

11

LINDA DE DOER: DO CULTO À BELEZA AO SOFRIMENTO PSÍQUICO EM JOVENS ADOLESCENTES

▶ **Kaira Bernardes Triunfo**

Bacharelanda em Psicologia, Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu-MG;
2310035@sempre.unifacig.edu.br

▶ **Nicolly Aparecida Matos**

Bacharelanda em Psicologia, Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu-MG;
2310130@sempre.unifacig.edu.br

▶ **Raphaela Gualberto de Oliveira**

Bacharelanda em Psicologia, Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu-MG;
2310391@sempre.unifacig.edu.br

▶ **Stephanie Rosa Baia**

Bacharelanda em Psicologia, Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu-MG;
2310429@sempre.unifacig.edu.br

▶ **Étore Gomes Mazini**

Mestre em Psicologia, Docente no Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu-MG;
etore.gomes@sempre.unifacig.edu.br; <http://lattes.cnpq.br/9688196313096788>

RESUMO

Falar sobre a distorção da autoimagem pela mídia é de imprescindível importância, dado o impacto significativo existente devido a idealização corporal presente na sociedade contemporânea. Assim, as mídias apresentam padrões de beleza cada vez mais inatingíveis, ocasionando em uma percepção distorcida da realidade e influenciando no aumento do índice de insatisfação corporal e baixa autoestima. Desse modo, o artigo busca salientar os impactos causados pelo uso exacerbado das redes sociais que ocasionam sofrimento psicológico em jovens adolescentes no processo de tornar-se mulher. Neste contexto, a pesquisa descritiva quantitativa

coletou dados de meninas em contexto escolar do Ensino Médio da rede pública de ensino de duas cidades situadas na Zona da Mata Mineira. Dentre os principais resultados encontrados destacam-se uma acentuada influência virtual no comportamento e desenvolvimento da auto percepção e sintomatologias relacionadas à ansiedade dessa amostra.

Palavras-chave: Adolescência; redes sociais; autoimagem; sofrimento psíquico.

11

BEAUTIFUL TO HURT: FROM THE CULT OF BEAUTY TO PSYCHOLOGICAL SUFFERING IN YOUNG ADOLESCENTS

ABSTRACT

Discussing the media's distortion of body image is critically important, given the significant impact of the idealized body standards prevalent in contemporary society. The media promotes increasingly unattainable beauty ideals, leading to distorted perceptions of reality and contributing to higher levels of body dissatisfaction and low self-esteem. This article aims to highlight the psychological impacts of excessive social media use, which causes distress among adolescent girls as they navigate the process of becoming women. In this context, the quantitative descriptive study collected data from high school girls attending public schools in two cities located in the Zona da Mata region of Minas Gerais. The key findings indicate a strong virtual influence on the behavior and development of self-perception, along with symptoms related to anxiety within this sample.

Keywords: Adolescence; social media; self image; psychological suffering.

1 INTRODUÇÃO

AA adolescência é um período de profundas mudanças na vida dos indivíduos, já que ainda estão se desenvolvendo fisicamente, cognitivamente e psicossocialmente. Como ressaltam Teixeira, Bock e Furtado (1999), é um período em que se vivencia uma angústia pela dicotomia entre não ser mais criança e ainda não se categorizar como adulto.

Somado a isso, Papalia e Feldman (2013, p. 382) destacam que, nessa faixa etária, “a puberdade envolve alterações físicas dramáticas”, e com isso surgem inúmeras consequências

psicológicas. Seguindo a perspectiva desses autores, o aparecimento de pelos púbicos e axilares, o aumento volumétrico dos seios, o ganho de gordura corporal e o surgimento de acnes transformam significativamente a autopercepção dessas adolescentes, que geralmente se preocupam mais com seus aspectos físicos do que com seu interior, escancarando como a sociedade geralmente destaca apenas as características físicas das mulheres.

Para além das ambiguidades auto perceptivas, o conceito de adolescência não é unânime. Para a psicologia, ela é criada e moldada pela sociedade, variando as experiências subjetivas entre as culturas, contextos históricos e socioeconômicos. Portanto, não é algo natural para os seres humanos, sendo “[...] um período da vida que apresenta suas características sociais e suas implicações na personalidade e identidade do jovem” (Teixeira; Bock; Furtado, 1999, p. 296).

Durante a Idade Média, por exemplo, o conceito de adolescência não existia. Dessa forma, as crianças eram vistas como adultos em miniatura e representavam as demandas do pai. Essa lógica do filho suprimindo demandas do núcleo familiar patriarcal se manteve durante o século XIX com a ascensão da classe burguesa, como bem observa Engels (2019) ao analisar a construção social histórica da família ao longo do processo do materialismo histórico-dialético.

No entanto, a partir de uma lógica mercadológica no processo de consolidação e ampliação do mercado consumidor das potências industriais, a adolescência é introduzida com o intuito de preparação para o ingresso no mercado de trabalho, aquisição de valores morais e constituição posterior da sua própria família.:

Podemos considerar, então, que a adolescência é uma fase típica do desenvolvimento do jovem de nossa sociedade. Isso porque uma sociedade evoluída tecnicamente, isto é, industrializada, exige um período para que o jovem adquira os conhecimentos necessários para dela participar (Teixeira; Bock; Furtado, 1999, p. 293).

Acima da construção histórica do conceito de adolescência supracitado, no Brasil, esse período é delimitado judicialmente por meio do Estatuto da Criança e do Adolescente (Brasil, 1990), que considera adolescentes aqueles que têm entre 12 e 18 anos completos.

Além da recente demarcação, a adolescência na contemporaneidade esbarra-se na internet, produto direto do avanço tecnológico pós-moderno. Sua crescente popularização a partir das décadas de 1990 e 2000 afeta de maneira expressiva os pensamentos, a comunicação e a socialização, acarretando o consumo desenfreado de conteúdo cibernético por jovens em pleno desenvolvimento maturacional (Lévy, 2010). Essa relação desequilibrada impacta profundamente no comportamento e percepção do eu, no modo de se relacionar com os outros e com si mesma, a partir da utilização exacerbada das redes sociais e seus respectivos nichos.

Como observam Teixeira, Bock e Furtado (1999, p. 276), “os meios de comunicação de massa ganharam uma importância formidável nos últimos tempos”, resultando em uma influência crescente da mídia que recebe protagonismo na disseminação de valores — sobretudo aqueles vinculados à estética — e na construção de conteúdos que moldam a autopercepção.

Em decorrência, a publicidade dos meios de comunicação em massa impõe um modelo corporal padronizado, muitas vezes distante da realidade, mas que é idealizado e buscado a qualquer custo. A beleza, então, é retratada por corpos esguios e magros, desconsiderando a diversidade corporal que abarca as mulheres brasileiras (Murari; Dornelas, 2018).

As redes sociais, por sua vez, desempenham um papel cada vez mais presente na vida de adolescentes, proporcionando acesso a vastas quantidades de informações e conexão em um mundo sem fronteiras. No entanto, Souza e Cunha (2019) ressaltam que o uso dessas plataformas pode ter implicações diretas e indiretas de conflitos em diversos âmbitos da vida interpessoal, como, por exemplo, a deturpação da autoimagem e autoestima causada pela exposição constante ao padrão de beleza imposto. Assim, “[...] a baixa autoestima é um fator que dificulta os relacionamentos, sejam eles sociais ou familiares” (Lara; Francatto; Avíncola, 2022, p. 35).

Contudo, veículos midiáticos frequentemente retratam um cenário utópico, isento de imperfeições, onde associam o produto ou serviço a uma atmosfera resplandecente e imaculada. Simultaneamente, há o cuidado em criar uma aparência de autenticidade em relação à realidade, proporcionando uma sensação de proximidade entre as pessoas e esse mundo supostamente alcançável. Nesse momento, ocorre a captura da subjetividade de maneira sutil, tornando-se desafiador resistir a esse processo. Assim que a realidade vem à tona, já se torna complicado abandonar o consumo (Teixeira; Bock; Furtado, 1999).

Destarte, esse ciclo cruel e vicioso acaba trazendo grandes efeitos psíquicos para as adolescentes, pois, em consonância com Murari e Dorneles (2018), o corpo é constituído no inconsciente pelo poder da mídia, que atua de forma perversa, atingindo principalmente os corpos femininos. Ao passo que tornar-se mulher não é dado ao nascimento, como ressalta Beauvoir (1980), os padrões de beleza dilaceram rapidamente a autoestima e a autopercepção das jovens, já que a sociedade adota uma supervalorização da imagem e oprime aquelas que não se enquadram nos moldes preestabelecidos (Bodanese; Padilha, 2017).

Ao pensar nessa defasagem na autoimagem de adolescentes, torna-se importante compreender como a autoimagem de meninas adolescentes é moldada, influenciada e definida por meio das redes sociais, e quais os principais modos de sofrimento psíquico causados por esse processo. Ressalta-se também a vivência delas frente à temática e os impactos que a alta exposição e o consumo midiáticos exacerbados têm no dinamismo de tornar-se mulher.

Entende-se que a adolescência é uma fase de inúmeras transformações físicas, emocionais, hormonais e comportamentais. Devido a essas mudanças, surgem insatisfações e comparações acerca do próprio corpo com os corpos considerados padrões pela sociedade e pelos meios de comunicação. Com o fácil acesso às redes sociais, o ato de comparar-se pode se intensificar e, eventualmente, gerar sofrimento psíquico às adolescentes.

Assim, com o objetivo de contribuir para essa discussão, a pesquisa busca compreender os impactos que as redes sociais têm na construção de um padrão de beleza inalcançável, bem como as consequências psíquicas desenvolvidas em meninas em período de desenvolvimento (adolescên-

cia). Entendendo a gravidade da problemática, dispõe-se a estimular debates sobre a autoaceitação e percepção pessoal, além de conscientizar não só toda a população, mas principalmente meninas dessa faixa etária para que busquem meios eficazes de contornar a situação.

2 METODOLOGIA

A fim de delinear a relação entre o padrão de beleza exposto pelas redes sociais e os impactos psíquicos na autoimagem de meninas adolescentes do ensino médio, foi realizada uma pesquisa descritiva quantitativa. Esse método refere-se ao registro e à descrição imparciais dos fatos observados, sem qualquer interferência do pesquisador, além de traduzir numericamente os dados obtidos. Diante disso, seu principal propósito é descrever as características de uma população, amostra ou fenômeno específico, tal como estabelecer relações entre variáveis (Prodanov; Freitas, 2023).

Para a coleta de dados, elaborou-se um survey formatado no Google Forms, uma extensão online gratuita do Google para criação de pesquisas. O questionário foi aplicado com anonimato e a amostragem por acessibilidade, ou seja, as alunas foram previamente esclarecidas sobre o estudo e decidiram participar ou não. Vale ressaltar que sua formulação teve como referência uma pesquisa já realizada por Lara et al. (2022), sendo complementada com perguntas específicas do tema proposto.

Dessa forma, foram aplicadas 27 perguntas (21 de múltipla escolha e 6 dissertativas) para 68 meninas, entre 15 e 18 anos, matriculadas na rede pública de ensino em dois municípios situados na Zona da Mata Mineira, com a finalidade de coletar, sobretudo, autopercepções. É importante salientar que todos os documentos necessários foram utilizados, como a autorização por escrito dos pais ou responsáveis e a garantia de confidencialidade em relação aos respondentes.

Dentre as questões de múltipla escolha, havia perguntas diretas com a possibilidade de responder “sim” ou “não” e variáveis com “parcialmente” ou “com muita ou pouca frequência”. Por sua vez, para uma análise estatística mais detalhada e robusta, os dados foram analisados via planilha do Excel®, que reúne as respostas em gráficos, demonstrando os resultados.

No que concerne às questões dissertativas, por serem amplas e subjetivas, relacionadas às vivências das participantes, utilizou-se outra metodologia de análise. Primeiramente, todas as respostas foram coletadas e direcionadas ao Microsoft Word® em formato de tópicos e analisadas. Em seguida, foram depositadas na plataforma online gratuita WordClouds (<https://www.wordclouds.com>), que organiza e destaca as palavras em formato de nuvem, para observação visual representativa. Assim, aquelas mencionadas com maior recorrência ganham destaque e as menos citadas ficam em tamanho reduzido, facilitando a identificação dos discursos mais recorrentes.

Destaca-se que o questionário passou por uma etapa de validação. Entendendo a especificidade do grupo, 10 adolescentes foram selecionadas por acessibilidade, respeitando os mesmos critérios amostrais para a pesquisa, mantendo o padrão da coleta de dados. A escolha perpassa pela similaridade nas realidades, o que contribui para uma amostra mais homogênea. Além disso, também foram previamente esclarecidas sobre os objetivos do estudo e a construção posterior de um artigo científico.

Com a média de 13 minutos e 30 segundos para completá-lo e nenhuma dúvida ou feedback negativo, constatou-se por unanimidade que o instrumento estava adequado tanto em termos de linguagem quanto aos objetivos do estudo, não havendo necessidade de modificações na estrutura do texto original.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

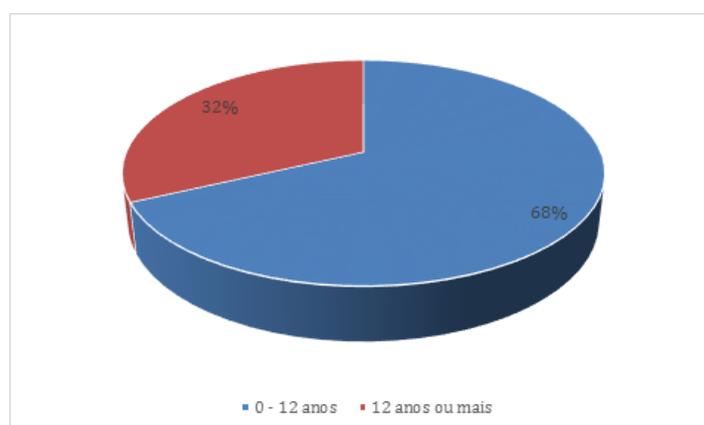
Tendo o formulário 27 questões e 68 respostas, com a primeira pergunta obteve-se a idade das participantes. Dessa forma, a maioria relatou ter 16 e 17 anos (65%), enquanto a minoria tinha 15 e 18 anos (35%), evidenciando, juntamente com a segunda pergunta — ano escolar — que a maior parte da amostra (75%) está no 1º e 2º ano do Ensino Médio e, como esperado, se enquadra na faixa etária característica da adolescência.

Para compreender como a autoimagem de meninas nesse período é moldada, influenciada e definida por meio das redes sociais e quais os principais modos de sofrimento psíquico causados por esse processo, é necessário entender a origem da exposição precoce às redes sociais.

Na atualidade, as telas que anteriormente se restringiam à televisão e aos computadores evoluíram rapidamente por meio da tecnologia para celulares, notebooks e tablets, dispositivos móveis intrínsecos ao cotidiano. Em consonância com sua portabilidade e praticidade, esses aparelhos cada vez mais se mostram presentes na vida das pessoas de diversas situações socioeconômicas e faixas etárias variadas, incluindo aquelas ainda na infância (Madigan et al., 2019).

Assim, quando perguntadas sobre a idade em que começaram o acesso à internet, conforme apontado no Gráfico 1, 68% afirmou que o contato se iniciou ainda quando crianças (período igual ou menor que 12 anos de idade), em plena fase de desenvolvimento, altamente suscetíveis à vulnerabilidade e facilmente seduzidas pelo mundo virtual (Alencar et al., 2022).

Gráfico 1: Idade de início do acesso à internet.

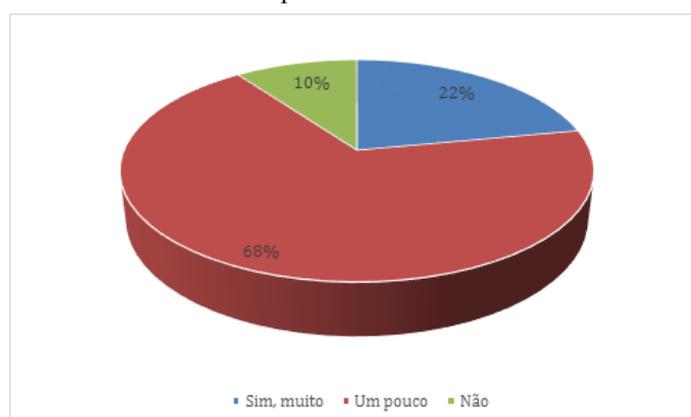


Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No que tange aos motivos pelos quais os cuidadores veem as problemáticas atreladas à exposição precoce às telas, destacam-se a falta de tempo, a noção popular de que a tecnologia substitui uma “babá” confiável e os conteúdos virtuais como ferramenta “útil” para o desenvolvimento infantil. No entanto, é de suma importância que se promova um ambiente seguro, já que as crianças se desenvolvem de maneira recíproca com as trocas em seu meio, sendo bastante influenciadas pelos estímulos que recebem (Alencar et al., 2022). Os mesmos autores salientam os prejuízos a longo prazo em caso de negligência ou falta de supervisão — como maiores dificuldades em formular uma concepção do eu desvinculada da ilusória realidade que, desde cedo, consomem virtualmente — o que acaba facilitando a construção de distorções da autopercepção quando essas crianças, sobretudo meninas, chegam à adolescência.

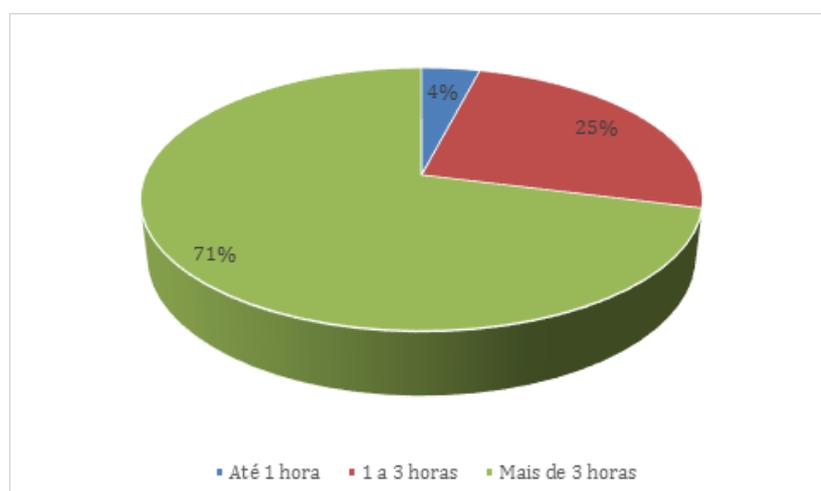
Ainda sob a perspectiva da virtualidade, foram questionadas sobre se há alguma dependência no que se refere às redes sociais e ao tempo de uso desses meios de comunicação. Contraditoriamente, 68% responderam que se sentem somente um pouco dependentes (Gráfico 2), mas, ao mesmo tempo, 71% disseram que consomem diariamente 3 horas ou mais de conteúdos advindos dessas plataformas (Gráfico 3).

Gráfico 2: Dependência das Redes Sociais



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Gráfico 3: Tempo de uso diário de redes sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

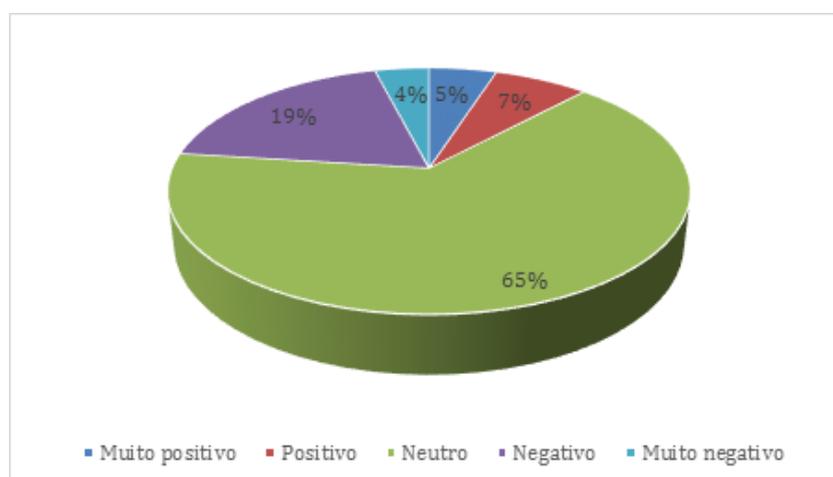
Essa incompatibilidade dos resultados pode ser explicada pelo que Papalia e Feldman (2013) nomeiam como sentimento de onipotência da adolescência, fazendo com que os indivíduos dessa faixa etária não levem em consideração o risco de suas ações, pois não consideram que as consequências podem afetá-los. Ou seja, quando perguntadas diretamente, não admitem que são dependentes das redes sociais pela conotação negativa que a palavra dependência traz, mas, indiretamente, questionadas sobre o tempo que direcionam para essa atividade, divergem da resposta da primeira pergunta.

Posteriormente, buscando saber quais redes sociais eram utilizadas com maior frequência pelas participantes, 8 opções de respostas com as respectivas plataformas mais atuais foram apresentadas. Assim, os dois veículos de comunicação mais escolhidos foram o TikTok e o Instagram (77%), enquanto as menos selecionadas foram o WhatsApp e o Twitter (20%). Esses resultados expõem que sua maior preferência são as redes sociais no modelo de compartilhamento de fotos e vídeos, o que facilita a disseminação e o consumo de um padrão de beleza fictício e/ou idealizado.

Questionadas sobre o conteúdo cotidianamente mais consumido nesses meios, a alternativa que sobressaiu foi “Beleza” (33%), ficando à frente das opções “Vestuário/moda” (18%), “Alimentação/receitas” (13%) e “Fitness” (10%). Além disso, 18 participantes adicionaram novas opções, como, por exemplo, esportes, livros, desenhos e música. No entanto, as temáticas mais requeridas entre as jovens estão diretamente relacionadas à imagem/estética, o que também contribui para o acirramento do conflito entre autoestima e o padrão socialmente prestigiado, uma vez que estão expostas a um ideal inalcançável de perfeição.

Outra incoerência que pode ser explicada pelo fenômeno de “onipotência” de Feldman e Papalia (2013) foi observada quando os resultados das seguintes perguntas foram correlacionados: o impacto das redes sociais na autoestima das jovens (Gráfico 4), classificação da sua autoestima (Gráfico 5), como se sentem sobre o próprio corpo diante das imagens propagadas nesses espaços virtuais (Figura 1) e se essas plataformas já afetaram de alguma maneira negativa sua saúde mental (Figura 2).

Gráfico 4: O impacto das interações nas redes sociais na autoestima.



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Frente aos dados tabulados, infere-se que a maioria (65%) afirma que o impacto das redes sociais é neutro quanto à sua autoestima. No entanto, para 46%, a autoestima foi classificada como alta e instável, e logo em seguida relatam abertamente que se sentem “mal” ao compararem o que consomem virtualmente com o que são de verdade. Além disso, também discorrem que, de forma direta ou indireta, esse meio já impactou negativamente sua saúde mental, o que, consequentemente, abalou profundamente a maneira como organizam sua autopercepção e ocasionou sintomas que afetam tanto os aspectos psíquicos quanto os físicos.

Durante o tempo em que preenchiavam o questionário, as adolescentes relataram diversos sintomas comuns à ansiedade e transtornos alimentares quando expostas compulsoriamente a outras mulheres nas mídias, com corpos magros, peles sem estrias, celulites ou manchas, cabelos compridos e sedosos, mas, sobretudo, as que passaram pelo menos uma vez por procedimentos estéticos e intitulam-se “blogueiras” ou “influenciadoras digitais”. Dessa forma, expuseram oralmente ser habitual sentirem o aumento na frequência cardíaca, boca seca, mãos frias, respiração descontrolada e ofegante, tonturas, dores de cabeça, choro intenso, vontade de vomitar e privação alimentícia, manifestações típicas das crises de ansiedade e distúrbios alimentares, corroborando os achados de Serra (1980).

A próxima pergunta abordava se as participantes tinham o costume de utilizar filtros ou edições em suas fotos, e ao examinar as respostas, observa-se que 56% votaram “sim, em todas”, 25% optam por não utilizar filtros, e 19% aplicam em situações específicas. Com a ampla utilização de processos de edição, como filtros ou aplicativos, esse dinamismo pode levar a diversas distorções na representação da imagem feminina, podendo até mesmo desencadear o transtorno dismórfico corporal — transtorno caracterizado por um foco obsessivo em alguma imperfeição percebida na própria aparência (Silva, 2023).

Com isso, o consumo desenfreado do mundo ilusório que as redes ostentam e as automodificações virtuais mostraram-se extremamente nocivas à saúde mental e corporal dessas jovens, que, somadas às diversas transformações físicas, cognitivas e psicossociais proporcionadas pela adolescência, enfrentam amplos desafios ligados à construção da identidade, autoestima e autopercepção.

Em seguida, perguntou-se sobre qual das imagens anexadas no formulário do questionário as participantes consideravam encaixar no padrão feminino propagado pelas mídias (Figura 3), considerando que a beleza não é algo natural ao indivíduo, mas se encontra atrelada aos conceitos da própria sociedade, tratando-se de uma construção social (Goetz, 2013, apud Ferreira; Sousa, 2016).

Os resultados revelaram que uma expressiva maioria (91%) identifica a Opção 1 como a mais próxima ao ideal exposto, contrastando com a minoria de 7% que escolheu a Opção 3 e 2% que optaram pela Opção 2. Notavelmente, nenhuma participante votou na Opção 4, mesmo ela sendo magra, evidenciando que os padrões se atrelam a nuances para além das medidas corporais, como a discriminação racial. Esse resultado sugere uma aderência marcante ao padrão convencional de magreza, evidenciando a persistência de ideais estéticos que valorizam corpos brancos e magros, muitas vezes associados à noção de perfeição. Isso pode refletir a influência das representações midiáticas que promovem, majoritariamente, esse tipo de corpo como o ideal.

Figura 3 – Imagens da questão



Fonte: Dados da pesquisa com imagens do Google® (2023)

Quando solicitadas a marcarem as alternativas sobre as características que consideram constituir esse padrão, os resultados apontam para uma convergência notável em características como corpo magro (90%), cintura fina (88%), glúteos grandes (78%), cor de pele branca (65%), cabelos loiros (60%), pernas grossas (60%) e pessoa alta (49%). Essa homogeneidade de respostas destaca a rigidez dos padrões estéticos que, além da magreza, incorporam elementos interseccionais como altura, cor de cabelo e da pele.

Em conformidade com o já mencionado, 51% acreditam que as redes sociais não representam de forma adequada as diversidades de corpos, enquanto as demais se dividiram entre 37% que consideram parcialmente adequadas e apenas 12% que acham que elas retratam de forma satisfatória. Porém, mesmo entendendo que a realidade é diferente dos conteúdos expostos, 50% afirmam se comparar com as aparências representadas no mundo virtual. Isso ocorre porque a mídia, segundo Rosa (2005), citado por Ferreira e Sousa (2016), é considerada um método educativo, guiando o sujeito na construção de sua própria identidade. Dessa forma, os recursos atrativos induzem valores e ideais que não condizem com o real (Guareschi; Romanzini; Grassi, 2008).

Além desses aspectos, buscou-se conhecer quais partes do corpo elas mais gostam. A Figura 4 revela uma variedade de preferências, incluindo cabelo, cintura e rosto. Notoriamente, observou-se que algumas responderam com expressões negativas, como “nenhuma parte” ou “não gosto do meu corpo”, indicando uma relação problemática com a autoimagem. Seguidamente, as participantes foram questionadas sobre qual parte do corpo menos gostavam, relatando barriga, nariz, perna, glúteos e até mesmo “tudo” (Figura 5).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo proporcionou uma análise robusta e perspicaz das complexidades da adolescência, destacando suas transformações físicas, psicológicas e sociais. A pesquisa também abordou a presença crescente das redes sociais na vida das adolescentes, evidenciando seus impactos significativos na autoimagem, nos padrões de beleza e na saúde mental.

Apesar de algumas redundâncias e contradições nos dados coletados, o estudo atingiu seu objetivo geral ao avaliar os impactos da exposição e do consumo midiáticos exacerbados em jovens adolescentes, particularmente no processo de transição para a idade adulta e no desenvolvimento da identidade feminina. Essa pesquisa oferece contribuições significativas para a compreensão dos desafios enfrentados pelas adolescentes na era virtual, ressaltando a importância de abordagens mais saudáveis e conscientes em relação ao uso dessas plataformas.

Pode-se concluir que, embora as redes sociais desempenhem um papel crucial na comunicação, conectividade e expressão de estilo de vida, seu uso pode resultar em comparações incessantes com padrões inatingíveis de beleza, prejudicando tanto a saúde mental quanto física das adolescentes.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, M. F. R. de. *et al.* Consequências do uso excessivo de telas para a saúde infantil: uma revisão integrativa da literatura. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 4, p. 1- 10, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/27476>>. Acesso em 25 nov. 23.

BEAUVOIR, S. de. **O Segundo Sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BODANESE, G. R.; PADILHA, M. E. R. Análise Do Conceito De Autoimagem De Adolescentes No Contexto Escolar. **Psicologia. pt**, 2017. Disponível em: <<https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1329.pdf>>. Acesso em 18 out. 2023.

BRASIL. Lei 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 16 jul. 1990.

ENGELS, F. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado**. São Paulo: Boitempo, 2019.

FERREIRA, L. A.; SOUSA de., M. É. Ser Jovem, Ser Belo: a juventude sob holofotes na sociedade contemporânea. **Revista Subjetividades**, v. 16, n. 2, p. 20-33, 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5275/527554777011>>. pdf. Acesso em 02 dez. 2023.

FROIS, E.; MOREIRA, J.; STENGEL, M. Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão. **Psicologia em estudo**, v. 16, p. 71-77, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pe/a/7yndSDgPJX4jXXYJymh-cWkM/>>. Acesso em 25 nov. 2023.

GUARESCHI, P. A.; ROMANZINI, L. P.; GRASSI, L. B. A "mercadoria" informação: um estudo sobre comerciais de TV e rádio. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 18, p. 567-580, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/paideia/a/r67xVfwpvdxqS7M5HrwhcqB/>>. Acesso em 25 nov. 2023.

LARA, C. C.; FRANCATTO, E. M.; DA SILVA AVÍNCOLA, A. Impacto das redes sociais sobre a insatisfação corporal em meninas adolescentes no ensino médio. **Redin - Revista Educacional Interdisciplinar**, v. 11, n. 2, p. 32-47, 2022. Disponível em: <<https://seer.faccat.br/index.php/redin/article/view/2590>>. Acesso em 16 out. 2023.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

MADIGAN, S. *et al.* Associação entre tempo de tela e desempenho de crianças em teste de triagem de desenvolvimento. **Pediatria JAMA**, v. 3, p. 244-250, 2019. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6439882/>>. Acesso em 22 nov. 2023.

MURARI, K. S.; DORNELES, P. P. Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes. **Revista Perspectiva: Ciência e Saúde**, v. 3, n. 1, p. 155-168, 2018. Disponível em: <<http://sys.facos.edu.br/ojs/index.php/perspectiva/article/view/209>>. Acesso em 17 out. 2023.

PAPALIA, D E.; FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento Humano**. 12. ed. Porto Alegre: Artmed, 2013.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/11p5R RyTrt6X8UPoq2jJ8gOUEfM_JJd/view>. Acesso em 22 nov. 2023.

SERRA, A. S. V. O que é a ansiedade? **Psiquiatria Clínica**, v. 2, p. 93-104, 1980. Disponível em: <[SILVA, J. M. da. A vida através do filtro: a busca pela estética “perfeita” incentivada pelo Instagram. **Trabalho de Conclusão de Curso \(Graduação em Comunicação-Jornalismo\) -**](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53033267/O_que_e_a_ansiedade_1_-_libre.pdf?1494186894=&response=contentdisposition:inline%3B+filename%3DO_que_e_a_ansiedade_1.pdf&Expires=1701659919&Signature=fro6U0WmrAIO~C-FOy4xO4YSbJFHBePtW2fhxplbRBlDxQlfNqWOQLEoXPgEaQUSlopE0EP~Hbe0GPNWyJ0GrFkJf9J6gAID-zaskPqwKTJSqeyvFoqWIRxPJfXCv7QuRpu0tOsLzy7IbYBmaM7XTRxC8fpaP9KjzPcYsE1vnhqaHHHygzeKE32x~MiFiP6bwW4I9mtBAa3ocRItBYeb2n0PV2mKFsIOQ0I3QR~BPtTZyf2NTHFPqJfwzNILKz6rMYjH-J47LoZMspfOKJMQ7mNX54XNh~EzJGJHNekQ8Ev8HMMntfhZVBRhRUS~l5ephaXZLzQMRMPPRJ9BD-F4A~H4A__&Key-PairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA.> Acesso em 27 nov. 2023.</p></div><div data-bbox=)

Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/21069>>. Acesso em 01 dez. 2023.

SOUZA, K.; CUNHA, M. X. C. da. Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. **Educação, Psicologia e Interfaces**, v. 3, n.3, p. 204-217, 2019. Disponível em: <<https://educacaoepsicologia.emnuvens.com.br/edupsi/article/view/156>>. Acesso em 17 out. 2023.

TEIXEIRA, M. L.; BOCK, A.M.B.; FURTADO, O. **Psicologias**. São Paulo: Saraiva, 1999.

VIANNA, C. S. M. Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos. **Revista da Faculdade de Direito UFPR**, v. 43, p. 1-14, 2005. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/Article/6991>>. Acesso em 01 dez. 2023.