

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS E DO USO DAS REDES SOCIAIS NA (IN)SATISFAÇÃO DA IMAGEM CORPORAL NA ADOLESCÊNCIA

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND THE USE OF SOCIAL NETWORKS ON THE (DIS)SATISFACTION OF BODY IMAGE IN ADOLESCENCE

Andressa Severo ¹

Maria Eduarda Tenório ²

RESUMO: Após o processo de globalização, a sociedade contemporânea vive a era digital e, nesse contexto, as mídias sociais e o uso das redes sociais ganham força. Na contemporaneidade, os adolescentes representam os maiores entusiastas dessas ferramentas de comunicação social. Nessa perspectiva, os meios de comunicação social difundem informações que podem exercer uma influência significativa na imagem corporal e (in)satisfação com o corpo entre os jovens. O presente artigo trata-se de uma revisão da literatura e teve como objetivo discutir a influência das mídias sociais e do uso das redes sociais na (in)satisfação com a imagem corporal na adolescência. Verificou-se que, por ser um público mais vulnerável e que consome intensamente, os adolescentes sofrem grande influência das mídias sociais e redes sociais. Por difundirem informações que podem exercer uma influência significativa na busca por um corpo perfeito e adequado aos padrões, esses meios de comunicação social representam um risco para a imagem corporal dos adolescentes.

Palavras chave: mídias sociais; redes sociais; imagem corporal; (in)satisfação corporal; adolescência.

ABSTRACT: After the globalization process, contemporary society lives the digital age and, in this context, social media and the use of social networks gain strength. Nowadays, teenagers represent the biggest enthusiasts of social media and social networks. In this perspective, the media disseminate information that can have a significant influence on body image and (dis)satisfaction with the body among young people. This article is a literature review and aimed to verify the influence of social media and the use of social networks on (dis)satisfaction with body image in adolescence. It was found that because they are a more vulnerable and intensely consuming audience, adolescents are greatly influenced by social media and social networks. Because they disseminate information that can exert a significant influence in the search for a perfect body and adequate to the standards, these social media represent a risk for the adolescents' body image.

Keywords: social media; social network; body image; (dis)satisfaction; adolescence.

¹ Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter. andressa_nds94@hotmail.com.

² Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter. m.eduarda.tenorio87@gmail.com

INTRODUÇÃO

Após o processo de globalização, a sociedade contemporânea vive a era digital e, nesse contexto, as mídias sociais ganham força, passando a ocupar um lugar de destaque e atuando como meio tanto de interação quanto de trabalho (Souza, Freitas & Biagi, 2017). As redes sociais também têm impactado social, cultural, política e economicamente a população (Amor, 2017). Essas ferramentas *online* transformaram as relações entre as pessoas e têm atraído milhões de utilizadores (Farias & Crestani, 2017). Atualmente, os adolescentes representam os maiores entusiastas das mídias sociais e redes sociais. A tecnologia digital possibilitou a construção de comunidades virtuais que tornaram-se um fenômeno integrante da cultura adolescente (Abraham, 2020).

A adolescência representa um período difícil de ser entendido por se referir não somente a mudanças físicas, mas também emocionais, comportamentais e sociais (Weinberg, 2019). Um dos fenômenos particulares do adolescente são as relações de socialização que ocorrem através das mídias sociais e do uso da *internet* (Barcelos & Rossi, 2014). O uso das mídias sociais nessa etapa do desenvolvimento é intenso e os jovens usam essas ferramentas como modo de comunicação e informação (Lira, Ganen, Lodi & Alvarenga, 2017). Assim, as mídias em geral são um importante fator a ser considerado na construção da identidade na adolescência através de modelos de vida, de consumo e de comportamento (Ciampo & Ciampo, 2010).

Apesar de a identidade de um indivíduo se estruturar ao longo da vida, a adolescência representa um período no qual diversas características se exteriorizam mais intensamente (Ciampo & Ciampo, 2010). A imagem corporal é um aspecto central no desenvolvimento psicológico e interpessoal na adolescência e tem se tornado alvo de atenção preferencial nas pesquisas (Barbosa, Matos & Costa, 2011). O processo de construção da identidade nessa etapa do desenvolvimento está diretamente ligado à percepção do corpo, envolvendo a satisfação com a autoimagem corporal ou a insatisfação com suas aparentes imperfeições físicas (Valença & Germano, 2009). Desse modo, a preocupação com o corpo está fortemente ligada aos meios de comunicação social que difundem imaginários e práticas corporais (Amor, 2017).

O impacto das mídias sociais na imagem corporal tem relação com a forma como as pessoas enxergam seu corpo em comparação com os modelos corporais disseminados pela mídia em geral e como isso gera ou não uma insatisfação (Santos &

Gonçalves, 2020). Assim, os meios de comunicação social difundem informações que podem exercer uma influência significativa na busca por um corpo perfeito e adequado aos padrões, principalmente entre os adolescentes (Rezende, 2019). Entretanto, no Brasil ainda há poucas pesquisas sobre o assunto envolvendo o público jovem (Lira, Ganen, Lodi & Alvarenga, 2017). Visto que diversas pesquisas estrangeiras vêm comprovando seus impactos biológicos, psicológicos e alimentares para os jovens, é de suma importância para a área da saúde refletir sobre a influência dos meios de comunicação social na (in)satisfação corporal na adolescência (Ringrose, 2011; Tiggemann & Slater, 2013; Vries et al., 2016).

Nessa perspectiva, o presente artigo trata-se de uma revisão da literatura e teve como objetivo discutir a influência das mídias sociais e do uso das redes sociais na (in)satisfação com a imagem corporal na adolescência. Para tal, realizou-se revisão de livros, jornais e artigos científicos nos idiomas português, inglês e espanhol. Enfatiza-se que as publicações estrangeiras foram as maiores contribuintes. As buscas aos artigos utilizados foram realizadas por meio de bases de dados e revistas científicas *online* nacionais e internacionais. As palavras-chave utilizadas foram “mídias sociais”/“social media”; “redes sociais”/“social networks”; “imagem corporal”/“body image”; “satisfação corporal”/“body satisfaction”; “insatisfação corporal”/“body dissatisfaction” e “adolescência”/“adolescence”.

Mídias sociais, uso das redes sociais e a era digital

O presente artigo apresenta os termos *mídias sociais* e *redes sociais* como sinônimos e, para uma melhor compreensão de ambos, faz-se necessário apresentar uma breve explicação sobre esses conceitos. Para alguns autores, as *mídias sociais* e *redes sociais* têm um mesmo significado pelo fato de fazerem parte de um mesmo sistema juntamente com outros meios que entrariam nesse mesmo conceito como, por exemplo, *e-mails*, *blogs*, *sites* e aplicativos de redes sociais (Santos & Gonçalves, 2020). Assim, o conceito de mídias sociais caracteriza-se como redes de compartilhamento de informações e de interações entre usuários, conectando pessoas (Souza et. al., 2017).

A expressão *mídia social* tem uma definição ampla e refere-se a ferramentas que permitem a comunicação e compartilhamento entre indivíduos através da *internet* (Abraham, 2019). O que difere esses meios de comunicação das outras tecnologias de informação é a possibilidade de expor conteúdos de forma pública e, com isso, criar laços com pessoas que tenham interesses em comum (Clementi, Santos, Freire &

Bastos, 2017). Envolver o consumo ativo de uma experiência ao proporcionar que os usuários compartilhem memórias em um ambiente cibernético (Berezana, Krishenc, Agarwalb & Kachroo, 2017). Atualmente esse meio de comunicação social tem grande influência na população e prevê-se que o número de usuários ativos em redes sociais no mundo chegue a 3,02 bilhões até 2021, totalizando um terço da população da Terra (Abraham, 2019).

Já o termo *redes sociais* teria sido utilizado por Radcliffe-Brown na década de 50 para falar sobre as relações entre os indivíduos, sendo estas relações controladas e definidas (Clementi et. al., 2017). Apesar disso, a literatura destaca as reflexões do antropólogo australiano J. A. Barnes a partir de seu conceito sobre *redes sociais* como uma conexão de vínculos interlaçados entre indivíduos numa sociedade que compartilha valores em comum (Radomsky & Schneider, 2007; Acioli, 2007; Souza & Costa, 2011; Enne, 2004). Assim, a expressão foi apresentada por Barnes pela primeira vez em 1953, introduzindo a ideia de uma rede na qual todos os membros da sociedade ou parte da sociedade estão imersos (Souza & Cardoso, 2011).

Atualmente, entende-se o conceito de redes sociais como uma estrutura social composta por pessoas e organizações conectadas por relações que compartilham valores e objetivos comuns (Souza & Cardoso, 2011). Essas estruturas estão relacionadas com as mídias sociais e permitem a criação de laços a partir da interação entre os usuários (Koehler, Carvalho & Franco, 2015). Apesar da expressão ser utilizada antes mesmo da era digital, esses meios propagados pela *internet* foram criados para uso por volta de 2004. Essas redes *online* transformaram as relações entre as pessoas e têm atraído milhões de utilizadores (Farias & Crestani, 2017). Assim, têm tido um importante impacto social, cultural, político e econômico na população (Amor, 2017).

Adolescência, mídias sociais e o uso das redes sociais

A adolescência representa um período difícil de ser entendido por se referir não somente a mudanças físicas, mas também emocionais, comportamentais e sociais. O desenvolvimento de uma identidade, os sentimentos e comportamentos ambivalentes e as confusões de identidade são alguns dos aspectos vivenciados nessa fase da vida (Weinberg, 2019). Além disso, os fatores socioculturais têm grande importância na adolescência e também na elaboração dos fenômenos expressivos dessa etapa (Brêtas, 2003). Um desses fenômenos particulares ao adolescente são as relações que ocorrem através das mídias sociais e do uso da *internet* (Barcelos & Rossi, 2014). O uso desses

recursos nesta etapa do desenvolvimento é intenso e os adolescentes utilizam essas mídias como modo de comunicação e informação (Lira et. al., 2017).

As mídias em geral são um importante fator a ser considerado na construção da identidade na adolescência através de modelos de vida, de consumo e de comportamento (Ciampo & Ciampo, 2010). Nessa etapa do desenvolvimento as experiências de identidade e as estratégias utilizadas para transmitir suas informações são mais significativas (Valkenburg, Schouten & Peter, 2005). O senso de definição de si também é mais maleável e com isso, os jovens usam as mídias sociais como uma ferramenta que permite a eles se expressar e criar sua própria identidade (Berezana et. al., 2017). A comunicação feita na *internet* também apresenta características que influenciam os adolescentes a realizar experimentos de identidade por geralmente ser anônima e acontecer em comunidades sociais isoladas da realidade (Valkenburg et. al., 2005). Além disso, o uso dos *sites* de redes sociais permite que os usuários se comuniquem e façam amizades com outros perfis através de uma experiência multimídia e interativa (Moreno, Kota, Schoohs & Whitehill, 2013).

A tecnologia digital possibilitou a construção de comunidades virtuais que tornaram-se um fenômeno integrante na cultura adolescente (Abraham, 2020). Na pós modernidade, o uso da *internet* possibilita aos jovens a rápida socialização global, representando um dos principais dispositivos de inclusão social na cultura adolescente (Farias & Crestani, 2017). Em pesquisas realizadas pelo IBGE entre 2016 e 2017 contemplando participantes de todo o Brasil, os resultados mostraram que o uso das tecnologias mais recentes, como a *internet*, tem adesão mais rápida entre os jovens (IBGE, 2017). Em pesquisa realizada em 2018 também com participantes de todo o país, o percentual de pessoas que utilizaram a *internet* no grupo etário de 14 a 17 anos foi de 87,7% em uma amostra de 181.869 usuários (IBGE, 2020).

Imagem corporal e (in)satisfação com o corpo na adolescência

Considerado um fenômeno subjetivo, a percepção do próprio corpo transforma-se ao longo da vida, e memórias e experiências participam desse momento ativo e de constante construção (Santos, Rodenbusch & Cardon, 2018). Apesar de a identidade de um indivíduo se estruturar ao longo da vida, a adolescência representa um período no qual diversas características se exteriorizam mais intensamente. A imagem corporal é um aspecto central no desenvolvimento psicológico e interpessoal na adolescência e tem se tornado alvo de atenção preferencial nas pesquisas (Barbosa et.

al., 2011). A maneira como o jovem percebe seu corpo é condição fundamental na formação de sua identidade (Ciampo & Ciampo, 2010). Para compreender a relação do adolescente com seu corpo acredita-se ser fundamental entender expressões básicas como imagem corporal, satisfação corporal e insatisfação corporal.

A imagem corporal deve ser compreendida como um fenômeno singular que engloba todas as formas pelas quais a pessoa experiencia e conceitua seu próprio corpo, sendo influenciada por fatores sensoriais, processos de desenvolvimento e aspectos psicodinâmicos (Tavares, 2003). Caracteriza-se assim pela experiência psicológica de personificação – sobretudo relativamente à aparência física do próprio indivíduo (Amor, 2017). No que se refere às contribuições sobre a compreensão da expressão, a literatura aponta a relevância das reflexões e perspectivas acerca da imagem corporal apresentadas por Paul Schilder na década de 90 (Castro, Carvalho, Ferreira & Ferreira 2010; Tavares, 2003; Barros, 2005; Santos et. al., 2018). O escritor alemão formulou o conceito pela primeira vez em sua monografia intitulada *The Image and Appearance of the Human Body*, publicada em inglês em 1935. Em seus estudos, Schilder fala sobre a imagem corporal como um importante e integral fenômeno que formamos em nossa mente, ou seja, a maneira pela qual o corpo aparece para nós mesmos (Slade, 1994).

Para além das contribuições de Schilder, pesquisadores contemporâneos, a partir de um consenso epistemológico, consideram a imagem que temos do próprio corpo em duas grandes dimensões: a perspectiva e a atitudinal, ou seja, afeto, conexão e comportamento (Santos et. al., 2018). Peter Slade, em seus estudos sobre o tema, descreve o fenômeno como uma representação mental da forma, formato e tamanho do corpo, que sofre influências de diversos fatores, tais como, históricos, socioculturais, individuais e biológicos (Slade, 1994). Seguindo uma visão dinâmica, Tavares (2003, p.19) nos conduz a visualizar a imagem corporal como “*um fenômeno complexo, que deve ser visto sob múltiplas perspectivas*”, reconhecendo seu caráter singular e indivisível. Segundo a autora, a imagem corporal encontra-se em constante transformação, integrando múltiplas dimensões aos processos internos e externos pelos quais passamos.

Sobre o conceito de satisfação corporal, Ciampo & Ciampo (2010, p. 56) traduzem esse fenômeno como “*um componente afetivo da imagem corporal que permite o adequado desempenho emocional e social do indivíduo perante a sociedade*”. Para os autores, a satisfação com o corpo é um dos principais fatores para a auto aceitação, podendo gerar atitudes que interferem no convívio social. Já a insatisfação

corporal caracteriza-se como a atitude negativa em relação ao próprio corpo, consequência da discrepância entre a imagem corporal real e o ideal de imagem corporal (Cash, 1990 citado por Heider, Spruyt & Houwer, 2018). Essa insatisfação com o corpo acarreta sentimentos e pensamentos negativos quanto à aparência, influenciando o bem-estar emocional e a qualidade de vida (Ciampo & Ciampo, 2010). A satisfação do indivíduo com o corpo está diretamente ligada a sua percepção em relação a própria imagem corporal (Santos & Gonçalves, 2020). Assim, o processo de construção da identidade do adolescente está diretamente ligado à percepção do corpo, envolvendo a satisfação com a autoimagem corporal ou a insatisfação com suas aparentes imperfeições físicas (Valença & Germano, 2009).

Influência das mídias sociais e do uso das redes sociais na (in)satisfação com a imagem corporal na adolescência

Na contemporaneidade, a idolatria ao corpo numa visão narcísica tem contribuindo para distúrbios e transtornos biológicos, psicológico e alimentares, seguindo as tendências apresentadas pelos veículos de informação e comunicação (Junior & Silva, 2014). O surgimento dos meios de comunicação social de massa aumentaram a propagação de imagens que personificam o consumo e moldam ideias corporais e normas estéticas (Amor, 2017). Por vivermos na era da informatização, somos diariamente bombardeados por milhares de imagens, expressões e sons produzidos pelas mídias, havendo uma supervalorização da imagem corporal e um culto ao corpo, que é vendido como objeto de consumo (Junior & Silva, 2014). Desse modo, essa preocupação com o corpo está fortemente ligado aos meios de comunicação social que difundem imaginários e práticas corporais (Amor, 2017).

O grande impacto das mídias sociais na imagem corporal tem relação com a forma como as pessoas enxergam seu corpo em comparação com os modelos corporais disseminados pela mídia em geral e como essa comparação gera ou não uma insatisfação corporal (Santos & Gonçalves, 2020). Nas mídias sociais, o indivíduo acaba encontrando perfis de imagens idealizadas impossíveis de serem alcançadas, o que pode levá-lo ao sofrimento, pois ele pode idealizar uma imagem de si muito distante de sua imagem real (Souza et. al., 2017). As redes sociais são um instrumento utilizado pela mídia para difundir os critérios de um corpo saudável e em forma, ou seja, o modelo corporal ideal e satisfatório para ambos os sexos (Santos & Gonçalves, 2020).

Nessa perspectiva, os meios de comunicação social difundem informações que podem exercer uma influência significativa na busca por um corpo perfeito e adequado aos padrões, principalmente entre os adolescentes (Rezende, 2019). O excesso de informações e imagens da mídia podem induzir a uma rapidez no ingresso ao mundo adulto por parte desses jovens, que ainda não têm uma estrutura emocional e psíquica para isso. Esse público, que naturalmente está em fase de transformação, é colocado à frente de modelos midiáticos com uma grande impossibilidade de corresponder a esses veículos (Junior & Silva, 2014). Assim, eventos específicos inseridos num contexto de exposição a mensagens e imagens dos meios de comunicação social podem influenciar a imagem corporal que cada indivíduo tem de si próprio (Amor, 2017).

Em estudo realizado com adolescentes brasileiras, Lira et. al. (2017) avaliaram as relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal das participantes. Os resultados evidenciaram o impacto desse uso na imagem corporal das jovens, considerado um público mais vulnerável e que consome e é fortemente influenciado pelas mídias sociais. Os dados apontaram que as adolescentes que acessavam principalmente redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Snapchat* diariamente tinham uma chance maior de serem insatisfeitas com sua imagem corporal. Além disso, verificou-se que a insatisfação com o corpo era maior nas meninas que tinham um acesso mais frequente e as que apresentaram maior influência da mídia mostraram uma maior insatisfação com a própria imagem (Lira et. al., 2017).

Com o objetivo de investigar se e como as redes sociais afetam a imagem corporal, Vries, Peter, Graaf e Nikken (2016) realizaram um estudo com adolescentes holandeses de 11 a 18 anos usando o modelo tripartido de influência na imagem corporal como estrutura. Esse modelo propõe que os indivíduos internalizam as ideias de beleza principalmente dos pais, colegas e da mídia e, quando sua aparência não corresponde a essas ideias, ficam insatisfeitos. O estudo oferece evidências importantes de que o uso de redes sociais representa um risco para a imagem corporal de meninos e meninas adolescentes. Além disso, os resultados mostram que o uso frequente dessas ferramentas prevê um aumento da insatisfação corporal ao longo do tempo (Vries et al., 2016).

Em estudo inicial sobre as representações sociais de adolescentes sobre si e os outros nos *sites* de redes sociais, Ringrose (2011) também sugere que o uso desses exerce uma influência sociocultural na imagem corporal dos indivíduos. O estudo traz entrevistas com meninas de 14 a 16 anos que relatam a preocupação que têm com a aparência física em redes

sociais. Além disso, as adolescentes usam edições nas fotos para criar uma representação fisicamente atraente de si mesmas em seu perfil, evidenciando como as redes sociais estão focadas na aparência em grande parte do tempo.

Tiggemann e Slater (2013) também investigaram a relação entre a exposição as redes sociais e a preocupação com a imagem corporal em meninas adolescentes. Os resultados mostraram que a exposição na *internet* foi associada à internalização do ideal magro, à vigilância corporal e ao desejo por magreza nessa amostra. Outra achado do estudo foi sobre as usuárias da rede social Facebook, que obtiveram uma pontuação significativamente mais alta que as não usuárias em todos os indicadores de imagem corporal, associando seu uso a uma imagem negativa.

Sobre a quantidade de tempo gasto pelos adolescentes nas mídias sociais e os comportamentos específicos usados nesses meios de comunicação social, Salomon (2017) analisou a correlação entre o uso frequente dessas plataformas e a vergonha e o auto monitoramento corporal. No intuito de compreender os comportamentos que o uso intenso das mídias sociais acarretam nos jovens, o estudo investigou 142 estudantes da sétima série de quatro escolas públicas de ensino médio. Dentre os resultados, foi constatado um alto nível de monitoramento, vigilância e vergonha corporal ligados ao uso dos aplicativos de redes sociais. Além disso, o estudo sugere que adolescentes com um auto monitoramento corporal tendem a ser mais propensos a se comparar com imagens idealizadas para atingirem o padrão corporal desejado (Salomon, 2017).

Visando alertar a sociedade para os impactos causados pelo intenso uso das redes sociais, a *Royal Society for Public Health* (RSPH), instituição multidisciplinar dedicada à saúde pública do Reino Unido, publicou uma cartilha sobre os diversos efeitos do uso das redes sociais nos jovens. Em relação à imagem corporal, a RSPH aponta para a percepção do próprio corpo como um problema para muitos jovens, especialmente para as mulheres, de modo que 9 em cada 10 adolescentes dizem não estarem satisfeitas com o seu corpo. Essa insatisfação é potencializada para os usuários do *Facebook*, mesmo com acessos de curtos períodos de tempo, em comparação à preocupação corporal com os não usuários da plataforma (RSPH, 2017).

Apesar de não ser uma característica particular dos adolescentes, a distorção da imagem corporal, ou seja, superestimar ou subestimar o tamanho e/ou forma do corpo, pode desencadear algum tipo de transtorno alimentar (Valença & Germano, 2009). É notória a associação entre o uso de certos tipos de mídias sociais e comportamentos alimentares inadequados que podem ser precursores de transtornos relacionados à

alimentação (Rezende, 2019). Assim, as influências e pressões da mídia em geral caracterizam um dos fatores entre as causas das alterações da percepção da imagem corporal, gerando insatisfação em especial para o gênero feminino (Conti, Frutuoso & Gambardella, 2005).

CONCLUSÃO

As mídias sociais e redes sociais proporcionaram aos usuários novos espaços de vivência e interação social e têm gerado importantes impactos não só para quem as usa, mas para toda a sociedade. Nesse sentido, tais recursos tecnológicos possibilitam aos adolescentes uma rápida socialização e inclusão social. Em contrapartida, essas ferramentas sociais têm propagado uma variedade de conteúdos e informações que podem vir a influenciar negativamente o público adolescente. Assim, torna-se importante que a área da Saúde investigue essa relação entre as mídias sociais, o uso das redes sociais, a satisfação e insatisfação com a imagem corporal e a adolescência.

Nessa perspectiva, através da revisão de literatura, o presente estudo buscou discutir a influência das mídias sociais e do uso das redes sociais na (in)satisfação com a imagem corporal na adolescência tendo em vista as consequências que este uso possa trazer ao bem-estar desses jovens. Os estudos revisados apresentam importantes resultados que demonstram os impactos que esses recursos de comunicação social podem causar na percepção dos adolescentes sobre sua imagem corporal. Dentre os resultados encontrados, destaca-se a influência dessas ferramentas sociais no público jovem feminino, o qual apresenta um maior nível de insatisfação com o próprio corpo decorrente da intensa influência das mídias sociais.

Durante a revisão de literatura foram encontrados poucos estudos brasileiros acerca do tema abordado pelo artigo, visto que a maioria das pesquisas que contribuíram para esse estudo são de origem estrangeira. Desse modo, nota-se a necessidade de mais estudos que busquem compreender todas as implicações das mídias sociais e do uso das redes sociais no público adolescente. Sugere-se que mais pesquisas sobre esse tema sejam realizadas levando em consideração as diversas implicações que os meios de comunicação social e *online* podem gerar nos jovens.

REFERÊNCIAS

- Abraham, B. K. (2019). Attitude of adolescents towards use of social media. *International Journal of Advanced Research*, 8(2), 443-453.
- Acioli, S. (2007). Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos dos conceitos. *Informação e Informação*, 12(1).
- Amor, M. S. (2017). *Imagem corporal e redes sociais: Confronto entre duas campanhas de comunicação digital*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Audiovisual e Multimídia, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, Portugal, Retrieved in May 18, 2020, from <https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/8267/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Final-AM-Mariana-Amor-9566.pdf>
- Barbosa, M. R., Matos, P. M., & Costa, M. E. (2011). As relações de vinculação e a imagem corporal: exploração de um modelo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 27(3), 273-282, Retrieved in May 18, 2020, from https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722011000300002
- Barcelos, R. H., & Rossi, C. A. V. (2014). Mídias sociais e adolescência: uma análise das consequências ambivalentes. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 11(2), 93-110, Retrieved in May 27, 2020, from <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/104985/000932103.pdf?sequence=1>
- Berezana, O., Krishenc, A. S., Agarwalb, S., & Kachroo, P. (2018). The pursuit of virtual happiness: Exploring the social media experience across generations. *Journal of Business Research* 89, 455–461.
- Brêtas, J. R. da S. (2003). *Mudanças: a Corporalidade na Adolescência*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Enfermagem, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, Retrieved in May 18, 2020, from <http://www.repositorio.unifesp.br/jspui/bitstream/11600/18442/2/Tese-7605.pdf>
- Castro, M. R. de, Carvalho, R. S. de, Ferreira, V. N., & Ferreira, M. E. C. (2010). Função e imagem corporal: Uma análise a partir do discurso de mulheres submetidas à cirurgia bariátrica. *Rev. Bras. Ciênc. Esporte*, 32(2-4), Retrieved in May 18, 2020, from <https://www.scielo.br/pdf/rbce/v32n2-4/12.pdf>
- Ciampo, L. A. del, & Ciampo, I. R. L. del. (2010). Adolescência e imagem corporal. *Revista Adolescência e Saúde*, 7(4), 55-59, Retrieved in May 19, 2020, from http://www.adolescenciaesaude.com/detalhe_artigo.asp?id=246
- Clementi, J. A., Santos, F. dos, Freire, P. de S., & Bastos, L. C. (2017). Mídias sociais e redes sociais: Conceitos e características. In: Programa de Pós Graduação em

Engenharia e Gestão do Conhecimento (Org.), *I Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo* (p. 455). Florianópolis, Brasil: PPGEGC.

- Conti, M. A., Frutuoso, M. F. P., & Gambardella, A. M. D.. (2005). Excesso de peso e insatisfação corporal em adolescentes. *Revista de Nutrição*, 18(4), 491-497, Retrieved in May 27, 2020, from https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732005000400005
- Enne, A. L. S. (2014). Conceito de rede e as sociedades contemporâneas. *Comunicação e Informação*, 7(2), 264-273, Retrieved in May 27, 2020, from <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/24452/15165>
- Farias, C. A., & Crestani, P. (2017). A influência das redes sociais no comportamento social dos adolescentes. *Revista Ciência e Sociedade*, 2, 52-69, Retrieved in May 22, 2020, from <http://periodicos.estacio.br/index.php/cienciasociedade/article/view/2646/1628>
- Heider, N., Spruyt, A. & De Houwer, J. (2018). Body dissatisfaction revised: On the importance of implicit belief about actual and ideal body image. *Psychologica Belgica*, 57(4), 158-173, Retrieved in May 27, 2020, from <https://www.psychologicabelgica.com/articles/10.5334/pb.362/>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2018). *Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017*. Brasil: IBGE, Retrieved in May 27, 2020, from https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). *Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018*. Brasil: IBGE, Retrieved in May 27, 2020, from https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf
- Junior, E. S., & Silva, O. O. N. da. (2014). A influência da mídia com a autoimagem de adolescentes. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 19(195), Retrieved in May 28, 2020, from <https://www.efdeportes.com/efd195/a-influencia-da-midia-com-a-autoimagem.htm>
- Koehler, C., Carvalho, M. J. S., & Franco, S. R. K. (2015). Interação social em rede e nas redes sociais na internet: reflexões para uma educação em rede. *Nuevas Ideas en Informática Educativa*, 11, 713-718, Retrieved in May 28, 2020, from <http://www.tise.cl/volumen11/TISE2015/713-718.pdf>
- Lira, A. G., Ganen, A. de P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. dos 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, Retrieved in May 27, 2020, from https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852017000300164#B3

- Moreno, M. A., Kota, R., Schoohs, S., & Whitehill, J. M. (2013). The Facebook influence model: a concept mapping approach. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 16(7), 504–511, Retrieved in May 28, 2020, from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3715786/>
- Radomsky, G., & Schneider, S., (2007). Nas teias da economia: O papel das redes sociais e da reciprocidade nos processos locais de desenvolvimento. *Sociedade e Estado*, 22(2), 249-284, , Retrieved in May 28, 2020, from https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-6992200700020003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Rezende, B. B. (2019). *Transtornos alimentares: a influência das mídias sociais na percepção da imagem corporal de jovens e adolescentes*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Nutrição, UniCEUB, Brasília, DF. , Retrieved in May 28, 2020, from <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13469/1/21600372.pdf>
- Ringrose, Jessica. (2011). *Are You Sexy, Flirty, Or A Slut? Exploring ‘Sexualization’ and How Teen Girls Perform/Negotiate Digital Sexual Identity on Social Networking Sites*.
- Royal Society for Public Health. (2017). *Status of mind: Social media and young people’s mental health*. Reino Unido: RSPH.
- Salomon, I. P. (2017). *The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image*. Tese de Mestrado, Programa de Pós Graduação em Psicologia e Ciências, University of Kentucky UKnowledge, Kentucky, USA.
- Santos, M. S., & Gonçalves, V. O. (2020). Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. *Revista Eletrônica de Graduação e Pós-graduação em Educação*, 16(3), Retrieved in May 18, 2020, from <https://www.revistas.ufg.br/rir/article/view/58815/34630>
- Santos, A. M. dos, Rodenbusch, C. B., & Cardon. (Eds). (2018). *A imagem do corpo: Reflexões contemporâneas e interdisciplinares*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Slade, P. D. (1994). What is body image. *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497-502.
- Souza, C. H. M. de, & Cardoso, C. (2011). As redes sociais digitais: Um mundo em transformação. *Agência Social*, 5(1), 65-78, Retrieved in May 18, 2020, from http://www.uenf.br/Uenf/Downloads/Agenda_Social_8427_1312371250.pdf
- Souza, G. de, Freitas, T. G. de, & Biagi, C. R. (2017). A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. *Akrópolis*, 25(2), 117-128.
- Tavares, M. C. G. C. F. (2003). *Imagem corporal: Conceito e desenvolvimento*. Barueri, São Paulo: Manole.

- Tiggemann, M., & Slater, A. E. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630- 633, Retrieved in May 28, 2020, from <https://dspace.flinders.edu.au/xmlui/bitstream/handle/2328/35437/Tiggemann%20NetGirls%202013.pdf;jsessionid=0A1681F1CE7AE3857985BD2C8269643F?sequence=>
- Valença, C. N., Germano, R. M. Percepção da auto-imagem e satisfação corporal em adolescentes: Perspectiva do cuidado integral na enfermagem. *Rev. Rene. Fortaleza*, 10(4), 173-180, Retrieved in May 19, 2020, from <https://www.redalyc.org/pdf/3240/324027968020.pdf>
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media and Society*, 7(3), 383-402.
- Vries, D.A., Peter, J., Graaf, H. de, & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *J Youth Adolescence* 45, 211–224, Retrieved in May 18, 2020, from <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-015-0266-4#Sec19>
- Weinberg, C. (2019). *Porque estou assim? Os momentos difíceis da adolescência*. São Paulo: Sá Editora.