFICATIVA

Considerando que o uso de redes sociais virtuais se faz extremamente presente no cotidiano dos adolescentes atualmente, e que estes podem sofrer grandes influências por estarem em um período de desenvolvimento em aspectos referentes à sua saúde, socialização e autoconhecimento, inclusive em aspectos nutricionais, se faz relevante analisar como e se tais fatores são positivos ou negativos nessa fase da vida. Devido a lacuna na literatura, se faz necessário explorar mais como o uso das redes sociais virtuais impactam na percepção de imagem corporal, no comportamento alimentar e na autoestima dos adolescentes, visto toda a importância desses veículos de comunicação e socialização neste ciclo da vida.

OBJETIVOS

Objetivos gerais

Avaliar a influência das redes sociais virtuais nos níveis de insatisfação com a imagem corporal, no comportamento alimentar e na autoestima de adolescentes que as utilizam.

Objetivos específicos

- Identificar e comparar quais redes sociais são acessadas, qual frequência e com quais objetivos;
- Avaliar os escores de insatisfação com a imagem corporal, de comportamento alimentar, bem como os escores de autoestima;
- Associar o número de redes sociais virtuais e a frequência de acesso com os níveis de insatisfação com a imagem corporal, os escores de comportamento alimentar e de autoestima.

MATERIAIS E MÉTODOS

Delineamento do estudo e amostra

Estudo transversal *online* realizado nos meses de novembro de 2021 a abril de 2022 e com divulgação nas redes sociais virtuais das pesquisadoras (*Instagram, Whats APP e Facebook*). A amostra foi composta por indivíduos com idade de 12 anos a 18 anos e usuários de, pelo menos, uma rede social. Foram excluídos aqueles que possuíam diagnóstico médico e/ou faziam tratamento medicamentoso para transtornos alimentares, depressão, autismo, bipolaridade ou outras doenças psiquiátricas graves, bem como aqueles que fossem estudantes da área da saúde.

O estudo foi projetado de acordo com as Diretrizes e Normas Regulamentadoras de Pesquisas Envolvendo Seres Humanos (Resolução CNS/MS 466/12) e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Hospital de Clínicas de Porto Alegre - RS (HCPA), sob o número CAAE 47706221.8.0000.5327. O tamanho da amostra foi feito considerando estimar a média de insatisfação com a imagem corporal, com margem de erro absoluta de 0.22 pontos e nível de confiança de 95%. Foi considerado desvio padrão esperado insatisfação com a imagem corporal de 1,48 pontos como referido por Aparicio e colaboradores (2019) chegou-se ao tamanho de amostra de 177 sujeitos. Entretanto, este trabalho apresentará resultados parciais, relativos aos indivíduos avaliados até o momento, constituindo um tamanho amostral de 12 participantes.

Medidas e Procedimentos

A coleta de dados ocorreu por meio de formulários na plataforma *Google Forms* e englobou os seguintes dados:

- *Caracterização da amostra*: avaliada pelo preenchimento de um questionário estruturado pelas próprias pesquisadoras, no qual foram coletados: sexo (masculino ou feminino), idade (anos), nível de escolaridade (ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo, ensino médio completo, ensino médio incompleto, graduação incompleta), renda familiar (1-5 salários mínimos, 5-10 salários mínimos, >10 salários mínimos), estatura (m), peso (kg), com quem mora (pais e/ou irmãos, companheiro/a, amigos, sozinho/a, outros), além de perguntas sobre a prática de exercícios físicos

(modalidades esportivas, frequência e tempo de exercício) . Os indivíduos também foram questionados sobre quais redes sociais os mesmos possuem conta cadastrada, quais delas eles acessam diariamente, a frequência que acessam as redes sociais virtuais que não são utilizadas na rotina diária e, ainda, quanto tempo passam por dia conectados a cada uma delas. Ademais, as pessoas foram questionadas a respeito dos conteúdos que têm interesse nessas plataformas digitais, se já aderiram a alguma dieta ou prática alimentar influenciadas pelas redes sociais e, da mesma forma, se já passaram a praticar algum exercício físico ou modalidade esportiva devido a essa influência. Por fim, os indivíduos foram questionados sobre como se sentem após acessar as redes sociais e sobre preocupações a respeito da postagem e curtidas de fotos nesses aplicativos e sobre a relação do seu corpo e aparência ao acessar as redes sociais virtuais.

- *Avaliação do Comportamento Alimentar:* os participantes foram avaliados neste quesito por meio do preenchimento do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar. Trata-se de um instrumento elaborado para avaliar o comportamento alimentar disfuncional, formulado a partir de perguntas de três questionários já pré-existentes- o “*Eating Patterns Questionnaire*” (EPQ – Wollersheim, 1970), o “*Fragenbogen für Latente Adipositas*” (Questionário para a Obesidade Latente - Pudel et al., 1975) e o “*Eating Behavior Inventory*” (EBDI – O’Neil et al., 1979). O questionário é composto por 33 questões, avaliadas numa escala de 5 pontos: nunca (1); raramente (2); às vezes (3); frequentemente (4) e muito frequentemente (5), distribuídos em três domínios: 1) escala de Restrição, que inclui 10 itens; 2) escala de Ingestão Externa, também composta por 10 itens; 3) e a escala de Ingestão Emocional, composta por 13 itens (VIANA; SINDE, 2003). Considera-se que, quanto maior a pontuação, menor a capacidade de controle alimentar; e, quanto menor a pontuação, maior a capacidade de controle (ALMEIDA; LOUREIRO; SANTOS, 2001). A média de cada subescala é obtida pela soma do valor das respostas a cada questão, dividido pelo número de itens. O escore final do questionário é obtido pela soma das médias de cada subescala. A subescala com pontuação mais elevada evidencia o estilo alimentar mais frequentemente praticado, ou seja, qual é o mais determinante quando este indivíduo está diante de alimentos e do ato de comer (SOUSA; REIS, 2019).
- *Avaliação da insatisfação com a imagem corporal:* para tal utilizou-se o instrumento *Body Shape Questionnaire* (BSQ), traduzido para o Brasil por Cordas & Neves (1994),

sendo utilizado para identificar as preocupações com a forma do corpo e auto depreciação relacionada à forma física. O BSQ possui 34 questões relacionadas com a imagem corporal, com a legenda de 1 a 6, sendo 1 - Nunca, 2 - Raramente, 3 - Às vezes, 4 - Frequentemente, 5 - Muito frequentemente e 6 - Sempre. Obtêm-se o resultado pela soma de todas as pontuações. A classificação inferior a 80 pontos considera que o indivíduo não possui insatisfação, entre 80 e 110 existe uma leve insatisfação, entre 111 e 140 moderada insatisfação e mais de 140, insatisfação grave.

- *Avaliação da Autoestima:* foi realizada por meio da Escala de Autoestima de Rosenberg, adaptada por Dini, Quaresma e Ferreira (2004) para o Brasil. Esta escala possui dez itens, sendo seis referentes a uma visão positiva de si mesmo e quatro referentes a uma visão autodepreciativa (SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010). As opções de resposta são: concordo plenamente, concordo, discordo e discordo plenamente. Com relação à pontuação, quanto maior o escore obtido na escala, maior o nível de autoestima do indivíduo. Sendo que as afirmativas 1, 3, 4, 7 e 10 possuem a seguinte pontuação de acordo com a resposta: 4 = Concordo plenamente, 3 = Concordo, 2 = Discordo e 1 = Discordo plenamente. Já nas afirmativas 2, 5, 6, 8 e 9, a pontuação é a seguinte: 1 = Concordo plenamente, 2 = Concordo, 3 = Discordo e 4 = Discordo plenamente. A sua classificação se dá pela soma de pontos totais dessas questões, a qual fica definida da seguinte forma: > 31 pontos = alta autoestima, 20-30 pontos = média autoestima e < 20 pontos = baixa autoestima (MORA et al., 2022).

Análise estatística

Os dados foram testados quanto a sua normalidade pelo teste de *Shapiro-Wilk* e apresentados em percentual, média e desvio padrão ou mediana (mínimo-máximo) conforme a sua distribuição. A correlação entre o número de redes acessadas e frequência de acesso com os escores dos questionários de comportamento alimentar, insatisfação com a imagem corporal e autoestima, será testado pelo teste de correlação de *Pearson*. As diferenças serão consideradas significativas para valores de $p < 0,05$.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Graziela; LOUREIRO, Sonia; SANTOS, José. **Obesidade mórbida em mulheres** - Estilos alimentares e qualidade de vida. Archivos Latinoamericanos de Nutrición, Caracas, v. 51, n. 4, p. 359-365, 2001. Disponível em: < http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0004-06222001000400006&script=sci_arttext>..Acesso em: 02 fev 2022.
- APARICIO, Martinez; PEREA, Moreno; MARTINEZ, Jumezes; REDEL, Macías; PAGLIARI, Claudia; VAQUERO, Abellan. **Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: an exploratory analysis.** International Journal Of Environmental Research And Public Health, v. 16, n. 21, p. 4177, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3390/ijerph16214177>> Acesso em: 25 fev 2022.
- BARKER, Erin; BORNSTEIN, Marc. **Global Self-Esteem, Appearance Satisfaction, and Self-Reported Dieting in Early Adolescence.** The Journal Of Early Adolescence, v. 30, n. 2, p. 205-224, 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0272431609332936>> Acesso em: 10 abr 2022.
- BAUMEISTER, Roy; CAMPBELL, Jennifer; KRUEGER, Joachim; VOHS, Kathleen. **Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles?** Psychological Science in the Public Interest, 4, p. 1-44, 2003. Disponível em: <<https://assets.csom.umn.edu/assets/71496.pdf>>. Acesso em: 25 fev 2022.
- BERNARDI, Fabiana.; CICHELERO, Cristiane; VITOLO, Márcia. **Comportamento de restrição alimentar e obesidade.** Revista de Nutrição, Campinas, v. 18, n. 1 p. 85-93, 2005. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/rn/a/whSXMSPfNbNy4MmjxCWvjxF/?lang=pt>>. Acesso em: 11 abr 2022.
- BESERRA, Gilmara; PONTE, Bárbara; SILVA, Reinilson; BESERRA, Eveline; SOUSA, Leilane; GUBERT, Fabiane. **Atividade de vida “comunicar” e uso de redes sociais sob a perspectiva de adolescentes.** Cogitare Enfermagem, Fortaleza, v. 21, n. 1, p. 1-09, 2016. Universidade Federal do Parana. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.5380/ce.v21i4.41677>>. Acesso em: 11 abr 2022.
- BEST, Paul; MANKTELOW, Roger; TAYLOR, Brian. **Online communication, social media and adolescent wellbeing: a systematic narrative review.** Children And Youth Services Review, v. 41, p. 27-36, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001>>. Acesso em: 25 fev 2022.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. **Social Network Sites: definition, history, and scholarship.** Journal Of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007. Oxford University Press (OUP). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>. Acesso em: 02 fev 2022.
- BRASIL, Brasília, DF. Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,, 16 jul. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm#art266>. Acesso em: 04 mar 2022.

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Orientações para a coleta e análise de dados antropométricos em serviços de saúde** : Norma Técnica do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional - SISVAN / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – Brasília : Ministério da Saúde, 2011. 76 p. : il. – (Série G. Estatística e Informação em Saúde), Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/orientacoes_coleta_analise_dados_antropometricos.pdf> Acesso em: 27 abr 2022.

BROOKS, Kevin; MOND, Jonathan; STEVENSON, Richard; STEPHEN, Ian. **Body Image Distortion and Exposure to Extreme Body Types**: contingent adaptation and cross adaptation for self and other. *Frontiers In Neuroscience*, v. 10, n. 334, p. 1-10, 2016. Frontiers Media SA. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3389/fnins.2016.00334>>. Acesso em: 15 mar 2022.

CASTRO, Natália; LOPES, Marcos; MONTEIRO, Ana. **Low Chronic Self-Esteem and Low Situational Self-Esteem**: a literature review. *Revista Brasileira de Enfermagem: Revista Brasileira de Enfermagem (REBEn)*, v. 73, n. 1, p. 1-9, 2018. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2018-0004>> Acesso em: 10 fev 2022.

CARDOSO, Beatriz et al. **Avaliação da possível relação entre o estado nutricional e o tempo de exposição às redes sociais em adolescentes de escola pública do município de Campinas, SP**. *Adolesc. Saude*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 41-52, 2020. Disponível em: <<https://cdn.publisher.gn1.link/adolescenciaesaude.com/pdf/v17n3a06.pdf>> Acesso em: 31 abr 2022.

CHAE, Jiyoung. **Virtual makeover**: selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers In Human Behavior*, v. 66, p. 370-376, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.007>>. Acesso em: 04 mar 2022.

Cordas TA, Neves JE. **Escala de avaliação de transtornos alimentares**. *Rev Psiq Clin*. 1999;26(1):154-7.

DINI, Gal; QUARESMA, Marina; FERREIRA, Lydia. **Adaptação Cultural e Validação da Versão Brasileira da Escala de Auto-estima de Rosenberg**. *Revista Brasileira de Cirurgia Plástica*, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 41-52, 2004. Disponível em: <<http://www.rbcp.org.br/details/322/pt-BR/adaptacao-cultural-e-validacao-da-versao-brasileira-da-escala-de-auto-estima-de-rosenberg>>. Acesso em: 24 mar. 2021.

CRUZ, Elaine. Brasil tem 24,3 milhões de crianças e adolescentes que usam internet. In: **Agência Brasil**. São Paulo, 19 de set. 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-09/brasil-tem-243-milhoes-de-criancas-e-adolescentes-utilizando-internet>>. Acesso em: 04 mar. 2022.

ELLISON, Nicole; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The Benefits of Facebook “Friends:” social capital and college students use of online social network sites. **Journal Of Computer-Mediated Communication**, v. 12, n. 4, p. 1143-1168, 2007. Oxford University Press (OUP). Disponível: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>>. Acesso em: 10 fev 2022.

EQUIPE DO YOUTUBE. 5 coisas para saber sobre os principais vídeos e criadores da lista de 2021 do YouTube. **Youtube oficial blog**. 01 dez. 2021. Disponível em:

<<https://blog.youtube/intl/pt-br/culture-and-trends/5-coisas-para-saber-sobre-os-principais-videos-e-criadores-da-lista-de-2021-do-youtube/>>. Acesso em: 30 abr. 2022.

FARDOULY, Jasmine; VARTANIAN, Lenny. **Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns.** *Body Image*, v. 12, p. 82-88, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>>. Acesso em: 10 fev 2022.

FARDOULY, Jasmine; MAGSON, Natasha R.; RAPEE, Ronald M.; JOHNCO, Carly J.; OAR, Ella L. **The use of social media by Australian preadolescents and its links with mental health.** *Journal of Clinical Psychology*, p. 1-23, 31 jan 2020. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32003901/>. Acesso em: 02 mai 2022.

FERNANDES, Kátia. **Impacto das mídias sociais sobre a insatisfação corporal e risco de transtornos alimentares e depressão em estudantes da universidade federal de ouro preto.** 2019. 95 f. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Escola de Nutrição, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2019. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/2527/1/MONOGRAFIA_ImpactoM%c3%addiasSociais.pdf>. Acesso em: 20 mar 2022.

FOTIS, John. **The use of social media and its impacts on consumer behaviour: the context of holiday travel.** 2015. 405 f. Tese (Doutorado) - Curso de Filosofia, Bournemouth University, Bournemouth, 2015. Disponível em: <<https://eprints.bournemouth.ac.uk/22506/1/JOHN%20FOTIS%20-%20PhD.pdf>>. Acesso em: 11 fev 2022.

GAROUSI, S.; GARRUSI, B.; BANESHI, Mohammad Reza; SHARIFI, Z. **Weight management behaviors in a sample of Iranian adolescent girls.** *Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity*, v. 21, n. 3, p. 435-444, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s40519-015-0249-1>>. Acesso em: 03 mar 2022.

GREENBERG, Jeff; SOLOMON, Sheldon; PYSZCZYNSKI, Tom; ROSENBLATT, Abram; BURLING, John; LYON, Deborah; SIMON, Linda & PINEL, Elizabeth. **Why do people need self-esteem?** Converging evidence that self-esteem serves an anxiety buffering function. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, p. 913-922, 1992. Disponível em: <<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.63.6.913>>. Acesso em: 03 mar 2022.

GROGAN, Sarah. **Body Image: understanding body dissatisfaction in men, women and children.** 3. ed. London And New York: Routledge, p. 229, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.4324/9781315681528>>. Acesso em: 01 abr 2022.

HAYTHORNTHWAITE, Caroline. **Social networks and Internet connectivity effects.** *Information, Communication & Society*, v. 8, n. 2, p. 125-147, 2005. Informa UK Limited. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/13691180500146185>>. Acesso em: 02 fev 2022.

HOLLAND, Grace; TIGGEMANN, Marika. **A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes.** *Body Image*, v. 17, p. 100-110, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>>. Acesso em: 05 fev 2022.

HUMMEL, Alexandra; SMITH, April. **Ask and you shall receive: desire and receipt of feedback via facebook predicts disordered eating concerns.** *International Journal Of Eating Disorders*, v. 48, n. 4, p. 436-442, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1002/eat.22336>>. Acesso em: 05 mar 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009. 488p.

LEARY, Mark; , TAMBOR, Ellen; TERDAL, Sonja, et al. Self-esteem as an interpersonal monitor: the sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology* 68:, p. 518–530, 1995. Disponível em: <<https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/Psyc590Readings/Leary1995.pdf>>. Acesso em: 05 mar 2022.

LEE, Sang. **How do people compare themselves with others on social network sites? the case of facebook.** *Computers In Human Behavior*, v. 32, p. 253-260, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>>. Acesso em: 06 mar 2022.

LIRA, Ariana; GANEN, Aline; LODI, Aline; ALVARENGA, Marle. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000166>>. Acesso em: 25 mar 2022.

LIVINGSTONE, Sonia. **Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression.** SAGE Publications, v. 10, n. 3, p. 393-411, 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/1461444808089415>>. Acesso em: 16 mar 2022.

MABE, Annalise; FORNEY, Jean; KEEL, Pamela. **Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk.** *International Journal Of Eating Disorders*, [S.L.], v. 47, n. 5, p. 516-523, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1002/eat.22254>>. Acesso em: 04 mar 2022.

MACHADO, Monica. **Daniel Miller “A Antropologia Digital é o melhor caminho para entender a sociedade moderna”.** *Z Cultural*, Rio de Janeiro, 1o semestre de 2015. Disponível em: <http://www.animatico.com.br/projetos/zcultural/wp-content/uploads/2015/05/Daniel-Miller_-%E2%80%9CA-Antropologia-Digital-%C3%A9-o-melhor-caminho-para-entender-a-sociedade-moderna%E2%80%9D-_Revista-Z-Cultural.pdf>. Acesso em: 02 fev 2022.

MACKSON, Samantha; BROCHU, Paula; SCHNEIDER, Barry. **Instagram: friend or foe? the applications association with psychological well-being.** SAGE Publications, v. 21, n. 10, p. 2160-2182, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/1461444819840021>>. Acesso em: 01 abr 2022.

MORA, Fernando; ALVAREZ-MON, Miguel; FERNANDEZ-ROJO, Sonia; ORTEGA, Miguel; FELIX-ALCANTARA, Miriam; MORALES-GIL, Isabel; RODRIGUEZ-QUIROGA, Alberto; ALVAREZ-MON, Melchor; QUINTERO, Javier. **Psychosocial Factors in Adolescence and Risk of Development of Eating Disorders.** MDPI AG, v. 14, n. 7, p. 1481, 2022. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3390/nu14071481>>. Acesso em: 29 jan 2022.

MORGAN, Christina; VECCHIATTI, Ilka; NEGRÃO, André. **Etiologia dos transtornos alimentares**: aspectos biológicos, psicológicos e sócio-culturais. Revista Brasileira de Psiquiatria, 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbp/a/4k6LHnmVLtm8Yr3LPMbp6vC/?lang=pt>>. Acesso em: 03 mar 2022.

O'KEEFFE, Gwenn; CLARKE-PEARSON, Kathleen. **The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families**. American Academy of Pediatrics (AAP), v. 127, n. 4, p. 800-804, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1542/peds.2011-0054>>. Acesso em: 03 mar 2022.

OMS. Curvas de crescimento da Organização Mundial da Saúde para 5-19 anos, 2007. Disponível em: <http://www.who.int/growthref/en/>. Acesso em: 10 abr 2022.

Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS). Saúde mental dos adolescentes. In: **Paho. Organização Pan-Americana de Saúde**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/saude-mental-dos-adolescentes>. Acesso em: 28 abr 2022.

PEREIRA, Cláudia. **Digital influencers e o comportamento dos seguidores no Instagram**: um estudo exploratório. 2017. 97 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Marketing Digital, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Instituto Politécnico do Porto, Porto, 2017. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/302870863.pdf>>. Acesso em: 21 abr 2022.

QUAIOTI, Teresa; ALMEIDA, Sebastião. **Determinantes psicobiológicos do comportamento alimentar**: uma ênfase em fatores ambientais que contribuem para a obesidade. FapUNIFESP (SciELO), v. 17, n. 4, p. 193-211, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642006000400011&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 15 mar 2022.

Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Dispões sobre diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa envolvendo seres humanos. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 13 jun. Disponível em: https://conselho.saude.gov.br/ultimas_noticias/2013/06_jun_14_publicada_resolucao.html. Acesso em: 06 abr 2022.

SÁ, Paula. **Gabriela pugliesi no instagram**: influenciadores digitais e a convergência dos meios. 2017. 70 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3847/3/PFSa.pdf>>. Acesso em: 06 mar 2022.

SAMPASA-KANYINGA, Hugues; CHAPUT, Jean-Philippe; HAMILTON, Hayley A.. **Associations between the use of social networking sites and unhealthy eating behaviours and excess body weight in adolescents**. Cambridge University Press (CUP), v. 114, n. 11, p. 1941-1947, 2015. Disponível em: <<https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-nutrition/article/associations-between-the-use-of-social-networking-sites-and-unhealthy-eating-behaviours-and-excess-body-weight-in-adolescents/5414BE6901E0967391400C45F0E65A39>>. Acesso em: 10 abr 2022.

SANTOS, Nilton; COSTA-FILHO, Pio. Abreu CN, Eisenstein E, Estefenon SG. Vivendo esse mundo digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais. In: *Ciência & Saúde Coletiva*. **FapUNIFESP (SciELO)**. Porto Alegre, 19 mar. 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/Sg85Xn4N5YwLndx6wjtxHfD/?lang=pt>>. Acesso em: 14 mar 2022.

SBICIGO, Juliana; BANDEIRA, Denise; DELL'AGLIO, Débora. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): validade fatorial e consistência interna. In: *Ciência & Saúde Coletiva*. **FapUNIFESP (SciELO)**. Porto Alegre, 15 dez. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-82712010000300012&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 19 de mar. 2022.

SILVA, Daniel. **A autoestima e o comportamento suicida em estudantes universitários: uma revisão da literatura**. Revista Eletrônica Acervo Saúde, n. 23, p. e422, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/422>>. Acesso em: 10 mar 2022.

SILVA, Gesikelly. **Influência da mídia sobre o comportamento alimentar e imagem corporal em universitários**. 2018. 78 f. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Centro Acadêmico de Vitória, Universidade Federal do Rio de Pernambuco, Vitória de Santo Antão, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/23916>>. Acesso em: 10 mar 2022.

Sociedade Brasileira de Pediatria [SBP]. **Manual de orientação – Grupo de trabalho Saúde na Era Digital: #MENOS TELAS #MAIS SAÚDE**. 2019. Disponível em: <https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/22246c-ManOrient_-_MenosTelas_MaisSaude.pdf>. Acesso em: 10 mai 2022.

SOUSA, Amanda; REIS, Aline. **Os estilos alimentares restritivo e emocional estão positivamente associado ao índice de massa corporal**. Revista Educação, Saúde e Meio Ambiente, [s. l], v. 2, n. 6, p. 165-173, 2019. Centro Universitário do Cerrado Patrocínio. Disponível em: <<https://www.unicerp.edu.br/public/magazines/docs/e7161a5a604f-90ee.pdf#page=165>>. Acesso em: 09 abr 2022.

SOUZA, Aline Cavalcante de; ALVARENGA, Marle dos Santos. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários – Uma revisão integrativa. In: *Jornal Brasileiro de psiquiatria*. **FapUNIFESP (SciELO)**. Porto Alegre, jul-set. 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/9rqZF8vfvjLrqTJNXwyPzQN/?lang=pt>>. Acesso em: 04 mar 2022.

SOUZA, Karlla; CUNHA, Mônica. **Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura**. Revista Educação, Psicologia e Interfaces, v. 3, n. 3, p. 204-2017, Alagoas, 2019. Disponível em: <<https://educacaoepsicologia.emnuvens.com.br/edupsi/article/view/156>>. Acesso em: 04 mar 2022.

THOMPSON, J.; COOVERT, Michael, STORMER, Susan. (1999) **Body image, social comparison, and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation**. *Int J Eat*, p. 43–51. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10349583/>>. Acesso em: 26 fev 2022

TIGGEMANN, Marika; SLATER, Amy. **NetGirls: the internet, facebook, and body image concern in adolescent girls**. Wiley. International Journal Of Eating Disorders, [S.L.], v. 46, n. 6, p. 630-633, 25 maio 2013. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/eat.22141>>. Acesso: 05 fev 2022.

TUPINAMBÁ, Gustavo. **Marketing e branding na internet: lançamento da empresa digital musculação racional**. 2014. 105 f. TCC (Doutorado) - Curso de Publicidade e Propaganda, Comunicação Social, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1884/39528>>. Acesso em: 03 fev 2022.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. In: **Agência Brasil**. Brasília, 26 mai. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>>. Acesso em: 26 mai 2022.

VASCONCELLOS, Marcelo; ANJOS, Luiz; VASCONCELLOS, Mauricio. Estado nutricional e tempo de tela de escolares da Rede Pública de Ensino Fundamental de Niterói, Rio de Janeiro, Brasil. In: *Jornal Brasileiro de psiquiatria*. **FapUNIFESP (SciELO)**. Porto Alegre, abr. 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/QVpprgJcKfV9WJtRBYzrNrH/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 26 mai 2022.

VALKENBURG, Patti; JOCHEN, Peter; SCHOUTEN, Alexander. **Friend networking sites and their relationship to adolescents' well being and social self-esteem**. *CyberPsychology and Behavior*, p. 584-590, 2006. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17034326/>>. Acesso em: 24 mar 2022.

VIANA, Victor; SINDE, Susana. **Estilo alimentar: adaptação e validação do questionário holandês do comportamento alimentar**. *Psicologia: Teoria, Investigação e Prática*, Porto, v. 8, p. 59-71, 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Victor-Viana-3/publication/236649218_ESTILO_ALIMENTAR_Adaptacao_e_validacao_do_Questionario_Holandes_do_Comportamento_Alimentar/links/546e58db0cf2b5fc176074c4/ESTILO-ALIMENTAR-Adaptacao-e-validacao-do-Questionario-Holandes-do-Comportamento-Alimentar.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021.

VOGEL, Erin; ROSE, Jason; ROBERTS, Lindsay; ECKLES, Katheryn. **Social comparison, social media, and self-esteem**. American Psychological Association (APA). *Psychology Of Popular Media Culture*, v. 3, n. 4, p. 206-222, out. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000047>>. Acesso em: 16 abr 2022.

WILKSCH, Simin M.; O'SHEA, Anne; HO, Pheobe; BYRNE, Sue; WADE, Tracey D.. **The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents**. *Internacional Journal of Eating Disorders*. p. 1-11, 28 out 2019. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/eat.23198>>. Acesso em: 02 mai 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) PARA RESPONSÁVEIS

Número do projeto CAAE: 47706221.8.0000.5327

O/A adolescente pelo/pela qual você é responsável está sendo convidado/convidada a participar do projeto de pesquisa intitulado **INFLUÊNCIA DO TEMPO DE ACESSO E QUANTIDADE DE REDES SOCIAIS UTILIZADAS NA INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL, NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR E NA AUTOESTIMA** cujo objetivo é investigar a influência do tempo de acesso a redes sociais virtuais e número de redes acessadas nestes parâmetros supracitados, nos usuários destas redes. Esta é uma pesquisa do curso de Nutrição da UFRGS em parceria com o Serviço de Nutrição e Dietética do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA).

Estudos mostram que o acesso a redes sociais virtuais pode ter um grande impacto na insatisfação com a imagem corporal dos indivíduos, na autoestima e relação com alimentação e os alimentos, especialmente quando o acesso é frequente e por tempo longo. Os padrões de beleza difundidos, os apelos às dietas e as comparações entre as pessoas, podem ser os fatores determinantes por isso, especialmente por estas redes usarem majoritariamente a exposição de imagens (fotos).

Se você autorizar a participação do adolescente nesta pesquisa ele/ela irá responder a quatro questionários para coleta de dados, que estarão disponíveis na plataforma virtual do *Google Forms*. O *link* para preenchimento dos questionários somente será enviado ao adolescente após a sua assinatura deste termo de consentimento e assinatura do adolescente no termo de anuência para participar deste estudo. Os questionários a serem preenchidos na plataforma virtual do *Google Forms* constam de: um questionário estruturado, abordando perguntas de saúde em geral e também perguntas de acesso à rede sociais virtuais; um questionário para avaliação do comportamento alimentar (relação do indivíduo com a alimentação e os alimentos), um questionário para avaliar a insatisfação com o corpo e a imagem corporal e outro para avaliar a sua autoestima do participante. O preenchimento dos questionários poderá levar de 10 a 30 minutos, dependendo do tempo que o/a adolescente necessitará para responder às perguntas. Entretanto, não haverá tempo delimitado para terminar de respondê-los. Todas as perguntas dos questionários são importantes, porém o/a adolescente tem o direito de não responder aquelas que não se sentir confortável para isso. Após o preenchimento, o/a adolescente serão contatados por *e-mail* para confirmação da participação e esclarecimentos de dúvidas.

Não são conhecidos riscos pela participação na pesquisa, porém como esta pesquisa é feita com coleta de dados virtual, a possibilidade de violação de dados deve ser sempre considerada. Para minimizar ao máximo essa possibilidade os dados serão armazenados de forma semianônima (a única identificação será o e-mail do participante) em um drive institucional do HCPA, com acesso somente aos pesquisadores. Estes dados dos questionários ficarão armazenados até o final do estudo, em junho de 2023, conforme o cronograma previsto

para o desenvolvimento do estudo. Ao preencher os questionários poderá haver algum desconforto quanto às perguntas sobre a vida pessoal, a relação com a alimentação e com o corpo. Entretanto, o/a adolescente pode interromper a participação neste estudo a qualquer momento, se assim desejar, sem nenhum prejuízo a quaisquer vínculos que possa ter ou vir a ter com a UFRGS ou com o HCPA. Caso seu consentimento seja retirado, você receberá uma resposta dos pesquisadores informando da ciência sobre retirada do consentimento.

Ao participar do estudo, o/a adolescente não terá nenhum benefício direto, porém terá acesso aos resultados das avaliações propostas. Caso seja verificado risco ou alteração no comportamento alimentar, ele/ela será orientado a buscar ajuda adequada para atender esta necessidade e você (responsável) será notificado e orientado também. Caso ocorra alguma intercorrência ou dano, resultante de sua participação na pesquisa, você receberá todo atendimento, sem nenhum custo pessoal.

A participação é voluntária e sua recusa em participar não influenciará os tratamentos ou benefícios que você e o/a adolescente recebe ou poderá vir a receber na instituição onde foi convidado a participar da pesquisa. Você não terá nenhum custo, nem receberá nenhum tipo de pagamento por participar da pesquisa. Os pesquisadores se comprometem a utilizar os dados somente para esta pesquisa e manter a confidencialidade das informações pessoais, bem como da identidade dos indivíduos, sendo que os resultados serão divulgados de maneira agrupada e anônima, ou seja, o nome dos participantes não será divulgado quando os resultados da pesquisa forem publicados.

Todas suas dúvidas poderão ser esclarecidas antes e durante o curso da pesquisa, por meio do contato com a pesquisadora responsável, Prof.^a Carolina Guerini de Souza (*e-mail* cgsouza@hcpa.edu.br), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e do Serviço de Nutrição do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), localizado no térreo do hospital, fone (51) 33598183 ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do HCPA (*e-mail* cep@hcpa.edu.br), que fica no 2º andar, sala 2229, o qual aprovou esta pesquisa, por meio do fone (51) 3359-7640, de segunda à sexta-feira das 8:00 às 17:00 horas. Este documento terá duas vias, sendo uma delas entregue a você e outra mantida pelo nosso grupo de pesquisa. A sua cópia deste termo deverá ser guardada em segurança com você.

Eu _____ aceito participar do projeto citado acima voluntariamente, e acredito ter sido suficientemente informado sobre os procedimentos nele envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios.

Nome _____ do _____ responsável
 _____ Assinatura _____

E-mail do Responsável _____

Nome do pesquisador _____ Assinatura _____

Local e data: _____ Rúbrica responsável _____ Rúbrica pesquisador _____

APÊNDICE B - QR CODE**APÊNDICE C - FORMULÁRIO PARA COLETA DE DADOS**

- 1) Sexo: () feminino () masculino
- 2) E- mail:
- 3) Idade: _____ anos
- 4) Peso: _____ Kg
- 5) Altura: _____ metros
- 6) Nível de escolaridade:
- 7) Profissão ou atividade econômica:
- 8) Renda familiar : () 1-5 salários mínimos () 5-10 salários mínimos () > 10 salários mínimos.
- 9) Você mora com: () pais e/ou irmãos () companheiro/a () amigos () sozinho/a
- 10) Você pratica algum exercício físico? () sim () não
- 11) Se pratica exercício, informe: Tipo : _____
- 12) Quantos dias na semana: _____
- 13) Quantos minutos por dia: _____
- 14) Em quais redes sociais que você tem conta?

- WhatsApp
- Twitter
- Instagram
- Facebook
- SnapChat
- YouTube
- Pinterest
- Tumblr
- LinkedIn
- TikTok
- Outras: _____

15) Quais você acessa diariamente? Quantos minutos ou horas do seu dia você passa acessando?

- WhatsApp _____ minutos ou _____ horas
- Twitter _____ minutos ou _____ horas
- Instagram _____ minutos ou _____ horas
- Facebook _____ minutos ou _____ horas
- SnapChat _____ minutos ou _____ horas
- YouTube _____ minutos ou _____ horas
- Pinterest _____ minutos ou _____ horas
- Tumblr _____ minutos ou _____ horas
- LinkedIn _____ minutos ou _____ horas
- TikTok _____ minutos ou _____ horas
- Outras: _____ minutos ou _____ horas

Sobre as que você não acessa diariamente, informe a frequência de acesso e quantos minutos ou horas do seu dia você passa acessando:

WhatsApp: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas
 Twitter: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas
 Instagram: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas

_____ horas Facebook: _____ vezes na semana, durante _____ minutos
 ou _____ horas SnapChat: _____ vezes na semana, durante _____
 minutos ou _____ horas YouTube: _____ vezes na semana, durante _____
 minutos ou _____ horas Pinterest: _____ vezes na semana, durante _____
 minutos ou _____ horas

Tumblr: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas

LinkedIn: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas

Tik Tok: _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____ horas

Outras:

_____, _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____
 horas.

_____, _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____
 horas.

_____, _____ vezes na semana, durante _____ minutos ou _____
 horas.

16) Quais os seus conteúdos de maior interesse nessas plataformas? Numere entre
 parênteses (1º, 2º, 3º...) de acordo com o grau de interesse. Pode repetir os números,
 caso tenham conteúdos com o mesmo grau de interesse para você:

- () jornais e notícias
- () receitas de comidas em geral
- () alimentação saudável
- () beleza e estética
- () exercícios físicos
- () espiritualidade e motivação
- () moda
- () saúde
- () humor e entretenimento
- () atualização profissional
- () vida dos famosos
- () música
- () estudo e ciência

- meditação e autoconhecimento
- sigo apenas amigos e conhecidos
- 17) Você já realizou dietas ou restrição alimentar influenciado por conteúdos compartilhados nas redes sociais?
- Sim. Por influência de qual(is) rede(s)?

- Não.
- 18) Se você não realizou dietas ou restrição alimentar, já inseriu algum alimento na sua rotina ou mudou o padrão alimentar influenciado por conteúdos compartilhados nas redes sociais?
- 19) Sim. Por influência de qual rede ? _____
- Não.
- 20) Você já passou a praticar exercícios físicos de quaisquer modalidades ou passou a praticar mais tempo de exercício físico influenciado por conteúdos compartilhados nas redes sociais?
- Sim, passei a praticar exercício físico. Por influência de qual rede?
_____.
- Sim, passei a praticar mais tempo de exercício do qual eu já praticava. Por influência de qual rede? _____.
- Não.
- 21) Ao acessar redes sociais como você percebe que se sente em relação ao seu corpo e aparência? Marque quantas alternativas achar necessária.
- me sinto mais bonito/a.
- me sinto menos bonito/a.
- acho que devo me preocupar mais com minha aparência.
- acho que minha aparência está adequada.
- gosto mais do meu corpo.
- gosto menos do meu corpo.
- não sinto, nem percebo nada de diferente em relação ao meu corpo.
- 22) Durante o período da pandemia do novo coronavírus, você percebeu que:
- Aumentou de peso.

- Permaneceu mais ou menos com o mesmo peso.
- Diminuiu de peso.
- Variou o peso.
- 23) Durante a pandemia do novo coronavírus, em relação a atividade física:
- Conseguiu manter o mesmo ritmo.
- Diminuiu o ritmo, mas manteve alguma atividade.
- Fazia atividade antes, parou no início, mas já retornou.
- Fazia atividade antes, parou e continua parado.
- Não fazia atividade antes, iniciou com o início da pandemia e continua praticando.
- Não fazia atividade antes e continua não fazendo.
- Outro: _____
- 24) Com a pandemia do novo coronavírus, em relação ao tempo gasto nas redes sociais:
- Você percebeu gasta mais tempo que antes.
- Você percebeu que gasta o mesmo tempo que antes.
- Você percebeu que gasta menos tempo que antes.
- 25) Como você se sente após acessar as redes sociais? (marque com x quantas opções forem necessárias)
- Satisfeito
- Feliz
- Triste
- Insatisfeito
- Cansado
- Ansioso
- Com raiva
- Envergonhado
- Irritada
- Animada

Outros (especificar): _____

26) Após postar uma foto nas redes sociais você se preocupa com quantas curtidas você terá?

sim

não

27) Ao postar uma foto nas redes sociais você se preocupa em adicionar efeitos para atenuar os “defeitos” ?

sim não

ANEXOS**ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO HOLANDÊS DO COMPORTAMENTO ALIMENTAR**

Responda às questões abaixo marcando “X” em uma das alternativas (SIM ou NÃO) a seguir:

Perguntas	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente
1. Quando você tem que se pesar, você come menos do que normalmente comeria?					
2. Você tem vontade de comer quando não tem nada para fazer?					
3. Você tem vontade de comer quando está emocionalmente perturbado(a)?					
4. Se você vê outros comendo, você também quer comer?					
5. Você tem vontade de comer quando está desiludido(a)?					
6. Ao comer muito em um dia, você come menos do que o habitual nos dias seguintes?					
7. Você tenta não comer entre as refeições porque está observando seu peso?					

8. Você tem vontade de comer quando está assustado(a)?					
9. Ao preparar uma refeição, você tendência a comer alguma coisa gostosa?					
10. Decididamente você come comidas que são pouco “engordativas”?					
11. Você tem vontade de comer quando está de mau humor?					
12. Se você tem algo delicioso para comer, você come imediatamente?					
13. Você considera seu peso de acordo com o que você come?					
14. Você tem vontade de comer quando está chateada ou impaciente?					
15. Você consegue deixar de comer alimentos gostosos?					
17. Você tem vontade de comer quando está irritado(a)?					

18. Você observa (presta atenção) no que você come?					
19. Ao passar perto de uma lanchonete ou restaurante, você fica com vontade de comprar alguma coisa gostosa?					
20. Você recusa comida ou bebida oferecidas a você por estar preocupado (a) com seu peso?					
21. Você tem vontade de comer quando está ansioso (a), preocupado (a) ou tenso (a)?					
22. Decididamente você come menos com o objetivo de não ficar mais pesado (a)?					
23. Se a comida cheirar bem e lhe parecer boa, você come mais que o habitual?					
24. Você tem vontade de comer quando as coisas não estão dando certo?					
25. Se a comida é saborosa, você come mais que o habitual?					

26. Você tenta não comer à noite porque está observando seu peso?					
27. Você tem vontade de comer quando alguém deixa você triste?					
28. Se você vê ou sente cheiro de algo delicioso, tem desejo de comê-lo?					
29. Ao passar perto de uma padaria, você fica com vontade de comprar alguma coisa gostosa?					
30. Você tem vontade de comer quando está deprimido (a) ou desanimado (a)?					
31. Você come mais que o usual quando vê outros comendo?					
32. Você tem vontade de comer quando está se sentindo sozinho (a)?					
33. Você tem vontade de comer quando alguma coisa desagradável está prestes a acontecer?					

ANEXO 2 - BODY SHAPE QUESTIONNAIRE (BSQ)

QUESTIONÁRIO SOBRE A IMAGEM CORPORAL (BSQ)

Gostaríamos de saber como você vem se sentindo em relação à sua aparência nas últimas quatro semanas. Por favor, leia cada questão e faça um círculo apropriado. Use a legenda abaixo:

1 2 3 4 5 6
Nunca Raramente Às vezes Frequentemente Muito Frequentemente Sempre

Por favor, responda a todas as questões. Nas últimas quatro semanas:						
1. Sentir-se entediada (o) faz você se preocupar com sua forma física?	1	2	3	4	5	6
2. Você tem estado tão preocupada (o) com sua forma física a ponto de sentir que deveria fazer dieta?	1	2	3	4	5	6
3. Você acha que suas coxas, quadril ou nádegas são grande demais para o restante de seu corpo?	1	2	3	4	5	6
4. Você tem sentido medo de ficar gorda (o) (ou mais gorda (o))?	1	2	3	4	5	6
5. Você se preocupa com o fato de seu corpo não ser suficientemente firme?	1	2	3	4	5	6
6. Sentir-se satisfeita (o) (por exemplo, após ingerir uma grande refeição) faz você sentir-se gorda (o)?	1	2	3	4	5	6
7. Você já se sentiu tão mal a respeito do seu corpo que chegou a chorar?	1	2	3	4	5	6
8. Você já evitou correr pelo fato de que seu corpo poderia balançar?	1	2	3	4	5	6
9. Estar com mulheres (homens) magras (os) faz você se sentir preocupada (o) em relação ao seu físico?	1	2	3	4	5	6
10. Você já se preocupou com o fato de suas coxas poderem espalhar-se quando se senta?	1	2	3	4	5	6

11. Você já se sentiu gorda (o), mesmo comendo uma quantidade menor de comida?	1	2	3	4	5	6
12. Você tem reparado no físico de outras mulheres (homens) e, ao se comparar, sente-se em desvantagem?	1	2	3	4	5	6
13. Pensar no seu físico interfere em sua capacidade de se concentrar em outras atividades (como por exemplo, enquanto assiste à televisão, lê ou participa de uma conversa)?	1	2	3	4	5	6
14. Estar nua, por exemplo, durante o banho, faz você se sentir gorda (o)?	1	2	3	4	5	6
15. Você tem evitado usar roupas que a fazem notar as formas do seu corpo?	1	2	3	4	5	6
16. Você se imagina cortando fora porções de seu corpo?	1	2	3	4	5	6
17. Comer doce, bolos ou outros alimentos ricos em calorias faz você se sentir gorda (o)?	1	2	3	4	5	6
18. Você deixou de participar de eventos sociais (como, por exemplo, festas) por sentir-se mal em relação ao seu físico?	1	2	3	4	5	6
19. Você se sente excessivamente grande e arredondada (o)?	1	2	3	4	5	6
20. Você já teve vergonha do seu corpo?	1	2	3	4	5	6
21. A preocupação diante do seu físico leva-lhe a fazer dieta?	1	2	3	4	5	6
22. Você se sente mais contente em relação ao seu físico quando de estômago vazio (por exemplo, pela manhã)?	1	2	3	4	5	6
23. Você acha que seu físico atual decorre de uma falta de autocontrole?	1	2	3	4	5	6
24. Você se preocupa que outras pessoas possam estar vendo dobras na sua cintura ou estômago?	1	2	3	4	5	6
25. Você acha injusto que as outras mulheres (homens) sejam mais magras (os) que você?	1	2	3	4	5	6
26. Você já vomitou para se sentir mais magra (o)?	1	2	3	4	5	6

27. Quando acompanhada (o), você fica preocupada (o) em estar ocupando muito espaço (por exemplo, sentada (o) num sofá ou no banco de um ônibus)?	1	2	3	4	5	6
28. Você se preocupa com o fato de estarem surgindo dobrinhas em seu corpo?	1	2	3	4	5	6
29. Ver seu reflexo (por exemplo, num espelho ou na vitrine de uma loja) faz você sentir-se mal em relação ao seu físico?	1	2	3	4	5	6
30. Você belisca áreas de seu corpo para ver o quanto há de gordura?	1	2	3	4	5	6
31. Você evita situações nas quais as pessoas possam ver seu corpo (por exemplo, vestiários ou banhos de piscina)?	1	2	3	4	5	6
32. Você toma laxantes para se sentir magra?	1	2	3	4	5	6
33. Você fica particularmente consciente do seu físico quando em companhia de outras pessoas?	1	2	3	4	5	6
34. A preocupação com seu físico faz-lhe sentir que deveria fazer exercícios?	1	2	3	4	5	6

ANEXO 3 - ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG (EPM/ROSENBERG)

COMO VOCÊ AVALIA ESTAS QUESTÕES:

1) De uma forma geral (apesar de tudo), estou satisfeito comigo mesmo(a).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

2) Às vezes, eu acho que eu não sirvo para nada (desqualificado ou inferior em relação aos outros).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

3) Eu sinto que eu tenho um tanto (um número) de boas qualidades.

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

4) Eu sou capaz de fazer coisas tão bem quanto a maioria das outras pessoas (desde que me ensinadas).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

5) Não sinto satisfação nas coisas que realizei. Eu sinto que não tenho muito do que me orgulhar.

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

6) Às vezes, eu realmente me sinto inútil (incapaz de fazer as coisas).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

7) Eu sinto que sou uma pessoa de valor, pelo menos num plano igual (num mesmo nível) às outras pessoas.

- a) Concordo plenamente

- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

8) Eu gostaria de ter mais respeito por mim mesmo(a). Dar-me mais valor)

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

9) Quase sempre eu estou inclinado(a) a achar que sou um(a) fracassado(a).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente

10) Eu tenho uma atitude positiva (pensamentos, atos e sentimentos positivos) em relação a mim mesmo(a).

- a) Concordo plenamente
- b) Concordo
- c) Discordo
- d) Discordo plenamente