



VANESSA CRISTINA DE ABREU TORRES HRENECHEN
(ORGANIZADORA)

Desafios na Convergência entre Mídia, Comunicação e Jornalismo

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Desafios na Convergência entre Mídia, Comunicação e Jornalismo

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
D441	Desafios na convergência entre mídia, comunicação e jornalismo [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-563-1 DOI 10.22533/at.ed.631192608 1. Comunicação social. 2. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu Torres. CDD 303.4833
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O e-book apresenta uma série de estudos sobre a área da comunicação. Dentre os artigos, há uma discussão sobre os reflexos causados pela construção do Viaduto Clóvis Roberto de Queiroz, popularmente conhecido como Viaduto da UFMT por estar situado no acesso principal para a Universidade Federal de Mato Grosso. O local que antes era sombrio e esquecido, tornou-se um lugar de manifestações artísticas, políticas e de protestos do cotidiano. O trabalho propõe a reflexão sobre a intervenção urbana na transformação dinâmica de um lugar e a forma como o espaço se comunica com a cidade.

Outro estudo da obra avalia a mídiatização dos processos migratórios dos venezuelanos para Roraima e a forma como a audiência se refere ao estrangeiro nos comentários das notícias publicadas pelo G1 Roraima, no ano de 2016. A discussão ocorre a partir do texto “A viagem das ideias” de Renan Freitas Pinto e da relação entre as opiniões formadas sobre os povos do Novo Mundo e os migrantes que atravessam fronteiras atualmente em busca de melhores condições de vida.

Há também um levantamento das reportagens que trataram de temáticas socioambientais e foram vencedoras da categoria principal do Prêmio Esso de Jornalismo desde sua criação - que ocorreu em 1956 - até 2015. A partir da Análise de Conteúdo de Bardin (1977), os autores verificaram quantas reportagens socioambientais foram premiadas, em quais anos ganharam o prêmio, em quais veículos foram publicadas, quais histórias contavam e com quais estratégias narrativas foram apresentadas.

Por fim, um dos trabalhos presentes neste e-book investiga casos de conteúdos inadequados disseminados pelo youtuber Julio Cocielo, acusado de racismo nas publicações realizadas em suas redes sociais. O objetivo é compreender a repercussão e o impacto que os influencers possuem na vida de seus seguidores, e como essa grande visibilidade pode resultar na crise de carreira. Nesse contexto, outro artigo revela como se dá o processo de influência do Instagram nos transtornos alimentares como Anorexia e Bulimia. O estudo aponta para a relação da rede social com a autoestima dos internautas consumidores desse conteúdo.

Nesta obra, os estudos trazem de forma abrangente a comunicação social e mostram diferentes perspectivas e áreas de atuação, o que contribui tanto para o campo da pesquisa, quanto para o desenvolvimento profissional daqueles que estão no mercado de trabalho.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A FOTOGRAFIA QUE ACONTECIMENTALIZA O EVENTO HISTÓRICO	
Maria Cecilia Conte Carboni	
DOI 10.22533/at.ed.6311926081	
CAPÍTULO 2	15
A REPERCUSSÃO DE JÚLIO COCIELO: IMPACTO DAS PUBLICAÇÕES INADEQUADAS NO PÚBLICO E NA CARREIRA DO INFLUENCIADOR DIGITAL	
Laize Ferreira dos Santos	
Letícia Bezerra Silva	
DOI 10.22533/at.ed.6311926082	
CAPÍTULO 3	26
A VIAGEM DAS IDEIAS E O PROCESSO DE INFERIORIZAÇÃO DO OUTRO ESTRANGEIRO NA MIGRAÇÃO VENEZUELANA PARA RORAIMA	
Gersika do Nascimento Bezerra	
Manuel José Sena Dutra	
DOI 10.22533/at.ed.6311926083	
CAPÍTULO 4	38
ALTERAÇÕES DA PAISAGEM URBANA COM A CONSTRUÇÃO DO VIADUTO CLÓVIS ROBERTO DE QUEIROZ	
Fabiane Krolow	
José Serafim Bertoloto	
Débora Moreira Mello	
DOI 10.22533/at.ed.6311926084	
CAPÍTULO 5	50
APONTAMENTO A CERCA DO PROGRESSIVE WEB APPS	
Patrícia Esteves Trindade	
Letícia Passos Affini	
DOI 10.22533/at.ed.6311926085	
CAPÍTULO 6	61
DOTA 2: ANÁLISE DA INTERCOMUNICAÇÃO E CONVERSAÇÃO EM REDE ENTRE JOGADORES ONLINE DE MOBA	
Ana Gabriela Marcolino Noaro	
Laís Barros Falcão de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.6311926086	
CAPÍTULO 7	71
EDUCAÇÃO, MÍDIA E ESPETÁCULO NA CULTURA SUL-RIO-GRANDENSE: PRODUÇÕES DISCURSIVAS SOBRE A FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE/RS NO ENCARTE CADERNO DA FEIRA DO JORNAL ZERO HORA	
Gisele Massola	
DOI 10.22533/at.ed.6311926087	

CAPÍTULO 8	84
JORNALISMO AMBIENTAL NO PRÊMIO ESSO: LEVANTAMENTO DE REPORTAGENS SOCIOAMBIENTAIS	
Mariana Moreira de Menezes Leonel Azevedo de Aguiar	
DOI 10.22533/at.ed.6311926088	
CAPÍTULO 9	96
LULA NO RS: UMA LEITURA DAS NOTÍCIAS EM CORREIO DO POVO, DIÁRIO DE SANTA MARIA, GAÚCHA ZH E SUL 21 SOBRE A VISITA À SANTA MARIA	
Cadiani Lanes Garcez Viviane Borelli	
DOI 10.22533/at.ed.6311926089	
CAPÍTULO 10	109
MEIO AMBIENTE NO JORNAL IMPRESSO: UMA ANÁLISE DO JORNAL A GAZETA	
Jeferson Boldrini da Silva Cecília Nobre de Freitas Eveline dos Santos Teixeira Baptistella	
DOI 10.22533/at.ed.63119260810	
CAPÍTULO 11	122
MIDIATIZAÇÃO DO JUDICIÁRIO: QUANDO JULGAR É DIAGRAMAR	
Marcos Reche Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.63119260811	
CAPÍTULO 12	133
NARRATIVAS TRANSMÍDIA E SUAS INTERFACES GRÁFICAS EM GAMES	
Missila Loures Cardozo Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.63119260812	
CAPÍTULO 13	146
O INSTAGRAM E SEUS REFLEXOS NOS TRANSTORNOS ALIMENTARES: A INFLUÊNCIA DA REDE SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO DE ANOREXIA E BULIMIA	
Milena Cristina Peres Kátia Zanvettor Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.63119260813	
CAPÍTULO 14	156
PROJEÇÃO E CIRCULAÇÃO DO ESPETÁCULO: AS AÇÕES DO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL MIDIATIZADAS NAS REDES SOCIAIS	
Fabio Luiz Witzki Vanessa de Cássia Witzki Colatusso	
DOI 10.22533/at.ed.63119260814	
CAPÍTULO 15	168
RELAÇÃO DIRETA ENTRE MARCA E CAUSAS SOCIAIS: A IMPORTÂNCIA DO POSICIONAMENTO DA NIKE NO CASO COLIN KAEPERNICK E O RACISMO	
Giovana Tiemi Mizushima Casimiro Roberto Gondo Macedo	
DOI 10.22533/at.ed.63119260815	

SOBRE A ORGANIZADORA.....	178
ÍNDICE REMISSIVO	179

O INSTAGRAM E SEUS REFLEXOS NOS TRANSTORNOS ALIMENTARES: A INFLUÊNCIA DA REDE SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO DE ANOREXIA E BULIMIA

Milena Cristina Peres

Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, São Paulo

Kátia Zanvetor Ferreira

Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, São Paulo

RESUMO: Este artigo tem como objetivo estudar como se dá o processo de influência da rede social Instagram nos transtornos alimentares Anorexia e Bulimia. Iniciamos a pesquisa com a revisão de literatura para compreender o que são os dois distúrbios alimentares. Na sequência, buscamos entender qual é a relação do Instagram com a autoestima dos consumidores de conteúdo desta rede social por meio do nosso processo metodológico, que se deu com a formulação de um questionário quantitativo e qualitativo, aplicado entre usuários do Instagram, e com a análise de um grupo focal e as reações das participantes dele, que se encaixam no grupo de risco dos transtornos alimentares, sobre dois perfis públicos da plataforma, que divulgam a ideia de “corpo perfeito” e compartilham dietas e planos de exercícios físicos.

PALAVRAS-CHAVE: Instagram; anorexia; bulimia; autoestima; redes sociais.

INSTAGRAM AND ITS REFLEXES IN EATING DISORDERS: THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK ON THE DEVELOPMENT OF ANOREXIA AND BULIMIA

ABSTRACT: This article aims to study how the process of influence of the social network Instagram in the eating disorders Anorexia and Bulimia. We started the literature review research to understand what the two eating disorders are. In the sequence, we sought to understand the relationship between Instagram and the consumers' self-esteem of this social network through our methodological process, which occurred with the formulation of a quantitative and qualitative questionnaire applied between Instagram users and with the analysis of a focus group, and the reactions of the participants, who fit into the risk group of eating disorders, on two public profiles of the platform, which disseminate the idea of a “perfect body” and share diets and physical exercise plans.

KEYWORDS: Instagram; anorexia; bulimia; self esteem; social networks.

TEXTO DO TRABALHO

As doenças Anorexia Nervosa e Bulimia Nervosa afetam, de acordo com pesquisa realizada pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), em 2013, pelo menos 1% da população mundial. Sendo tratados de

forma multidisciplinar, com cuidados nas áreas da clínica geral, nutrição, psicologia e psiquiatria, os dois distúrbios têm graves consequências físicas e emocionais que podem ser fatais aos afetados. (CATALDO; RENNÓ, 2014, p. 20 – 21).

De acordo com a mesma pesquisa, 90% das pessoas diagnosticadas com uma das duas desordens alimentares citadas são mulheres na faixa etária de 12 a 30 anos. Esta informação está ligada, diretamente, ao padrão da magreza incorporado ao gênero feminino, que contribui para o desenvolvimento das doenças. “O ideal de beleza feminina centrado na magreza é parte integrante da psicopatologia dos Transtornos Alimentares. Na cultura ocidental, ser magra significa ter competência, sucesso, autocontrole e ser atraente sexualmente”. (MORGAN; VECCHIATTI; NEGRÃO, 2002, p. 18).

Doenças como a anorexia e a bulimia são provenientes também da complexidade de conviver com diversas frustrações. “A dificuldade de enfrentar as frustrações é um sintoma bastante comum que observamos nos pacientes com transtornos alimentares”. (CATALDO, RENNÓ, p. 20). Estes transtornos alimentares não se desenvolvem apenas como doença física e com consequências iguais em todos os casos. Conforme afirmam Cataldo e Rennó (2014), muitas vezes, os transtornos podem vir acompanhados de comportamentos maléficos em um nível tão alto que impede a esperança e a força de vontade do paciente em melhorar. “Tudo isso pode trazer a falta de interesse pela vida, os pensamentos autodepreciativos, o desânimo, a sensação de desamparo e de ineficiência”.(p.24).

A Anorexia Nervosa (AN) é caracterizada pela perda de peso extrema e voluntária, e como afirma Cordás (2004, p. 2), é ligada “[...] às expensas de dietas extremamente rígidas com uma busca desenfreada pela magreza, uma distorção grosseira da imagem corporal e alterações do ciclo menstrual”.

Já Paccola (2006), defende que a AN denota no paciente padrões estranhos e irrealistas de beleza. “Anorexia Nervosa é um transtorno alimentar onde há limitação dietética auto-imposta, padrões bizarros de alimentação, acentuada perda e manutenção do peso abaixo do mínimo considerado normal e um pavor intenso da obesidade”. (PACCOLA, 2006., p. 329).

De acordo com Bucarechi e Weinberg (2003, p. 23), a palavra Bulimia deriva das palavras gregas *Bous*, que significa boi e *Limos*, que significa fome. Segundo as autoras, esse termo quer dizer a fome que proporciona a alguém a conotativa capacidade de comer um boi. Ou seja, é um grande apetite, um desejo exagerado pelo consumo de alimentos em curtos intervalos de tempo. “Ainda que uma ou outra referência a comportamentos bulímicos apareçam na Antiguidade, a tentativa de compreendê-los é relativamente moderna”. (BUCARETCHI, WEINBERG. 2003., p. 23).

Tomando por base Bucarechi e Weinberg (2003., p.23), foi em 1979 que foi publicada a primeira descrição científica da Bulimia Nervosa, pelo autor Russel, que considera que a doença é uma estranha evolução da anorexia. De acordo com Russel

(1979) citado por Bucarechi e Weinberg (2003), o diagnóstico de bulimia exige a identificação simultânea de três aspectos: pacientes sentem muita necessidade de alimentar-se a todo tempo; passam a evitar o aumento de peso com comportamentos purgativos e começam a sentir um medo exagerado de engordar.

De acordo com Paccola (2006., p. 350), a Bulimia Nervosa está associada à privação de domínio sobre a própria alimentação. “A BN consiste em repetições de episódios de compulsão alimentar nos quais a pessoa ingere grandes quantidades de alimento em curto período de tempo com sensação de perda de controle”. Com isso, os pacientes passam a buscar comportamentos purgativos que compensem a quantidade de alimento que foi ingerida durante um episódio de compulsão. “Além de esforços para controlar o peso com exercício físico excessivo e dietas rigorosas, é utilizada a provocação de vômitos e abuso de diuréticos, laxantes e anorexígenos”. (PACCOLA, 2006., p. 350)

Ainda tendo como base os estudos do mesmo autor, é válido afirmar que a Bulimia Nervosa está mais ligada a pessoas que, de alguma forma, têm a vida profissional voltada à aparência física.

Dentro deste contexto explicativo sobre os dois transtornos alimentares, surge a questão do consumo da mídia e sua relação com as doenças. No presente artigo, tomamos como objeto de estudo a mídia digital Instagram. O Instagram é uma rede social de compartilhamento de imagens e vídeos que permite a aplicação de filtros digitais. Desenvolvido pelo Facebook, existe desde 6 de outubro de 2010 e em 2017 chegou ao número de 700 milhões de usuários em todo o mundo.

Uma pesquisa realizada pela Royal Society for Public Health (2017), instituição de saúde pública do Reino Unido, mostrou que entre as redes sociais Youtube, Twitter, Facebook, Snapchat e Instagram, a última foi avaliada como a mais prejudicial à saúde de jovens entre 14 e 24 anos. Essa faixa etária também está inserida no grupo de risco de pessoas que possam vir a desenvolver um transtorno alimentar.

A pesquisa ouviu 1.479 jovens que precisaram categorizar qual rede social lhes causava mais desconforto, ansiedade e solidão. O estudo mostrou que o Instagram causa um impacto negativo no sono e na autoimagem dos entrevistados que, ao consumirem na plataforma a ideia de ‘vida perfeita’, divulgada em tantos perfis, desenvolvem expectativas sobre suas próprias vidas que, uma vez inalcançadas, podem desencadear ansiedade, problemas com a autoestima e outros transtornos psicológicos.

Podemos, agora, relacionar esta problemática com os transtornos alimentares. Comportamentos nativos do consumo da rede social estão ligados, também, à efemeridade das informações compartilhadas. Isso porque o Instagram é uma plataforma originalmente criada para a postagem de fotos que são vistas em um feed de conteúdo e, rapidamente, deslizadas pela tela, o que significa que ao termos contato com um post, pouco sabemos o que há por trás dele. Absorvemos a informação sem pensar que em uma foto de um corpo idealizado como padrão pode haver edições,

colocações específicas de ângulos e toda uma vida diferenciada do modelo da foto, que, provavelmente, não vive a mesma realidade de todas as pessoas que curtem sua postagem. Podemos levantar inúmeras hipóteses: o ou a modelo da fotografia pode ser patrocinado por marcas de academias, suplementos e dietas; pode trabalhar especificamente com a aparência física e ter sua rotina diária voltada a exercícios e alimentação controlada por uma equipe ou, ainda, pode ser naturalmente magro. Na rapidez com que este conteúdo chega até nós, estas hipóteses são ignoradas, por vezes, nem mesmo pensadas, e o post pode causar desconforto, tristeza ou vontade de se tornar aquilo que vê na tela. Essa efemeridade pode ser relacionada com o conceito de Bauman sobre modernidade líquida, na qual, segundo o filósofo, emergem o individualismo e a fluidez nas relações. Outro argumento cabível a estes desdobramentos é a mercantilização da sociedade, conceito defendido pelo mesmo autor. “Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas” (BAUMAN, 2008, p. 22).

Ainda podemos relacionar o consumo do Instagram com a análise do conceito de cultura de indústria cultural defendido por Marilena Chauí, quando a autora discute que, cada vez mais, as artes e os conteúdos compartilhados entre a sociedade estão ganhando, intrinsecamente, valor de exposição. “A indústria cultural não atinge mortalmente apenas as obras de arte, mas as obras de pensamento, fazendo-as perder a força crítica, inovadora e criadora. [...] Em lugar de difusão cultural, passa a haver mera vulgarização das informações” (CHAUÍ, 2012, p. 362). É o que ocorre no compartilhamento de fotos que visam o lucro e não se preocupam com a forma com que o conteúdo chega no seu público final, ignorando, ainda, os diferentes perfis, gêneros e faixas etárias que consomem as informações na rede social de formas completamente diferentes, uma vez que cada pessoa tem uma história de vida totalmente única.

Para dar sequência na pesquisa, formulamos um questionário quantitativo e qualitativo, com algumas questões fechadas e uma questão aberta e opcional. Esta última, indagava: “você tem alguma história em relação à autoestima e Instagram para contar?”. O questionário gerou resultados interessantes. Com ele, o objetivo foi entender se a influência do Instagram na autoestima das pessoas é real e o quanto ela provoca comportamentos nos usuários, como, por exemplo, pensar em emagrecer ou mudar de dieta. Ele foi respondido por 176 pessoas. Destas, 65,3% têm entre 21 e 30 anos e 81,3% são mulheres.

Você fica, em média, quanto tempo olhando o feed do Instagram diariamente?

176 respostas

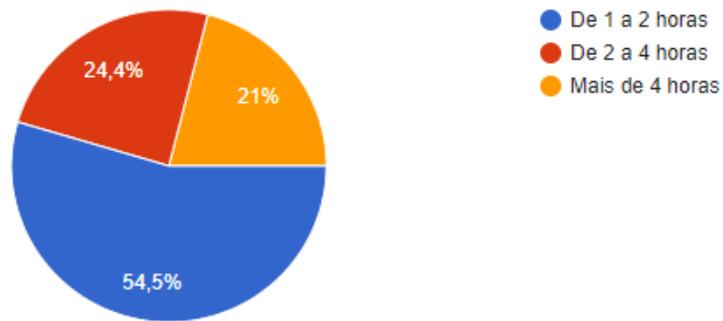


Imagem 1: Quadro geral do consumo diário organizados pelas pesquisadoras

Mais de 50% das pessoas que responderam o questionário passam de 1 a 2 horas diárias no Instagram. Mais de 20% chega a ficar de 2 a 4 horas por dia.

Você sente vontade de emagrecer quando observa no Instagram um conteúdo que enaltece um corpo diferente do seu?

176 respostas

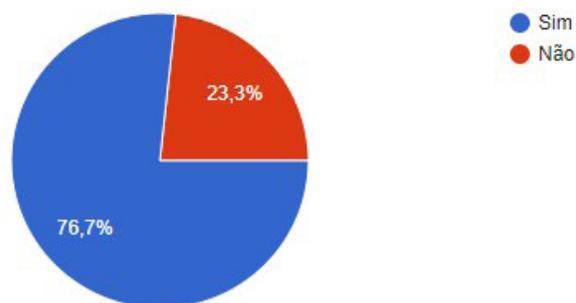


Imagem 2: Quadro sobre o quanto o Instagram provoca vontade de emagrecer, organizado pelas pesquisadoras.

Mais de 75% das pessoas que responderam o questionário sentem vontade de emagrecer ao observar no Instagram perfis que enaltecem corpos padrão magro.

As informações sobre corpo, comida e exercício físico divulgadas no Instagram alguma vez te fizeram repensar ou, de fato, mudar a sua alimentação ou rotina de exercícios?

176 respostas

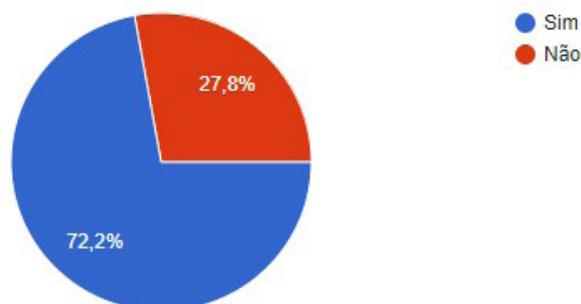


Imagem 3: Quadro sobre o quanto o Instagram provoca vontade de mudar os hábitos alimentares, organizado pelas pesquisadoras.

Setenta e dois por cento já repensaram a alimentação e a rotina de exercícios ou, de fato, as mudaram depois de consumir no Instagram informações sobre corpo, comida e exercício físico.

A questão qualitativa do questionário fez surgir muitos relatos de pessoas que já se sentiram mal ou inferiores ao ver na rede social perfis que enaltecem corpos e comportamentos muito diferentes dos seus. Seguem abaixo alguns exemplos destas experiências relatadas, anonimamente, na pesquisa.

Relato 1: *“Sempre que estou no Instagram fico admirando o corpo das mulheres e pensando o quanto queria ter um corpo igual. Em dias de TPM isso agrava, chega a dar uma leve crise de desespero, do tipo nunca vou ser assim... Saber que todo mundo consome esse conteúdo do Insta, inclusive meu marido, dá uma pressão ainda maior, por saber que nem de longe estou perto desse padrão de corpo perfeito!”*. (Resposta ao questionário organizado pelas pesquisadoras, 2018).

Relato 2: *“Toda vez que vejo mulheres que conseguiram emagrecer “sem esforço” como se fosse algo gostoso de fazer, eu me sinto péssima. Me sinto diferente, como se todo mundo estivesse conseguido emagrecer ou chegar no seu objetivo e eu não. Não invejo o corpo alheio, mas começo a duvidar se me sinto bem com meu corpo. Me crucifico por querer comer um doce ao invés de salada, por exemplo. Esse corpo magro que todo mundo acha lindo me destrói por dentro.”* (Resposta ao questionário organizado pelas pesquisadoras, 2018).

Relato 3: *“Muitas vezes os conteúdos que eu via no Instagram me fizeram ficar sem comer, pra ter o corpo das mulheres que eu via.”* (Resposta ao questionário organizado pelas pesquisadoras, 2018).

Relato 4: *“Por acompanhar o cotidiano da Gabriela Pugliesi, houve um período que me senti influenciada a tentar seguir o modo de vida dela. Porém, como não tenho o mesmo tempo, dinheiro, biotipo e mais uma série de fatores, não consegui,*

o que, na época, fez com que eu me sentisse frustrada.” (Resposta ao questionário organizado pelas pesquisadoras, 2018).

A partir das respostas captadas com o questionário aplicado, decidimos por elaborar um grupo focal, metodologia em que é possível, segundo Puchta e Potter (2004), uma análise subjetiva, pois contempla os pensamentos e opiniões de pessoas diferentes e com diversas vivências, o que permite um conjunto de percepções. Para aplicá-lo, primeiramente, definimos dois perfis do Instagram que consideramos adequados para a pesquisa, uma vez que são contas públicas, de pessoas públicas, que divulgam especificamente informações sobre alimentação e exercícios físicos.

O primeiro perfil foi o de Mayra Cardi, empresária, choach do projeto *Seca Você*. Seu perfil, atualmente, tem 1,7 milhões de seguidores.

O segundo perfil foi o da digital influencer Gabriela Pugliesi, que foi, inclusive, citada em uma das respostas do questionário acima pontuado. Seu perfil tem 3,8 milhões de seguidores.

Selecionamos quatro posts destes dois perfis no Instagram para serem apresentados ao grupo focal, composto por oito pessoas, todas mulheres com idades que se encaixam no grupo de risco para um transtorno alimentar, entre 12 e 30 anos. Os posts foram mostrados e as participantes foram estimuladas a escrever como se sentiram ao observar cada um deles. Ao fim do encontro, fizemos um debate entre as participantes, a condutora e a observadora do grupo focal, no qual falamos sobre o sentimento de todas em relação ao conteúdo mostrado.



Imagem 4: Post retirado do perfil público de Mayra Cardi.

Esse é um dos posts analisados do perfil de Mayra Cardi, que tem a legenda: “Eu sei que a mulherada ama foto de barriga antes de comer aquele pão branco no café da manhã né? Então tá aí, cospe o pão e vamos de saladas de frutas e ovos mexidos? Bom dia, vamos iniciar o dia a todo vapor?”. (Legenda do post, 2018).



Imagem 5: Post retirado do perfil público de Gabriela Pugliesi.

Esse é um dos posts analisados do perfil de Gabriela Pugliesi, feito em 2018, em que ela divulga uma cinta redutora de medidas.

Imagem, Redes Sociais e Autoestima

Os resultados do grupo focal enfatizam a hipótese de que o Instagram influencia a autoestima das pessoas e também a alimentação, quando pensamos nos perfis fitness, públicos e com grande número de seguidores. Durante a experiência do grupo focal, ouvimos as seguintes frases das participantes: “Me sinto totalmente inferior”. “Meu sonho é ter um corpo assim”. “Acho que nunca vou conseguir ser assim”. “Querida ter disposição para malhar” e “quando eu olho para essa foto eu só penso que preciso fazer dieta”. (Grupo focal realizado pelas pesquisadoras. 2018.).

Algumas participantes ainda escreveram que se sentem completamente inferiores e incapazes quando observam este tipo de conteúdo, mas, ainda assim, sentem vontade de parecer com as mulheres das fotos.

Uma das mulheres que participou do grupo focal, que tem 17 anos, disse que sempre tenta aprender ângulos, poses e edições das fotos para postar em seu perfil no Instagram, mas que sente que vive uma mentira, pois não se sente bem com o seu corpo ao observá-lo no espelho.

Conclusão

A partir destas percepções das participantes do grupo focal e dos resultados

do questionário, podemos relacionar o conteúdo do Instagram com o consumo dos usuários. Na cultura de massa que vivenciamos atualmente, até mesmo o corpo se tornou objeto de consumo e desejo. As pessoas curtem, postam e compartilham os posts da rede social sentindo vontade de se tornar as pessoas dos perfis “perfeitos”, em que a cultura do magro é sempre exaltada.

Se pensarmos a partir da abordagem de Bauman (2008) o efeito dos perfis “perfeitos” é a construção de um objeto, uma mercadoria, a ser desejada e consumida. Um corpo irreal, inalcançável, mas que mantém com quem o deseja uma relação de dependência. Por outro lado, como mostra a bibliografia na área, esse objeto desejável e incansável é um gatilho para o desenvolvimento de transtornos alimentares, colocando jovens, em uma posição vulnerável para o desenvolvimento da doença. Com isso, concluímos que o Instagram é uma rede social que influencia a autoestima dos seus usuários e pode colaborar também para o desenvolvimento de um transtorno alimentar, quando as informações e conteúdos são compartilhados sem responsabilidade social sobre aquilo que se divulga.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2008.

BUCARETCHI, Henriette Abramides. **Anorexia & Bulimia nervosa**: UMA VISÃO MULTIDISCIPLINAR, São Paulo: Editora Casa do Psicólogo, 2003. p. 5 – 30.

CATALDO, Alessandro; RENNÓ, Suzana. **Anorexia, bulimia e o ambiente familiar**. Rio de Janeiro: Editora Lacre, 2014.

CHAUÍ, Marilena. A cultura de massa e a indústria cultural. In: **Convite à Filosofia**. Marilena Chauí. 14. ed. São Paulo: Editora Ática. 2012.

Escuta do psiquiatra: SINAIS E SINTOMAS DE ANOREXIA NERVOSA E BULIMIA NERVOSA. Medicina (Ribeirão Preto. Online), Ribeirão Preto, v. 39, n. 3, p. 349-352, sep. 2006. ISSN 2176-7262. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rmrp/article/view/390>>. Acesso em março de 2017.

Etiologia dos transtornos alimentares: ASPECTOS BIOLÓGICOS, PSICOLÓGICOS E SÓCIO-CULTURAIS. Revista Brasileira de Psiquiatria, São Paulo, 2002. (p. 18).

Instagram. Gabriela Pugliesi. Nome de usuário: @gabrielapugliesi. 2018. Instagram. Mayra Cardi. Nome de usuário: @mayracardi. 2018.

PUCHTA, Claudia; POTTER, Jonathan. **Focus Group Practice**. London: Sage, 2004.

ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH. **Instagram ranked worst for young people’s mental health**. 2017. Disponível em: <<https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>>. Acesso em março de 2018.

UNASP. **Conselhos de inimiga**. Disponível em: <<http://novotempo.com/ntreporter/videos/o-indice-de-mortalidade-por-anorexia-nervosa-atinge-entre-15-e-20-dos-casos/>>. Acesso em: 22 set. 2016.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CRISTINA DE ABREU TORRES HRENECHEN: Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (UEPG); mestre em Crítica de Mídia (UEPG). Tem 10 anos de experiência em assessoria de imprensa. Atualmente é proprietária de agência de publicidade que presta serviços na área de marketing e comunicação empresarial.

ÍNDICE REMISSIVO

C

Comunicação 1, 2, 5, 6, 13, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 33, 37, 38, 46, 48, 51, 57, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 84, 85, 88, 90, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 116, 120, 121, 122, 124, 131, 132, 136, 137, 156, 157, 160, 162, 165, 166, 167, 171, 177, 178

Consumo 17, 74, 75, 76, 90, 98, 100, 110, 111, 129, 134, 147, 148, 149, 150, 155, 169

F

Facebook 17, 62, 130, 132, 148, 166

Fotografia 1, 2, 3, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 86, 87, 88, 89, 144, 149

G

Games 7, 61, 64, 68, 133, 134, 140, 143

I

Identidade 30, 37, 39, 76, 86, 138, 143, 169, 173, 175

Influencers 5, 15, 16, 17, 18, 21, 23

Instagram 5, 7, 17, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 174, 175

Internet 16, 17, 18, 22, 23, 24, 51, 52, 54, 61, 62, 64, 70, 74, 97, 117, 122, 132, 158, 160, 169, 170

J

Jornalismo 2, 5, 7, 61, 70, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 94, 95, 101, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 131, 159, 178

M

Marca 7, 7, 105, 134, 140, 165, 168, 169, 172, 173, 174, 175, 176

Meio Ambiente 7, 90, 93, 94, 109, 110, 111, 114, 118, 119, 121, 138, 139, 156

Midiatização 5, 7, 23, 26, 33, 72, 122, 123, 130, 131, 158, 159, 167

N

Narrativas 5, 7, 28, 33, 73, 81, 84, 102, 133, 135, 136, 137, 138, 143, 144

Notícia 24, 28, 33, 36, 49, 97, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 118, 161, 167

P

Publicidade 76, 144, 168, 169, 170, 171, 178

R

Relações Públicas 15, 96

T

Transmidia 142, 143

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-563-1

