




Repercussões das Redes Sociais na Imagem Corporal de Seus Usuários: Revisão Integrativa*

Ana Flávia de Sousa Silva^{1,**} , Camila Cremonesi Japur¹ ,
& Fernanda Rodrigues de Oliveira Penaforte² 

¹Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil

²Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, MG, Brasil

RESUMO – Esta revisão integrativa da literatura seguiu a estratégia PICO para investigar as repercussões do uso das redes sociais na imagem corporal de seus usuários. Foram consultadas as bases PubMed, LILACS, PsycINFO e SciELO e incluídos artigos publicados entre janeiro de 2006 e fevereiro de 2019. Foram analisados 32 artigos na íntegra, que compuseram o *corpus* dessa revisão. Os estudos revelaram que as redes sociais repercutem predominantemente de forma negativa na autoimagem corporal de seus usuários, aumentando os níveis de insatisfação corporal e gerando impacto negativo no estado de humor e na autoestima. Somado a isso, as redes sociais influenciaram no tipo corporal que os usuários gostariam de ter traduzido pelo perfil corporal magro, considerado como modelo de beleza.

PALAVRAS-CHAVE: rede social, autoimagem, imagem corporal

Repercussions of Social Networks on Their Users Body Image: Integrative Review

ABSTRACT – This integrative review of literature followed the PICO strategy to investigate the repercussions of the use of social networks on the body image of their users. PubMed, LILACS, PsycINFO and SciELO databases were included as well as articles published between January 2006 and February 2019. Thirty-three articles were analyzed, which compose the corpus of this review. The studies revealed that social networks have a predominantly negative repercussion on the body self-image of their users, increasing levels of body dissatisfaction, also having a negative impact on mood and self-esteem. Added to this, social networks influenced the body type that users would like to have, translated by the lean body profile, considered a model of beauty.

KEYWORDS: social network, self-concept, body image

A nossa existência corporal está inserida num contexto cultural e relacional, e, por meio do corpo, podemos expressar os efeitos das representações com as quais tivemos contato e nos comunicar com o outro. Nesse sentido, o corpo supera o caráter puramente biológico, manifestando-se também como expressão social, cultural, psicológica e religiosa (Ulian et al., 2016; Barbosa et al., 2011). Como fruto de uma construção social, o corpo e os atributos nos quais ele deve se encaixar para ser considerado “bonito” são, em grande medida, moldados pelos ideais corporais e padrões de beleza propostos por cada sociedade, que

são dinâmicos e variam nos diferentes contextos sociais, culturais e históricos (Christakis & Fowler, 2007).

A imagem corporal (IC) pode ser definida como a imagem do corpo construída em nossa mente, bem como as percepções, sentimentos e pensamentos relacionados ao próprio corpo (Slade, 1994). Os aspectos sociais são os que apresentam maior relevância nessa construção, devido às influências dos valores de estética corporal na contemporaneidade (Marcuzzo et al., 2012). A IC é constituída pela dimensão perceptiva, relacionada ao julgamento do tamanho e forma corporais, e dimensão

* Este trabalho foi financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG; APQ-00071-18).

** E-mail: anaflavia.s.s@hotmail.com

■ Submetido: 06/02/2018; Revisado: 18/01/2019; Aceito: 23/12/2019.

atitudinal, que engloba componentes do comportamento, afetivos e cognitivos (Thompson, 1996). A insatisfação corporal é considerada um distúrbio atitudinal da IC e diz respeito à avaliação negativa que se tem sobre o próprio corpo, decorrente da percepção de uma discrepância entre a avaliação do corpo atual e o corpo considerado ideal (Grogan, 2008), que atualmente se fecha nas possibilidades de um corpo magro, moldado a suaves curvas e trabalhado esculturalmente em academias (Campos, et al., 2016).

Fatores sociais estão intimamente relacionados à insatisfação corporal, com destaque para a influência da mídia, que é considerada um dos principais fatores de risco para essa insatisfação (Conti, et al., 2010; Thompson et al., 1999). A mídia de comunicação em massa, como revistas, televisão e internet, está impregnada de imagens de corpos idealizados, magros, delicados e bem torneados, que geram comparações de aparência e interferem na percepção que construímos de nosso próprio corpo e, conseqüentemente, contribuem para a insatisfação que temos com ele. Essas imagens também podem promover ideais inalcançáveis de beleza, uma vez que se distanciam muito dos corpos da maior parte da população (Marcuzzo et al., 2012; Campos et al., 2016; Derenne & Beresin, 2006). Além disso, há a manipulação por programas de edição de imagem computadorizados, que criam falsas imagens de corpos perfeitos (Krawitz, 2014).

Com o advento da internet, as redes sociais – que se constituem em novos tipos de mídias – se popularizaram e passaram a ser largamente consumidos pela população. Essas plataformas permitem que seus usuários compartilhem, por meio de perfis públicos ou privados, aquilo que é de seu interesse, interajam com outros usuários e mostrem seu ponto de vista sobre determinados assuntos (Madeira & Galucci, 2009). Nas redes sociais, os usuários são, ao mesmo tempo,

fonte e receptores de informação, e decidem ativamente a forma como participam dessas plataformas, diferente do que ocorre com os meios de comunicação em massa tradicionais, cujo consumo ocorre de forma mais passiva. Nesses espaços, é possível participar de diversas atividades, como compartilhamento de fotos, vídeos, informações sobre diferentes assuntos e suas próprias vidas, além de fazer comentários sobre as atividades dos outros. Exemplos de redes sociais bastante populares incluem Facebook, Instagram e Twitter (Holland & Tiggemann, 2016).

À semelhança do observado para a mídia tradicional, as redes sociais parecem exercer papel importante na construção e disseminação de padrões corporais idealizados (Holland & Tiggemann, 2016), com potenciais repercussões negativas na autoimagem e na satisfação corporal. Nesse sentido, a compreensão desse fenômeno é de fundamental importância, uma vez que a insatisfação corporal pode desencadear doenças de ordem física e psíquica, como o desenvolvimento de transtornos alimentares, depressão, baixa autoestima, comparação social, ansiedade, aumento de cirurgias plásticas estéticas e diminuição da qualidade de vida (Souza & Alvarenga, 2016).

Por se tratar de um fenômeno recente, há uma escassez de conhecimento científico sistematizado sobre o uso de redes sociais e suas repercussões na imagem corporal, especialmente no que tange a insatisfação com a imagem corporal. Entende-se que a sistematização desse conhecimento é importante para sua melhor compreensão, haja visto que o uso das redes sociais é parte importante da vida das pessoas. Portanto, este estudo teve por objetivo realizar uma revisão integrativa do crescente corpo de pesquisas que investigaram as repercussões do uso das redes sociais na imagem corporal de seus usuários.

MÉTODO

Trata-se de uma revisão integrativa da literatura científica, que tem como objetivo a síntese do estado do conhecimento acerca de um determinado assunto, discutindo-o de maneira crítica e integrada, a fim de possibilitar o levantamento de lacunas que requerem novas pesquisas. O propósito inicial deste método de pesquisa é obter um profundo entendimento de um determinado fenômeno baseando-se em estudos anteriores (Broome, 2000). Portanto, a revisão integrativa inclui a análise de pesquisas que são relevantes e irão servir como base para a tomada de decisões e a melhoria da prática clínica (Benefield, 2003). O procedimento realizado nesta revisão seguiu as etapas propostas por Mendes et al. (2008), que são: (1) identificação do tema e da questão norteadora; (2) estabelecimento de critérios de inclusão/exclusão; (3) categorização dos estudos; (4) avaliação dos estudos; (5) interpretação dos resultados e (6) síntese do conhecimento.

Para o presente trabalho, a pergunta de pesquisa foi definida a partir da estratégia PICO, que prevê a definição de participante (P), intervenção (I), comparação (C) e desfecho *outcomes* (O) (Harris et al., 2014). Pretende-se responder

à questão norteadora: Quais são as repercussões das redes sociais (I) na imagem corporal (O) de seus usuários (P)?

Percurso da Seleção dos Artigos

A seleção dos artigos foi realizada por dois juízes independentes, entre março e abril de 2019. Caso houvesse discordância entre os revisores quanto à adequação do estudo, haveria uma avaliação por um terceiro juiz. Foram realizadas buscas nas bases de dados PubMed, Literatura Latino-americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e PsycINFO. Foram considerados trabalhos em português, inglês e espanhol. Estas bases de dados foram escolhidas por atingirem vasta literatura publicada sobre o tema de interesse nos âmbitos nacional e internacional, além de incluir periódicos conceituados na área da saúde.

Para as buscas, foram utilizados descritores indexados segundo a padronização do DeCs/MeSh, nas suas versões em

português e inglês. O termo rede social (*social networking*) foi cruzado com os descritores autoimagem (*self-concept*) e imagem corporal (*body image*). Outros descritores não indexados, mas que se relacionam diretamente ao tema, também foram utilizados, sendo eles: rede social digital (*digital social networking*), mídias sociais (*social media*) e insatisfação corporal (*body dissatisfaction*), Facebook, Instagram, Twitter e *Fitspiration*. Estes unitermos apareceram em, pelo menos, um dos seguintes campos de busca: título, resumo, assunto e palavra-chave. A combinação de descritores para cada estratégia de busca utilizada em cada base de dados está descrita na Tabela 1.

Os critérios de inclusão estabelecidos foram: (a) artigos publicados entre janeiro de 2006 a fevereiro de 2019; (b) estudos que abordassem diretamente a temática de interesse; (c) estudos empíricos; (d) estudos que estivessem disponíveis gratuitamente para leitura na íntegra e (e) estudos publicados nos idiomas português, inglês e espanhol. Foram excluídos:

(a) materiais como monografias, editoriais, livros, capítulos de livros, resenhas e resumos em anais de congressos; (b) artigos de revisão de literatura e (c) estudos sobre elaboração e validação de instrumentos científicos. Os estudos que se repetiram em mais de uma base de dados foram computados apenas uma vez.

Para verificar se os artigos atendiam aos critérios de inclusão e exclusão, realizou-se uma avaliação por dois revisores independentes, obedecendo a seguinte ordem: (1) títulos de todos os estudos identificados; (2) resumos dos estudos selecionados na fase anterior; e (3) leitura completa dos textos selecionados. Após a exclusão dos artigos que não atenderam aos critérios de inclusão, foi realizado um fichamento de todos os artigos que compuseram o *corpus* de análise desse estudo, com as seguintes informações: título, autores, ano e local de publicação, base onde foi encontrado o estudo, delineamento, amostra, instrumentos utilizados, objetivos, principais resultados e principais conclusões.

Tabela 1

Número de Referências Encontradas nas Bases de Dados Segundo a Estratégia de Busca Utilizada

Estratégia de Busca	Bases de dados	Número de artigos encontrados
Digital social networking AND body dissatisfaction	Scielo*, LILACS*	2
Digital social networking AND self-concept	PubMed, SciELO*	5
Digital social networking AND body image	PubMed, SciELO*, LILACS*	9
Digital social networking AND self-concept AND body image	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS	0
Facebook AND body image	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS	69
Twitter AND body image	PubMed, PsycINFO, LILACS*	24
Fitspiration	PubMed, PsycINFO,	39
Instagram	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS*	455
Social media AND body dissatisfaction	PubMed, PsycINFO, Scielo*, LILACS*	184
Social media AND self-concept	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS*	664
Social media AND body image	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS*	515
Social media AND self-concept AND body image	PubMed, PsycINFO, SciELO*	274
Social networking AND body dissatisfaction	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS*	28
Social networking AND self-concept	PubMed, PsycINFO, SciELO*	237
Social networking AND body image	PubMed, PsycINFO, SciELO*, LILACS*	86
Social networking AND self-concept AND body image	PubMed, SciELO, LILACS*	21
Total		2.612

*Bases de dados nas quais as combinações dos unitermos ocorreram em inglês e português

RESULTADOS

As buscas nas bases de dados originaram um total de 2.612 artigos. A base com maior número de artigos foi a PubMed (1.976), seguida pela PsycINFO (413), SciELO (170) e LILACS (53). Na primeira etapa da análise, excluíram-se 1.208 artigos duplicados. Posteriormente, foram excluídos 1.349 artigos, sendo o principal motivo da exclusão o fato de não abordarem diretamente a temática de interesse. Restaram 55 artigos para leitura na íntegra e, após essa leitura, 23 artigos foram excluídos, por não abordarem a temática das redes sociais ou da imagem

corporal, totalizando 32 artigos, que compuseram o *corpus* dessa revisão. A Figura 1 apresenta o fluxograma de estratégia de seleção dos estudos de acordo com as normas PRISMA.

Dos artigos selecionados que avaliaram a relação entre uso de redes sociais e imagem corporal, foram destacados a autoria, o ano de publicação, a amostra, o delineamento do estudo, o objetivo central do estudo, os principais instrumentos utilizados para avaliação da imagem corporal e os principais resultados encontrados (Tabela 2).

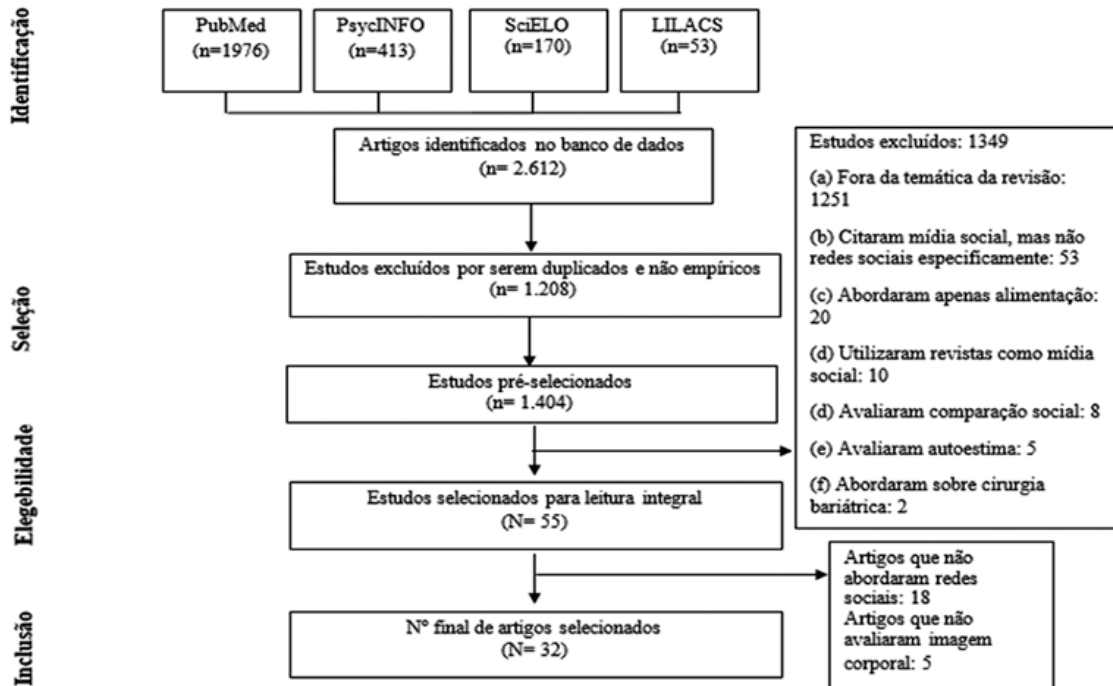


Figura 1. Etapas da Seleção dos Artigos Incluídos na Revisão

Tabela 2

Estudos Internacionais e Nacionais Realizados Envolvendo Imagem Corporal e Redes Sociais (n=32)

Autoria (ano) País	Amostra	Objetivo / Delineamento	Instrumentos para avaliação da IC	Resultados principais
Hogue e Mills (2019) Canadá	143 estudantes do sexo feminino	Examinar os efeitos de seguir perfis de <i>web-celebridades</i> das redes sociais (consideradas bonitas e atraentes) na autoimagem corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	Escala visual analógica (EVA).	As participantes que seguiam tais perfis nas redes sociais apresentaram maiores níveis de autoimagem corporal negativa <i>versus</i> aquelas do grupo controle.
Slater et al. (2019) Inglaterra	102 mulheres adultas	Investigar a influência da exposição a imagens de corpos magros de celebridades no Instagram <i>versus</i> exposição a corpos magros de celebridades com teor humorístico na satisfação corporal e no humor. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por escala visual analógica (EVA).	As mulheres expostas a imagens de corpos magros com teor humorístico tiveram maiores níveis de satisfação corporal e de humor (felicidade) <i>versus</i> aquelas que foram expostas apenas a imagens de corpos magros.
Griffiths et al. (2018) Austrália	2.733 homens	Determinar se a frequência de uso de diferentes plataformas de mídias sociais está associada a insatisfação corporal, sintomas de transtornos alimentares e pensamentos sobre uso de esteroides. Delineamento experimental de corte transversal.	The Male Body Attitudes Scale–Revised (MBAS-R)	A maior frequência do uso de mídias sociais, em especial o Facebook, Instagram e Snapchat, se associaram com maior preocupação com a imagem corporal e com sintomas de transtornos alimentares. Não houve associação com o uso de esteroides.
Mills et al. (2018) Canadá	110 estudantes de graduação do sexo feminino	Testar se a postagem de <i>selfies</i> nas redes sociais, com ou sem edição fotográfica, repercute na satisfação com a autoimagem corporal e no humor das estudantes. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por escala visual analógica (EVA)	As estudantes que postaram <i>selfies</i> tiveram maiores níveis de insatisfação com a autoimagem corporal e menores níveis de humor, independente da edição fotográfica, comparadas ao grupo controle.
Powell et al. (2018) Estados Unidos	250 estudantes de graduação do sexo feminino	Examinar as contribuições dos níveis de comparação social e do estado nutricional (IMC) na predição de preocupações com a imagem corporal com as usuárias da plataforma Pinterest. Delineamento correlacional de corte transversal.	The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ)	Os valores de IMC se correlacionaram de forma negativa com os níveis de satisfação corporal. Os níveis de comparação social mediaram a relação com a satisfação corporal.

Tabela 2

Cont.

Autoria (ano) País	Amostra	Objetivo / Delineamento	Instrumentos para avaliação da IC	Resultados principais
Tiggemann et al. (2018) Austrália	220 estudantes de graduação do sexo feminino	Investigar o efeito do número de curtidas que acompanhavam imagens centradas em corpos femininos “ideais” <i>versus</i> “normais” postadas no Instagram na satisfação corporal e facial de estudantes universitárias. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por escala visual analógica (EVA).	Houve efeito significativo do tipo de imagem na satisfação corporal e facial, com imagens de corpos “ideais” gerando maiores níveis de insatisfação para ambos. O número de curtidas não resultou em maior insatisfação corporal.
Tiggemann e Barbato (2018) Austrália	128 estudantes de graduação do sexo feminino	Investigar o efeito da visualização de comentários associados a fotos de corpos atraentes no Instagram <i>versus</i> exposição a comentários associados a fotos de lugares e paisagens (grupo controle) na satisfação corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por escala visual analógica (EVA).	Os níveis de satisfação corporal foram menores no grupo exposto a comentários associados a fotos de corpos atraentes <i>versus</i> grupo controle.
de Vries et al. (2016) Holanda	440 adolescentes do sexo feminino	Examinar as associações entre o uso de mídias sociais, insatisfação corporal e relacionamento positivo com os pais. Delineamento correlacional de corte transversal.	The body dissatisfaction subscale of the Body Attitude Test (BAT)	Houve associação positiva entre o uso das mídias sociais e a insatisfação corporal. Tal associação foi mais fraca nos adolescentes que relataram uma relação mãe-adolescente mais positiva. A relação pai-adolescente não moderou a associação entre o uso da mídia social e a insatisfação corporal.
Burnette et al. (2017) Estados Unidos	38 meninas (12 a 14 anos de idade)	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. Delineamento exploratório de corte transversal.	Seis grupos focais	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.
Cohen et al. (2017) Austrália	259 mulheres	Identificar quais atividades realizadas nas redes sociais Facebook e Instagram se relacionam com preocupações com a imagem corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>The Body Surveillance Subscale of the Objectified Body Consciousness Scale Sociocultural Attitudes Scale for Appearance (SATAQ-3).</i>	O uso das redes sociais, em geral, se associou com preocupações com a imagem corporal. A atividade fotográfica foi a principal atividade associada com tal preocupação.
Howard et al. (2017) Estados Unidos	445 mulheres negras e 477 brancas	Examinar as diferenças raciais na relação entre o uso de redes sociais, satisfação corporal e sintomas de transtornos alimentares. Delineamento experimental de corte transversal.	Body Shape Questionnaire (BSQ-16)	O uso inadequado das redes sociais (considerado como o uso das redes sociais para obter feedback de outras pessoas) se associou positivamente com os níveis de insatisfação corporal e com sintomas de transtornos alimentares, independente da raça.
Hendrickse et al. (2017) Flórida	185 estudantes de graduação do sexo feminino	Examinar as relações entre atividades fotográficas (visualização de fotos) no Instagram, satisfação corporal e busca pela magreza. Delineamento correlacional de corte transversal.	Subscale of the Eating Disorder Inventory (EDI)	As atividades fotográficas foram preditoras do desejo por magreza e de insatisfação corporal, tendo a variável comparação de aparência como mediadora.
Slater et al. (2017) Inglaterra	160 estudantes de graduação do sexo feminino.	Examinar o impacto da exposição a imagens do Instagram com a hashtag <i>Fitspiration</i> <i>versus</i> imagens/citações sobre autocompaixão <i>versus</i> grupo controle na satisfação corporal, apreciação corporal, humor negativo e autocompaixão. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por escala visual analógica (EVA). Body Appreciation Scale, adaptada para o estudo.	Maiores níveis de satisfação corporal, apreciação corporal e autocompaixão, e menores de humor negativo entre as expostas a citações de autocompaixão <i>vs.</i> grupo controle. Menores níveis de autocompaixão quando expostas a imagens <i>Fitspiration</i> <i>versus</i> grupo controle.

Tabela 2

Cont.

Autoria (ano) País	Amostra	Objetivo / Delineamento	Instrumentos para avaliação da IC	Resultados principais
Abbas e Karadavut (2017) Turquia	151 candidatos a cirurgia plástica (estética) do sexo masculino.	Investigar quais as variáveis preditoras dos motivos que levam a busca pela cirurgia plástica estética, incluindo o uso de redes sociais. Delineamento exploratório de corte transversal.	Body Image Scale	O uso frequente de redes sociais, o maior tempo gasto na televisão e menores níveis de satisfação corporal foram fatores preditores da busca pela cirurgia estética.
Tiggemann e Slater (2017) Austrália	438 adolescentes do sexo feminino.	Avaliar a relação entre o uso do Facebook e a preocupação com a imagem corporal. Delineamento longitudinal.	<i>Drive for Thinness subscale do Eating Disorder Inventory. Objectified Body Consciousness Scale.</i>	O maior tempo de uso do Facebook se associou com aumento na preocupação com a imagem corporal.
Eckler et al. (2017) Estados Unidos	881 estudantes de graduação do sexo feminino.	Avaliar a associação entre o tempo gasto no Facebook e a satisfação com a imagem corporal. Delineamento exploratório de corte transversal.	<i>Body Shape Questionnaire (BSQ).</i>	Associação negativa entre o tempo gasto no Facebook e a satisfação corporal. O tempo gasto no Facebook foi também associado a maiores níveis de comparação de aparência.
Robinson et al. (2017) Austrália	106 estudantes de graduação do sexo feminino.	Investigar o impacto da exposição a imagens <i>fitspiration</i> (corpos magros e atléticos) versus exposição a imagens de corpos magros (mas não atléticos) na satisfação corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por EVA.	A exposição a imagens de conteúdo <i>fitspiration</i> geraram maiores níveis de insatisfação corporal versus imagens de corpos magros, mas não atléticos.
Lira et al. (2017) Brasil	212 adolescentes de uma escola pública do sexo feminino.	Verificar as relações entre o uso de redes sociais e a imagem corporal. Delineamento exploratório de corte transversal.	Escala Brasileira de Silhuetas. <i>Sociocultural Attitudes Scale for Appearance (SATAQ-3).</i>	O acesso diário superior a 10 vezes/dia ao Facebook e ao Instagram aumentou a chance de insatisfação corporal em 6,57 e 4,47 vezes, respectivamente.
Flynn (2016) Estados Unidos	501 estudantes de graduação do sexo masculino e feminino.	Avaliar os efeitos da exposição a imagens de corpos ideais no Facebook na imagem corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>The Body Area Satisfaction Scale (BASS) do Multidimensional Body-Self.</i>	Sem efeitos significativos da exposição a imagens de corpos ideais na imagem corporal.
de Vries et al. (2016) Holanda	604 estudantes adolescentes do sexo masculino e feminino.	Investigar o impacto do uso das redes sociais na imagem corporal. Delineamento longitudinal.	<i>The Body Area Satisfaction Scale (BASS) do Multidimensional Body-Self</i>	O uso frequente das redes sociais prediz maior insatisfação corporal. Não houve diferença entre os sexos.
Brown e Tiggemann (2016) Austrália	138 estudantes de graduação do sexo feminino.	Avaliar o efeito da exposição a imagens de celebridades do Instagram versus imagens de pessoas desconhecidas (mas igualmente magras) versus situação controle (fotos de viagens) na imagem corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por EVA.	Maiores níveis de insatisfação corporal com a exposição tanto a celebridades quanto a pessoas desconhecidas e magras, comparadas com a situação controle. Esse efeito foi mediado pela comparação de aparência.
Hicks e Brown (2016) Reino Unido	269 mulheres gestantes.	Avaliar as relações entre o uso do Facebook e a autoimagem corporal. Delineamento exploratório de corte transversal.	Questionário para avaliação da Satisfação Corporal em gestantes desenvolvido pelos autores, com perguntas relacionadas as mudanças corporais durante a gestação.	As gestantes que possuíam perfil no Facebook apresentaram maiores níveis de preocupação com a imagem corporal comparadas com as que não possuíam.

Tabela 2

Cont.

Autoria (ano) País	Amostra	Objetivo / Delineamento	Instrumentos para avaliação da IC	Resultados principais
Sampasa-Kanyinga et al. (2016) Canadá	4.468 estudantes adolescentes do sexo masculino e feminino.	Verificar as associações entre o uso de sites de redes sociais (SRS) e a autopercepção e satisfação com o peso corporal. Delineamento observacional, de corte transversal.	Satisfação com o peso corporal avaliada por questionário construído pelos autores. <i>Body Satisfaction Scale for Women.</i> <i>Body Shame Scale of 4 items.</i> <i>Sociocultural Attitudes Scale for Appearance (SATAQ-3).</i>	Entre as mulheres, o uso diário > 2h/dia de SRS aumentou a probabilidade de insatisfação com o peso corporal e com o desejo de perder peso.
Strubel et al. (2016) Estados Unidos	796 estudantes de graduação do sexo feminino.	Avaliar a relação entre o uso do Facebook com a internalização de ideais de beleza e a satisfação corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>Body Area Satisfaction Scale (BASS).</i> <i>Sociocultural Attitudes Scale for Appearance (SATAQ-3).</i>	O uso do Facebook se relacionou positivamente com a internalização de ideais de beleza, mas não se relacionou com a satisfação corporal.
Cohen e Blaszczynski (2016) Austrália	193 estudantes de graduação do sexo feminino.	Verificar as relações entre exposição ao Facebook <i>versus</i> mídia convencional, referente à satisfação corporal e comparação de aparência. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>Body Area Satisfaction Scale (BASS).</i> <i>Sociocultural Attitudes Scale for Appearance (SATAQ-3).</i>	A comparação de aparência foi preditora de mudanças na satisfação corporal somente com a exposição ao Facebook. O tipo de exposição não moderou a relação entre comparação de aparência e mudanças na satisfação corporal.
Fardouly et al. (2015) Austrália	112 estudantes de graduação do sexo feminino.	Investigar o efeito da exposição ao Facebook sobre a satisfação corporal e sobre o estado de humor. Delineamento experimental de corte longitudinal.	Satisfação corporal por EVA.	Sem diferença para a satisfação corporal com a exposição ao Facebook <i>versus</i> situação controle (site de artesanato doméstico).
Fardouly e Vartanian (2015) Austrália	227 estudantes de graduação do sexo feminino.	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. Delineamento correlacional de corte transversal.	<i>Body Dissatisfaction subscale (BD).</i> <i>Drive for Thinness subscale (DFT).</i>	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) Austrália	101 estudantes do sexo feminino.	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. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>The 10-item Body Dissatisfaction subscale do Eating Disorders Inventory.</i>	Maiores níveis de insatisfação corporal e de comportamento de restrição alimentar foram observados entre as usuárias que compartilharam selfies nas redes sociais mais frequentemente.
Tiggemann e Zaccardo (2015) Austrália	130 estudantes de graduação do sexo feminino.	Investigar o efeito da exposição a imagens <i>Fitspiration</i> na autoimagem corporal, humor e autoestima. Delineamento experimental de corte transversal.	Satisfação corporal por EVA.	Maiores níveis de insatisfação corporal e de humor negativo, e menores de autoestima, com a exposição a imagens de conteúdo <i>Fitspiration versus</i> situação controle (imagens de viagem).
Meier e Gray (2014) Estados Unidos	103 estudantes do sexo feminino.	Investigar os efeitos do uso do Facebook na imagem corporal. Delineamento correlacional de corte transversal.	<i>The 8-item Weight Satisfaction subscale do Body-Esteem Scale for Adolescents and Adults (BES).</i>	O tempo gasto no Facebook em atividades fotográficas (exposição a aparência), e não o tempo total gasto nessa plataforma, se associou com a maior insatisfação corporal, desejo pela magreza, internalização do ideal de corpo magro e auto-objetificação.
Tiggemann e Slater (2013) Austrália	1.087 estudantes do ensino médio do sexo feminino.	Verificar associações entre o uso do Facebook e a preocupação com a imagem corporal. Delineamento experimental de corte transversal.	<i>Objectified Body Consciousness Scale-Youth.</i>	O uso do <i>Facebook</i> se associou com maiores níveis de preocupação com a imagem corporal. A exposição à Internet (em geral) foi associada a maior internalização do ideal de corpo magro.
Smith et al. (2013) Estados Unidos	232 estudantes de graduação do sexo feminino.	Analisar o impacto do mal uso do Facebook na satisfação corporal, no comportamento alimentar e na presença de sintomas bulímicos. Delineamento experimental de corte longitudinal.	<i>The subscale of Body Dissatisfaction (EDI).</i>	O mal uso do Facebook (definido como a tendência de buscar avaliações sociais negativas e/ou se envolver em comparações sociais via Facebook) foi preditor de aumento na insatisfação corporal, sintomas bulímicos e episódios de comer excessivo.

O período com maior número de estudos publicados foi entre 2017 e 2016 (n= 17; 51,5%), e dentre os estudos avaliados os mais antigos foram publicados no ano de 2013 (Smith et al., 2013; Tiggemann, & Slater, 2013). Os artigos encontrados são predominantemente internacionais (n=31; 96,8%), sendo encontrado apenas 1 estudo nacional (Lira et al., 2017). O país com maior número de publicações foi a Austrália (n=13; 40,6%).

O tamanho amostral variou de 101 (menor número amostral) a 4.468 (maior número amostral) participantes e a minoria dos estudos relatou ter realizado cálculo amostral (n=04; 12,5%). A pesquisa com menor número amostral foi a de McLean et al. (2015), e a que contou com o maior número amostral foi a de Sampasa-Kanyinga et al. (2016). A maior parte dos trabalhos foi realizado exclusivamente com mulheres (n=27; 84,3%), seguida por estudos que incluíam homens e mulheres em sua amostra (n=03; 9,37%). Apenas dois estudos foram realizados exclusivamente com indivíduos do sexo masculino (Abbas & Karadavut, 2017; Griffiths et al., 2018). A faixa etária dos participantes variou de 17 a 30 anos, com exceção de dois estudos nos quais a média da idade dos participantes foi de 12 a 14 anos e 13 anos (Burnette et al., 2017; McLean et al., 2015).

Grande parte dos estudos foi realizada com estudantes de graduação (n=18; 56,2%), como o estudo de Strubel et al. (2016), seguido por estudos realizados com estudantes de ensino médio (n=7; 21,8%). Somente dois estudos foram realizados com públicos específicos, sendo um (3,1%) desenvolvido com gestantes e um (3,1%) com homens que desejavam realizar cirurgia plástica estética.

Em relação ao delineamento, a maioria dos trabalhos (n=19; 59,3%) se enquadra no delineamento do tipo experimental, seguido pelo exploratório (n=05; 15,6%) e correlacional (n=05; 15,6%). Apenas um estudo (3,1%) foi do tipo observacional. Grande parte dos estudos (n= 27; 84,3%) são de corte transversal e apenas cinco (15,6%) são de corte longitudinal.

As publicações tiveram enfoque predominantemente exclusivo na metodologia quantitativa (n=31; 96,8%), com exceção de um artigo que teve enfoque misto (Burnette et al. 2017). A rede social mais avaliada pelos pesquisadores foi a plataforma Facebook (n=11; 34,3%), seguida pelo Instagram (n=8; 25%). Estudos que não avaliaram uma rede social específica, mas sim o uso dessas plataformas de forma geral, totalizaram (n=11; 34,3%), sendo que um deles (3,1%) avaliou a plataforma *Hyves*, que é uma rede social específica da Holanda, e o Pinterest (3,1%).

Redes Sociais e Imagem Corporal

Diferentes instrumentos foram utilizados para avaliação da imagem e da satisfação corporal, com destaque para a utilização de Escalas Visuais Analógicas (EVA's) nessas avaliações, empregada em 31,2% (n=10) dos trabalhos. A *Sociocultural Attitudes Scale for Appearance* (STAQ-3), que tem por objetivo avaliar em que medida as mulheres

incorporam valores ou atitudes sociais sobre beleza e aparência que estão presentes nos meios de comunicação tradicionais, foi utilizada em quatro (12,5%) estudos. Alguns autores optaram por criarem seus próprios questionários para avaliar a imagem corporal dos seus participantes (n=4; 12,5%).

Em todos os estudos, (n=32; 100%) os autores buscaram avaliar como a exposição às redes sociais repercute na imagem e satisfação corporal dos seus usuários. Em alguns trabalhos, os autores também buscaram avaliar outras variáveis, como o comportamento alimentar dos participantes (n=4 ; 12,5%), o estado de humor (n=5; 15,6%), a autoestima (n= 2; 6,2%) e a comparação de aparência (n=6; 18,7%). Para a avaliação do uso das redes sociais, nos estudos que não tiveram delineamento experimental, os autores utilizaram questionários não validados ou elaborados pelos próprios autores, contendo perguntas como “Com que frequência você acessa o Facebook, Instagram, Snapchat?”, “Quantas horas por dia costumavam gastar em sites de redes sociais como Facebook, Twitter, MySpace e Instagram?”, “Quais redes sociais vocês possuem?” e “Qual o benefício ou malefício de seguir as redes sociais?”.

Em quase todos os estudos (n=28; 87,5%), os resultados indicaram que o uso das redes sociais repercutiu de forma negativa na autoimagem corporal de seus usuários, especialmente em relação ao aumento da insatisfação corporal. Apenas três estudos (9,3%) não encontraram associação entre o uso das redes sociais e a satisfação corporal, que foram os de Fardouly et al. (2015), no qual os participantes tiveram o humor negativo aumentado com esse uso, mas sem impacto na satisfação corporal, de Strubel et al. (2016), cujos resultados indicaram que o uso do Facebook se relacionou positivamente com a internalização de ideais de beleza, mas não se relacionou com a satisfação corporal e o de Flynn (2016), no qual a exposição a imagens de corpos ideais no Facebook não gerou efeitos significativos na autoimagem corporal. Vale destacar também que no estudo realizado por Slater et al. (2017) as imagens que continham citações de autocompaixão apresentaram impacto positivo na satisfação corporal das participantes avaliadas. O significado do termo “autocompaixão” mencionado no estudo é “a capacidade do indivíduo reconhecer e aceitar que todos os seres humanos têm imperfeições e se encontrarão, em diversos momentos de suas vidas, em situações em que se sentirão inadequados”. Os estudos realizados por Cohen et al. (2017) e Slater et al. (2019) mostraram que as imagens corporais postadas de forma positiva podem ser benéficas para evitar a insatisfação corporal.

Dentre as repercussões negativas encontradas nos estudos, podemos destacar que a exposição às redes sociais: (a) aumentou os níveis de insatisfação com a autoimagem corporal; (b) influenciou no tipo corporal que os usuários gostariam de ter, traduzido pelo corpo magro considerado como ideal; (c) aumentou os níveis de humor negativo, especialmente após exposição a imagens de corpos “ideais” de web-celebridades; (d) reduziu os níveis de autoestima; e (e) se associou positivamente com sintomas de transtornos alimentares.

DISCUSSÃO

O objetivo do presente estudo foi realizar uma revisão integrativa do crescente corpo de pesquisas que investigaram as repercussões do uso das redes sociais na imagem corporal de seus usuários. Esta revisão integrativa da literatura apontou que, em quase todos os estudos analisados, as redes sociais repercutiram de forma negativa na imagem corporal de seus usuários e que, mesmo quando as redes sociais não interferiram diretamente na imagem corporal, seu uso gerou impacto negativo no estado de humor e na autoestima desses indivíduos, variáveis que guardam relação direta com a satisfação corporal.

A satisfação com a imagem corporal pode ser entendida como um processo que reúne não apenas aspectos biológicos, mas também aspectos emocionais. Trata-se de um fenômeno multidimensional, com destaque para as dimensões avaliativa (diferença entre o corpo atual e o considerado ideal) e afetiva (o quanto o indivíduo sofre devido a essa mudança) (Frost & Mckelvie, 2004; Sato et al., 2011). A frequente exposição a imagens de corpos idealizados divulgados na mídia e a discrepância dos ideais de beleza construídos pela sociedade frente a realidade corporal da maioria das pessoas aumentam as chances de insatisfação com seu tamanho e forma corporal, o que pode desencadear estados de humor negativo, baixa autoestima e transtornos alimentares (Hawkins et al., 2004; Moor, 2009).

Apesar dos achados mostrarem que em quase todos os trabalhos houve repercussão negativa do uso das redes sociais na satisfação corporal, vale ressaltar que, no estudo realizado por Slater et al. (2017), os autores descobriram que as imagens que continham citações de autocompaixão apresentaram impacto positivo na satisfação corporal das participantes avaliadas, com maiores níveis de apreciação corporal e menores níveis de humor negativo, sinalizando que a repercussão positiva ou negativa gerada na satisfação corporal e humor dos usuários parece guardar relação com o tipo de mensagem e de imagem ao qual o indivíduo é exposto. Até mesmo o tipo de atividade que a pessoa realiza nas redes sociais pode gerar repercussões diferentes no quesito satisfação corporal, como demonstrado no estudo de Meier e Gray (2014), que demonstraram que apenas o tempo gasto no Facebook especificamente em atividades fotográficas (que incluem, predominantemente, a observação de imagens corporal de outros pares), e não o tempo total gasto nessa plataforma, se associou à maior insatisfação corporal, desejo pela magreza e internalização do ideal de corpo magro.

A relação entre mídia e insatisfação corporal parece ser mediada pela Comparação Social, especificamente pela comparação de aparência. Os indivíduos em geral, em especial as mulheres, tendem a avaliar regularmente sua aparência comparando-se com outros pares. Há uma tendência de quanto maior a comparação de aparências, maior a insatisfação corporal (Leyahey et al., 2007; Myers & Crowther, 2009). Com o uso das redes sociais, são muitas as oportunidades que os usuários têm de realizar a comparação de seus corpos

com padrões corporais tidos como ideais, que são largamente difundidos nesse tipo de mídia e, conseqüentemente, de desenvolver e/ou aumentar os níveis de insatisfação com o próprio corpo, uma vez que tais padrões são excludentes, irreais e não abarcam a grande diversidade de formatos corporais apresentados pela população.

Além das repercussões negativas na imagem corporal, alguns estudos também observaram repercussões negativas no estado de humor (Slater et al., 2019; Mills et al., 2018; Slater et al., 2017; Fardouly et al., 2015; Tiggemann & Zaccardo, 2016), na autoestima (Tiggemann & Zaccardo, 2016; Strubel et al., 2016) e no comportamento alimentar dos participantes com o uso das redes sociais (Griffiths et al., 2018; McLean et al., 2015; Smith et al., 2013). Os resultados sinalizam o alcance dos prejuízos emocionais que podem decorrer de seu uso e a associação entre esses prejuízos e a insatisfação corporal, que reconhecidamente favorece o desenvolvimento de transtornos alimentares, baixa autoestima, ansiedade, depressão e redução da qualidade de vida (Souza & Alvarenga, 2016). Uma vez que estar dentro dos padrões corporais exigidos pela sociedade atual parece conferir sensação de pertencimento, autoconfiança, poder e status, gerando sentimentos positivos que estão relacionados com saúde e bem-estar (Souza et al., 2013), estar fora desses padrões acaba por gerar o efeito contrário.

O público feminino parece ser mais susceptível às influências da mídia na satisfação corporal (Ogden, 1996; Gonçalves & Martinez, 2014; Souza & Alvarenga, 2016), inclusive quando se trata de redes sociais, o que pode justificar o fato de a maioria dos estudos analisados nessa revisão terem sido feitos com mulheres. A maioria dos meios midiáticos ditam e ensinam como a mulher deve ser: linda, magra, moderna, desejada por homens e invejada por outras mulheres, assim como ter estilo e estar informada sobre as últimas tendências. Por consequência, as mulheres se tornam mais susceptíveis a esses estereótipos de beleza e comportamento, se esforçando ao máximo para alcançar a excelência física almejada e as condutas aceitáveis pela sociedade (Silva et al., 2016).

Todavia, é importante considerar que os homens não estão imunes à influência das redes sociais na imagem corporal. O estudo de de Vries et al. (2016), por exemplo, mostrou que o uso frequente das redes sociais prediz maior insatisfação corporal entre os participantes de ambos os sexos; o trabalho de Abbas e Karadavut (2017), realizado somente com indivíduos do sexo masculino, concluiu que o uso frequente das redes sociais, o maior tempo gasto na televisão e menores níveis de satisfação corporal foram fatores preditores para os homens desejarem realizar cirurgias estéticas, indicando que eles também são influenciados pelo conteúdo das redes sociais. Assim como o trabalho de Griffiths et al (2018) também mostrou que a maior frequência do uso de mídia social (em especial facebook, instagram e snapchat) correspondeu a maiores

preocupações com a imagem corporal e sintomas de transtornos alimentares.

O ano das publicações sinalizam que o uso das redes sociais é um fenômeno recente. A maioria dos estudos publicados se concentra nos anos de 2016 e 2017, e o ano mais antigo de publicação data de 2013. As plataformas mais pesquisadas pelos autores foram o Facebook, criado em 2004, seguido pelo Instagram, criado em 2010. Apesar de o Facebook ter sido criado em 2004, sua última grande expansão ocorreu em 2006, com o alargamento da permissão de acesso a qualquer internauta com idade superior a 13 anos e com um endereço de e-mail válido (Correia & Moreira, 2014). O uso das redes sociais é parte importante do estilo contemporâneo, disseminando valores, conceitos e normas, e podem tanto influenciar valores e padrões estéticos incorporados pela sociedade quanto transmitir e reforçar ideais sociais relacionadas ao corpo (Furtado, 2009). Os números das redes sociais nos revelam a dimensão alcançada por estes serviços no contexto da internet, apesar de ser um fenômeno recente. Estima-se que o número de usuários que acessam diariamente o Facebook e o Instagram gire em torno de 400 milhões em todo o mundo (Rocha et al., 2011; Chou & Edge, 2012).

Merece destaque o fato de que 96,8% dos estudos que compõe o *corpus* dessa revisão são internacionais, com apenas um estudo nacional tendo sido publicado na temática, no ano de 2017 (Lira et al., 2017). Apesar de vivermos em uma era globalizada, não se deve desconsiderar a importância das influências culturais na construção tanto da imagem quanto da satisfação corporal, ou seja, a cultura desempenha um papel fundamental na maneira como o indivíduo percebe e deseja a sua imagem corporal (Alves et al., 2009). Nesse sentido, é necessária certa cautela na generalização dos achados encontrados para todas as populações, especialmente quando se trata de culturas muito distintas.

Debates que visam abarcar reflexões sobre corporeidade, cultura e influências publicitárias como fontes potenciais na constituição de uma subjetividade não somente individual, mas também coletiva, vem avançando na literatura, inclusive na cultura brasileira (Tilio, 2014; Goldenberg, 2011; Goulart, 2000; Miranda, 2007; Santolin, 2012). Contudo, a grande escassez de estudos no cenário nacional que exploram as repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários aponta para a necessidade do desenvolvimento de estudos nessa temática, para avançarmos em relação à sua compreensão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo oferece uma série de informações sobre as repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários e contribui para ampliar o ainda pequeno – porém crescente – corpo de estudos, que visa ampliar o entendimento das relações entre o uso das redes sociais e a imagem corporal. Essa revisão da literatura também permitiu identificar que as redes sociais repercutem predominantemente de forma negativa na imagem corporal dos seus usuários. Vale lembrar que tal repercussão parece guardar relação com o tipo de imagem e mensagem que está sendo divulgado, e também com as atividades realizadas durante o uso dessas plataformas, sinalizando a complexidade do tema.

Os resultados encontrados na presente revisão sugerem que o corpo (cada vez mais) magro, excessivamente difundido pela mídia, é um forte fator de influência na autopercepção da imagem corporal e na internalização desse ideal corporal, com incorporação ou aceitação do seu valor, podendo afetar não somente atitudes, mas também o comportamento pessoal dos sujeitos (Cafri et al., 2005). Somado a isso, pode gerar distorções na percepção que os indivíduos têm em relação aos seus próprios corpos,

bem como dos corpos de outras pessoas, gerando uma relativização corporal, fazendo com que corpos que antes eram considerados “normais” passem a ser vistos como corpos “gordos” e corpos que eram sinônimos de fome, escassez e até mesmo de doença, sejam almejados e vistos como belo.

A presente revisão da literatura avaliou artigos indexados em bases de dados que atingem uma vasta literatura no âmbito nacional e internacional, incluindo periódicos conceituados na área da saúde, embora não tenha abarcado todas as bases de dados existentes. Apesar disso, os trabalhos analisados indicam que as redes sociais repercutem de forma negativa na imagem corporal de seus usuários, aumentando os níveis de insatisfação corporal. A partir dessas considerações, destaca-se a importância de se realizar pesquisas nesse eixo temático, notadamente no cenário nacional, haja vista a sua atual escassez. A melhor compreensão desse fenômeno é relevante, uma vez que pode amparar o estabelecimento de intervenções oportunas com o intuito de minimizar as repercussões negativas das redes sociais não apenas na satisfação corporal, mas também na saúde mental e física de seus usuários.

REFERÊNCIAS

Abbas, O. L., & Karadavut, U. (2017). Analysis of the Factors Affecting Men's Attitudes Toward Cosmetic Surgery: Body Image, Media Exposure, Social Network Use, Masculine

Gender Role Stress and Religious Attitudes. *Aesthetic Plastic Surgery*, 41(16), 1454-1462. <http://doi.org/10.1007/s00266-017-0882-3>

- Alves, D., Pinto, M., Alves, S., Mota, A., & Leirós, V. (2009). Cultura e Imagem Corporal. *Motricidade*, 5(1), 1-20.
- Barbosa, M. R., Matos, P. M., & Costa, M. E. (2011). Um Olhar Sobre O Corpo: O Corpo Ontem e Hoje. *Psicologia & Sociedade*, 23(1), 24-34. <http://doi.org/10.1590/S0102-71822011000100004>
- Benefield, L. E. (2003). Implementing Evidence-Based Practice in Home Care. *Home Healthcare Nurse*, 21(12), 804-11. <http://doi.org/10.1097/00004045-200312000-00005>
- Broome, M. E. (2000). Integrative Literature Reviews for The Development Of Concepts. Em B. L. Rodgers, & K. A. Knaf (Orgs.). *Concept Development in nursing: Foundations, Techniques and Applications*. W.B Saunders Company.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive Celebrity and Peer Images on Instagram: Effect on Women's Mood and Body Image. *Body Image*, 19(1), 37-43. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- 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. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>
- Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M., & Thompson, J. K. (2005). The Influence of Sociocultural Factors on Body Image: A Meta-Analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12, 421-433. <https://doi.org/10.1093/clipsy/bpi053>
- Campos, M. T. A., Cecília, M. S., & Penaforte, F. R. O. (2016). Corpo-Vitrine, Ser Mulher e Saúde: Produção de Sentidos Nas Capas da Revista Boa Forma. *Demetra*, 11(3), 611-28. <https://doi.org/10.12957/demetra.2016.22394>
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2007). The Spread of Obesity in A Large Social Network over 32 Years. *The New England Journal of Medicine*, 357(4), 370-379. <http://doi.org/10.1056/NEJMsa066082>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater A. (2017). The Relationship between Facebook and Instagram Appearance-Focused Activities and Body Image Concerns in Young Women. *Body Image*, 23, 183-187. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Cohen, R., & Blaszczynski, A. (2016). Comparative Effects of Facebook and Conventional Media on Body Image Dissatisfaction. *Journal of Eating Disorders*, 2(1), 3-23. <http://doi.org/10.1186/s40337-015-0061-3>
- Conti, A. M., Bertolin, T. N. M., & Stela, V. S. (2010). A Mídia e O Corpo: O que O Jovem Tem a Dizer?. *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(4), 2095-2103. <http://doi.org/10.1590/S1413-81232010000400023>
- Correia, P. M. A. R., & Moreira, M. F. R. (2014). Novas Formas de Comunicação: História do Facebook- Uma História Necessariamente Breve. *ALCEU*, 14(28), 168- 187.
- De Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(1), 211-24. <http://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>
- Derenne, J. L., & Beresin, E. V. (2006). Body Image, Media, and Eating Disorders. *Academic Psychiatry*, 30(3), 257-61. <http://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>
- Eckler, P., Kalyango, Y., & Paasch, E. (2017). Facebook Use and Negative Body Image among U.S. College Women. *Women Health*, 57(2), 249-267. <http://doi.org/10.1080/03630242.2016.1159268>
- 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>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood. *Body Image*, 13, 38-45. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Flynn, M. A. (2016). The Effects of Profile Pictures and Friends' Comments on Social Network Site Users' Body Image and Adherence to the Norm. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Network*, 19(4), 239-45. <http://doi.org/10.1089/cyber.2015.0458>
- Frost, J., & Mckelvie, S. (2004). The Relationship of Self-Esteem and Body Satisfaction to Exercise Activity for Male and Female Elementary School, High School, and University Students. *The Online Journal of Sport Psychology*, 7(4), 36-44.
- Furtado, E. R. G. (2009). *Representações Sociais do Corpo, Mídia e Atitudes*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional UFSC. <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/92473>
- Goldenberg, M. (2011). Afinal, O Que Quer A Mulher Brasileira?. *Psicologia Clínica*, 23(1), 47-64.
- Gonçalves, V. O., & Martinez, 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>
- Goulart, C. M. (2000). A Apropriação da Linguagem Escrita e O Trabalho Alfabetizador na Escola. *Cadernos de Pesquisa*, 110, 157-175.
- 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>
- Grogan, S. (2008). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, And Children*. London: Routledge.
- Harris, J. D., Quatman, E., Manring, M. M., Siston, R. A., & Flanigan, D. C. (2014). How to Write A Systematic Review. *The American Journal of Sports Medicine*, 42(11), 2761-2768. <https://doi.org/10.1177/0363546513497567>
- Hawkins, N., Richards, P. S., Granley, H. M., & Stein, D. M. (2004). The Impact of Exposure to The Thin-Ideal Media Image on Women. *Eating Disorders*, 12, 35-50. <http://doi.org/10.1080/10640260490267751>
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and College Women's Body Image: Investigating the Roles Of Appearance-Related Comparisons And Intrasexual Competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>
- Hicks, S., & Brown, A. (2016). Higher Facebook Use Predicts Greater Body Image Dissatisfaction During Pregnancy: The Role of Self-Comparison. *Midwifery*, 40(1), 132-40. <http://doi.org/10.1016/j.midw.2016.06.018>
- Hogue, J. V., & Mills, J. S. (2019). The Effects of Active Social Media Engagement with Peers on Body Image in Young Women. *Body Image*, 28, 1-5. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A Systematic Review of The Impact of The Use of Social Networking Sites on Body Image And Disordered Eating Outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Howard, L. M., Eron, K. E., MacIntyre, R. I., Myers, T. A., & Everhart, R. S. (2017). Is Use of Social Networking Sites Associated with Young Women's Body Dissatisfaction and Disordered Eating? A Look at Black-White Racial Differences. *Body Image*, 23, 109-113. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.08.008>
- Krawitz, M. (2014). Beauty Is Only Photoshop Deep: Legislating Models' BMIs And Photoshopping Images. *JLM*, 21, 859-874.
- 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. <http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000166>
- Madeira, C. G., & Galucci, L. (2009). Mídias Sociais, Redes Sociais e Sua Importância para As Empresas no Início do Século XXI. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.
- Marcuzzo, M., Pich, S., & Dittrich, M. G. (2012). Construction of Body Image among Obese Subjects and Its Relationship with the Contemporary Imperatives for Body Beautification. *Interface- Comunicação, Saúde e Educação*, 16(43), 943-954. <http://doi.org/10.1590/S1414-32832012005000041>
- 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>
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychol Behavior and Social Network*, 17(4), 199-206. <http://doi.org/10.1089/cyber.2013>
- Mendes, K. D. S., Silveira, R. C. C. P., & Galvão, C. M. (2008). Revisão Integrativa: Método de Pesquisa para a Incorporação de Evidências na Saúde e na Enfermagem. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 17(4), 758-64.
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). “Selfie” Harm: Effects on Mood and Body Image in Young Women. *Body Image*, 27, 86-92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Miranda, G. L. (2007). *A História da Evolução da Mídia no Brasil e no Mundo*. [Trabalho de Conclusão de Curso, Centro Universitário de Brasília]. Repositório UniCEUB. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1265/2/20266495.pdf>
- Moor, A. (2009). Full of Power: The Relation between Women’s Growing Social Power and The Thin Female Beauty Ideal. *Radical Psychology: A Journal of Psychology, Politics, & Radicalism*, 8, 1- 14.
- Myers, T., & Crowther, J. (2009). Social Comparison as A Predictor of Body Dissatisfaction: A Meta-Analytic Review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118(4), 683–698. <http://doi.org/10.1037/a0016763>
- Ogden, J. (1996). *A Vez do Gordo? Desfazendo O Mito da Dieta. Imago*.
- Powell, E., Wang-Hall, J., Bannister, J. A., Colera, A., & Lopes, F. G. (2018). Attachment Security and Social Comparisons as Predictors of Pinterest Users’ Body Image Concerns. *Computers in Human Behavior*, 83, 221-229. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.039>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealized Media Images: The Effect of Fitspiration Imagery on Body Satisfaction and Exercise Behaviour. *Body Image*, 24(22), 65-71. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.00>
- 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>
- Santolin, C. B. (2012). *O Nascimento da Obesidade: Um Estudo Genealógico do Discurso Patologizante*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pelotas]. <http://ceev.org.br/arquivo/biblioteca/4031636.pdf>
- Sato, P. M., Timerman, F., Fabbri, A. D., Scagliusi, F. B., & Kotait, M. S. (2011). A Imagem Corporal nos Transtornos Alimentares: Como O Terapeuta Nutricional Pode Contribuir para O Tratamento. Em M. Alvarenga, F. B. Scagliusi, & S. T. Philipp (Orgs.). *Nutrição e transtornos alimentares – avaliação e tratamento*. Manole.
- Silva, J. M., Araújo, L. L., Silva, M. M., & Paiva, M. S. (2016, julho). A Influência da Mídia na Construção do Feminino: O Caso “Bela, Recatada e do Lar”. *Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, Caruaru, PE, Brasil.
- Slade, P. D. (1994). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497-502. [http://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)90136-8](http://doi.org/10.1016/0005-7967(94)90136-8)
- Slater, A., Cole, N., & Fardouly, J. (2019). The Effect of Exposure to Parodies of Thin-Ideal Images on Young Women’s Body Image and Mood. *Body Image*, 29, 82-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>
- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The Impact of Fitspiration and Self-Compassion Instagram Images on Women’s Body Image, Self-Compassion, and Mood. *Body Image*, 22(1), 87-96. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>
- Smith, A. R., Hames, J. L., & Joiner, T. E., Jr. (2013). Status Update: Maladaptive Facebook Usage Predicts Increases in Body Dissatisfaction and Bulimic Symptoms. *Journal of Affective Disorders*, 149(1-3), 235-40. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2013.01.032>
- Sotero, F. (2009). *Futuro da Internet e as Redes Sociais*. Recuperado em 23 novembro, 2017, de <http://www.scribd.com/doc/16465551/Futuro-Da-Internet-e-Redes-Social>
- Souza, A. C., & Alvarenga, M. S. (2016). Insatisfação com A Imagem Corporal em Estudantes Universitários- Uma Revisão Integrativa. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 65(3), 286-99. <http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000134>
- Souza, M. R. R., Oliveira, J. F., Nascimento, E. R., Carvalho, E. S. S. (2013). Droga de corpo! Imagens e Representações do Corpo Feminino em Revistas Brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 34(2), 62-69. <http://dx.doi.org/10.1590/S1983-14472013000200008>
- Strubel, J., Petrie, T. A., & Pookulangara, S. (2016). “Like” Me: Shopping, Self-Display, Body Image and Social Networking Sites. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(4), 1-17. <https://doi.org/10.1037/ppm0000133>
- Thompson, J. K. (1996). *Body Image, Eating Disorders and Obesity*. American Psychological Association.
- Thompson, J. K., Heinberg, L., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. American Psychological Association.
- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You Look Great!”: The Effect of Viewing Appearance-Related Instagram Comments on Women’s Body Image. *Body Image*, 27, 61-66. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The Effect of Instagram “Likes” on Women’s Social Comparison and Body Dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and Body Image Concern in Adolescent Girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633. <http://doi.org/10.1002/eat.22141>
- 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. <http://doi.org/10.1002/eat.22640>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to Be Fit, Not Skinny”: The Effect of Fitspiration Imagery on Women’s Body Image. *Body Image*, 15(1), 61-67. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2016). “Strong Is the New Skinny”: A Content Analysis of #fitspiration Images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 1-9. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>

Tilio, R. (2014). Padrões e Estereótipos Midiáticos na Formação de Ideais Estéticos em Adolescentes do Sexo Feminino. *Revista Ártemis*, 18(1), 147-159. <https://doi.org/10.15668/1807-8214/artemis.v18n1p147-159>

Ulian, M. D., Gualano, B., Benatti, F. B., Campos-Ferraz, P. L., Roble, O. J., Modesto, B. T., Medeiros, G. T., Unsain,

R. F., Sato, P. M., & Poppe, A. C. M. (2016). Eu Tenho Um Corpo Gordo, E Agora? Relatos De Mulheres Obesas Que Participaram De Uma Intervenção Não Prescritiva, Multidisciplinar E Baseada Na Abordagem “Health At Every Size”. *Demetra*, 11(3), 697-722. <http://doi.org/10.12957/demetra.2016.22501>