Artigo original Recebido em: 21/09/2023 Parecer emitido em: 17/10/2023

SILVA, A.V. da; CAMPOS, C.A.; LAURENTINO, L.C.R.; ALVES, C.M.; NEVES, C.M.; A influência da mídia social na manipulação de imagem e seu impacto na insatisfação corporal. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Várzea Paulista, v.22, n.04, p.7-14, 2023. ISSN; 1981-4313.

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOCIAL NA MANIPULAÇÃO DE IMAGEM E SEU IMPACTO NA INSATISFAÇÃO CORPORAL

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON IMAGE MANIPULATION AND ITS IMPACT ON BODY DISSATISFACTION

Arthur Venâncio da Silva
Camilla Alice Campos
Larissa Cristina Ramos Laurentino
Camila Medeiros Alves
Clara Mockdece Neves
Universidade Federal de Juiz de fora, FAEFID/UFJF, Juiz de Fora, Brasil

RESUMO

A prevalência das mídias sociais trouxe consigo a exposição constante a imagens retocadas, propagando padrões de corpo inatingíveis. Isso pode gerar insatisfação corporal e distorcer a imagem que temos de nós mesmos. Este estudo analisou 27 artigos publicados entre 2019 e 2022 em bases como Scielo, Pubmed e o Journal of Body Image. As palavras-chave utilizadas foram "body image", "body dissatisfaction", "media" e "image manipulation", resultando em 7 artigos relevantes. A pesquisa indica que a manipulação digital não afeta apenas os consumidores, mas também os criadores de imagens, transformando a busca pela perfeição em uma prática problemática. O impacto do Photoshop, por exemplo, tornou a idealização da beleza uma realidade tangível nas mãos do manipulador. Portanto, o estudo conclui que a literatura internacional tem destacado o papel da mídia na formação da imagem corporal dos usuários de redes sociais. À medida que as ferramentas de edição se tornam mais acessíveis, a alfabetização midiática se torna crucial para estratégias de prevenção.

Palavras-Chave: Imagem Corporal. Insatisfação Corporal. Manipulação de Imagem. Mídia.

ABSTRACT

The prevalence of social media has brought with it the constant exposure to retouched images, propagating unattainable body standards. This can lead to body dissatisfaction and distort the image we have of ourselves. This study analyzed 27 articles published between 2019 and 2022 in platforms like Scielo, Pubmed, and the Journal of Body Image. The keywords used were "body image," "body dissatisfaction," "media," and "image manipulation," resulting in 7 relevant articles. The research suggests that digital manipulation not only affects consumers but also image creators, turning the pursuit of perfection into a problematic practice. The impact of tools like Photoshop, for instance, has made the idealization of beauty a tangible reality in the hands of the manipulator. Therefore, the study concludes that international literature has highlighted the role of media in shaping the body image of social media users. As editing tools become more accessible, media literacy becomes crucial for prevention strategies.

Keywords: Body image. Body dissatisfaction. Image Manipulation. Media.

INTRODUÇÃO

A imagem corporal, enquanto tema de pesquisa, é um conceito extraordinariamente profundo e multifacetado que tem sido exaustivamente explorado e representado na vasta literatura acadêmica e científica. Sua complexidade intrínseca é revelada através de uma miríade de representações que, ao longo da história, levaram a debates e discussões intensas em relação às diversas dimensões que a compõem. Entre essas dimensões, destacam-se a perspectiva, que engloba a busca pela exatidão na definição de tamanho, peso e forma corporal, e a atitudinal, que se desdobra em quatro componentes igualmente cruciais: (1) insatisfação corporal, representando a dissonância entre a percepção individual e os ideais de beleza socialmente impostos, (2) afetos, referindo-se às emoções e sentimentos que uma pessoa experimenta em relação ao seu próprio corpo, (3) cognições, abrangendo os pensamentos e crenças que moldam a forma como alguém percebe seu corpo, e (4) comportamentos, que englobam as ações e práticas adotadas em resposta à imagem corporal percebida (TAVARES, 2003; FERREIRA; CASTRO; MORGADO *et al*., 2014).

A discussão sobre a imagem corporal transcende as barreiras do tempo e da cultura, sendo um tópico de interesse constante para pesquisadores de diversas áreas, como psicologia, sociologia, antropologia e saúde. A importância desse tema é inegável, uma vez que a imagem corporal desempenha um papel central na vida das pessoas, afetando sua autoestima, bem-estar emocional e até mesmo comportamentos relacionados à saúde, como dietas, exercícios e uso de substâncias (TAVARES, 2003; FERREIRA; CASTRO; MORGADO *et al*., 2014).

Além disso, a influência da mídia e da sociedade na construção da imagem corporal não pode ser subestimada, uma vez que padrões de beleza idealizados são constantemente promovidos e disseminados. Isso cria desafios significativos, especialmente para os jovens que estão em fase de formação de identidade e são particularmente vulneráveis à pressão social e à comparação com os modelos inatingíveis apresentados pela mídia (TAVARES, 2003; FERREIRA; CASTRO; MORGADO et al., 2014).

Portanto, compreender a imagem corporal em todas as suas nuances e complexidades é fundamental não apenas para a academia, mas também para a sociedade como um todo. A pesquisa contínua nesse campo é essencial para desenvolver estratégias de promoção da saúde mental, bem como para promover uma cultura de aceitação e respeito pela diversidade de corpos e identidades. (SCHILDER, 1994).

A imagem corporal, um conceito intrinsecamente ligado à nossa identidade e autoestima, pode ser definida como a representação mental que temos do nosso próprio corpo. Essa representação vai além do simples aspecto físico e abrange os sentimentos, pensamentos e ações que mantemos em relação ao nosso corpo. Como afirmado por Schilder (1994), é um constructo complexo que desempenha um papel crucial em nossas vidas.

Por outro lado, a insatisfação corporal emerge como um distúrbio atitudinal da imagem corporal. Trata-se de um estado emocional marcado por sentimentos negativos em relação ao corpo, que muitas vezes surgem de uma discrepância percebida entre a imagem corporal real e a imagem corporal idealizada. Thompson e Van Den Berg (2002) ressaltam a importância de compreender essa discrepância, pois ela pode desencadear uma série de desafios emocionais e comportamentais.

A relação entre a imagem corporal e a insatisfação corporal é complexa e multifacetada. Ambos os conceitos estão interligados e podem ser influenciados por uma variedade de fatores, como a cultura, os padrões de beleza predominantes, a mídia e experiências pessoais. Além disso, a maneira como percebemos nosso corpo desempenha um papel fundamental em nossa saúde mental e emocional, afetando nossa autoconfiança, bem-estar e qualidade de vida (THOMPSON; VAN DEN BERG, 2002).

Portanto, a compreensão desses conceitos e de como eles se entrelaçam é fundamental para promover uma relação saudável com o corpo e fomentar uma cultura de aceitação e respeito pelas diversas formas e tamanhos corporais. À medida que continuamos a explorar essa temática, é crucial considerar estratégias e intervenções que ajudem as pessoas a cultivar uma imagem corporal positiva e a superar a insatisfação corporal, contribuindo assim para uma sociedade mais inclusiva e compassiva (THOMPSON; VAN DEN BERG, 2002).

A mídia desempenha um papel central nesse contexto, exercendo uma influência penetrante e contribuindo significativamente para a disseminação da busca incessante pelo chamado "corpo ideal". Ela não apenas cria desejos inalcançáveis, mas também reforça imagens e estereótipos corporais que perpetuam a ideia de que o corpo humano é, em si, um produto a ser moldado e aperfeiçoado, como apontado por Lira *et al*. em sua análise de 2017.

Nesse sentido, é crucial abordar de maneira holística e sensível as implicações da insatisfação corporal, reconhecendo sua ampla abrangência e a complexidade dos fatores que a alimentam. Somente ao compreendermos a extensão desse problema e suas raízes profundas na sociedade contemporânea,

estaremos aptos a desenvolver estratégias eficazes para promover uma relação mais saudável e equilibrada com nossos corpos, independente de padrões artificiais e idealizados (LIRA *et al.*, 2017).

Além da busca pelo corpo perfeito como algo "mágico", a pressão social midiática, impõem as necessidades sociais e coletivas, ocultando as necessidades individuais. Quando corpos "perfeitos" são compartilhados e são vistos inúmeras vezes, começa-se a acreditar que isso reflete a realidade e não alcançar tal ideal é motivo de frustração e de insatisfação (LIRA *et al.*, 2017).

Dessa forma, é importante ressaltar as consequências geradas pela mídia, seu papel na construção da imagem corporal e na manipulação desta imagem. Telles (2010) afirma que a mídia social pertence a uma poderosa revolução, com o poder de influenciar decisões, com a capacidade de criação de conteúdo na internet, resultando na interação social e na troca de informações em diferentes formas.

No estudo de Mauricio; Vargas e Cantorani (2015) sobre a insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários, as conclusões destacam que a insatisfação corporal é uma preocupação significativa nessa população. Esse estudo, realizado por meio de uma abordagem de pesquisa quantitativa, buscou examinar uma ampla gama de variáveis, incluindo sexo, idade, índice de massa corporal (IMC) e a frequência de atividade física, com o objetivo de identificar possíveis correlações com a insatisfação com a imagem corporal. A pesquisa reuniu uma amostra representativa de estudantes universitários, o que permitiu uma análise mais robusta dos padrões de insatisfação com a imagem corporal nesse grupo demográfico. Os resultados revelam que diversos fatores estão associados a essa insatisfação, incluindo a influência da mídia, a pressão social, a busca pelo corpo ideal e a preocupação com o peso e a aparência. Além disso, o estudo identifica diferenças de gênero, mostrando que as mulheres tendem a ser mais afetadas por essas pressões em comparação com os homens.

A mídia originada nas redes sociais tem, nos últimos anos, assumido um papel de crescente relevância no dia a dia da população brasileira, moldando e influenciando significativamente as perspectivas e percepções individuais. Nesse cenário, Moromizato *et al.* (2017) analisou os efeitos do uso da internet e das redes sociais sobre os níveis de ansiedade e depressão em estudantes de medicina. Os resultados deste estudo indicaram uma correlação entre o uso excessivo da internet e das redes sociais e um aumento na prevalência de sintomas de ansiedade e depressão nessa população universitária. Esta pesquisa sugere a importância de adotar uma abordagem mais equilibrada ao uso de tecnologias digitais, especialmente entre os estudantes de medicina, que frequentemente enfrentam altos níveis de estresse devido às demandas acadêmicas rigorosas.

A temática da manipulação de imagem no contexto da mídia social é uma questão de extrema relevância nos dias de hoje, pois está intrinsecamente ligada à maneira como as pessoas percebem a si mesmas e aos outros. A forte influência gerada por meio da manipulação de imagens pode moldar a forma como as pessoas agem, pensam e enxergam a si mesmas, muitas vezes resultando em uma profunda insatisfação corporal (LIRA *et al.*, 2017).

A mídia social desempenha um papel crucial na divulgação da chamada "aparência ideal", distribuindo padrões a serem seguidos por meio das postagens de usuários frequentemente populares, conhecidos como "influenciadores digitais" (TELLES, 2010). Esses influenciadores têm o poder de moldar as percepções de seus seguidores ao compartilhar suas rotinas, experiências, pensamentos, críticas e visões, muitas vezes com foco na exibição de sua estrutura física.

O cerne da manipulação ocorre quando o que é exibido nas redes sociais se torna a realidade percebida e almejada pelo público, ignorando fatores críticos, como as edições de fotos, a preparação meticulosa das imagens e o status financeiro dos influenciadores. Tudo isso contribui para a construção de uma realidade de certa forma inatingível, pois é apenas um produto cuidadosamente construído e editado para ser entregue à mídia, consumido e compartilhado (TELLES, 2010).

É importante destacar que, embora a manipulação de imagem tenha originalmente surgido como uma ferramenta destinada a melhorar a qualidade das fotos, ela se transformou em uma prática cada vez mais comum nas redes sociais, muitas vezes associada a preocupações exacerbadas com o corpo (BEOS; KEMPS; PRICHARD, 2021). À medida que as tecnologias de edição de imagem se tornam mais acessíveis e fáceis de usar, a pressão para atender aos padrões de beleza irrealistas promovidos nas redes sociais também aumenta, o que pode ter impactos significativos na saúde mental e emocional das pessoas.

Em resumo, a manipulação de imagem nas redes sociais é uma questão complexa que envolve não apenas a melhoria da estética visual, mas também a construção de narrativas e ideais de beleza que podem ter consequências profundas na autoimagem e na satisfação corporal das pessoas. É fundamental que a sociedade esteja ciente desses efeitos e promova uma abordagem mais saudável e realista em relação à imagem corporal nas mídias sociais.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar a literatura prévia no que concerne os estudos sobre a manipulação de imagem da mídia e sua influência na insatisfação corporal.

METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão narrativa da literatura. Foram consultados os bancos de dados Scielo e Pubmed e a revista Body Image Journal sendo utilizados os termos de busca em inglês: body image, body dissatisfaction, media, image manipulation, acrescentados com o operador booleano AND.

Foram incluídos estudos publicados entre os anos 2019 e 2022. Dentre os critérios de inclusão, tiveram relevância estudos que relacionaram a manipulação de imagem e seu impacto na insatisfação corporal.

RESULTADOS

Foram encontrados 10 artigos sobre o tema no Pubmed, 8 artigos no Scielo e 9 artigos no Body Image Journal, totalizando 27 artigos. Aplicando os termos de inclusão, foram excluídos 20 artigos, restando 7 para a revisão.

Tabela 1 - Seleção de Artigos.

Base de Dados	Encontrados	Excluídos	Selecionados
Pubmed	10	9	1
Scielo	8	7	1
Body Image Journal	9	4	5
Total	27	20	7

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tabela 2 - Artigos Selecionados.

Autores	Objetivo	Resultado	Ano
AKERMAN; BORSA,	O objetivo do estudo foi identificar na relação entre a frequência do uso de redes sociais (Freq. SM) e (in)satisfação corporal, o papel moderador de seguir páginas focadas em aparência física (FON) e identificar diferenças nos níveis de (in)satisfação corporal entre quem segue ou não essas páginas.	Identificaram-se diferenças significativas na (in)satisfação corporal entre mulheres que seguem páginas focadas em aparência física e que não seguem. Para as mulheres, "FON" é um moderador significativo. Para os homens, nenhum resultado foi significativo. Os achados contribuem para reflexões sobre o ideal corporal feminino e o método de pesquisa aplicado ao campo das redes sociais.	2022
BEOS; KEMPS; PRICHARD	O presente estudo investigou se a manipulação de fotos nas redes sociais prediz insatisfação facial, atitudes em relação a procedimentos cosméticos e intenções de se submeter a procedimentos cosméticos faciais em mulheres jovens, e o papel moderador da autodiscrepância nisso.	Os resultados destacam um papel fundamental para a manipulação de fotos e autodiscrepâncias em relação à insatisfação facial de mulheres jovens. Eles também fornecem informações sobre preditores de intenções e atitudes em procedimentos cosméticos. Isto sinaliza uma necessidade premente de desenvolver medidas eficazes, programas de intervenção e prevenção para ajudar as mulheres jovens a limitar a sua fotografia baseada na aparência com comportamentos de manipulação para uso em mídias sociais.	2021

MCBRIDE et al.	O objetivo central do artigo é fornecer uma análise crítica da manipulação digital de imagens de modelos na publicidade e sugerir estratégias legais e de responsabilidade social corporativa para mitigar os potenciais efeitos negativos que isso pode ter na saúde pública.	Iniciativas políticas e corporativas para reduzir o uso de imagens alteradas digitalmente considerado prejudicial à saúde mental e comportamental dos consumidores poderia reduzir o carga de transtornos alimentares, comportamentos desordenados de controle de peso e aparência, e insatisfação corporal e, assim, melhorar a saúde da população nos Estados Unidos.	2019
MCCOMB; GOBIN; MILLS.	O objetivo deste artigo é investigar como as legendas de autodenúncia no Instagram afetam o humor e a imagem corporal das mulheres jovens e se a prática de manipulação de fotos influencia esses efeitos.	Não houve efeito significativo do tipo de aviso sobre a imagem corporal ou o humor, e portanto, nenhum tipo de autodenúncia teve um efeito melhorador. No entanto, os avisos específicos foram superiores aos outrosa avisos na redução da probabilidade de comparar o próprio corpo com o de outra pessoa, para mulheres com alto índice de manipulação de fotos. Pesquisas futuras devem ser realizadas com meninas adolescentes e homens.	2021
PAXTON; MCLEAN; RODGERS.	O objetivo do artigo é investigar como a literacia nas redes sociais pode funcionar como um fator protetor contra as pressões e os impactos negativos sobre a imagem corporal que muitas vezes estão associados ao uso de mídias sociais e à exposição a imagens retocadas ou idealizadas.	Concluiu-se que, embora ainda haja muito que precisa de ser compreendido, há um apoio preliminar modesto para um papel protector da literacia nos meios de comunicação social, especialmente em meninas e mulheres jovens.	2022
TIGGEMANN.	O objetivo é explorar como elementos como etiquetas de isenção, legendas, hashtags e comentários nas redes sociais podem desempenhar um papel na forma como as pessoas percebem e respondem à modificação digital de imagens e em sua relação com a imagem corporal.	Conclui que os avisos são um meio ineficaz de proteger a satisfação corporal contra a exposição a imagens idealizadas nas redes sociais. Com base na visão geral, são identificados nove caminhos para pesquisas futuras.	2022
TIGGEMANN; ZINOVIEV.	O objetivo central deste artigo é examinar como a presença de imagens e hashtags que promovem a ausência de retoques digitais no Instagram influencia a imagem corporal das mulheres e contribui para o diálogo sobre questões relacionadas à beleza e à autenticidade nas mídias sociais.	Não houve efeitos significativos para a insatisfação corporal. Efeitos na insatisfação facial foram moderados pela auto-manipulação de fotos, em que a diferença entre padrão e imagens sem modificações foi maior para mulheres que manipulam digitalmente suas próprias fotos. No geral, as descobertas sugerem que, sob algumas condições, as imagens sem modificações têm o potencial de proteger Usuários do Instagram contra preocupações com a aparência.	2019

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

DISCUSSÃO

A mídia tradicional (televisão, revistas, jornais e radio) é bem reconhecida por sua forte influência sobre atitudes, sentimentos e comportamentos da imagem corporal dos indivíduos. Semelhante à mídia tradicional, a mídia social pode influenciar a imagem corporal através da presença de imagens altamente editadas e enganosas (PAXTON; MCLEAN; RODGERS, 2022). Com isso, Paxton; McLean e Rodgers (2021) retrataram que várias características da mídia social a tornaram uma poderosa influência em comparação a mídia tradicional, considerando sua natureza visual e instantânea, com temáticas comerciais e de contribuição do usuário, para criarem seus conteúdos e receberem feedback. Dessa forma, identificar e aproveitar os fatores de proteção são, portanto, importantes focos de pesquisa. Este artigo descreveu modelos teóricos de alfabetização em mídia social, ou seja, a aplicação de uma análise crítica das motivações por trás das postagens nas mídias sociais e abordagens de medição atuais. As autoras concluem que, embora ainda haja muito a ser compreendido, há um modesto apoio preliminar para um papel protetor da alfabetização nas mídias sociais, especialmente em meninas e mulheres jovens (PAXTON; MCLEAN; RODGERS, 2021).

O estudo de Akerman e Borsa (2022), contou com uma amostra heterogênea, composta por indivíduos de diferentes faixas etárias e origens culturais, totalizando 702 pessoas. Um questionário demográfico coletou dados relevantes para a descrição geral e caracterização da amostra, como idade, etnia, educação, frequência de uso de mídia social e tipos de páginas acessadas de três categorias: "Celebridades, modelos, blogueiras de moda/beleza, páginas de beleza, estilo de vida"; "Saúde e condicionamento físico (por exemplo, blogueiros e/ou pessoas/atletas, dicas de dieta, dicas de treino, etc.)", e "Viagem, arte, informação, política, ciência, etc.". As autoras identificaram diferenças significativas na insatisfação corporal entre mulheres que seguem páginas focadas em aparência física e que não seguem (AKERMAN; BORSA, 2022). Enquanto a amostra masculina, não apresentou diferenças estatisticamente significativas entre os participantes que seguem as páginas relacionadas ao conteúdo estético/aparência física e não seguem nenhum dos quatro fatores.

As mídias sociais apresentam recursos que contribuem para a falta de realismo dos conteúdos compartilhados, através da capacidade de modificar ou aprimorar as fotos nos meios digitais. Sites como Instagram e Snapchat, vêm com ferramentas de filtros embutidos, normalizando seu uso (TIGGEMANN, 2022). Pesquisas recentes, iniciaram estudos para examinar as consequências da manipulação digital de imagens, comumente conhecidas como "selfies", através de duas perspectivas: a do post e a do espectador. "Na primeira, as selfies são importantes auto apresentação e gestão de impressões, em que as pessoas querem apresentar suas melhores versões" (TIGGEMANN, 2022). O referido artigo reúne e apresenta uma visão geral da pesquisa existente sobre as consequências para a imagem corporal da manipulação digital e a adição de isenções de responsabilidade em uma variedade de tipos às imagens nas mídias sociais. A autora conclui que as isenções de responsabilidade são um meio ineficaz de proteger a satisfação corporal contra a exposição a imagens idealizadas de mídia social (TIGGEMANN, 2022).

Uma pesquisa correlacional realizada por Beos; Kemps e Prichard (2021) mostrou que os níveis de manipulação de selfies estão relacionados à insatisfação corporal e facial, além de preocupações alimentares entre amostras de meninas adolescentes. O estudo investigou se a manipulação de fotos nas mídias sociais prediz a insatisfação facial, atitudes em relação a procedimentos cosméticos e intenções de se submeter a procedimentos cosméticos faciais em mulheres jovens, e o papel moderador da auto discrepância nisso. A amostra foi composta por mulheres australianas (N=227, 17-25 anos) que preencheram um questionário transversal online. A manipulação da foto foi um preditor significativo de atitudes e intenções de procedimentos cosméticos, mas não de insatisfação facial. A auto discrepância baseada na aparência moderou significativamente a relação entre a manipulação fotográfica e a insatisfação facial, enquanto a relação entre a manipulação fotográfica e a insatisfação facial foi mais forte para aqueles com menor auto discrepância (BEOS; KEMPS; PRICHARD, 2021) os resultados destacam um papel fundamental para a manipulação de fotos e auto discrepâncias baseadas na aparência em relação à insatisfação facial em mulheres jovens. Ademais, Beos; Kemps e Prichard (2021) relataram que a manipulação de imagem foi associada a atitudes positivas em relação a procedimentos estéticos e a maiores intenções de se submeter a um procedimento facial. Além da relação de uma discrepância entre a aparência real e a ideal. Isso sinaliza uma necessidade premente de desenvolver programas eficazes de intervenção e prevenção para ajudar as mulheres jovens a limitar seus comportamentos de manipulação de imagens baseados na aparência para uso nas mídias sociais.

Tiggemann e Zinoviev (2019), realizaram um estudo com o objetivo de investigar experimentalmente o efeito de imagens do Instagram sem aprimoramento (ou seja, sem maquiagem, sem alteração digital) e suas hashtags na imagem corporal das mulheres. Os participantes foram 204 estudantes de graduação do sexo feminino que foram aleatoriamente designados para visualizar um dos três conjuntos de imagens do

Instagram: imagens padrão (idealizadas), imagens sem aprimoramento ou o mesmo conjunto de imagens sem aprimoramento com hashtags indicando sua natureza sem aprimoramento. A exposição a imagens sem realce resultou em insatisfação facial significativamente menor do que a exposição a imagens padrão. No entanto, a adição de hashtags resultou em insatisfação facial significativamente maior do que as mesmas imagens sem aprimoramento sem hashtags. Não houve efeitos significativos para a insatisfação corporal. Os efeitos na insatisfação facial foram moderados pelo auto manipulação de fotos, em que a diferença entre imagens padrão e sem realce foi maior para mulheres que manipulam digitalmente suas próprias fotos. No geral, as descobertas sugerem que, sob algumas condições, as imagens sem aprimoramento têm o potencial de proteger os usuários do Instagram contra problemas de aparência. Ademais, a exposição às imagens manipuladas digitalmente levou a mais insatisfação corporal entre as adolescentes do que as imagens originais, especialmente para meninas com alta tendência de comparação social. Esses resultados sugerem que tanto a edição de fotos quanto a visualização de fotos editadas estão associadas a preocupações com a imagem corporal (TIGGEMANN; ZINOVIEV, 2019).

O experimento realizado por McComb; Gobin e Mills (2020), investigou o impacto de anexar legendas de auto renúncia, ou seja, legendas contendo informações se as fotos foram editadas, a fotos do Instagram e a relação do ideal de magreza na imagem corporal e no humor de mulheres jovens. As participantes escolhidas foram 311 estudantes de graduação com idade entre 18 e 25 anos. Elas foram designadas aleatoriamente para ver imagens de uma mulher magra no Instagram sem legendas, ou com legendas genéricas, específicas ou de advertência, e preencheram medidas pré e pós de imagem corporal e humor e um questionário sobre suas próprias práticas de edição de fotos. Em todas as condições, a exposição às imagens resultou em diminuição da satisfação corporal, probabilidade de comparar o próprio corpo com o de outro, felicidade, confiança e ansiedade. Não houve efeito significativo do tipo de isenção de responsabilidade na imagem corporal ou no humor e, portanto, nenhum tipo de auto renúncia teve um efeito melhorador. No entanto, isenções de responsabilidade específicas foram superiores às outras isenções de responsabilidade na redução da probabilidade de comparar o corpo de alguém com o de outro, para mulheres com alta manipulação de imagens (MCCOMB; GOBIN; MILLS, 2020).

A pesquisa de McBride *et al*. (2019), foi uma pesquisa legal para avaliar a viabilidade de uma série de propostas de iniciativas políticas para reduzir o retoque digital do peso dos modelos e aparição em publicidade no contexto legal dos Estados Unidos, seguida por um resumo de pesquisa em saúde que liga o retoque digital de publicidade ao aumento do risco de distúrbios alimentares, comportamentos desordenados de controle de peso e aparência e insatisfação corporal em consumidores. Por fim, sintetizaram os resultados para recomendar aos formuladores de políticas e defensores da saúde dos EUA, a forma mais viável para limitar o retoque digital na publicidade para reduzir os danos à saúde mental e comportamental dos consumidores, ligada a essas práticas publicitárias. Dadas as altas taxas de consumo de mídia entre os jovens norte-americanos e as consequências negativas da exposição a padrões irrealistas de beleza na publicidade, há uma necessidade urgente de abordar o uso desenfreado de retoques digitais em anúncios. A pesquisa demonstra consistentemente que o retoque digital generalizado de imagens publicitárias na moda, beleza e outras indústrias de consumo promove padrões de beleza irrealistas que têm efeitos prejudiciais à saúde pública. Em particular, a exposição a imagens enganosas de beleza está associada a maior insatisfação corporal, pior humor, pior autoestima e aumento do risco de comportamentos alimentares desordenados. Assim, políticas e iniciativas corporativas para reduzir o uso de imagens digitalmente alteradas consideradas prejudiciais à saúde mental e comportamental dos consumidores podem reduzir a carga de distúrbios alimentares, comportamentos desordenados de controle de peso e aparência e insatisfação corporal (MCBRIDE *et al*., 2019).

CONCLUSÃO

Nesse contexto, é inegável que o presente estudo oferece uma valiosa contribuição para o entendimento das complexas dinâmicas entre a mídia, a imagem corporal e as redes sociais. Ao analisar a literatura prévia, sobretudo no cenário internacional, torna-se evidente o crescente interesse em desvelar os aspectos interconectados que delineiam a influência da mídia na percepção da imagem corporal pelos usuários de plataformas de redes sociais.

Os resultados elucidados por diversos estudos convergem para um veredito incontestável: a modificação digital de imagens, apesar de sua disseminação, não é uma prática isenta de consequências. Ela impõe impactos negativos tanto sobre os criadores dessas imagens quanto sobre aqueles que as contemplam (TIGGEMANN, 2022).

Em suma, este estudo amplia nossa compreensão das implicações complexas da mídia na formação da imagem corporal, destacando os efeitos prejudiciais da manipulação digital e enfatizando a necessidade premente de promover a literacia midiática como uma medida preventiva. A reflexão sobre essas questões não apenas amplia o horizonte de pesquisa, mas também aponta para a importância de iniciativas educacionais que capacitem os indivíduos a navegarem de forma crítica e consciente no cenário midiático contemporâneo. Essa conscientização é fundamental para a promoção de uma sociedade mais saudável, onde a autoestima e a autenticidade possam florescer sem serem eclipsadas pelas pressões irreais da imagem corporal idealizada perpetuada pelos meios de comunicação e pelas redes sociais. Portanto, a pesquisa e a educação contínuas nessa área são cruciais para moldar um futuro em que o indivíduo possa abraçar sua singularidade e beleza genuína, livre das distorções impostas pela mídia digitalmente retocada.

REFERÊNCIAS

AKERMAN, L.P.F.; BORSA, J.C. **Does Accessed Content Matter? Social Media and Body (Dis) satisfaction:** A Moderation Analysis. Paidéia (Ribeirão Preto), v.32, 2022.

BEOS, N., KEMPS, E., PRICHARD, I .Photo manipulation as a predictor of facial dissatisfaction and cosmetic procedure attitudes**. Body Image**, v.39, p.194–201, set. 2021.

FERREIRA, M.E.C.; CASTRO, M.R. de; MORGADO, F.F. da R. **Imagem corporal**: reflexões, diretrizes e práticas de pesquisa. Juiz de Fora: Editora UFJF, p.173-185, 2014.

LIRA, A.G. et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **J. bras. Psiquiatr**., Rio de Janeiro, v.66, n.3, p.164-171, set. 2017.

MAURICIO, L.K.; VARGAS, L.M.; CANTORANI, J.R.H. Fatores associados a insatisfação com imagem corporal de estudantes universitários. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, v.14, n.2, p.41-50, 2015.

MCBRIDE, C.; COSTELLO, N., AMBWANI, S., WILHITE, B., AUSTIN, S.B. Digital manipulation of images of models' appearance in advertising: Strategies for action through law and corporate social responsibility incentives to protect public health. **American journal of law & medicine**, v.45, n.1, p.7-31, 2019.

MCCOMB, S.E.; GOBIN, K.C.; MILLS, J.S. The effects of self- disclaimer Instagram captions on young women's mood and body image: The moderating effect of participants' own photo manipulation practices. **Body image**, v.38, p.251-261, 2021.

MOROMIZATO, M.S., FERREIRA, D.B.B., SOUZA, L.S.M., LEITE, R.F., MACEDO, F.N., PIMENTEL, D. O uso de internet e redes sociais e a relação com indícios de ansiedade e depressão em estudantes de medicina. **Revista Brasileira de Educação Médica**, v.41, n.4, p.497-504, out. 2017.

SCHILDER, P. **A Imagem do Corpo:** as energias construtivas da psique**.** São Paulo: Martins Fontes. 1994.

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.

TAVARES, M.C.G.C. **Imagem Corporal**: Conceito e Desenvolvimento. São Paulo: Manole. 2003.

TELLES, A., **A revolução das mídias sociais:** cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo: M. Books do Brasil. 2010.

THOMPSON, J.K.; VAN DEN BERG, P. Measuring body image attitudes among adolescents and adults. In: CASH, T.F., PRUZINSKY, T. editors. **Body image:** a handbook of theory, research and clinical practice. New York: The Guilford Press; 2002. p.142-54.

TIGGEMANN, M. Digital modification and body image on social media: Disclaimer labels, captions, hashtags, and comments. **Body Image**, v.41, p.172- 180, 2022.

TIGGEMANN, M.; ZINOVIEV, K. The effect of# enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. **Body Image**, v.31, p.131-138, 2019.

Universidade Federal de Juiz de fora - FAEFID/UFJF
Laboratório de Estudos do Corpo – LABESC
Campus UFJF – Curso de Educação Física
Via Local, s/n - Juiz de Fora /MG
3986-3998