

## **ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO DE SAÚDE DAS MULHERES: UMA REVISÃO DE ESCOPO**

Nathália de Oliveira Bizetti Cano (PIBIC/CNPq/FA/UEM), Sandra Marisa Pelloso (Orientador), e-mail: ra102555@uem.br.

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Biológicas e da Saúde/Maringá, PR.

**Área e subárea do conhecimento conforme tabela do [CNPq/CAPES](#):**  
Enfermagem/ Enfermagem em saúde pública

**Palavras-chave:** comportamento de saúde, mulheres, mídia.

### **Resumo:**

O objetivo desta pesquisa foi mapear as evidências disponíveis na literatura acerca da influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres através de uma revisão de escopo conforme o *Institute Joanna Briggs*, desenvolvida em quatro fontes de dados eletrônicas. Foram identificados nos bancos de dados 407 artigos, dos quais 8 artigos atenderam aos critérios de inclusão e fizeram parte da amostra final. Os artigos desta revisão abordaram a influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres tanto como um fator de proteção como um fator de risco, a depender da situação abordada. A exposição a conteúdos veiculados pela mídia atuou de forma positiva em relação ao uso de preservativo, como um fator facilitador para a realização de testes diagnósticos para HIV/AIDS, além de se mostrar como um fator de proteção em relação à gravidez na adolescência, estímulo à melhoria da forma física e dos hábitos alimentares. No entanto, alguns artigos relacionaram a exposição à mídia à diminuição da autoestima e satisfação corporal feminina, além de estimular comportamentos alimentares de risco. A revisão aponta que a mídia tem influência tanto negativa como positiva no comportamento e hábitos de vida relacionados à saúde das mulheres.

### **Introdução**

Em 2015 o Ministério da Saúde em conjunto com o Departamento de Ciência e Tecnologia cria a Agenda Nacional de Prioridades de Pesquisa em Saúde e dentre as prioridades na área da saúde da mulher está o impacto da mídia no comportamento das mulheres (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2015). A discussão de questões relacionadas à saúde das mulheres necessita de estratégias para melhorar indicadores de morbimortalidade e o diagnóstico de doenças. Para se alcançar estas estratégias a atuação da mídia é fundamental e tem influência na sociedade. Os meios de comunicação de massa têm substancial influência na melhoria da saúde pública, facilitando o

acesso a informações sobre saúde e estimulando comportamentos de prevenção. No entanto tais meios de comunicação também podem influenciar comportamentos de risco na população. Na literatura, poucos estudos demonstram a relação entre mídia, comportamento das mulheres e sua contribuição para mudança de tais comportamentos. Diante da necessidade de estabelecer essa relação, o objetivo deste estudo é analisar por meio de revisão de escopo da literatura a influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres.

## Materiais e métodos

A revisão de escopo foi o método de escolha para esta pesquisa, um tipo de revisão que tem por objetivo mapear os principais conceitos que embasam uma área específica do conhecimento, explorar a extensão, o alcance e a natureza da pesquisa, resumir e divulgar dados de pesquisa, identificar as lacunas existentes na literatura sobre determinado assunto, fornecendo assim bases significativas para pesquisas futuras. O método da presente pesquisa foi baseado no *guideline* do *Joanna Briggs Institute* (JBI), e o protocolo elaborado usando os itens de relatório preferenciais para diagrama sistemático de análises sistemáticas e meta-análises (PRISMA).

Os artigos foram selecionados com base nos seguintes critérios de inclusão: artigos que respondiam à seguinte questão: Qual a influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres? publicados no período de 2015 a 2020; escritos em português, inglês e espanhol; disponíveis na íntegra online e estudos quantitativos, qualitativos e de método misto foram incluídos considerando os diferentes aspectos de uso do modelo de estudo. Os critérios de exclusão foram: artigos que não atendiam aos critérios de inclusão; artigos que não respondiam a seguinte questão: Qual a influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres? *Pubmed*, *Embase*, *Medline* e *Lilacs* foram as bases de dados selecionadas e a estratégia de pesquisa utilizou os seguintes MeSH terms/descriptores: “*Women*”, “*Health Behaviors*”, “*Mass Media*”. Junto aos descritores foram empregados os termos booleanos: AND, OR e NOT para compor as chaves de busca a serem utilizadas para buscas nas bases de dados.

A fim de reduzir o risco de viés no estudo, um par de revisores examinou 392 artigos selecionados que foram homogêneos e aleatoriamente divididos entre os dois pesquisadores. Os resultados foram discutidos e selecionados os estudos potencialmente relevantes. Após essa etapa, os pesquisadores reuniram os estudos potenciais e os distribuíram de forma igual entre ambos para leitura na íntegra e extração de dados e informações relevantes para a revisão. Também foi realizada uma busca adicional por meio da leitura das referências dos artigos selecionados para a revisão. A tabela de extração de dados foi preenchida por um revisor com os principais dados a serem extraídos dos artigos incluídos na síntese qualitativa.

## Resultados e Discussão

Foram identificados nos bancos de dados 407 artigos, sendo que 326 foram extraídos da base de dados MEDLINE, 63 da PUBMED, 11 da LILACS e 7 da EMBASE. Foram removidos 15 artigos por duplicidade, resultando em 392 artigos selecionados para leitura de título e resumo. De forma independente, dois revisores selecionaram de acordo com seu julgamento os artigos adequados para leitura completa do texto. Após essa etapa, foram excluídos 379 registros, restando 13 artigos que foram elegíveis, os quais foram lidos integralmente. Também foi realizada a busca de artigos nas referências dos artigos selecionados, o que resultou em 3 registros. Foram excluídos 3 registros por não responderem à questão de pesquisa ou por falta de resultados significativos para a revisão. Portanto, 8 artigos atenderam aos critérios de inclusão e exclusão e fizeram parte da amostra final. Os estudos selecionados foram publicados entre os anos de 2015 e 2019. Analisando os temas abordados pelos estudos, é possível destacar que os assuntos mais prevalentes foram a influência da mídia na imagem corporal/autoestima e comportamento alimentar das mulheres (n=3) e uso de contraceptivos/planejamento familiar entre as mulheres (n=3), além do impacto da mídia na prevenção de HIV/AIDS (n=1) e comportamento de saúde de gestantes (n=1).

A influência da mídia no comportamento de saúde das mulheres pode ser entendida como um fator de proteção ou um fator de risco, a depender da situação abordada. A influência negativa da mídia sobre o comportamento de saúde das mulheres abordada em alguns artigos foi relacionada principalmente à diminuição da autoestima e satisfação corporal feminina, tal como evidenciado no estudo de Lira et. al. (2017), além de estimular comportamentos alimentares de risco. A veiculação de determinados conteúdos através dos diferentes meios de comunicação de massa, principalmente as mídias sociais, pode gerar efeitos nocivos à saúde das mulheres, estimulando hábitos de vida não desejáveis.

Os padrões estéticos, fortemente influenciados pela mídia e fortalecidos pela sociedade, exigem perfis antropométricos cada vez mais magros, resultando em preocupação excessiva com a imagem corporal, mesmo que o estado nutricional esteja dentro dos parâmetros adequados para a idade e o sexo. Além da influência na imagem corporal e autoestima feminina, a mídia atua como disseminador de informações relacionadas à prevenção e promoção à saúde, tal como estratégias de planejamento familiar e prevenção de gravidez na adolescência. Dentre esses resultados positivos encontrados em alguns dos estudos desta revisão, comprovado por Taggart, et. al. (2015), estão as atitudes positivas em relação ao uso de preservativo, evidenciando a mídia como um fator facilitador para a realização de testes HIV/AIDS, de proteção em relação à gravidez na adolescência e a mídia como um estímulo à melhoria da forma física e dos hábitos alimentares. O uso de contraceptivos hormonais orais foi abordado em dois estudos, sendo que em um deles, houve aumento no uso de contraceptivos, tal como obtido por Rogers (2018), já em outro as chances de uso de contraceptivos por mulheres expostas a mídias foram menores.

## Conclusões

À vista disso, nota-se que a mídia tem influência no comportamento de saúde das mulheres em diferentes aspectos, tal como na prevenção de doenças e estímulo a comportamentos de risco. Assim, é necessário estimular um consumo consciente dos conteúdos veiculados nas mídias sociais, de maneira a evitar os efeitos nocivos que tal exposição pode trazer, tal como diminuição de autoestima, satisfação corporal e adoção de hábitos de vida não desejáveis à saúde. Outrossim, deve-se ressaltar e fortalecer as campanhas de mídia relacionadas à prevenção em saúde, devido seu impacto significativo no incentivo ao planejamento familiar, prevenção de infecções sexualmente transmissíveis e adoção de estilo de vida saudável, tal como evidenciado neste estudo.

## Agradecimentos

À professora orientadora Sandra Marisa Pelloso, ao coorientador Lander dos Santos e à Fundação Araucária pelo apoio indispensável à Iniciação Científica. Por fim, à Universidade Estadual de Maringá (UEM), por fomentar a pesquisa científica.

## Referências

AROMATIS E., MUNN Z. (Editors). **JBIM Manual for Evidence Synthesis**. JBI, 2020. Available from <https://synthesismanual.jbi.global>. <https://doi.org/10.46658/JBIMES-20-01>.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos. Departamento de Ciência e Tecnologia. **Agenda nacional de prioridades de pesquisa em saúde**. Ministério da Saúde, Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos, Departamento de Ciência e Tecnologia. – 2. ed., 4. reimpr. – Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2015. p. 68.

LIRA, A. G. et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, [S.L.], v. 66, n. 3, p. 164-171, set. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000166>.

ROGERS, D. "The Impact of Mass Media-Delivered Family Planning Campaigns in Developing Countries: A Meta-analysis" (2018). **Doctoral Dissertations**. 1968. <https://opencommons.uconn.edu/dissertations/1968>.

TAGGART, T. et al. Social Media and HIV: a systematic review of uses of social media in hiv communication. **Journal Of Medical Internet Research**, [S.L.], v. 17, n. 11, p. 248-248, 2 nov. 2015. JMIR Publications Inc.. <http://dx.doi.org/10.2196/jmir.4387>.