

Media Literacy e Imagem Corporal: uma Revisão Integrativa

Media Literacy and Body Image: an Integrative Review

Igor Araujo da Silva^{a*}; Fabiane Frota da Rocha Morgado^a

^aUniversidade Federal Rural do Rio de Janeiro. RJ, Brasil.

*E-mail: igor.araujos@hotmail.com

Resumo

A mídia, em conjunto com os pais e amigos, envolve aspectos socioculturais que configuram a principal tríade influenciadora da imagem corporal. Quando associado de modo acrítico, as mensagens midiáticas podem influenciar a imagem corporal de forma negativa. Desse modo, a *media literacy* surge como uma estratégia para o uso crítico da mídia, por meio da definição da competência de acesso, análise e entendimento das mensagens, principalmente, quando voltadas ao corpo. Assim, o objetivo deste estudo é analisar a produção científica referente à *media literacy* e imagem corporal de adolescentes e jovens adultos por meio de uma revisão integrativa da literatura. A seleção dos estudos ocorreu em três bases de dados, sendo essas: *Scopus*, *Psyinfo* e *Web of Science*. A seleção dos estudos aconteceu em fevereiro de 2022. Foi utilizado o cruzamento dos seguintes descritores: “*media literacy*” AND “*body image*”. Foram identificados 880 estudos. Destes, 22 artigos compuseram a presente revisão. Observou-se que adotar estratégias baseadas nos princípios da *media literacy*, ou seja, no realismo, semelhança e pensamento crítico em relação à mídia podem desencadear a promoção de uma imagem corporal positiva em adolescentes e jovens adultos, sendo fundamental que programas educacionais e/ou socioeducativos direcionados à referida população considerem a adoção da *media literacy*.

Palavras-chave: Mídia. Educação Física Escolar. Alfabetização Midiática. Letramento Midiático.

Abstract

The media, together with parents and friends, are sociocultural aspects that configure the main influencer triad of body image. When uncritically associated, media messages can influence body image negatively. From a way, the Literacy Media emerges as a strategy for the critical use of the media by defining the competence of access, analysis and understanding of messages, especially when focused on the body. Thus, the objective of this study is to analyze the scientific production regarding the literacy and body image of adolescents and young adults through an integrative literature review. The selection of studies took place in three databases, namely, Scopus, Psycho and Web of Science. The studies selection took place in February 2022. The crossing of the following descriptors was used: “Media Literacy” and “Body Image”. 880 studies were identified. Of these, 22 articles composed the present review. It has been observed that adopting strategies based on the principles of the literacy media, that is, the realism, similarity and critical thinking about the media, can trigger the promotion of a positive body image in adolescents and young adults, and it is essential that educational programs and/ or socio -educational directed to that population consider the adoption of media literacy.

Keywords: Media. School Physical Education. Media Literacy.

1 Introdução

Mídia pode ser entendida como “todo o suporte que veicula a mensagem expressada por multiplicidade de linguagens (sons, imagens, gráficos e textos) (SANTOS, 2009). Em função de avanços tecnológicos, das últimas décadas, diferentes informações, antes disponibilizadas apenas na mídia de massa tradicional, ou seja, impressa, rádio e televisão, chegam ao receptor de forma mais rápida e eficaz (MCQUAIL, 2012; SILVEIRA, 2004), isso ocorre pela mudança nos padrões de uso das mídias, principalmente, em relação ao meio de transmissão e seus receptores, ou seja, pessoas passam mais tempo em mídias interativas, como, *smartphones*, *smart tvs*, internet, videogames, entre outros, potencializando a chegada e influência de informações que são promovidas nesses meios de comunicação (KUMAR, 2015).

Informações propagadas pela mídia, em conjunto com aquelas preconizadas por pais e pares, são aspectos socioculturais importantes que influenciam a formação da imagem corporal (THOMPSON et al., 1999). De acordo com Schilder (1999), a imagem corporal pode ser compreendida pelo modo como se representa o próprio corpo na mente, considerando as particularidades físicas, mentais e emocionais. Trata-se de um conceito multifacetado, que pode ser dividido em duas circunstâncias: perceptiva, que é a acurácia da estimativa da forma e tamanho corporal; e a atitudinal, que são os pensamentos e sentimentos em relação ao corpo ou aparência corporal (CASH; SMOLAK, 2011).

Quando há o prevailecimento de admiração, afeto, aceitação e respeito com o próprio corpo e/ou aparência corporal, configura-se o quadro de imagem corporal positiva

(TYLKA, 2012). A imagem corporal negativa, por sua vez, é relacionada a um desgosto profundo com o corpo, o que pode gerar manifestação de insatisfação corporal, preocupação com a própria aparência, além de diversos fatores de risco como transtornos alimentares, ansiedade, depressão, entre outros (GATTARIO; FRISÉN, 2019).

A mídia tem sido destacada como um importante aspecto sociocultural influenciador da imagem corporal negativa (HOCKEY et al., 2021). Se assimilada de modo acrítico, a mídia pode potencializar uma variedade de problemas relacionados à imagem corporal, promovendo, principalmente, a insatisfação corporal (ANDERSEN; SWAMI, 2021; FRANCHINA; COCO, 2018). Assim, torna-se fundamental investigações que destaquem o uso consciente da mídia, bem como as problemáticas dessas questões no campo da imagem corporal. Sobretudo, com enfoque em adolescentes e jovens adultos, uma vez que esses grupos têm sido considerados de risco para alterações na imagem corporal (MARQUES et al., 2022; MCCOMB; MILLS, 2022;).

Uma importante estratégia para uso crítico da mídia, por meio da definição da competência de acesso, análise e entendimento das mensagens provindas é a *Media literacy*. Tal estratégia tem sido utilizada, em diferentes contextos educacionais, com o intuito de educar adolescentes e jovens adultos a assimilarem criticamente os conteúdos divulgados pelas mídias (DEANDREA; BRATHWAITE, 2021; ROUSSEAU, 2021; VENDEMIA). Em contextos específicos, tal como a Educação Física Escolar, por exemplo, disciplina na qual o corpo e movimento são objetos centrais de ação pedagógica, a *media literacy* e suas interfaces com a imagem corporal são questões particularmente importantes de serem abordadas (KERNER; HAERENS; KIRK, 2018).

Trabalhar tais temáticas na área da Educação e, particularmente, na Educação Física Escolar pode contribuir para viabilizar autonomia crítica ao indivíduo em relação aos conteúdos que são ofertados pelas mídias (DE ARAÚJO et al., 2021; DE SOUSA; BORGES, 2018), principalmente as mídias sociais, que possuem uma forte influência visual personalizada e instantânea direcionada ao indivíduo (PAXTON; MCLEAN; RODGERS, 2022). Para essa finalidade, é fundamental conhecer o estado da arte sobre investigações que abordem a temática *media literacy* e suas interfaces na área da imagem corporal.

Neste contexto, este estudo objetiva analisar a produção científica referente à *media literacy* e imagem corporal de adolescentes e jovens adultos por meio de uma revisão integrativa da literatura. Essa análise se torna importante, em função da forte influência da mídia na adolescência e na fase adulta, principalmente, nos aspectos psicossociais do corpo, entre esses, a imagem corporal.

2 Material e Métodos

Este estudo parte de uma revisão integrativa da literatura,

que é um método que possibilita investigar e avaliar cientificamente estudos experimentais e não experimentais através de uma síntese dos seus resultados (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010). A seleção dos estudos ocorreu em três bases de dados, a saber: *Scopus*, *Psycinfo* e *Web of Science*. Foi utilizado o cruzamento dos descritores correlatos de “*media literacy*” AND “*body image*”.

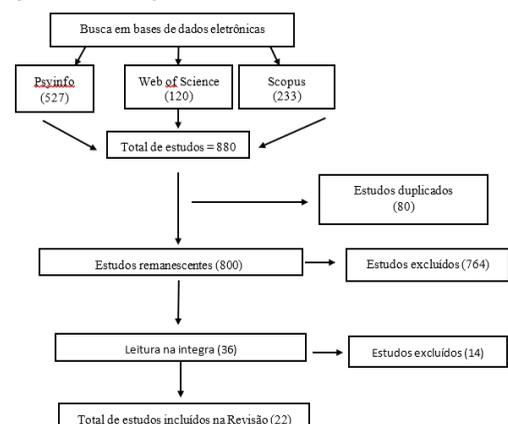
A busca de dados ocorreu em fevereiro de 2022, respeitando os seguintes critérios de inclusão: artigos em inglês, português e espanhol relacionados com a temática de *media literacy* e imagem corporal; artigos com adolescentes e jovens adultos; artigos publicados nos últimos dez anos, período compreendido entre 2011 e 2022. Foram excluídos os estudos com resumos indisponíveis; que não citassem o tema em questão e não estivessem disponíveis na íntegra. Os potenciais artigos para a leitura na íntegra deste estudo foram selecionados para análise através da leitura do título e resumo de acordo com os critérios de inclusão.

Foi utilizado o *Software EndNote* com a finalidade de melhor gerenciamento dos estudos selecionados, além de evitar possíveis artigos duplicados em mais de uma base de dados. Foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), que é dividida em três etapas: na primeira etapa, intitulada de pré-análise, ocorreu a leitura dos títulos e resumos dos estudos; na segunda etapa, nomeada como exploração do material, sucedeu-se com a leitura na íntegra e a categorização dos estudos, conforme a temática apresentada; o tratamento dos dados obtidos é a terceira etapa, culminando na seleção e organização dos estudos incluídos na revisão.

3 Resultados e Discussão

Foram encontrados 880 estudos nas bases de dados, sendo 527 na *Psycinfo*, 233 na *Scopus* e 120 na *Web of Science*. Através do programa *EndNote*, foram excluídos 80 estudos duplicados. Os 800 artigos remanescentes tiveram a leitura do título e resumo, sendo então, excluídos 764. Restaram 36, após a leitura na íntegra foram excluídos 14 estudos que não estavam de acordo com os critérios de inclusão. Portanto, foram incluídos nessa revisão 22 artigos (Figura 1).

Figura 1 - Fluxograma dos Estudos



Fonte: os autores.

O Quadro 1 sintetiza os dados dos 22 artigos incluídos nesta revisão, sendo ordenados pelo principal autor, ano de publicação, país, periódico, principais objetivos, amostra, método e principais resultados.

Quadro 1 – Características dos estudos selecionados

Autor (ano)	País	Periódico	Principais Objetivos	Amostra	DP	Principais Resultados
Di Gesto et al. (2022)	Itália	Current Psychology	Examinar os efeitos de ser apreciado no <i>Instagram</i> e saber se a aparência física de uma pessoa retratada em uma imagem do <i>Instagram</i> foi alterada ou não na autoconsciência das mulheres, insatisfação corporal e ansiedade físico social.	201 mulheres adultas de 19 – 53 anos (22 ± 3,69)	TR	O estudo sugere que o aumento do treinamento em <i>Media Literacy</i> projetado para promover uma maior conscientização de ideais estéticos irreais pode ser vantajoso para mulheres jovens, especialmente em relação às imagens do <i>Instagram</i> .
Gordon et al. (2021)	Austrália	Nutrients	Testar a eficácia do <i>SoMe</i> : Um programa de imagem corporal e bem-estar de alfabetização em mídia social para alunos do ensino médio	892 adolescentes de 11 - 15 anos (12,77± 0,74).	LO	As descobertas fornecem apenas suporte preliminar para uma intervenção de <i>Media Literacy</i> , mas sugerem a utilidade ao identificar aqueles que mais se beneficiam de uma intervenção universal e a necessidade de refinar a intervenção para maximizar os seus efeitos.
Monks et al. (2021)	Austrália	Sex Roles	Explorar como a participação das mulheres na cultura de saúde holística moldou suas expressões de imagem corporal positiva.	25 mulheres adultas de 22 – 77 anos.	TR	As descobertas da pesquisa fornecem orientação oportuna sobre mecanismos para promover uma imagem corporal positiva em meio a um cenário de mídia em rápida mudança, através de intervenções de <i>Media Literacy</i> .
Naderer, Peter e Karsay (2021)	Alemanha	Journal of children and media	Abordar lacunas de pesquisa desenvolvendo e testando um aviso de isenção de responsabilidade inspirado em adolescentes para fotos digitalmente aprimoradas em um contexto de mídia social.	47 adolescentes de 12 - 14 anos e 186 participantes de 10 – 19 anos.	TR	A valorização das imagens parece ter sido internalizada como um componente tão natural da lógica das mídias sociais que não há o questionamento de como isso se relaciona com a realidade e se tais ideais são alcançáveis ou não. Torna-se urgente desenvolver medidas de <i>Media Literacy</i> mais eficazes.
Zeeni, Abi Kharmar e Mattar (2021)	Líbano	Current Psychology	Investigar como o uso e a postagem de mídias sociais, bem como a dependência de dispositivos tecnológicos, se relacionam com a imagem corporal e o comportamento alimentar em gestantes.	192 mulheres 17 - 42 anos (29,65 ± 6,25)	TR	Os programas de <i>Media Literacy</i> podem proteger contra mensagens negativas da mídia e ajudar a desconstruir os valores ocultos. Podem ser justificados para incentivar a imagem corporal saudável, dieta e comportamentos de estilo de vida durante o período de gravidez.
Regehr et al. (2020)	Canadá	The Counseling Psychologist	Avaliar um programa de imagem corporal positiva, denominado <i>Free To Be</i> , que é orientado pela psicologia positiva.	119 adolescentes -76 no GI e 43 no GC (12,28±0,51)	LO	Dentre as variáveis do programa, a <i>Media Literacy</i> demonstrou menor confiabilidade interna do que o desejado no Teste 1, no entanto, sua consistência interna em Teste 2 foi muito mais forte. A base da literatura se beneficiaria com o estabelecimento de um maior número de medidas relacionadas à imagem corporal para adolescentes.

Autor (ano)	País	Periódico	Principais Objetivos	Amostra	DP	Principais Resultados
Anixiadis et al. (2019)	Austrália	Body Image	Ampliar a compreensão das relações e esclarecer fatores que podem modular a vulnerabilidade aos efeitos da exposição às mídias sociais na imagem corporal.	126 mulheres adultas de 18 - 29 anos (23,28±2,58)	TR	O estudo avaliou apenas pensamentos críticos de processamento de mídia, não a <i>Media Literacy</i> . Pesquisas futuras devem examinar se as formas particulares de processamento crítico de mídia e o conhecimento de <i>Media Literacy</i> são protetores em outros contextos.
Rodgers, McLean e Paxton (2019)	Estados Unidos	Sex Roles	Explorar o papel moderador de três dimensões da <i>Media Literacy</i> na relação entre exposição e insatisfação corporal, mediadas pela internalização do ideal de magreza e comparação de aparência entre adolescentes do sexo feminino.	284 adolescentes de 11 - 16 anos (13,15 ± .05)	TR	Os resultados sugerem que os mecanismos de ação podem variar para diferentes dimensões da <i>Media Literacy</i> e destacam a importância de focalizar a <i>Media Literacy</i> nos esforços de intervenção e prevenção.
Slater, Cole e Fardouly (2019)	Inglaterra	Body Image	Investigar experimentalmente a influência da exposição a imagens humorísticas e paródias de postagens do <i>Instagram</i> de celebridades com ideal de magreza na satisfação corporal e humor das mulheres em comparação com a exposição apenas a postagens de celebridades com ideal de magreza.	102 mulheres adultas de 18 - 30 anos (23,55 ± 3,91)	TR	Uma medida de <i>Media Literacy</i> mais específica (que exige que os participantes pensem sobre suas respostas às imagens experimentais específicas, em vez de imagens de mídia social em geral) pode ser necessária para detectar mudanças em relação a mídia.
Sundgot-Borgen et al. (2019)	Noruega	Body Image	Examinar os efeitos da intervenção <i>Healthy Body Image</i> (HBI) na incorporação positiva e na qualidade de vida relacionada à saúde entre estudantes noruegueses do ensino médio.	2.446 adolescentes (16,8 ± 0.76)	LO	Oficinas de imagem corporal e <i>Media Literacy</i> , objetivaram melhorar a consciência crítica sobre o corpo não saudável e a idealização do estilo de vida, além do uso crítico e construtivo das mídias sociais.
Mostafa et al. (2018)	Egito	Journal of Public Health	Avaliar as influências da mídia na insatisfação corporal entre universitárias.	408 mulheres adultas de 19 – 22 anos (19,7 ± 0,6)	TR	O treinamento em <i>Media Literacy</i> pode representar uma abordagem promissora para a prevenção de distúrbios alimentares e corporais.
Rousseau e Eggermont (2018)	Bélgica	Journal of Research on Adolescence	Investigar a interação recíproca entre a internalização da mídia e as conversas de aparência de pares, bem como o valor explicativo dessa interação na cadeia que liga a exposição televisiva à auto-objetificação e à vigilância do corpo	968 adolescentes (Onda 1 - 11,30±1,06; Onda 2 - 12,00±0,98; Onda 3 - 12,05±1,05)	LO	A identificação de uma relação recíproca entre a internalização da mídia e as conversas sobre aparência com os pares enfatiza ainda mais a importância de intervenções holísticas de imagem corporal.
Tamplin, Mclean e Paxton (2018)	Austrália	Body Image	Examinar o impacto na imagem corporal ao visualizar imagens de aparência idealizada de mídias sociais em mulheres e homens.	374 homens e mulheres de 18 - 30 anos.	TR	Estratégias de intervenção em <i>Media Literacy</i> podem ajudar na prevenção de problemas de imagem corporal resultantes do uso cada vez maior de mídias sociais.
Burnette, Kwitowski e Mazzeo (2017)	Estados Unidos	Body Image	Examinar a natureza e extensão do envolvimento de uma amostra de adolescentes do sexo feminino com a mídia social e suas percepções de seu impacto na imagem corporal.	77 adolescentes de 12 – 14 anos (13,14±0,72)	TR	O ambiente escolar foi importante na formação da <i>Media Literacy</i> .. Muitos participantes notaram que aprenderam sobre a natureza artificial das imagens da mídia e seus potenciais efeitos nocivos no ambiente escolar.

Autor (ano)	País	Periódico	Principais Objetivos	Amostra	DP	Principais Resultados
Mclean et al. (2017)	Australia	International Journal of Eating Disorders	Avaliar a eficácia de uma abordagem piloto sucinta de intervenção de Social <i>Media Literacy</i> baseada em sala de aula para fatores de risco de transtorno alimentar com meninas adolescentes.	101 adolescentes (13,13 ± 0,33)	TR	Melhora no ceticismo do realismo de forma consistente a partir de intervenções com <i>Media Literacy</i> .
Wade et al. (2017)	Austrália	International Journal of Eating Disorders	Investigar a hipótese de que os programas de <i>Media Literacy</i> produzem efeitos sobre o resultado em ambientes universais por meio de um impacto no MI (measured with the Internalization subs-scale of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 or SATAQ-3)	616 adolescentes de 11,71 – 15,06 anos (13,02 ± ,63)	LO	Os achados forneceram suporte para a sugestão de que os programas de <i>Media Literacy</i> exercem um impacto sobre os resultados relacionados ao risco de transtorno alimentar por meio de mudanças na internalização da mídia.
Mclean et al. (2016)	Austrália	Journal of Health Psychology	Desmantelar elementos de intervenções de prevenção para meninas adolescentes e comparar a eficácia de programas ministrados em sala de aula abordando <i>Media Literacy</i> e comparação de aparência com colegas.	260 adolescentes de 11 - 14 anos (13,09 ± 0,45)	TR	Os resultados contribuem para a compreensão dos caminhos pelos quais a <i>Media Literacy</i> e as intervenções de comparação de aparência produzem mudanças na insatisfação corporal e nos fatores de risco relacionados.
Bailey et al. (2015)	Canadá	Body Image	Explorar experiências positivas de imagem corporal em pessoas com lesão medular.	9 adultos de 21 - 63 anos	TR	A <i>Media Literacy</i> contribui para a reflexão de uma imagem corporal positiva através do processo de filtragem das informações providas das mídias.
Melki et al. (2015)	Líbano	Health Communication	Examinar a associação entre o uso de esteróides anabolizantes androgênicos (EAA) e fatores socioculturais dominantes, especificamente a exposição da mídia a imagens idealizadas de musculosidade masculina e tendências de comparação social mediadas entre uma amostra de jovens adultos árabes.	523 adultos de 18 – 50 anos (25±6,1)	TR	Cursos ou módulos de <i>Media Literacy</i> nos níveis escolar e universitário ou workshops extensivos que oferecem uma abordagem holística crítica a mídia podem ter um efeito de longo prazo mais forte para construir um nível saudável de auto-estima e confiança.
Golan, Hagay e Tamir (2014)	Israel	PloS One	Examinar as diferenças de gênero em relação ao efeito de um programa de bem-estar interativo baseado na escola – “In Favor of Myself” – na autoimagem, imagem corporal, atitudes alimentares e comportamentos de jovens adolescentes.	210 adolescentes de 12 – 14 anos (meninas 13,12 ± 0,97; meninos 13,5 ± 0,86)	LO	Um programa de <i>Media Literacy</i> no seguimento de longo prazo promove uma efetiva forma resiliente em meninos e meninas de lidar com o próprio corpo.
Espinoza, Penelo e Raich (2013)	Espanha	Body Image	Avaliar os efeitos nas medidas de imagem corporal em meninos e meninas adolescentes que participaram de um programa em 30 meses de acompanhamento.	443 adolescentes de 12 – 14 anos (13,4 ± 0,4)	LO	Parece haver a necessidade de desenhar programas com um formato mais ecológico que leva em conta a interação entre os múltiplos aspectos em que os adolescentes estão envolvidos (pais, professores, colegas, mídia).
Mclean, Paxton e Wertheim (2013)	Austrália	Body Image	Investigar em meninas adolescentes as relações entre <i>Media Literacy</i> , exposição à mídia e três fatores de risco de transtornos alimentares: internalização de ideais da mídia, comparações de aparência e insatisfação corporal.	469 adolescentes (12,84 ± 0,41)	TR	Intervenções com <i>Media Literacy</i> promovem resultados positivos na prevenção de transtornos alimentares.

Nota: DP=Desenho de Pesquisa; TR=Transversal; LO=Longitudinal; GI=Grupo intervenção; GC=Grupo controle.

Fonte: dados da pesquisa.

O Quadro 2 sintetiza informações quanto ao país de origem do estudo, periódicos em que os estudos foram publicados, populações dos estudos e discriminação da população quanto ao sexo. As frequências absoluta e relativa foram calculadas com o intuito de possibilitar a visualização direta das informações mais recorrentes.

Quadro 2 - Caracterização dos trabalhos considerados por frequência absoluta e relativa

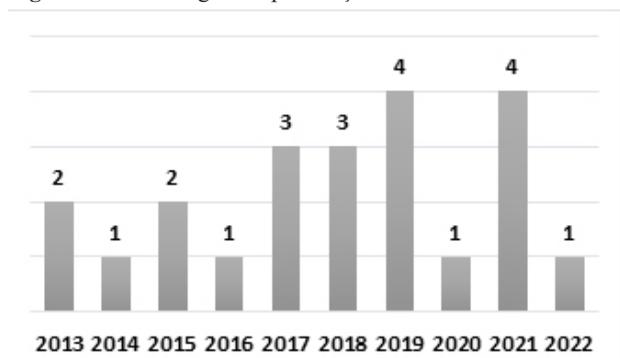
Países	Nº	%
Austrália	8	36,36
Estados Unidos	2	9,09
Canadá	2	9,09
Líbano	2	9,09
Outros	8	36,36
Periódicos de Publicação		
<i>Body Image</i>	8	36,36
<i>Current Psychology</i>	2	9,09
<i>Sex Roles</i>	2	9,09
<i>International Journal of Eating Disorders</i>	2	9,09
Outros	8	36,36
Desenho da Pesquisa		
Transversal	15	68,18
Longitudinal	7	31,81
População		
Adolescentes	13	59,09
Jovens adultos	8	33,36
Adolescentes e Jovens Adultos	1	4,54
Discriminação da População Quanto ao Sexo		
Sexo feminino (meninas adolescentes e mulheres adultas)	12	54,54
Ambos os sexos (meninas e meninos adolescentes; mulheres e homens adultos)	10	45,45
Sexo masculino	00	00

Nota: Nº = Número de Estudos.

Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 2 mostra o tempo cronológico de publicação dos estudos entre os anos 2013 a 2022, os anos que tiveram maior número de estudos publicados foram 2019 e 2021, ambos com 4 estudos (18,18%).

Figura 2 – Cronologia das publicações



Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com o Quadro 2, em relação ao país de publicação, a Austrália é o que mais se destaca no quantitativo

de produções nos últimos dez anos, período que compreende a análise dos artigos incluídos na presente revisão. Este achado vai ao encontro da literatura prévia (ANDERSEN; SWAMI, 2021; CASH, 2017), que já mencionava que a Austrália, bem como outros países, tais como Reino Unido, Estados Unidos e Canadá, são os responsáveis pela maior parte dos artigos publicados relacionados à temática da imagem corporal.

Vale destacar que nenhum estudo foi encontrado no Brasil sobre a temática em destaque, ressaltando a relevância de estudos futuros no contexto nacional priorizarem essa importante área do conhecimento de modo a trazer subsídios teóricos, metodológicos e epistemológicos a pesquisadores e estudiosos da área da imagem corporal que desejam trabalhar com a *media literacy*, especialmente, no contexto escolar.

No presente artigo, a revista *Body Image* foi o periódico que teve maior parte dos estudos publicados. Cumpre destacar que essa revista, fundada em 2004, é um periódico internacional especializado em pesquisas relacionadas com a imagem corporal, em que preza a qualidade e internacionalização dos estudos publicados (ANDERSEN; SWAMI, 2021; CASH, 2017). Alguns autores, Tylka et al. (2020), inclusive, destacam ser a *Body Image* o único periódico da contemporaneidade especialista na área da imagem corporal, sendo, portanto, um espaço importante de consideração tanto para pesquisadores como também para divulgação de futuras pesquisas na área.

O desenho de pesquisa transversal foi empregado pela maioria dos estudos (DI GESTO et al., 2022; MONKS et al., 2021; NADERER; PETER; KARSAY, 2021; ZEENI; ABI KHARMA; MATTAR, 2021; ANIXIADIS et al., 2019; RODGERS; MCLEAN; PAXTON, 2019.), ou seja, a pesquisa ocorre em um único momento, de forma observacional e com uma população específica para o estudo. O desenho de pesquisa longitudinal, por sua vez, foi menos empregado (ESPINOZA; PENELO; RAICH, 2013; GOLAN; HAGAY; TAMIR, 2014; GORDON et al., 2021; REGEHR et al., 2020; ROUSSEAU; EGGERMONT, 2018; SUNDGOT-BORGEN et al., 2019; WADE et al., 2017) e consiste em acompanhar a população do estudo ao longo do tempo, observando as possíveis mudanças que ocorrem (HOCHMAN et al., 2005).

Como mais empregado na área, embora o método transversal possua a facilidade de se coletarem os dados, em um único momento do tempo, este desenho de estudo possui importantes limitações associadas com a inviabilidade de determinar relações causais (MORGADO et al., 2017), o que pode dificultar sobremaneira pesquisas com proposta de intervenção com a abordagem de *media literacy*. Nesse caso, estudos longitudinais são recomendados em pesquisas futuras para testar intervenções com ênfase nesta abordagem (PAXTON; MCLEAN; RODGERS, 2022).

No que tange às populações, a maioria dos estudos incluídos nesta revisão foi realizada com adolescentes (GOLAN; HAGAY; TAMIR, 2014; MCLEAN; PAXTON; WERTHEIM, 2013; MCLEAN et al., 2016, 2017; WADE et al., 2017). Regehr et al. (2020) citam que as pesquisas com

adolescentes envolvendo a imagem corporal são importantes, pois é nessa fase da vida que esse grupo se encontra mais suscetível a ser influenciado pela mídia em função de série de mudanças que está ocorrendo no próprio corpo (MOSTAFA et al., 2018).

Ademais, a influência midiática na adolescência tem sido associada, principalmente, pelo uso da televisão e internet, visto que as redes sociais têm crescido exponencialmente (ESPINOZA; PENELO; RAICH, 2013; ROUSSEAU; EGGERMONT, 2018). Esse impacto das redes se torna menor por uma variedade de fatores, que incluem tanto aspectos pessoais, tais como o desenvolvimento de filtros cognitivos capazes de criticar e questionar os conteúdos colocados nas diferentes mídias (PAXTON; MCLEAN; RODGERS, 2022), quanto aspectos ambientais, tais como o envolvimento dos pais e da escola em relação à exposição nas mídias sociais e aparência física (BURNETTE; KWITOWSKI; MAZZEO, 2017).

A despeito de fatores pessoais e ou ambientais, chama atenção ser o grupo adolescente o preferido pela maioria dos estudos incluídos nessa revisão, sendo a referida suscetibilidade desse grupo as alterações na imagem corporal, bem como a ampla exposição às redes os principais fatores que podem justificar os achado.

Os estudos com adultos (ANIXIADIS et al., 2019; DI GESTO et al., 2022; MONKS et al., 2021; MOSTAFA et al., 2018; SLATER; COLE; FARDOUL, 2019; TAMPLIN; MCLEAN; PAXTON, 2018) foram minoritários. Esses mostram que a mídia pode impactar tanto homens quanto mulheres adultas através das imagens e mensagens enviadas, demonstrando representações irreais de um corpo magro ou musculoso (MELKI et al., 2015). Em relação às mulheres jovens adultas, os ideais da mídia podem ser internalizados e começam a fazer parte do sistema de crenças dessas mulheres, resultando em ansiedade e vergonha do próprio corpo (MONKS et al., 2020).

Apenas um estudo foi realizado com mulheres adolescentes e adultas (ZEENI; ABI KHARMA; MATTAR, 2021), pelo fato de a população alvo estar em fase de gestação. É ressaltado que programas de *media literacy* podem proteger mulheres grávidas de mensagens provindas da mídia, incentivando a imagem corporal saudável, ou seja, lidar melhor com as mudanças corporais no período da gravidez.

Considerando a população enquanto o sexo, observa-se que nenhum estudo foi realizado somente com homens, abrindo uma margem para que essa população possa ser foco em pesquisas futuras. Tem se destacado que a maioria dos estudos foi realizada com o sexo feminino, meninas adolescentes e mulheres adultas (ex.: DI GESTO et al., 2022; MONKS et al., 2021; RODGERS; MCLEAN; PAXTON, 2019; WADE et al., 2017; ZEENI; ABI KHARMA; MATTAR, 2021). Pesquisas com essa população são importantes em função da alta exposição de imagens das mídias, internalização das mensagens, relevância das relações interpessoais e alterações

corporais, especialmente, na adolescência, podendo ocasionar comparações sociais e de aparência resultando na insatisfação corporal, portanto, conscientizar através de estratégias com *media literacy* torna-se indispensável (NADERER; PETER; KARSAY, 2021; SLATER; COLE; FARDOUL, 2019).

A imagem corporal é a representação do corpo idealizada pela própria pessoa. Essa idealização pode ser modificada a partir das interações e relações do indivíduo com o mundo, fazendo parte de um processo que nunca cessa. Trata-se de um fenômeno baseado na experiência individual e existencial do indivíduo (TAVARES, 2003).

Nesse campo do conhecimento, os estudos incluídos na presente revisão trazem apontamentos relevantes. Entre esses se destaca que a exposição à *mídia* e seu consumo de modo acrítico e alienado pode contribuir para importantes alterações na imagem corporal, sendo a insatisfação corporal uma alteração reportada em diferentes estudos analisados (DI GESTO et al., 2022; RODGERS; MCLEAN; PAXTON, 2019; MOSTAFA et al., 2019; MCLEAN; PAXTON; WERTHEIM, 2013).

Como resultado da insatisfação corporal, o indivíduo pode desenvolver uma imagem corporal negativa, trazendo *sérias consequências no âmbito da saúde*, entre essas a baixa autoestima, sintomas depressivos, problemas alimentares, entre outros (MOSTAFA et al., 2018). A exposição a diferentes procedências midiáticas induz, portanto, a percepção da imagem corporal de forma equivocada, idealizando aspectos corporais muitas vezes inalcançáveis (TAMPLIN; MCLEAN; PAXTON, 2018).

É importante ressaltar a importância dos filtros cognitivos no contexto das interferências socioculturais e da exposição das mensagens da mídia. Esses filtros funcionam como amortecedores para que não ocorra a internalização dessas mensagens, e o comprometimento da imagem corporal. O indivíduo, como um ser singular, pode ter esses filtros mais desenvolvidos e fortes, de modo que ocorra pouca ou nenhuma internalização dessas mensagens, ou o oposto, com filtros mais sensíveis, ocasionando a internalização (EVENS; STUTTERHEIM; ALLEVA, 2021;).

Promover a imagem corporal positiva, que trata de atitudes de autocuidado com o próprio corpo, refletindo a aceitação e apreciação corporal, para além dos padrões impostos pela mídia se torna essencial. Uma das principais estratégias para a promoção da imagem corporal positiva é por meio de oficinas de imagem corporal e *media literacy* buscando conscientizar criticamente a idealização do corpo, os estilos de vida não saudáveis e as consequências da internalização das mensagens midiáticas (SUNDGOT-BORGEN et al., 2019).

Oficinas e estratégias correlacionadas com a *media literacy* conceituam questões de beleza, de aparência, de funcionalidade corporal e gratidão com o próprio corpo. Bailey et al. (2015) citam que a partir dessas estratégias, indivíduos são menos suscetíveis a receber essa pressão social midiática, colaborando para a manutenção da imagem corporal, tornando

as mensagens providas da mídia irrelevantes.

Programas baseados em *media literacy* mudam, portanto, as atitudes em relação aos ideais de beleza e reduzem o desejo de alcançar um padrão corporal que não condiz com a realidade (ESPINOZA; PENELO; RAICH, 2013), sendo fundamental de ser considerada em estudos futuros na área da imagem corporal, especialmente, em contextos nos quais a mídia pode ter relevante interferência.

De acordo com Zeeni, Abi Kharma e Mattar (2021), o aumento do uso das mídias sociais pode promover efeitos prejudiciais no bem-estar físico e mental, incluindo o descontentamento com a imagem corporal, pelos fatores de comparação de aparência em função da internalização elevada por parte dos pares, promovendo efeitos negativos na satisfação corporal (TAMPLIN; MCLEAN; PAXTON, 2018).

As redes sociais, em especial, o *instagram* comprometem a imagem corporal do indivíduo em decorrência da interferência do número de curtidas nas fotos postadas, que atuam como reforço social em relação aos padrões culturais de beleza (DI GESTO et al., 2022). Um número baixo de curtidas pode refletir na comparação com o outro, produzindo emoções negativas e insatisfação com a própria imagem (ANIXIADIS et al., 2019), principalmente porque muitas vezes as imagens expostas nas redes sociais já foram aceitas como o padrão (NADERER; PETER; KARSAY, 2021).

O ambiente das mídias sociais amplia as pressões para a adequação corporal vinda dos pares e mídia, aumentando a insatisfação corporal, visto que, a maior parte do conteúdo disponível nas redes sociais tem foco na aparência, reforçando os padrões que são impostos (GORDON et al., 2021).

Slater, Cole e Fardouly (2019) citam outras redes sociais como o *Facebook* e *Snapchat* e, também, a autonomia dos usuários em o que publicar e o que seguir, entretanto, apesar dessa autonomia, ocorre a idealização do corpo perfeito devido à alta frequência de exposição dos pares. Os comentários e curtidas são formas de feedbacks sobre a aparência, gerando um ambiente de comparações e internalização de um corpo ideal de magreza, por isso se tornam necessárias estratégias para lidar com o uso das mídias sociais (MCLEAN et al., 2017).

Segundo McLean, Paxton e Wertheim (2016), as intervenções e estratégias baseadas em *media literacy* são necessárias por abordarem os fatores de risco quando as pessoas são expostas à mídia, além de desenvolver o pensamento crítico e identificar o propósito e influência das mensagens, principalmente, expondo que nem tudo que a mídia transmite, filtra a realidade. As práticas relacionadas com a *media literacy* são baseadas em três particularidades: o realismo, referente em como a mídia retrata a realidade; a semelhança, referente às mensagens da mídia que tratam da realidade em relação à experiência pessoal do indivíduo; e o pensamento crítico, referente à capacidade de observar criticamente as mensagens e interpretar sua influência e significado (RODGERS; MCLEAN; PAXTON, 2019).

Wade et al. (2017) definem que abordagens relacionadas com a *media literacy* focam em fatores para prevenção de fatores de risco originados das mídias para uma população. Essas abordagens são cruciais para capacitar os indivíduos na adoção de uma avaliação crítica, analisando e propondo alterações intrínsecas relacionadas com os materiais apresentados por esses meios de comunicação, ou seja, atuar como um filtro das mensagens que são inapropriadas em relação aos padrões de beleza (GOLAN; HAGAY; TAMIR, 2014).

É importante ressaltar que o modelo tripartite propõe que os pais, pares e mídia afetam a imagem corporal influenciando a internalização de ideais corporais que são inatingíveis e esses ideais são apresentados pela mídia de forma consistente. A media literacy surge como uma forma de mediar o efeito dessas exposições midiáticas, ensinando e estimulando os participantes a responderem ativamente a essas imagens, realizando uma análise crítica e não apenas a absorção passiva dessas mensagens (MCLEAN; PAXTON; WERTHEIM, 2013).

Com o aumento de usuários nas redes sociais, principalmente, de adolescentes e de jovens adultos (NADERER; PETER; KARSAY, 2021; DI GESTO et al., 2022), torna-se indispensável pensar em intervenções e estratégias em *Social Media Literacy*, que são estratégias de *media literacy* voltadas para as redes sociais, que possuem o papel de proteção em relação ao impacto das mídias na imagem corporal. Esses ambientes proporcionam diversas pressões para a insatisfação corporal, além de conterem diversos tipos de interesses, como comerciais, influências de celebridades, filtros para edição de foto, entre outros (MCLEAN et al., 2017; GORDON et al., 2021).

As estratégias relacionadas com a *Media Literacy* surgem como uma abordagem promissora para o enfrentamento dos impactos na imagem corporal provocados pelas mídias, principalmente, as mídias sociais (MCLEAN et al., 2017; MONKS et al., 2021). Intervenções curtas, ou programas experimentais realizados mesmo que de forma breve, já promovem efeitos positivos em relação à prevenção da insatisfação corporal e manutenção da imagem corporal (MCLEAN; PAXTON; WERTHEIM, 2013).

4 Conclusão

Os estudos incluídos nesta revisão apontaram que estratégias baseadas em *Media Literacy* são eficazes tanto na adolescência, quanto na vida adulta. Pensar criticamente sobre a imagem corporal e a mídia é o primeiro passo para a prevenção de uma imagem corporal negativa. Adotar estratégias relacionadas com a *Media Literacy*, principalmente, na Educação Física Escolar através de atividades, de jogos, de debates e de discussões focados nessas questões, promove aos alunos a análise crítica em relação à mídia e a sua imagem corporal, fazendo com que não ocorra internalização das imagens que não condizem com a realidade, ou seja, essas

estratégias devem focar no realismo, na semelhança e pensamento crítico em relação à mídia, podendo desencadear a promoção de uma imagem corporal positiva em adolescentes e jovens adultos. Sendo assim, é fundamental que programas educacionais e/ou socioeducativos direcionados à referida população considerem a *media literacy*.

Referências

- ANDERSEN, N.; SWAMI, V. Science mapping research on body image: a bibliometric review of publications in *Body Image*, 2004–2020. *Body Image*, v.38, p.106-119, 2021. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.015>.
- ANIXIADIS, F. et al. Effects of thin-ideal instagram images: the roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. *Body Image*, v.31, p.181-190, 2019. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.10.005>.
- BAILEY, K. A. et al. It's all about acceptance: a qualitative study exploring a model of positive body image for people with spinal cord injury. *Body Image*, v.15, p.24-34, 2015. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.010>.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BURNETTE, C.B.; KWITOWSKI, M.A.; MAZZEO, S.E. 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*, v.23, p.114-125, 2017. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>.
- CASH, T.F. *Body Image: a joyous journey*. *Body Image*, 2017.
- CASH, T.F.; SMOLAK, L. *Body image: a handbook of science, practice, and prevention*. New York: Guilford, 2011.
- DE ARAÚJO, A.C. et al. Mídia e tecnologia no currículo de Educação Física: um estudo exploratório em diálogo internacional. *Currículo sem Fronteiras*, v.21, n.3, p.1768-1785, 2021. doi: <http://doi.org/10.35786/1645-1384.v21.n3.39>.
- DE SOUSA, G.R.; BORGES, E.M. Perspectivas histórico-sociais no campo da mídia-educação: contribuições para a formação em Educação Física. *Motrivivência*, v.30, n.55, p.194-207, 2018. doi: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2018v30n55p194>.
- DI GESTO, C. et al. Instagram As a digital mirror: the effects of instagram likes and disclaimer labels on self-awareness, body dissatisfaction, and social physique anxiety among young italian women. *Curr. Psychol.*, p.1-10, 2022. doi: <http://doi.org/10.1007/s12144-021-02675-7>.
- ESPINOZA, P.; PENELO, E.; RAICH, R.M. Prevention programme for eating disturbances in adolescents. Is their effect on body image maintained at 30 months later? *Body Image*, v.10, n.2, p.175-181, 2013. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.11.004>.
- EVENS, O.; STUTTERHEIM, S.E.; ALLEVA, J.M. Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram. *Body Image*, v.39, p.40-52, 2021. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002>.
- FRANCHINA, V.; COCO, G.L. The influence of social media use on body image concerns. *Int. J. Psychoanal. Educ.*, v.10, n.1, p.5-14, 2018.
- GATTARIO, K. H.; FRISÉN, A. From negative to positive body image: Men's and women's journeys from early adolescence to emerging adulthood. *Body Image*, v.28, p.53-65, 2019. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.12.002>.
- GOLAN, M.; HAGAY, N.; TAMIR, S. Gender related differences in response to "in favor of myself" wellness program to enhance positive self & body image among adolescents. *Plos One*, v.9, n.3, 2014. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0091778>.
- GORDON, C.S. et al. Outcomes of a Cluster randomized controlled trial of the some social media literacy program for improving body image-related outcomes in adolescent boys and girls. *Nutrients*, v.13, n.11, p.3825, 2021. doi: <https://doi.org/10.3390/nu13113825>.
- HOCHMAN, B. et al. Desenhos de pesquisa. *Acta Cirúrg. Bras.*, v.20, p.2-9, 2005. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-86502005000800002>.
- HOCKEY, A. et al. Body dissatisfaction in midlife women: The applicability of the tripartite influence model. *Body Image*, v.39, p.202-212, 2021. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.08.006>.
- KERNER, C.; HAERENS, L.; KIRK, D. Understanding body image in physical education: Current knowledge and future directions. *Euro. Phys. Educ. Rev.*, v.24, n.2, p.255-265, 2018. doi: <https://doi.org/10.1177/1356336X17692508>.
- KUMAR, V. Evolution of marketing as discipline: What has happened and what to look out for? *J. Market.*, p.1-9, 2015. doi: <https://doi.org/10.1509/jm.79.1.1>.
- LIVINGSTONE, S. What is media literacy? *Intermedia*, v.32, n.3, p.18-20, 2004.
- MARQUES, M.D. et al. A prospective examination of relationships between social media use and body dissatisfaction in a representative sample of adults. *Body Image*, v.40, p.1-11, 2022. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.008>.
- MCCOMB, S.E.; MILLS, J.S. The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-, slim-thick-, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image. *Body Image*, v.40, p.165-175, 2022. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.003>.
- MCLEAN, S.A. et al. A pilot evaluation of a social media literacy intervention to reduce risk factors for eating disorders. *Int. J. Eating Dis.*, v.50, n.7, p.847-851, 2017. doi: <https://doi.org/10.1002/eat.22708>.
- MCLEAN, S.A. et al. Dismantling prevention: comparison of outcomes following media literacy and appearance comparison modules in a randomised controlled trial. *J. Health Psychol.*, v.24, n.6, p.761-776, 2019. doi: <https://doi.org/10.1177/1359105316678668>.
- MCLEAN, S.A.; PAXTON, S.J.; WERTHEIM, E.H. Does media literacy mitigate risk for reduced body satisfaction following exposure to thin-ideal media? *J. Youth Adolesc.*, v.45, n.8, p.1678-1695, 2016. doi: <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0440-3>.
- MCLEAN, S.A.; PAXTON, S.J.; WERTHEIM, E.H. Mediators of the relationship between media literacy and body dissatisfaction in early adolescent girls: implications for prevention. *Body Image*, v.10, n.3, p.282-289, 2013. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.01.009>.
- MCQUAIL, D. *Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público*. São Paulo: Penso, 2012.
- MELKI, J. P. et al. Media exposure, mediated social comparison to idealized images of muscularity, and anabolic steroid use. *Health Commun.*, v.30, n.5, p.473-484, 2015. doi: <https://doi.org/10.1080/10410236.2013.867007>.
- MONKS, H. et al. We're continually comparing ourselves to something": Navigating body image, media, and social media ideals at the nexus of appearance, health, and wellness. *Sex Roles*,

- v.84, n.3, p.221-237, 2021. doi: <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01162-w>.
- MORGADO, F.F.R. et al. Initial evidence of the reliability and validity of a three-dimensional body rating scale for the congenitally blind. *Perceptual Motor Skills*, v.116, n.1, p.91-105, 2013. doi: <https://doi.org/10.2466/24.15.27.PMS.116.1.91-105>.
- MORGADO, F.F.R. et al. Scale development: ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicol. Reflexão Crit.*, v.30, 2017. doi: <https://doi.org/10.1186/s41155-016-0057-1>.
- MOSTAFA, E.S.M. et al. Media influence and body satisfaction among adolescent females, Minia, Egypt. *J. Public Health*, v.26, n.6, p.625-630, 2018. doi: <https://doi.org/10.1007/s10389-018-0914-8>.
- NADERER, B.; PETER, C.; KARSAY, K. This picture does not portray reality: developing and testing a disclaimer for digitally enhanced pictures on social media appropriate for Austrian tweens and teens. *J. Children Media*, p.1-19, 2021. doi: <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1938619>.
- NEVES, A.N.; MORGADO, F.F.R.; TAVARES, M.C.G.C.F. Avaliação da Imagem Corporal: notas essenciais para uma boa prática de pesquisa. *Psicol. Teoria Pesq.*, v.31, p.375-380, 2015. doi: <https://doi.org/10.1590/0102-37722015031945375380>.
- PAXTON, S.J.; MCLEAN, S.A.; RODGERS, R.F. My critical filter buffers your app filter: social media literacy as a protective factor for body image. *Body Image*, v.40, p.158-164, 2022. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.009>.
- REGEHR, R.Y. et al. Piloting free to be: a positive body image program for adolescents. *Counseling Psychol.*, v.48, n.6, p.774-800, 2020. doi: <https://doi.org/10.1177/0011000020922216>.
- RODGERS, R.F.; MCLEAN, S.A.; PAXTON, S.J. When seeing is not believing: An examination of the mechanisms accounting for the protective effect of media literacy on body image. *Sex Roles*, v. 81, n. 1, p. 87-96, 2019. doi: <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0973-x>.
- ROUSSEAU, A. Adolescents' selfie-activities and idealized online self-presentation: An application of the sociocultural model. *Body Image*, v.36, p.16-26, 2021. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.005>.
- ROUSSEAU, A.; EGGERMONT, S. Tween television and peers: Reinforcing social agents in early adolescents' body surveillance and self-objectification. *J. Res. Adolesc.*, v.28, n.4, p.807-823, 2018. doi: <https://doi.org/10.1111/jora.12367>.
- SANTOS, E. Educação online para além da EAD: um fenômeno da cibercultura. *Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*. Braga: Universidade do Minho, 2009.
- SCHILDER, P. *A imagem do corpo: as energias construtivas da psique*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- SILVEIRA, M.D.P. Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. *Psicol. Ciênc. Prof.*, v.24, n.4, p.42-51, 2004. doi: <https://doi.org/10.1590/S1414-98932004000400006>.
- SLATER, A.; COLE, N.; FARDOULY, J. The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body Image*, v.29, p.82-89, 2019. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>.
- SOUZA, M.T.; SILVA, M.D.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein (São Paulo)*, v.8, p.102-106, 2010. doi: <https://doi.org/10.1590/S1679-45082010RW1134>.
- SUNDGOT-BORGEN, C. et al. The Norwegian healthy body image programme: study protocol for a randomized controlled school-based intervention to promote positive body image and prevent disordered eating among Norwegian high school students. *BMC Psychol.*, v.6, n.1, p.1-9, 2018. doi: <https://doi.org/10.1186/s40359-018-0221-8>.
- TAMPLIN, N.C.; MCLEAN, S.A.; PAXTON, S.J. Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body Image*, v.26, p.29-37, 2018. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.05.003>.
- TAVARES, M.C.G.C.F. *Imagem corporal: conceito e desenvolvimento*. Barueri: Manole, 2003.
- THOMPSON, J.K. et al. *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association, 1999.
- TYLKA, T. L. Positive Psychology Perspectives on Body Image. *Encyclop. Body Image Hum. Appearance*. v.2, p.657-663. 2012. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00104-8>.
- TYLKA, T.L. et al. Editors' response to Clarivate Analytics' decision to suppress Body Image from receiving a 2019 Impact Factor. *Body Image*, v.34, 2020. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.001>.
- VENDEMIA, M.A.; DEANDREA, D.C.; BRATHWAITE, K.N. Objectifying the body positive movement: The effects of sexualizing and digitally modifying body-positive images on Instagram. *Body Image*, v.38, p.137-147, 2021. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.017>.
- WADE, T.D. et al. Do universal media literacy programs have an effect on weight and shape concern by influencing media internalization? *Int. J. Eating Dis.*, v.50, n.7, p.731-738, 2017. doi: <https://doi.org/10.1002/eat.22689>.
- ZEENI, N.; ABI KHARMA, J.; MATTAR, L. Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women. *Current Psychol.*, p.1-8, 2021. doi: <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01848-8>.