# "QUANTOS LIKES TENHO?": USO DE REDES SOCIAIS, INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL E ALTERAÇÃO DO COMPORTAMENTO ALIMENTAR

## *"HOW MANY LIKES?": THE USE OF SOCIAL MEDIA, BODY IMAGE INSATISFACTION AND EATING DISORDERS*

Autores:
Inês Oliveira Dias[1], Jorge Hernâni-Eusébio[1,2], Ricardo Jorge Silva[3]

**RESUMO**

Introdução: O uso de redes sociais cresceu exponencialmente nos últimos anos, sendo componente integral da forma como os jovens comunicam entre si. O seu impacto na saúde mental desta população é controverso. Alguns estudos apontam para um aumento de suporte social e satisfação, enquanto outros indicam associação ao desenvolvimento de perturbação mental. Sendo um ambiente altamente visual, promovendo ideais de aparência estereotipados, estas podem exercer pressões sobre a imagem corporal e o comportamento alimentar. O seu uso pode facilitar a pressão interpares através de um *feedback* social quantificável (número de seguidores, comentários e *likes*). Pretende esta revisão identificar a evidência existente sobre o uso de redes sociais e seu impacto na imagem corporal e comportamento alimentar dos utilizadores.
Métodos: Pesquisa de 11 de maio de 2020, contemplando estudos publicados desde 1 de janeiro de 2006, em português, inglês, espanhol e francês, utilizando os termos *MeSH* "body dissatisfaction", "body image", "feeding and eating disorders", "eating behaviors" e "social media". Avaliou-se a qualidade dos estudos e a força de recomendação através da escala *Strength of Recommendation Taxonomy* (SORT) *da American Academy of Family Physicians.*
Resultados: Obtiveram-se 716 artigos inicialmente, sendo 8 selecionados: 2 revisões sistemáticas, 3 estudos de coorte, 2 estudos transversais e 1 estudo observacional. Os estudos associam o uso de redes sociais à imagem corporal e às alterações do comportamento alimentar.
Discussão: Nesta revisão apresentam-se estudos que estabelecem correlação entre o uso de redes sociais, insatisfação com a imagem corporal e alterações do comportamento alimentar. Contudo, a heterogeneidade de metodologias e populações poderão comprometer as conclusões aferidas.
Conclusão: À luz da evidência atual podemos concluir que existe relação entre o uso de redes sociais, alteração da imagem corporal e alteração dos comportamentos alimentares em adolescentes e jovens adultos (SORT B). Realça-se a importância de investigação mais aprofundada, com trabalhos metodologicamente mais robustos, avaliando populações mais homogéneas.

Palavras-chave: redes sociais; insatisfação corporal; imagem corporal; comportamentos alimentares; distúrbios alimentares

***ABSTRACT***

*Introduction: Social media use has grown exponentially over the past few years, having a key role in communication among our youngsters. The impact of social media in mental health is still unclear. While some studies advocate that it increases social support and general satisfaction, others associate social media with the development of mental health issues. Social media can also perform some pressure regarding body image and eating behavior, caused by the idealistic appearance showed there in a very visual way. Measured social feedback (number of followers, commentaries and likes) may also trigger some pressure points in social media users. This review intends to identify the existing evidence regarding social media use, its impact on body image and eating behavior.*
*Methods: Search performed on May 11, 2020, including articles published since January 1st, 2006, written in Portuguese, English, Spanish and French. We used the MeSH terms "body dissatisfaction", "body image", "feeding and eating disorders", "eating behaviors" and "social media". The quality and strength of recommendation of the articles were evaluated using the Strength of Recommendation Taxonomy (SORT) scale from the American Academy of Family Physicians.*
*Results: 716 articles were initially found. Eight were selected: two systematic reviews, three cohort studies, two cross-sectional studies and one observational study. Studies showed an association between social media use, body image features and eating behavior changes.*
*Discussion: This review presents studies that establish a correlation between social media use, body image dissatisfaction and eating behavior disorders. However, methodological and studied population heterogeneity can compromise the conclusions observed.*
*Conclusion: With the current evidence, we can conclude that there is a relationship between the use of social media and changes in body image and/or eating behaviors in adolescents and young adults (SORT B). It is of most relevance to refer that more investigation should be performed in this area of expertise, with studies built with robust protocols and evaluating more homogenous populations.*

*Keywords: social media; body dissatisfaction; body image; eating behaviors; feeding disorders; eating disorders*

1. Médico Interno de Formação Específica em Medicina Geral e Familiar, USF do Minho, ACeS Cávado I – Braga
2. Assistente Convidado na Escola de Medicina da Universidade do Minho
3. Assistente Graduado em Medicina Geral e Familiar, USF do Minho, ACeS Cávado I – Braga

## INTRODUÇÃO

As redes sociais são formas de comunicação eletrónica disponíveis através de *websites* ou aplicações digitais. Nestas são criadas comunidades *online* onde existe partilha de conteúdos como informações, ideias, mensagens pessoais, fotos, artigos e vídeos. Entre estas incluem-se plataformas como *Facebook®*, *Instagram®*, *YouTube®*, *Snapchat®*, *Twitter®*, *Tumblr®* e *TikTok®*.[1]

Com um crescimento substancial nos últimos 20 anos, as redes sociais contam, de momento, com mais de dois mil milhões de utilizadores a nível global. Quase todos os jovens usam as redes sociais, sendo que a maioria o faz diariamente.[2]

Segundo a edição de 2019 do estudo da *Marktest* "Os Portugueses e as Redes Sociais" ($n$ = 889), 95% dos portugueses visita as redes sociais pelo menos uma vez por dia e 83% dos portugueses várias vezes por dia, dedicando em média 93 minutos a esta atividade. O *Facebook®* é a rede social mais utilizada em Portugal (95,39% dos utilizadores de redes sociais têm conta), seguindo-se o *WhatsApp®* (74,2%) e o *Instagram®* (67,9%).

O rápido crescimento do uso de redes sociais, com vários estudos que demonstram um uso crescente entre adolescentes e adultos jovens, levou à necessidade de aferir qual o impacto potencial das redes sociais no desenvolvimento desta população.[2]

Existe alguma controvérsia relativamente à possível associação entre o uso de redes sociais e efeitos deletérios em termos de saúde mental entre os jovens adultos utilizadores. Enquanto alguns estudos sugerem que os utilizadores de redes sociais podem experimentar um aumento de suporte social percebido e satisfação com a sua vida, principalmente devido à oportunidade de manter contacto com familiares e amigos,[2-4] outros estudos epidemiológicos transversais de larga escala tendem a encontrar associações entre o uso aumentado das redes sociais e resultados negativos relacionados com a saúde mental, com associação a depressão, ansiedade, alterações dos padrões do sono, preocupações com a alimentação e baixo apoio emocional.[2,5-7]

Além disso, as redes sociais apresentam-se como um veículo de pressão relativamente à imagem corporal e aos comportamentos alimentares, uma vez que nelas encontramos ambientes altamente visuais (sendo que a maioria dos conteúdos *online* privilegiam a imagem ao texto) onde se difundem ideais de aparência estereotipados e a procura pelo "corpo perfeito".[8] Têm ainda a capacidade de se adaptar aos interesses individuais do utilizador, com base na publicidade direcionada pelos históricos de pesquisa.[9]

As redes sociais rapidamente se tornaram um componente *major* na forma como indivíduos, principalmente os mais jovens, comunicam entre si. Embora a literatura sobre a influência destas ainda se encontre em desenvolvimento, sabemos que as redes sociais podem facilitar um tipo único de pressão interpares por meio de um *feedback* social quantificável (número de amigos/seguidores, comentários e *likes*).[2]

A associação entre culturas que valorizam a magreza e o aumento do risco de desenvolver preocupações com o peso e consequentemente perturbações do comportamento alimentar ou perturbações dismórficas corporais já foi estabelecida.[10] Assim, torna-se pertinente questionar se esta pressão cultural, ampliada pelo uso das redes sociais, apresenta uma influência transversal a toda a população, levando à mudança de atitudes no âmbito da imagem corporal e dos comportamentos alimentares.

Como tal, o objetivo deste artigo passa pela revisão da evidência existente sobre o uso de redes sociais e o seu impacto na imagem corporal e nos comportamentos alimentares dos seus utilizadores.

A imagem corporal pode ser definida como a perceção que o indivíduo tem do seu corpo e o conjunto de pensamentos e sentimentos resultantes dessa perceção, sendo a insatisfação com a imagem corporal uma atitude negativa em relação ao próprio corpo resultante de uma discrepância vivida de forma egodistónica entre a imagem corporal real (ou seja, perceções, pensamentos e sentimentos relativos à aparência física real) e a imagem corporal idealizada (ou seja, ideais internalizados sobre a sua aparência física).[11]

Os comportamentos alimentares podem ser definidos como uma interação complexa de fatores fisiológicos, psicológicos, sociais e genéticos que influenciam o horário das refeições, a quantidade de comida ingerida e a preferência alimentar. Como tal, a alteração dos comportamentos alimentares engloba um conjunto de atitudes como instituição de dietas, restrição excessiva de alimentos, omissão de

refeições, omissão de certos alimentos e *binge eating*.[12]

## MÉTODOS

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica no dia 11 de maio de 2020 nas seguintes bases de dados: *National Guideline Clearinghouse, Guidelines Finder, Canadian Medical Association Practice Guidelines, The Cochrane Library, Database of Abstracts of Reviews of Effectiveness, Bandolier, Evidence based Medicine Online,* PubMed e SCOPUS, utilizando os termos *MeSH* "body dissatisfaction", "body image", "feeding and eating disorders", "eating behaviors" e "social media".

Incluíram-se na pesquisa normas de orientação clínica, meta-análises, revisões sistemáticas (RS), ensaios clínicos aleatorizados e controlados (ECAC), estudos de coorte, estudos transversais (ET), estudos observacionais (EO) e estudos caso-controlo publicados desde o dia 1 de janeiro de 2006 (ano em que o *Facebook®* passou a permitir o acesso ao público geral) até ao dia da realização da pesquisa, escritos em língua portuguesa, inglesa, francesa ou espanhola.

No que diz respeito aos critérios de elegibilidade, foi utilizado o modelo PICO (*Population, Intervention, Comparison, Outcome*), de forma a definir as variáveis a avaliar. Assim, foram considerados como população em estudo os indivíduos utilizadores de redes sociais de qualquer idade, procurando verificar os efeitos deste uso na sua imagem corporal e/ou comportamento alimentar. Foram excluídos estudos cuja população incluísse doentes com diagnóstico de distúrbios do comportamento alimentar conhecido ou perturbação dismórfica corporal. Foram também excluídos estudos dedicados exclusivamente a populações de utilizadores de redes sociais com ligação a comunidades ou conteúdos pró-anorexia e pró-bulimia.

Para atribuição de níveis de evidência (NE) e forças de recomendação (FR) foi usada a escala *Strenght of Recommendation Taxonomy* (SORT), da *American Academy of Family Physicians*.

## RESULTADOS

Da pesquisa inicial obtiveram-se 716 artigos, dos quais 8 cumpriam os critérios de inclusão definidos (2 RS, 3 estudos de coorte, 2 ET e 1 EO). A Figura 1 demonstra o processo de seleção dos artigos incluídos. O resumo das conclusões dos oito artigos selecionados encontra-se presente nos Quadros I, II, III e IV.

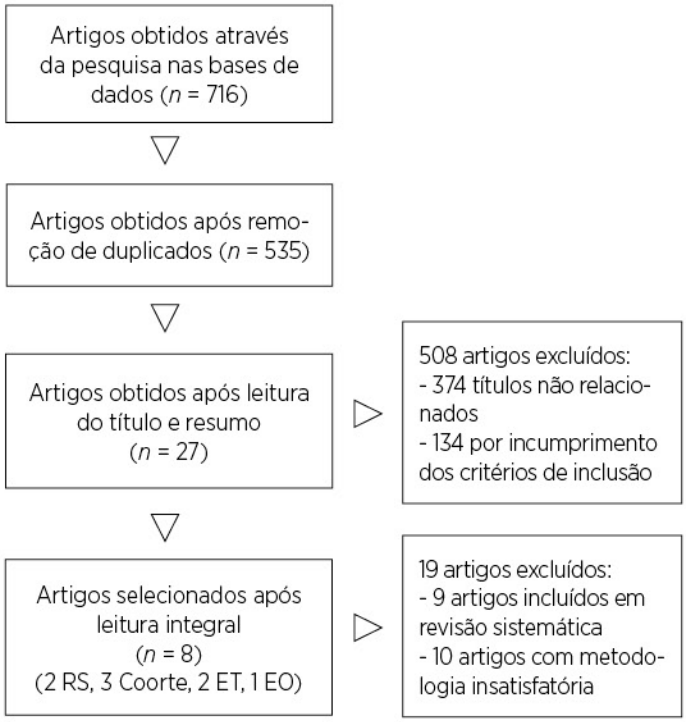


**Figura 1.** Fluxograma da seleção dos artigos.
**Legenda:** EO – estudo observacional; ET – estudo transversal; *n* – número; RS – revisão sistemática.

A RS de *Holland & Tiggemann* (Quadro I), publicada em 2016, procurou explorar o impacto do uso de redes sociais na imagem corporal e/ou comportamentos alimentares na população. Nesta incluíram artigos com pelo menos uma medida de uso de redes sociais e de avaliação da imagem corporal e/ou comportamentos alimentares, resultando num conjunto de 20 estudos selecionados (4 ECAC e 16 estudos de coorte) com diversos instrumentos de medição (diferentes escalas de avaliação da imagem corporal e dos comportamentos alimentares, assim como várias abordagens ao uso de redes sociais - tempo de uso ou frequência de uso ou número de conteúdos visualizados). Os autores concluíram que, embora existam muitos dados que apoiam o efeito deletério do uso de redes sociais na avaliação da imagem corporal e nas alterações do comportamento alimentar, mais estudos longitudinais e experimentais são necessários.

De realçar que nesta RS, dos 6 artigos que investigaram as diferenças entre homens e mulheres na relação das redes sociais com a insatisfação com a imagem corporal e/ou comportamentos alimentares alterados, 5 artigos observaram que as mesmas não são estatisticamente significativas. Daqui podemos concluir que esta problemática afeta ambos os géneros da mesma forma.

Constatou-se também que a maioria dos estudos longitudinais incluídos fornecem uma evidência

preliminar de que o uso de redes sociais é um preditor do desenvolvimento subsequente de preocupações com a imagem corporal e preocupações alimentares até aos 18 meses. Tal achado sugere que o uso de redes pode ter uma relação causal no desenvolvimento de insatisfação corporal e alteração do comportamento alimentar dos seus utilizadores.

A RS de *Rounsefell* e colaboradores (Quadro I), publicada em 2020, teve como objetivo avaliar o impacto do uso habitual de redes sociais (medindo publicações, comentários e *likes*) ou da exposição nas mesmas a conteúdo relacionado com a imagem corporal e escolhas alimentares em adultos jovens e saudáveis (dos 18 aos 30 anos). Foram selecionados 30 estudos (26 ET e 4 estudos qualitativos). Tal como na RS anterior, os vários estudos selecionados incluíam uma grande variedade de instrumentos de medição destas variáveis. Ainda assim, as análises quantitativas ($n$ = 26) identificaram associação entre o uso das redes sociais ou a exposição a conteúdo relacionado com a imagem a uma maior insatisfação com a imagem corporal e a alterações no comportamento alimentar (instituição de dieta, restrição de alimentos em excesso e escolha de alimentos saudáveis). As análises qualitativas ($n$ = 4) identificaram cinco temas: (i) as redes sociais incentivam a comparação entre os utilizadores; (ii) as comparações aumentam os sentimentos tidos sobre o corpo; (iii) os jovens adultos modificam a sua aparência numa tentativa de retratar uma imagem ideal percebida; (iv) os jovens adultos estão cientes do impacto das redes sociais na imagem corporal e nas escolhas alimentares, no entanto, (v) procuram validação externa através das redes sociais.

**Quadro I.** Resumo das revisões sistemáticas.

| Referência | População | Exposição e *Outcome* | Resultados | NE |
|---|---|---|---|---|
| RS (*Holland & Tiggemann.* 2016)[13] | Adolescentes e adultos jovens com contas em redes sociais (4 ECAC e 16 estudos de coorte) | Tempo despendido/ frequência de utilização em determinada redes sociais (principalmente o *Facebook®*) e aparecimento de alterações do comportamento alimentar e/ou insatisfação com a imagem corporal.<br><br>Outros fatores: tipo de informação procurada nas redes sociais; tipo de perfis visitados; tipo de atividades realizada nas redes sociais. | Três estudos demonstraram que mais tempo de uso do *MySpace®* e do *Facebook®* se associava a um aumento da atenção dada à imagem corporal, com comparações mais frequentes da aparência e diminuição da satisfação com o peso corporal, em mulheres adolescentes.[14-16]<br>Outro estudo demonstrou que mulheres adolescentes que passavam mais tempo no *Facebook®* e que regularmente verificavam os seus perfis, apresentavam maior insatisfação corporal[17]<br>Da mesma forma, um estudo18 relatou uma correlação positiva entre o tempo gasto no *Facebook®* e alterações no comportamento alimentar. | 2 |
| RS (*Rounsefell et al.* 2020)[19] | Adultos jovens (26 ET e 4 estudos qualitativos; $n$ = 11 125) | Tempo de uso/frequência de utilização em determinada rede social (*Facebook®*, *Instagram®* e *Twiter®*) e aparecimento de alterações do comportamento alimentar e/ ou insatisfação com a imagem corporal.<br><br>Outros fatores: tipo de perfis visitados; tipo de atividades realizadas; quantidade de fotos tiradas/partilhadas. | A associação entre a adesão às redes sociais, imagem corporal e escolhas alimentares foi avaliada em 31% dos estudos.[20-27] Verificou-se que o *Facebook®* era a rede social mais frequentemente utilizada ($n$ = 6), [21,22,24,26,27] seguida pelo Instagram® ($n$ = 2).[20, 22]<br>A adesão às redes sociais foi classificada como neutra (uso passivo ou ativo)[20,21,26] ou negativa (uso maladaptativo,[23,25] procura de validação).[22]<br>Demonstrou-se uma associação entre a adesão negativa às redes sociais, maior insatisfação corporal e alterações no comportamento alimentar, incluindo restrição alimentar,[22,23,27] tanto no género feminino[22,23,27] como no masculino.[23] | 2 |

**Legenda:** ECAC – ensaio clínico aleatorizado controlado; ET – estudo transversal; $n$ – número; NE – nível de evidência; RS – revisão sistemática.

O estudo de coorte retrospetivo de *Melioli* e colaboradores (Quadro II), publicado em 2018, teve como objetivo correlacionar o uso do *Instagram®* com a sintomatologia associada aos distúrbios do comportamento alimentar, explorando ainda o papel moderador da literacia sobre os media nessa associação, em raparigas adolescentes ($n$ = 170). Os resultados encontraram uma correlação fraca, mas positiva, entre a frequência de uso, a insatisfação com a imagem corporal e a procura pela magreza. O espírito crítico sobre os media moderou a relação entre o uso do *Instagram®* e os sintomas dos distúrbios do comportamento alimentar.

O estudo de coorte retrospetivo de *Murray* e colaboradores (Quadro II), publicado em 2016, procurou avaliar se as preocupações com a imagem corporal (por exemplo, a aparência e o peso) se relacionavam com um tempo excessivo de uso de redes sociais e com comportamentos alimentares disruptivos (alimentação restritiva, alimentação "emocional", entre outros) em estudantes universitários ($n$ = 383). Verificou-se que um tempo excessivo de uso de redes sociais se relacionava com uma menor autoestima quanto ao peso corporal, aparência e também com comportamentos de restrição de alimentar. Esta relação verificou-se tanto no género feminino como no masculino.

O estudo de coorte retrospetivo de *Wilksch* e colaboradores (Quadro II), publicado em 2019, procurou relacionar o uso de redes sociais com alterações do comportamento alimentar em adolescentes ($n$ = 996). Foi encontrada uma associação clara entre o uso de redes sociais e alterações do comportamento alimentar em idades mais jovens que as previamente investigadas.

**Quadro II.** Resumo dos estudos de coorte.

| Referência | População | Exposição e *Outcome* | Resultados | NE |
|---|---|---|---|---|
| Estudo de coorte (*Melioli et al.* 2018)[28] | Adolescentes entre os 14 e os 18 anos, de várias escolas de ensino básico e secundário na região de Toullouse ($n$ = 170) | Uso do *Instagram®*, literacia sobre os media e existência de alterações do comportamento alimentar.<br><br>Métodos:<br>-Preenchimento do questionário *Eating Disorder Inventory* para avaliação de alterações do comportamento alimentar;<br>-Preenchimento do questionário *Media Attitudes Questionnaire* para avaliação da literacia sobre os media;<br>-Preenchimento de questionário sobre a frequência da utilização do *Instagram®*, a importância atribuída aos seguidores e aos *likes*, o número médio de *likes* recebidos por fotografia e a utilização de filtros nas fotografias. | Os resultados demonstraram que a frequência de utilização do *Instagram®* encontra-se positivamente associada à insatisfação com a imagem corporal e ao desejo de magreza ($r$ = 0,18; $p$ < 0,05; $r$ = 0,32; $p$ < 0,01).<br><br>Demonstrou-se que a literacia sobre os media é um fator protetor sobre a frequência de uso do *Instagram®*, a insatisfação corporal (*R2 change* 0,03; $p$ < 0,05) e o desejo de magreza ($p$ < 0,05). | 2 |
| Estudo de coorte (*Murray et al.* 2016)[29] | Estudantes universitários de ambos os géneros da Universidade de Ottawa ($n$ = 383) | Associação entre o tempo despendido nas redes sociais, preocupações com a imagem corporal e alterações do comportamento alimentar.<br><br>Métodos:<br>-Preenchimento da escala *Generalized Problematic Internet Use Scale* adaptada, para avaliação do uso excessivo das redes sociais.<br>-Preenchimento do questionário *The Dutch Eating Behavior Questionnaire* para avaliação de alterações do comportamento alimentar. | O tempo de uso excessivo de redes sociais associou-se a menor autoestima relacionada com a aparência ($B$ = -0,06), relacionando-se com maior restrição alimentar.<br><br>Associou-se ainda a menor autoestima relacionada com o peso ($B$ = -0,18), também relacionada com restrição alimentar ($B$ = -0,41). | 2 |
| Estudo de coorte (*Wilksch et al.* 2020)[30] | Rapazes e raparigas do 7º e 8º ano de cinco escolas de dois estados Australianos ($n$ = 996) | Associação entre o uso de redes sociais e alterações do comportamento alimentar em adolescentes.<br><br>Métodos:<br>-Preenchimento do questionário *Eating Disorder Examination-Questionnaire* para avaliar os fatores de risco para distúrbios alimentares;<br>-Preenchimento do questionário *The Project EAT (Eating Among Teens) questionnaire* para avaliar alterações do comportamento alimentar e restrição alimentar;<br>-Preenchimento de um questionário sobre uso de redes sociais (tipo de redes frequentadas - *Facebook®, Instagram®, Snapchat®* ou *Tumblr®* -tempo de uso, número e frequência de publicações, etc). | Encontrou-se uma associação entre uso de várias redes sociais e aumento dos scores de avaliação de distúrbios alimentares.<br><br>Raparigas utilizadoras do *Snapchat®* e do *Tumblr®* e rapazes utilizadores do *Snapchat®, Facebook®* e *Instagram®* estavam significativamente mais predispostos a desenvolver alterações do comportamento alimentar e sobreavaliação do seu peso.<br><br>Nas raparigas, verificou-se uma associação significativamente maior que nos rapazes entre o tempo de uso do *Instagram®* e do *Snapchat®* e as alterações do comportamento alimentar. | 2 |

**Legenda:** $n$ – número; NE – nível de evidência.

O ET realizado por *Sidani* e colaboradores (Quadro III), publicado em 2016, tinha como objetivo avaliar a associação entre o uso de redes sociais e preocupações com a alimentação numa amostra nacionalmente representativa de jovens adultos (*n* = 1765). Foi adaptada uma escala de medição de preocupações alimentares, sendo o uso de redes sociais avaliado através do volume (tempo por dia) e a frequência (visitas por semana) de utilização. Os resultados deste estudo indicam uma associação forte e consistente entre o uso de redes sociais e as preocupações com a alimentação.

O ET de *Sugimoto* e colaboradores (Quadro III), publicado em 2019, pretendia avaliar a relação entre o uso de redes sociais e o desejo de magreza em adolescentes (*n* = 2478), ajustando os resultados ao índice de massa corporal (IMC), ao tempo despendido a ver televisão e ao uso global da *internet*. As variáveis foram avaliadas através de questionários e entrevista. Concluiu-se que a exposição a redes sociais se associou a um aumento do desejo de magreza no início da adolescência, principalmente no sexo feminino.

**Quadro III.** Resumo dos estudos transversais.

| Referência | População | Exposição e *Outcome* | Resultados | NE |
|---|---|---|---|---|
| ET (*Sugimoto et al.* 2020)[31] | Crianças de Tóquio com 10 anos, nascidas entre setembro de 2002 e agosto de 2004 (*n* = 2478) | Relação entre o uso de redes sociais e o desejo de magreza (ajustado para IMC, tempo gasto a ver televisão e tempo gasto na *internet*).<br><br>Métodos:<br>-Avaliação do desejo de magreza com a questão "Queres ser mais magro do que és atualmente?";<br>-Avaliação do uso de redes sociais com a questão "Com que frequência utilizas a internet para frequentar redes sociais como o *Facebook*®, *Mixi*®, ou *Prof*®?";<br>-Avaliação do uso global de internet com as questões "Com que frequência usas a internet fora da escola?", "Com que frequência usas a internet para fazer os trabalhos de casa/ falar com os amigos?";<br>-Os cuidadores primários foram questionados quanto ao tempo gasto a ver televisão. | O uso de redes sociais foi associado ao aumento da probabilidade de desejo de magreza no modelo não ajustado (*odds ratio* [*OR*] = 1,75; intervalo de confiança de 95% [*IC*]: 1,12-2,73; *p* = 0,014).<br><br>Além disso, entre as meninas, o uso de redes sociais também foi associado ao aumento da probabilidade de desejo de magreza ao ajustar para o IMC (*OR* = 1,89; *IC* 95%: 1,16-3,09; *p* = 0,008).<br><br>Esta associação permaneceu significativa após o ajuste por horas de exibição de TV, outros propósitos de uso da *Internet* e frequência total de uso da *Internet*. | 3 |
| ET (*Sidani et al.* 2016)[32] | Jovens adultos entre 19 e 32 anos, selecionados aleatoriamente de um painel *online* nacional (*n* = 1765) | Associação entre o uso das redes sociais e preocupações com a alimentação.<br><br>Métodos:<br>-Preenchimento do questionário *Eating Disorder Screen for Primary Care* para avaliar o risco de distúrbios alimentares;<br>-Preenchimento de um questionário sobre o tempo despendido em diversas redes socias e a frequência do seu uso. | Os participantes do quartil mais alto de tempo de uso apresentam probabilidade significativamente maior de ter preocupações com a alimentação comparativamente aos do quartil mais baixo (*OR* ajustado = 2,18; *IC* 95% = 1,50-3,17), sendo nestes últimos as preocupações relativamente maiores (*OR* ajustado = 2,55; *IC* 95% = 1,72-3,78) | 3 |

**Legenda:** ET – estudo transversal; IMC – índice de massa corporal; *n* – número; NE – nível de evidência.

O EO de Bennett e colaboradores (Quadro IV), publicado em 2019, procurou avaliar os efeitos do uso de redes sociais sobre a insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitárias do género feminino (*n* = 30). As participantes foram contactadas telefonicamente cinco vezes por dia, durante cinco dias, sendo-lhes solicitado que respondessem a questionários de avaliação do uso de redes sociais, de níveis de insatisfação corporal e de sentimentos negativos. Os resultados demonstraram que o número de redes sociais visitadas é um preditor significativo de insatisfação corporal, enquanto o tempo gasto nas mesmas não o é. Além disso, o número de *sites* visitados e o tempo gasto nas redes sociais são preditores significativos de sentimentos de tristeza.

**Quadro IV.** Resumo dos estudos observacionais.

| Referência | População | Exposição e *Outcome* | Resultados | NE |
|---|---|---|---|---|
| EO (*Bennett et al.* 2019)[33] | Mulheres, estudantes universitárias com telemóvel e acesso à *internet* (*n* = 30) | Avaliação do uso de redes sociais e de alterações no humor e na perceção da imagem corporal.<br><br>Métodos:<br>-Preenchimento dos questionários *The Body Shape Questionnaire* e *The Body Image States Scale*;<br>-Preenchimento da escala *The Positive and Negative Affect Schedule–Expanded Form* para avaliar o estado emocional e a existência de emoções negativas;<br>-Preenchimento de questionário sobre o perfil de uso das redes sociais. | O número de redes sociais usadas é um preditor significativo da insatisfação com a imagem corporal ($b$ = 0,50; $t$ (204,39) = 2,40; $p$ = 0,017). Contudo, o tempo passado nas redes sociais não demonstrou o mesmo efeito ($b$ = 0,0003; $t$ (259,60) = 0,07; $p$ = 0,947).<br><br>Concluiu-se ainda que o número de redes usadas e o tempo despendido nestas são preditores significativos de sentimentos de tristeza ($b$ = 0,28; $t$ (248,29) = 2,38; $p$ = 0,018 e $b$ = 0,01; t (242,60) = 4,70; p < 0,001) e de culpa ($b$ = 0,23; $t$ (218,16) = 2,01; $p$ = 0,045 e $b$ = 0,005; $t$ (242,60) = 2,20; $p$ = 0,029). | 3 |

**Legenda:** EO – estudo observacional; *n* – número; NE – nível de evidência.

## DISCUSSÃO

O uso crescente e generalizado das redes sociais veio trazer às populações novas formas de socializar, permitindo aos indivíduos interagir através destas. Contudo, o impacto na saúde mental da população resultante destas novas formas de interagir e comunicar encontra-se ainda por determinar.

Uma vez que a correlação entre a exposição aos *media* tradicionais (televisão, jornais e revistas), a alteração da perceção da imagem corporal e os comportamentos alimentares está estabelecida (principalmente em adolescentes e jovens adultos),[34,35] torna-se pertinente procurar aferir qual o impacto que as redes sociais têm neste prisma.

Esta revisão baseada na evidência apresenta diversos estudos que confirmam a existência de correlação entre o uso de redes sociais, a alteração do comportamento alimentar e a alteração da perceção da imagem corporal, ainda que de forma heterogénea. Em particular, a RS de *Holland* e *Tiggemann*[13] demonstra que esta relação está presente em ambos os géneros. Esta informação é extremamente relevante, já que os primeiros estudos desenvolvidos nesta área incidiam primordialmente no género feminino.

A avaliação do uso das redes sociais foi avaliada não só através da medição do tempo do seu uso, mas também através da medição da frequência de uso, do tipo de atividades realizadas *online* e do tipo de conteúdos consultados.

Existiu ainda um maior enfoque em certas redes sociais (destacando-se o *Facebook®*) do que em outras, provavelmente tendo em conta o número de utilizadores das mesmas em cada país. É, no entanto, possível que diferentes redes socias apresentem um diferente nível de influência nos comportamentos/atitudes dos seus utilizadores. Redes com maior componente visual, dominadas pela partilha de imagens ou vídeos, como o *Facebook®*, o *Instagram®* ou o *TikTok®*, possivelmente terão maior influência sobre os fenómenos estudados, comparativamente a redes sociais onde predominam o texto escrito como o *Twitter®* ou o *Reddit®*.

Já as alterações dos comportamentos alimentares e da perceção da imagem corporal foram avaliadas através de diferentes escalas e questionários que, apesar de validados, não garantem resultados análogos e possivelmente reprodutíveis.

Importa referir que os estudos avaliados incidiram sobre diferentes populações e contemplaram tamanhos amostrais variáveis. Ainda que a maioria dos estudos se tenha focado nos adolescentes e adultos jovens, as faixas etárias contempladas foram diferentes, estando os objetos de análise inseridos em contextos culturais díspares. Não só a idade dos participantes nos estudos pode traduzir diferenças na vulnerabilidade à influência e pressão exercida pelas redes sociais, como o próprio contexto sociocultural deve ser tido em conta, dado que este define os ideais de beleza pelos quais os utilizadores se guiam.

Apesar destas limitações, as conclusões dos diferentes estudos em análise indicam-nos a necessidade de maior investigação sobre o tema, altamente relevante na sociedade atual.

## CONCLUSÃO

Verificamos nesta revisão foram apresentados diversos estudos que estabelecem uma correlação entre o uso de redes sociais e as alterações da imagem corporal e do comportamento alimentar. Assim, e à luz da evidência atual, podemos concluir que existe relação entre o uso de redes sociais (seja avaliando o parâmetro tempo ou frequência) e alterações

da imagem corporal e/ou dos comportamentos alimentares em adolescentes e jovens adultos (SORT B).

No entanto, realça-se a importância e necessidade de estudos mais aprofundados nesta área, com melhor qualidade metodológica e que avaliem populações mais homogéneas (principalmente incidindo na população adolescente, mais vulnerável às perturbações mentais citadas).

De frisar que a associação encontrada entre o uso das redes sociais, a imagem corporal e os comportamentos alimentares pode estar relacionada com o crescente valor social atribuído à aparência, principalmente nas sociedades ocidentais, onde a teoria da objetificação é um tema em voga. Esta é sobretudo uma construção social relativa ao corpo feminino e à forma como este deve ser observado e valorizado com base na aparência. As mulheres poderão, assim, mais facilmente interiorizar estes ideais, tornando-se também elas observadoras e avaliadoras do seu próprio corpo.

Assim as redes sociais tornam-se não só uma forma de difundir estes ideais, como permitem a sua perpetuação, funcionando por mecanismo de *feedback* positivo, em que cada gosto/*like* reforça as crenças previamente adquiridas.

Com o aprofundar do nosso conhecimento acerca desta temática poderá ser possível identificar as populações mais suscetíveis (como jovens com pouco suporte familiar)[35] e realizar intervenções que visem a limitação da exposição às redes sociais. Poderá ser pertinente a criação de programas de literacia em saúde direcionados a jovens e adultos, fomentando a utilização das redes sociais com espírito crítico e segurança.[34]


REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1- Derenne J, Beresin E. Body Image, Media, and Eating Disorders - a 10-Year Update. *Acad* Psychiatry. 2018; 42(1), 129-134.

2- Primack BA, Escobar-Viera CG. Social Media as It Interfaces with Psychosocial Development and Mental Illness in Transitional Age Youth. *Child Adolesc Psychiatr Clin N Am.* 2017; 26(2), 217-233.

3- Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. *J Comput Commun.* 2007;12(4):1143-68. 63.

4- S, Park N, Kee KF. Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *J Comput Commun.* 2009;14(4):875-901.

5- Lin LY, Sidani JE, Shensa A, Radovic A, Miller E, Colditz JB, *et al.* Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depress Anxiety.* 2016;33(4):323-31.

6- Naja WJ, Kansoun AH, Haddad RS. Prevalence of depression in medical students at the Lebanese university and exploring its correlation with Facebook relevance: a questionnaire study. *JMIR Res Protoc.* 2016;5(2):e96.

7- Woods HC, Scott H. #Sleepyteens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *J Adolesc.* 2016;51:41-9.

8- Østergaard SD. Taking Facebook at face value: why the use of social media may cause mental disorder. *Acta Psychiatr Scand.* 2017; 136(5), 439-440.

9- Saul JS, Rodgers RF. Adolescent Eating Disorder Risk and the Online World. *Child Adolesc Psychiatr Clin N Am.* 2018; 27(2), 221-228.

10- American Psychiatric Association (213). DSM-V: Manual de Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais (5ª Ed.). Lisboa: Climepsi Editores.

11- Heider N, Spruyt A , Houwer J. Body Dissatisfaction Revisited: On the Importance of Implicit Beliefs about Actual and Ideal Body Image. *Psychologica Belgica.* 2018.

12- Grimm E, Steinle N. Genetics of Eating Behavior: Established and Emerging Concepts. *Nutr Rev.* 2011; 69(1): 52-60.

13- Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image.* 2016; 17, 100-110.

14- Tiggemann M, Miller J. The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles.* 2010; 63, 79-90.

15- Tiggemann M, Slater A. NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord.* 2013; 46, 630-633.

16- Tiggemann M, Slater A. NetTweens: The Internet and body image concerns in preteenage girls. *J Early Adolesc.* 2014; 34, 606-620.

17- Fardouly J, Vartanian LR. Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image.* 2014; 12, 82-88.

18- Mabe AG, Forney KJ, Keel PK. Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *Int J Eat Disord.* 2014; 47, 516-523.

19- Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, McCaffrey TA, *et al.* Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutr Diet.* 2020; 77(1), 19-40.

20- Feltman CE, Szymanski DM. Instagram use and self-objectification: the roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles.* 2018; 78:311-324.

21- Hanna E, Ward LM, Seabrook RC. Contributions of social comparison and self-objectification in mediating associations between facebook use and emergent adults' psychological wellbeing. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2017; 20:172-179.

22- Howard LM, Heron KE, MacIntyre RI, Myers TA, Everhart RS. Is use of social networking sites associated with young women's body dissatisfaction and disordered eating? A look at black–white racial differences. *Body Image.* 2017; 23:109-113.

23- Hummel AC, Smith AR. Ask and you shall receive: desire and receipt of feedback via Facebook predicts disordered eating concerns. *Int J Eat Disord.* 2015; 48:436-442.

24- Kim JW, Chock TM. Body image 2.0: associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Comput Human Behav.* 2015; 48:331-339.

25- Lee H-R, Lee H, Choi J, Kim J, Han H. Social media use, body image, and psychological well-being: a cross-cultural comparison of Korea and the United States. *J Health Commun.* 2014; 19:1343-1358.

26- Manago AM, Ward LM, Lemm KM, Reed L, Seabrook R. Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles.* 2015; 72:1-14.

27- Smith AR, Hames JL, Joiner TE. Status update: maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *J Affect Disord.* 2013; 149:235-240.

28- Melioli T, Gonzalez N, El Jazouli Y, Valla A, Girard M, Chabrol H. *et al.* Instagram and eating disorders. *J Behav Cogn.* 2018; 28(4), 196-203.

29- Murray M, Maras D, Goldfield GS. Excessive Time on Social Networking Sites and Disordered Eating Behaviors among Undergraduate Students: Appearance and Weight Esteem as Mediating Pathways. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2016; 19(12), 709-715.

30- Wilksch SM, O'Shea A, Ho P, Byrne S, Wade TD. The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *Int J Eat Disord.* 2020; 53(1), 96-106.

31- Sugimoto N, Nishida A, Ando S, Usami S, Toriyama R, Kasai K, *et al.* Use of social networking sites and desire for slimness among 10-year-old girls and boys: A population-based birth cohort study. *Int J Eat Disord.* 2020; 53(2), 288-295.

32- Sidani JE, Shensa A, Hoffman B, Hanmer J, Primack BA. The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults. *J Acad Nutr Diet.* 2016; 116(9), 1465-1472.

33- Bennett BL, Whisenhunt BL, Hudson DL, Wagner AF, Latner JD, Beauchamp MT, *et al.* Examining the impact of social media on mood and body dissatisfaction using ecological momentary assessment. *J Am Coll Health.* 2020; 68(5), 502-508.

34- Levine MP, Murnen SK. "Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders": a critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *J Soc Clin Psychol.* 2009; 28, 9-42.

35- de Vries DA, Vossen HM, van der Kolk P. Social Media and Body Dissatisfaction: Investigating the Attenuating Role of Positive Parent-Adolescent Relationships. *J Youth Adolesc.* 2019; 48(3), 527-536.

CONFLITOS DE INTERESSE:
Os autores declaram não ter quaisquer conflitos de interesse.

CORRESPONDÊNCIA:
Inês Oliveira Dias
inesdias.uminho@gmail.com

RECEBIDO: 24 de agosto de 2020 | ACEITE: 14 de janeiro de 2021