

Mídias sociais: A influência das redes sociais na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino

Social media: The influence of social networks on the perception of self-image of female adolescents

Social media: La influencia de las redes sociales en la percepción de la autoimagen de las adolescentes

Recebido: 16/05/2022 | Revisado: 01/06/2022 | Aceito: 09/06/2022 | Publicado: 12/06/2022

Emilly Rosa de Souza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6941-0276>

Escola Superior da Amazônia, Brasil

E-mail: emillyrosadesouza22@gmail.com

Joseana Moreira Assis Ribeiro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9795-5476>

Escola Superior da Amazônia, Brasil

E-mail: joseanaassis@gmail.com

Resumo

A aparência física está se tornando cada vez mais uma preocupação social, principalmente para as mulheres mais jovens da população. Nesse sentido, as mídias digitais assumem um papel preponderante na produção e compartilhamento de mensagens, conteúdos e informações associadas à alimentação e culto ao corpo. As redes sociais tem sido uma ferramenta utilizada pela mídia para propagar um padrão ideal de corpo, que é, na maioria das vezes, inatingível. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, em que foram pesquisados artigos nas bases de dados eletrônicas: Google acadêmico, Scielo, PubMed e Science Direct, publicados entre os anos de 2012 a 2020, em língua portuguesa e inglesa. Após análise, seleção, elegibilidade e leitura na íntegra dos artigos, foram selecionados 10 artigos elegíveis que atenderam o objetivo deste estudo. Os resultados encontrados evidenciam uma prevalência de domínio dos padrões estéticos enunciados pela mídia, sobretudo pelas redes sociais, na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino. Conclui-se que, é de extrema necessidade que haja uma dimensão educativa ao público adolescente, acerca de concepções relacionadas à imagem corporal, a fim de capacitá-los a terem um olhar crítico a respeito dos conteúdos e às possíveis induções perpassadas pela mídia, além de tornar os jovens mais receptivos ao próprio corpo e menos projetivos aos modelos propagados pela mídia.

Palavras-chave: Redes sociais; Autoimagem; Adolescentes.

Abstract

Physical appearance is increasingly becoming a social concern, especially for younger women in the population. In this sense, digital media play a leading role in the production and sharing of messages, content and information associated with food and body worship. Social networks have been a tool used by the media to propagate an ideal body pattern, which is, in most cases, unattainable. Thus, the present study aims to analyze the influence of social networks on the perception of the self-image of female adolescents. This is an integrative literature review, in which articles were searched in electronic databases: Google Scholar, Scielo, PubMed and Science Direct, published between 2012 and 2020, in Portuguese and English. After analysis, selection, eligibility and full reading of the articles, 10 eligible articles were selected that met the objective of this study. The results found show a prevalence of dominance of the aesthetic standards enunciated by the media, especially by social networks, in the perception of the self-image of female adolescents. It is concluded that it is extremely necessary that there is an educational dimension to the adolescent public, about conceptions related to body image, in order to enable them to have a critical look at the contents and possible inductions permeated by the media, in addition to make young people more receptive to their own bodies and less projective to models propagated by the media.

Keywords: Social networking; Self concept; Adolescents.

Resumen

La apariencia física se está convirtiendo cada vez más en una preocupación social, especialmente para las mujeres más jóvenes de la población. En este sentido, los medios digitales juegan un papel protagónico en la producción y el intercambio de mensajes, contenidos e información relacionados con la comida y el culto al cuerpo. Las redes sociales han sido una herramienta utilizada por los medios de comunicación para propagar un patrón de cuerpo ideal, que es, en la mayoría de los casos, inalcanzable. Así, el presente estudio tiene como objetivo analizar la influencia de las

redes sociales en la percepción de la autoimagen de las adolescentes. Se trata de una revisión integrativa de la literatura, en la que se buscaron artículos en bases de datos electrónicas: Google Académico, Scielo, PubMed y Science Direct, publicados entre 2012 y 2020, en portugués e inglés. Luego del análisis, selección, elegibilidad y lectura completa de los artículos, se seleccionaron 10 artículos elegibles que cumplieron con el objetivo de este estudio. Los resultados encontrados muestran un predominio de las normas estéticas enunciadas por los medios de comunicación, especialmente por las redes sociales, en la percepción de la autoimagen de las adolescentes. Se concluye que es sumamente necesario que exista una dimensión educativa al público adolescente, acerca de las concepciones relacionadas con la imagen corporal, a fin de posibilitarles una mirada crítica sobre los contenidos y posibles inducciones permeados por los medios, además de hacer que los modelos propagados por los medios.

Palabras-clave: Réseautage social; Autoimagen; Adolescentes.

1. Introdução

Na nova geração que cresce exponencialmente, nota-se que os meios de comunicação influenciam e controlam a massa global, principalmente a parcela jovem da população, por possuírem uma extrema facilidade de acompanhar a modernidade e os avanços tecnológicos. Nesse sentido, as mídias digitais assumem cada vez mais um papel preponderante na produção e compartilhamento de mensagens, conteúdos e informações sobre diversos assuntos, em meio aos quais os assuntos associados à alimentação e culto ao corpo se inserem. Diante deste panorama, vemos opiniões, pontos de vistas e comportamentos completamente persuadidos pela mídia (Alves, 2016).

A existência atual de um ideal de beleza, criado e socialmente compartilhado, é uma consequência dessa pressão, que reflete principalmente nesta parcela da população, pois é na adolescência que o corpo passa constantemente por alterações físicas, psicológicas e comportamentais, advindas da puberdade. Dessa forma a aceitação do próprio corpo na adolescência está condicionada por critérios, que são, por sua vez, determinados por esses modelos sociais vigentes que lhes propõe um corpo magro e esguio, especialmente no âmbito feminino (Gonçalves & Martínez, 2014).

Um dos meios de comunicação mais utilizados são as redes sociais, em particular o Facebook e o Instagram, que apresentam ao público os diferentes caminhos e estilos de vida de influenciadores, artistas e modelos, que em parte do seu tempo exibem e fortalecem um padrão de corpo, como único modelo de corpo bonito e saudável (Rocha, 2014; Silva et al., 2018).

Com isso a mídia de forma maciça introduz na população geral, essas características típicas que vemos hoje em dia, de que um corpo perfeito é sinônimo de felicidade e até bondade como é encontrado nos quadrinhos e desenhos animados, em que o vilão representa uma aparência desagradável e o “mocinho” uma beleza padronizada. No qual, fica evidente que indivíduos fisicamente atraentes têm maior probabilidade de serem aceitos em ambientes sociais e profissionais, enquanto outros que se distanciam desse modelo tendem a ser rejeitados (Souza et al., 2018).

Um estudo realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito- SPC Brasil (2016) reforça esse argumento, pois de acordo com o que foi obtido na pesquisa, seis em cada dez (62,7%) brasileiros consideram-se pessoas vaidosas e preocupadas com sua aparência e 65,7% concordam com a idéia de que cuidar de beleza não é luxo, mas uma necessidade. Ademais, a metade dos entrevistados (49,4%) acredita que gastar dinheiro com o propósito de melhorar a aparência física é um investimento que vale a pena, ao proporcionar sensação de felicidade e satisfação.

Outros dados que enfatizam o foco na autoimagem é que, quase um quarto (23,4%) dos consumidores brasileiros assume o hábito de gastar mais do que efetivamente pode com cuidados estéticos, sendo o comportamento mais frequente entre mulheres (26,5%), pessoas com idade entre 18 e 34 anos (29,0%). Além disso, o estudo observou que a preocupação com a aparência está diretamente ligada às relações sociais e de trabalho, pois após os consumidores serem questionados sobre quais atributos mais afetam o sucesso na carreira de um indivíduo, os resultados mostraram que a beleza foi a quarta escolha mais citada (32,1%), à frente da inteligência (28,9%), disciplina (23%), atendimento atencioso (21,7%) e simpatia (20,9%) (SPC Brasil, 2016).

Frente a esse cenário, a ideia de uma boa apresentação social tem incentivado, principalmente mulheres a buscarem diariamente o que é considerado padrão na mídia, mesmo que isso requeira exercícios extenuantes, cirurgias plásticas e dietas extremas. Desse modo, o indivíduo se torna preso as condições sociais que levam à formação de hábitos e costumes, geralmente para satisfazer sua necessidade de ser incluído e aceito pela sociedade (Marques, 2012).

Vale ressaltar, que a propagação desses modelos corporais fazem parte de um conjunto de estratégias para poder influenciar a sociedade, a fim de êxito próprio, transformando o corpo em objeto, o que gera mais lucros para as mais diversas empresas de beleza e estética, visto que desde a descoberta do Brasil já se via o corpo sendo sujeito a objetificação, época de quando escravizavam nossos ancestrais, com diferente propósito de hoje em dia o corpo se tornou uma mercadoria lucrativa por meio de produtos estéticos, produtos fitness, dietas emagrecedoras e procedimentos cirúrgicos (Santos & Gonçalves, 2020).

Em suma, a disseminação desses estereótipos de beleza pode levar a um descontrole físico e emocional que, na sua vertente mais problemática pode ocasionar transtornos psicológicos que denotam visões distorcidas de partes ou mesmo de todo o corpo. Essa visão deturpada muitas vezes viabiliza condutas autodestrutivas e, como resultado, recorrem as práticas inadequadas para tentar “consertar” ou mudar o que os aflige (Maduro, 2018). A despeito dos perigos que cercam as mídias, este estudo tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino.

2. Metodologia

Para a realização deste estudo, optou-se por uma pesquisa na categoria de revisão integrativa de literatura científica, que visa sintetizar os achados obtidos a partir de pesquisas sobre um tema ou questão, de forma sistemática, ordenada e abrangente. É denominada integrativa porque fornece informações mais amplas sobre um assunto/problema e, portanto, constitui um corpo de conhecimento. Desta forma, o avaliador/pesquisador pode elaborar uma revisão integrativa com distintos objetivos, que pode ser orientada para a definição de conceitos, revisão de teorias ou análise metodológica dos estudos incluídos sobre um determinado tema (Ercole et al., 2014).

Essa abordagem possibilita a inclusão de pesquisas quase-experimentais e experimentais simultaneamente, combinando dados de literatura teórica e empírica para promover um entendimento mais abrangente do tema em questão. A diversidade na composição da amostra da revisão integrativa juntamente com a multiplicidade de objetivos desse método, fornece como resultado um quadro completo de conceitos complexos, de teorias ou problemas associados ao cuidado na saúde (Ercole et al., 2014).

Para o desenvolvimento de uma revisão integrativa é necessário seguir seis etapas distintas, sendo elas: identificação do tema, seleção da hipótese ou questão de pesquisa, estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão de estudos/amostragem ou busca na literatura, definição das informações a serem extraídas dos estudos selecionados/categorização dos estudos, avaliação dos estudos incluídos, interpretação dos resultados e apresentação da revisão/síntese do conhecimento (Ercole et al., 2014).

Para o levantamento dos artigos na literatura, realizou-se uma busca nas seguintes bases de dados: Google acadêmico, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Publications of Medical Literature Analysis and Retrieval System Online (PubMed) e Science Direct.

Foram utilizados, para busca dos artigos, os seguintes descritores e suas combinações nas línguas portuguesa e inglesa: Rede social (*Social Networking*), Autoimagem (*Self Concept*) e Adolescentes (*Adolescents*).

Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos foram: artigos publicados em português, inglês e espanhol; artigos na íntegra que retratassem a temática referente à revisão integrativa e artigos publicados e indexados nos

referidos bancos de dados entre o período de 2012 a 2021. Sendo excluído os artigos que não estavam disponíveis na totalidade e de acesso restrito.

3. Resultados

Após análise, seleção, elegibilidade e leitura na íntegra dos artigos, foram selecionados 10 artigos elegíveis que atenderam o objetivo deste estudo. Para uma melhor compreensão, o conteúdo de cada artigo analisado está dividido de acordo com os seguintes ângulos: ano, autor, título, objetivo, tipo de estudo e resultado, conforme demonstra o Quadro 1.

Quadro 1. Características dos estudos incluídos que avaliaram a influência da mídia e suas implicações sobre a imagem corporal em adolescentes do sexo feminino.

Autor/ Ano	Título	Objetivo	Tipo de estudo	Resultados
Gonçalves e Martínez, 2014	Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia	Conhecer as diferenças de gênero em uma amostra de adolescentes em relação à percepção da imagem corporal e percepção da influência da mídia, através de uma abordagem quanti-qualitativa.	Pesquisa quanti-qualitativa, do tipo descritiva	Existe maior insatisfação corporal e influência da mídia em adolescentes do sexo feminino.
Fardouly e Vartanian (2015)	Comparações sociais nas mídias sociais: o impacto do Facebook nas preocupações com a imagem corporal e o humor de mulheres jovens	Avaliar associação entre o uso do Facebook e preocupações com a imagem corporal, e verificar se a comparação de aparência está associada com essas preocupações.	Estudo transversal	Associação positiva entre o uso do Facebook e preocupações com a imagem corporal, que foi mediada pela comparação de aparência geral e comparação de aparência com amigos íntimos, colegas distantes e celebridades.
McLean et al., (2015)	Photoshopando a selfie: a autoedição de fotos e o investimento em fotos estão associados à insatisfação corporal em adolescentes	Avaliar a associação entre o uso de mídias sociais, especialmente em relação a postagem de selfies, com a satisfação corporal e com o comportamento de restrição alimentar.	Estudo transversal	Os resultados mostraram que as meninas que frequentemente compartilhavam suas selfies nas mídias sociais, em comparação com aquelas que não compartilhavam, apresentaram superestimação de sua forma e peso, insatisfação corporal, restrições alimentares e internalização do ideal de magreza.

Sampasa-Kanyinga et al., (2016)	Verificar as associações entre o uso de sites de redes sociais (SRS) e a autopercepção e satisfação com o peso corporal	Verificar as associações entre o uso de sites de redes sociais (SRS) e a autopercepção e satisfação com o peso corporal.	Estudo transversal	Entre as mulheres adolescentes, o uso diário > 2h/dia de SRS aumentou a chance de insatisfação com o peso corporal e com o desejo de perder peso.
Burnette et al., (2017)	Eu não preciso que as pessoas me digam que sou bonita nas redes sociais”: um estudo qualitativo de mídia social e imagem corporal em meninas adolescentes	Explorar a forma de utilização das mídias sociais pelas adolescentes e suas percepções sobre o impacto dessas mídias na comparação social e na satisfação corporal.	Estudo transversal	As adolescentes relataram preocupações em relação à aparência e comparação social associada ao uso das mídias sociais (snapchat e instagram), que foi alto nessa amostra. Contudo, os pais restringiam esse uso, o que parece atenuar a associação negativa entre a exposição a essas mídias e a satisfação com a autoimagem corporal.
Lira et al., 2017	Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC) de adolescentes do sexo feminino.	Estudo transversal	As mídias, incluindo as redes sociais, estão relacionadas à insatisfação da imagem corporal em meninas adolescentes.
Tiggemann e Slater (2017)	Facebook e preocupação com a imagem corporal em meninas adolescentes: um estudo prospectivo	Examinar a relação ao longo do tempo entre o uso do Facebook e a preocupação com a imagem corporal em meninas adolescentes.	Estudo longitudinal	O maior tempo de uso do Facebook se associou com aumento na preocupação com a imagem corporal.
Santos, 2018	Influência das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino	Analisar a influência das mídias digitais na busca do padrão corporal em adolescentes do sexo feminino.	Pesquisa descritiva e analítica, com abordagem qualitativa	A maioria das entrevistadas relataram estar insatisfeitas com o corpo, assim como, tentam resolver tal questão, procurando, nas mídias digitais, formas para conquistar esse ideal de corpo desejado.
Barros, 2019	Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino	Evidenciar a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina.	Revisão de literatura	Os estudos mostraram que a mídia tem influência direta na construção da imagem corporal feminina.
Silva e Ramos, 2020	A influência da mídia no comportamento alimentar e imagem corporal: uma revisão integrativa	Analisar os estudos referentes a influência da mídia sobre o comportamento alimentar e imagem corporal de adolescentes.	Revisão integrativa de literatura	A mídia possui forte influência no comportamento alimentar e na imagem corporal, especialmente entre adolescentes e adultos do gênero feminino, devido a sua maior vulnerabilidade proveniente das alterações produzidas na adolescência.

Fonte: Autores (2022).

4. Discussão

A exposição do público diligente à mídia têm aumentado, especialmente durante a adolescência. Nos artigos analisados, evidenciou-se que a mídia afeta diretamente a imagem corporal, como menciona o estudo de Gonçalves e Martínez (2014), que descreve a influência da mídia e seu forte impacto na insatisfação corporal, ao difundir estereótipos de beleza que atingem principalmente adolescentes do sexo feminino.

Ainda de acordo com o referido autor, os indivíduos admitem que são afetados pela mídia e que inevitavelmente comparam seus corpos com os modelos corporais revelados, e isso muitas vezes os leva a adotar comportamentos de emagrecimento, hábitos excessivos de exercícios físicos, uso de cosméticos, maquiagens, intervenções cirúrgicas e outras práticas comuns a quem busca o corpo ideal.

Tal visão corrobora com o estudo de Santos (2018), que revelou que grande parte das adolescentes referiram estar insatisfeitas com o corpo e tentam solucionar esse problema encontrando formas de alcançar esse ideal de corpo nas mídias digitais. Outro aspecto referido pelo autor é que muitas delas fazem ou já fizeram uma determinada dieta sem orientação de um profissional nutricionista, apenas utilizando o conteúdo de influenciadores como parâmetro. Dessa forma, as redes sociais tornaram-se referência para modelos corporais e cuidados com o corpo.

A ligação entre mídia e a insatisfação corporal parece permear as comparações sociais, principalmente, por meio das comparações de aparência. De um modo geral, os indivíduos, especialmente as mulheres, costumam avaliar a própria imagem comparando-se com os outros, e há uma propensão de que quanto maior a comparação, maior o nível de insatisfação. Por conseguinte, entre tantas mídias, a rede social Facebook e Instagram, por exemplo, recebem destaque e tornam-se um meio suscetível de abordar essas questões, pois os usuários têm muitas chances de comparar seus corpos com os padrões físicos ditos como ideais, que são amplamente divulgados nesse tipo de mídia.

Como cita, o estudo de Fardouly e Vartanian (2015), em que há uma associação positiva entre o uso do Facebook e preocupações com a imagem corporal, que foi mediada pela comparação de aparência geral e comparação de aparência com amigos íntimos, colegas distantes e celebridades.

Os autores Tiggemann e Slater (2017) encontraram resultados semelhantes pois, de acordo com sua pesquisa, o uso prolongado do Facebook foi relacionado a uma maior atenção à imagem corporal.

Lacunares similares foram identificadas por Burnette et al. (2017), os autores destacaram em sua pesquisa que as adolescentes relataram preocupações com a aparência e comparações sociais associadas ao uso de mídias sociais (Snapchat e Instagram).

De acordo com Sampasa-Kanyinga et al. (2016), as adolescentes que estiveram expostas às redes sociais por mais de 2 horas por dia, apresentaram maior probabilidade de estarem insatisfeitas com seus corpos e internalizarem o desejo de perder peso.

Nessa mesma direção, Lira et al. (2017) narraram em seu estudo, que o acesso diário maior que 10 vezes ao Facebook e Instagram aumenta as chances das adolescentes se sentirem insatisfeitas com a sua imagem em 6,57 e 4,47 vezes respectivamente. Assim como, foi encontrado no estudo de Griffiths et al. (2018), em que a maior frequência do uso da mídia social, principalmente ao Facebook, Instagram e Snapchat, estavam associados a maiores preocupações com a imagem do corpo e surgimento de transtornos alimentares. Esses dados reforçam que quanto mais tempo um indivíduo passa diariamente nas redes sociais, mais ele utiliza a mídia como fonte de informação. É importante salientar que o uso descontrolado dessas mídias digitais pode impactar negativamente os indivíduos. Silva (2017) com objetivo de discutir as consequências do uso indiscriminado de tecnologias digitais pelos adolescentes, obteve como principais resultados, prejuízos na convivência com

familiares devido ao afastamento e à falta de diálogo, relações superficiais, dificuldades de aprendizagem devido a dependência da internet, transtornos de ansiedade e déficit de atenção.

Um estudo mais recente realizado por Souza e Cunha (2019) com objetivo semelhante, observou que as redes sociais virtuais podem intensificar problemas sociais e propiciar grandes impactos na vida dos indivíduos, dentre eles: a ansiedade, depressão e dependência.

Convém ressaltar que se trata de uma geração nascida na era digital, que utiliza a mídia para encontrar respostas para as suas dúvidas e reclamações do dia a dia. Portanto, quando os modelos de corpos “perfeitos” são expostos e esses indivíduos os veem frequentemente, muitas vezes começam a acreditar que é uma versão da realidade, e a dificuldade em atingir esse ideal, os tornam frustrados e insatisfeitos (Lira et al., 2017).

Complementar a isso, é importante destacar que, entre os adolescentes, as fotos tiradas com filtros podem desconectá-los da realidade, criando uma expectativa de que devem ser sempre perfeitos e organizados. À medida que a tecnologia se expande para a edição de fotos, um nível de perfeição física antes visto apenas em celebridades se torna disponível para qualquer pessoa e se espalha por todas as redes sociais. Determinadas pesquisas demonstram que adolescentes que manipulam as suas fotos costumam apresentar uma preocupação maior com a imagem corporal e alguns buscam às redes sociais como forma de aprovação sobre a sua imagem (Ferreira, 2019).

A esse respeito, o estudo realizado por Mc lean et al. (2015) afirma que, as meninas que compartilhavam regularmente auto-imagens nas mídias sociais, em relação às que não compartilhavam, relataram supervalorização do formato corporal e peso, insatisfação corporal, restrição alimentar e internalização do ideal de magreza. Outro ponto importante é que, entre as meninas que compartilharam fotos de si mesmas nas mídias sociais, havia um maior envolvimento na manipulação e investimento nessas fotos.

Nesse viés, Barros (2019) alega que a mídia é capaz de influenciar diretamente na construção da imagem corporal feminina, podendo afetar negativamente diversos aspectos da mulher, como: mudanças na forma de se vestir, falar, comer e de se comportar socialmente, levando à perda da identidade.

Em concordância com estudo de Barros, Silva e Ramos (2020) argumenta que isso ocorre em razão da maior vulnerabilidade proveniente das alterações produzidas na fase da adolescência.

5. Considerações Finais

Os resultados encontrados evidenciam uma prevalência de domínio dos padrões estéticos enunciados pela mídia, sobretudo pelas redes sociais, na percepção da autoimagem de adolescentes do sexo feminino. Nesse sentido, é perceptível como os adolescentes requerem um cuidado intenso por parte de seus familiares, professores ou responsáveis, uma vez que, são frequentemente bombardeados pela mídia, que visa na maioria das vezes, a obtenção de poder e lucro, levando em consideração seus próprios interesses.

Nessa perspectiva, é fundamental que haja uma dimensão educativa ao público adolescente, acerca de concepções relacionadas à imagem corporal. Com isso, é extremamente relevante que a escola e o professores utilizem a mídia em suas aulas, não só no sentido de promover a aprendizagem de habilidades tecnológicas nos alunos, mas uma educação de alerta que capacite os jovens a terem um olhar crítico a respeito dos conteúdos e às possíveis induções perpassadas pela mídia.

Ademais, espera-se que este estudo ajude a desconstruir a visão desse modelo de corpo veiculado pela mídia, tornando os jovens mais receptivos ao próprio corpo e menos projetivos aos modelos propagados.

Referências

- Alves, A. B. (2016). Adolescência e a Construção da Identidade: Análise e Discussão da Sexualidade e Influência da Mídia na Adolescência. *Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia*, p.1-13.<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/norte/4o-encontro-2016/gt-historia-da-midia-alternativa/adolescencia-e-a-construcao-da-identidade-analise-e-discussao-da-sexualidade-e-influencia-da-midia-na-adolescencia/view>
- Barros, Y. I. B. Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino. 2019. [Trabalho de conclusão de curso Universidade Católica do Salvador]. <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/945/1/TCCYURIBARROS.pdf>
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I Don't Need People to Tell Me I'm Pretty On Social Media:" A Qualitative Study of Social Media And Body Image in Early Adolescent Girls. *Body Image*, 23, 114-125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>
- Ercole, F. F.; Melo, L. S., Alcoforado, C. L. G. C. (2014). Revisão integrativa versus revisão sistemática. *Revista Mineira de Enfermagem*, 18(1), 1-260. <http://www.dx.doi.org/10.5935/1415-2762.20140001>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative Comparisons about One's Appearance Mediate the Relationship between Facebook Usage and Body Image Concerns. *Body Image*, 12, 82-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Ferreira, C.S. Oficina de psicologia (2019). <https://www.oficinadepsicologia.com/sociabilidade-e-adolescencia>
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., & McLean, S. A. (2018). The Contribution of social media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, And Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(3), 149-156. <http://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>
- Gonçalves, V. O., Martínez, J. P. (2014). Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia. *Comunicação & Informação*, 17(2), 139-154. <https://doi.org/10.5216/31792>
- Lira, A. G., Ganen, A. P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. S. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66(3),164-171. <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping The Selfie: Self-Photo Editing and Photo Investment Are Associated with Body Dissatisfaction in Adolescent Girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132-1140. <http://doi.org/10.1002/eat.22449>
- Maduro, T. F. S. (2018). Transtorno dismórfico corporal: uma revisão sobre a relação entre mídia, esporte e vulnerabilidade dos indivíduos. [Trabalho de Conclusão de Curso Universidade de Brasília]. Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente. <https://bdm.unb.br/handle/10483/21437>
- Marques, C. P. A crise do corpo na sociedade contemporânea: uma reflexão à luz da filosofia e da bioética. *Revista Bioethikos*, 6(4):416-421. 2012. <http://www.saocamilo-sp.br/pdf/bioethikos/98/06.pdf>
- Rocha, A. C. (2014). Social TV – Um Novo Paradigma para o Consumo de Mídia Televisiva no Brasil? *PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing*, 15, 17-37. https://revistapmkt.com.br/wp-content/uploads/2022/01/2_Social-TV-Um-Novo-Paradigma-para-o-Consumo-de-Midia-Televisiva-no-Brasil-1.pdf
- Sampasa-Kanyinga, H., Chaput, J. P., & Hamilton, H. A. (2016). Use of Social Networking Sites and Perception and Intentions Regarding Body Weight among Adolescents. *Obesity, Science & Practice*, 2(1), 32-39. <http://doi.org/10.1002/osp4.26>
- Silva, A. F. S., Neves, L. S., Japur, C. C., Penaforte, T. R., & Penaforte, F. R. (2018). Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. *DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde*,13(2), 395-411. <https://doi.org/10.12957/demetra.2018.33305>
- Souza, J. C.; Lopes, L. H. B.; Souza, V. C. R. P. (2018). A Dimensão do Belo no Tempo. *Rev. Psicol. Saúde*,10(3), 87-94. <http://dx.doi.org/10.20435/pssa.v10i3.637>
- Santos, M. S.; Gonçalves, V. O. (2020). Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. *Itinerarius Reflectionis*,16(3), 01-18. <https://doi.org/10.5216/ri.v16i3.58815>
- Santos, B. M. B. influência das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino. (2018). [Trabalho de conclusão de curso Faculdade Maria Nilza]. <http://131.0.244.66:8082/jspui/handle/123456789/1282>
- Silva, B. O; Ramos, R. W. O. (2020). A influência da mídia no comportamento alimentar e imagem corporal: uma revisão integrativa. [Trabalho de Conclusão de curso Centro Universitário Tiradentes]. <https://openrit.grupotiradentes.com/xmlui/handle/set/3896>
- Silva, T. O.; Silva, L. T. G. (2017). Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais. *Revista Psicopedagogia*, São Paulo, 34(103), 87-97. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862017000100009&lng=pt&nrm=iso
- Souza, K. C; Cunha, M. X. C. (2019). Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Educação, Psicologia e Interfaces*, 3(3), 204-2017. <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>
- SPC Brasil., Confederação nacional de dirigentes lojistas. Sete em cada dez brasileiros acreditam que gastos com beleza são uma necessidade e não um luxo. CNDL, São Paulo, 23 jun. 2016. <https://www.cndl.org.br/noticia/sete-em-cada-dez-brasileiros-acreditam-que-gastos-com-beleza-sao-uma-necessidade-e-nao-um-luxo-aponta-pesquisa/>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). Facebook and Body Image Concern in Adolescent Girls: A Prospective Study. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 80-83. <https://doi.org/10.1002/eat.22640>