

A BELEZA NA RODA DE CONVERSA: DISMORFIA DE SNAPCHAT NA PERCEPÇÃO DE JOVENS ADOLESCENTES SUL-MATO-GROSSENSES

BEAUTY IN THE CONVERSATION CIRCLE: SNAPCHAT DYSMORPHIA IN THE PERCEPTION OF YOUNG ADOLESCENTS FROM MATO GROSSO DO SUL

LA BELLEZA EN LA RUEDA DE CONVERSACIÓN: DISMORFIA DE SNAPCHAT EN LA PERCEPCIÓN DE ADOLESCENTES DE MATO GROSSO DO SUL

Viviane Soares Vilasanti¹
Marsiel Pacífico²

RESUMO: A presente pesquisa aborda a Dismorfia do Snapchat na percepção de adolescentes sul-mato-grossenses, analisando o impacto dos filtros digitais na autoimagem e na autoestima das jovens. Por meio de uma Roda de Conversa, realizada em outubro de 2022, buscou-se compreender se as adolescentes sentem a necessidade de modificar seus corpos a partir das imagens geradas por ferramentas de realidade aumentada disponíveis nas redes sociais. Além da coleta de dados, a pesquisa configurou-se como uma intervenção, proporcionando uma reflexão crítica sobre as expectativas sociais de beleza e os impactos emocionais do uso excessivo de filtros. Os resultados apontam que a maioria das participantes já sentiu o desejo de alterar a própria aparência para se parecer com suas imagens editadas digitalmente, evidenciando a influência das mídias sociais na construção da autoimagem. A pesquisa também revela que a preocupação excessiva com a estética pode afetar a saúde emocional, reforçando padrões inatingíveis de beleza e contribuindo para inseguranças e transtornos relacionados à imagem corporal. Por fim, destaca-se a importância de espaços de diálogo e educação crítica sobre o tema, tanto no ambiente escolar quanto no familiar, para auxiliar as adolescentes na aceitação de suas características naturais e na construção de uma autoimagem mais saudável.

1186

Palavras-chave: Dismorfia do Snapchat. Filtros digitais. Autoestima. Padrões de beleza. Adolescência.

¹Mestra em Educação (2021-2023) pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Graduada em Pedagogia (2010-2013) pela Universidade Estadual de Maringá e Artes Visuais (2021-2022) pelo UniBF. Leciona nos Anos Iniciais e Finais do Ensino Fundamental e no Ensino Médio. Foi coordenadora pedagógica e desenvolveu atividades na Secretaria Municipal de Educação de Paranhos/MS, onde ministrou cursos de formação continuada para professores e coordenou programas dos governos federal e estadual.

²Professor Permanente do Programa de Mestrado Profissional em Educação - PROFEDUC/UEMS. Professor Adjunto da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Unidade Universitária de Paranaíba. Membro da SOFIE - Sociedade Brasileira de Filosofia da Educação. Líder dos Grupos de Estudo e Pesquisa: TCEducS - Teoria Crítica, Educação e Sociedade & NeuroPraPe - Neuroeducação e as Práticas Pedagógicas. Doutor em Educação (2013-2017) e Mestre em Educação (2010-2012) pela Universidade Federal de São Carlos, onde também se graduou em Pedagogia (2006-2009). Foi professor de Ensino Fundamental (2010-2012) e gestor escolar (2013-2017) na rede municipal de São Carlos.

ABSTRACT: This research addresses Snapchat Dysmorphia from the perspective of adolescents in Mato Grosso do Sul, analyzing the impact of digital filters on young women's self-image and self-esteem. Through a Roundtable Discussion held in October 2022, the study aimed to understand whether adolescents feel the need to modify their bodies based on images generated by augmented reality tools available on social media. In addition to data collection, the research functioned as an intervention, providing a critical reflection on social expectations of beauty and the emotional impacts of excessive filter use. The results indicate that most participants have felt the desire to alter their appearance to resemble their digitally edited images, highlighting the influence of social media on self-image construction. The study also reveals that excessive concern with aesthetics can affect emotional health, reinforcing unattainable beauty standards and contributing to insecurities and body image disorders. Finally, the importance of spaces for dialogue and critical education on the subject is emphasized, both in school and family environments, to help adolescents accept their natural features and build a healthier self-image.

Keywords: Snapchat Dysmorphia. Digital filters. Self-esteem. Beauty standards. Adolescence.

RESUMEN: La presente investigación aborda la Dismorfia de Snapchat en la percepción de adolescentes de Mato Grosso del Sur, analizando el impacto de los filtros digitales en la autoimagen y la autoestima de las jóvenes. A través de una Rueda de Conversación, realizada en octubre de 2022, se buscó comprender si las adolescentes sienten la necesidad de modificar sus cuerpos a partir de las imágenes generadas por herramientas de realidad aumentada disponibles en las redes sociales. Además de la recopilación de datos, la investigación se configuró como una intervención, proporcionando una reflexión crítica sobre las expectativas sociales de belleza y los impactos emocionales del uso excesivo de filtros. Los resultados muestran que la mayoría de las participantes han sentido el deseo de alterar su propia apariencia para parecerse a sus imágenes editadas digitalmente, evidenciando la influencia de las redes sociales en la construcción de la autoimagen. La investigación también revela que la preocupación excesiva por la estética puede afectar la salud emocional, reforzando estándares de belleza inalcanzables y contribuyendo a inseguridades y trastornos relacionados con la imagen corporal. Finalmente, se destaca la importancia de espacios de diálogo y educación crítica sobre el tema, tanto en el ámbito escolar como en el familiar, para ayudar a las adolescentes a aceptar sus características naturales y construir una autoimagen más saludable.

1187

Palabras clave: Dismorfia de Snapchat. Filtros digitales. Autoestima. Estándares de belleza. Adolescencia.

INTRODUÇÃO

A crescente popularização das redes sociais e o avanço das tecnologias de realidade aumentada têm transformado a maneira como as pessoas se percebem e se apresentam ao mundo. Com a difusão de filtros digitais e aplicativos de edição de imagem, tornou-se cada vez

mais comum a modificação da aparência em fotos e vídeos, criando versões idealizadas dos indivíduos. Nesse contexto, surge a chamada Dismorfia do Snapchat, fenômeno que descreve a tendência de pessoas, especialmente adolescentes, a desejarem replicar na vida real a imagem modificada por filtros, o que pode gerar insatisfação com a própria aparência e até levar à busca por procedimentos estéticos.

A adolescência é um período crucial para a construção da identidade e da autoimagem, tornando esse público particularmente vulnerável aos impactos das redes sociais. Estudos indicam que o uso excessivo de filtros pode levar à baixa autoestima e ao aumento da insatisfação corporal, influenciando comportamentos e percepções sobre a beleza. A pressão para atender a padrões estéticos irreais, amplamente reforçados nas plataformas digitais, pode resultar em ansiedade, insegurança e até transtornos da imagem corporal, como o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC).

Diante desse cenário, a presente pesquisa investiga a percepção de adolescentes sul-mato-grossenses sobre a Dismorfia do Snapchat, analisando como o uso de filtros digitais impacta sua relação com a própria imagem. Para isso, foi realizada uma Roda de Conversa com 15 participantes, proporcionando um espaço de reflexão e debate sobre os efeitos da modificação digital da aparência e as implicações emocionais associadas. Além de levantar dados sobre o tema, a atividade teve um caráter intervencivo, incentivando uma abordagem crítica sobre os padrões estéticos e o papel das redes sociais na construção da autoimagem juvenil.

1188

O estudo pretende contribuir para a compreensão dos desafios enfrentados pelos adolescentes na era digital e destacar a importância de diálogos educativos sobre autoestima e aceitação corporal. Dessa forma, busca-se fomentar estratégias para mitigar os efeitos negativos da exposição a padrões de beleza inatingíveis, promovendo uma relação mais saudável com a própria aparência.

MÉTODOS

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória, cujo objetivo foi compreender a percepção de adolescentes sul-mato-grossenses sobre a Dismorfia do Snapchat e os impactos da modificação digital da aparência em sua autoestima e identidade. Para tanto, utilizou-se a metodologia da Roda de Conversa, uma estratégia dialógica que permite a troca de experiências e reflexões coletivas, promovendo o compartilhamento de

percepções e sentimentos em um ambiente seguro e acolhedor. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul e previamente autorizada.

A Roda de Conversa tem sido amplamente utilizada em pesquisas na área das Ciências Humanas e Sociais, pois se configura como um espaço de diálogo horizontal, no qual os participantes podem expressar suas opiniões, questionamentos e vivências sem receio de julgamentos. Segundo Gohn (2019), essa metodologia possibilita a construção do conhecimento coletivo, ao estimular a interação entre os sujeitos e a reflexão crítica sobre temáticas sociais relevantes. Além disso, Freire (1987) enfatiza a importância do diálogo como ferramenta essencial para a emancipação do pensamento e para a formação de indivíduos críticos e autônomos.

A pesquisa foi realizada em outubro de 2022 e contou com a participação de 15 adolescentes do sexo feminino, com idades entre 15 e 17 anos. A atividade foi conduzida em um ambiente neutro, propício ao compartilhamento de experiências e reflexões. Inicialmente, as participantes foram desafiadas a tirar uma selfie e postá-la em uma rede social de sua escolha, sem o uso de filtros. Durante essa etapa, foram observadas diferentes reações, variando entre a aceitação imediata, a hesitação e a recusa em tirar a foto, evidenciando o impacto da autoimagem na tomada de decisões.

1189

Após essa experiência inicial, foi exibido o vídeo Reverse Selfie, da campanha #NoDigitalDistortion da Dove (2021), que demonstra como os filtros de edição podem transformar significativamente a aparência de uma pessoa. O material serviu como ponto de partida para reflexões sobre os impactos do uso excessivo de filtros digitais e a construção de padrões estéticos inatingíveis. Segundo Goffman (1979), a forma como os indivíduos se apresentam socialmente é influenciada pelas normas culturais e pelas expectativas do olhar do outro, o que se intensifica na era digital, com o uso de ferramentas de manipulação da imagem.

A discussão foi guiada por um roteiro de perguntas abertas, permitindo que as adolescentes expressassem suas percepções sobre a influência das redes sociais na autoestima e sobre a relação entre a imagem real e a modificada digitalmente. Além disso, a pesquisadora incentivou a reflexão sobre a diferença entre a aceitação da própria aparência e o desejo de atender aos padrões estéticos impostos pela sociedade. Como aponta Brito (2020), a era das mídias sociais tem reforçado a “utopia do corpo perfeito”, levando indivíduos a buscar incessantemente a perfeição estética e, muitas vezes, resultando em frustrações e sofrimento emocional.

Para aprofundar a análise, ao final da Roda de Conversa, foi disponibilizado um formulário online contendo questões abertas sobre os temas discutidos. Esse instrumento permitiu coletar percepções mais subjetivas, que poderiam não ter sido compartilhadas em grupo. A triangulação dos dados – obtidos por meio das observações durante a Roda de Conversa, dos depoimentos das adolescentes e das respostas ao formulário – possibilitou uma compreensão mais abrangente do fenômeno estudado.

DISCUSSÃO

A Roda de Conversa, realizada em outubro de 2022, foi direcionada à Dismorfia do Snapchat e teve como tema “Reflexões sobre a aparência na era dos filtros”. Seu propósito consistiu em identificar se as adolescentes sentem a necessidade de modificar seus corpos em decorrência da imagem gerada pelo uso de ferramentas de realidade aumentada disponíveis nas redes sociais, bem como oportunizar o acesso a informações sobre essa ramificação do Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) – Dismorfia do Snapchat, favorecendo a reflexão sobre as implicações do transtorno para a saúde emocional.

Assim, considera-se que o objetivo da Roda de Conversa, além do levantamento de dados, teve um caráter intervencivo, visto que a pesquisadora compartilhou conhecimentos a respeito da Dismorfia do Snapchat, promovendo reflexões sobre as expectativas sociais e pessoais relacionadas à beleza.

1190

Inicialmente, as adolescentes foram desafiadas a tirar uma selfie e postá-la em uma rede social de sua preferência. Durante os três minutos disponibilizados para essa atividade, diferentes reações foram observadas. Uma das participantes aceitou o desafio com naturalidade e, de imediato, pegou o celular para tirar a foto, ajeitando o cabelo e a postura. Outra afirmou sentir vergonha e não aceitou o desafio. Algumas, mesmo acanhadas, tiraram a selfie, mas optaram por não postá-la. Outras se recusaram a tirar a foto, limitando-se a observar a atitude das demais.

Diante das reações, a pesquisadora questionou se aquelas que haviam aceitado o desafio utilizaram algum tipo de filtro – a resposta foi negativa – e se haviam postado a primeira foto tirada – novamente, a resposta foi “não”. Também foram indagadas sobre os motivos pelos quais a maioria optou por não tirar a selfie.

K. justificou-se dizendo: "Porque hoje eu estou parecendo um cachorro" (risos), enquanto P. afirmou que estava com "cara de doente", falas que evidenciam a preocupação das participantes com a aparência e revelam o medo do julgamento alheio diante da exposição.

Após essa experiência, a pesquisadora apresentou o vídeo Reverse Selfie, da campanha #NoDigitalDistortion, da Dove (2021), no contexto do projeto Dove pela Autoestima. A campanha foi criada após a análise de dados de um estudo realizado pela empresa no final de 2020, que entrevistou 1.500 mulheres dos Estados Unidos, Inglaterra e Brasil, com idades entre 10 e 55 anos.

A pesquisa concluiu que o uso das redes sociais e dos filtros tem forte impacto na autoestima de crianças e adolescentes. Os resultados indicaram que 84% das adolescentes brasileiras, a partir dos 13 anos, já usaram algum filtro ou aplicativo de edição de fotos para modificar a própria imagem (Vilela, 2021) e que 78% desse público já tentou alterar ou esconder alguma parte indesejada do corpo antes de postar uma foto nas redes sociais.

Outro fato que chama bastante a atenção é que, quanto mais tempo elas passam editando as fotos, maior é o relato de baixa autoestima corporal. O estudo revela que 60% das que passam de 10 a 30 minutos editando as imagens dizem ter baixa autoestima. Além disso, a pesquisa informa que a baixa autoestima corporal é mais propensa em meninas que editam suas fotos (50%) em comparação com aquelas que não o fazem (9%). (Vilela, 2021)

O estudo também concluiu que 35% das jovens brasileiras se sentem "menos bonitas" após visualizarem fotos de influenciadores ou celebridades, e que 36% das entrevistadas consideram que suas famílias não compreendem a pressão que sofrem nas redes sociais. Por outro lado, 78% das mães "[...] gostariam de ter ferramentas para educar seus filhos sobre os potenciais danos das mídias sociais, especialmente no que se refere à autoestima" (Vilela, 2021).

Diante desse cenário, o vídeo "Reverse Selfie" foi criado com o intuito de conscientizar meninas adolescentes sobre os impactos das mídias sociais em sua autoestima, influenciados pelo tempo de tela – que aumentou significativamente durante a pandemia de COVID-19 – e pelo uso de filtros que distorcem a aparência.

Apesar da relevância da pesquisa mencionada, é importante lembrar que a Dove é uma empresa de cosméticos e, portanto, se sustenta pela comercialização de produtos que prometem melhorar a aparência corporal. Nesse sentido, ainda que a campanha tenha como objetivo favorecer a autoestima e a confiança das mulheres, sua iniciativa é limitada do ponto de vista da emancipação e do desenvolvimento do pensamento crítico.

Sob uma perspectiva crítica, pode-se afirmar que o real intuito da Dove é cooptar um nicho específico de consumidoras – formado por mulheres que se identificam com a luta contra os padrões de beleza. Assim, a empresa utiliza a crítica a tais padrões como estratégia de marketing, levando essas consumidoras a acreditarem que a marca está genuinamente engajada na superação da padronização corporal, o que pode levá-las a optar pelos produtos da Dove em detrimento de marcas que promovem padrões estéticos tradicionais.

Apesar dessa contradição, optou-se por exibir o vídeo às adolescentes, uma vez que ele poderia instigá-las ao pensamento crítico e fornecer informações sobre os reais interesses da marca.

A produção audiovisual, com duração de um minuto, mostra o processo inverso de uma garota de 12 anos ao se produzir para tirar uma selfie e postar em sua rede social. A menina, além de recorrer a produtos de beleza, utiliza filtros que remodelam significativamente os contornos do seu rosto, deixando-a com a aparência de uma pessoa mais velha. As mudanças são tantas que se torna difícil afirmar que se trata da mesma pessoa conforme mostra a (Figura 1).

Figura 1 – Dove Reverse Selfie – Imagem natural *versus* filtrada



Fonte: <https://www.dove.com/uk/stories/campaigns/confidence.html>

1192

Na primeira cena de Reverse Selfie, a câmera focaliza a foto compartilhada pela protagonista em sua rede social, enquanto a quantidade de *likes* diminui progressivamente, devido ao efeito reverso intencional da produção. Gradativamente, os filtros – aplicados para modificar o cabelo, o contorno das bochechas, os olhos, as sobrancelhas, o nariz e a boca, além de esconder acnes e poros da pele – vão sendo removidos.

Em seguida, a garota aparece fazendo várias poses para uma sequência de selfies, tiradas uma após a outra. Por fim, os produtos de beleza, como laquê, esmalte, delineador e batom, também são eliminados. A cena final focaliza a menina em sua aparência real, com os traços e a afeição condizentes com sua idade, 12 anos.

Após assistirem ao vídeo duas vezes, a pesquisadora instigou as adolescentes a refletirem sobre a mensagem transmitida na produção audiovisual. "A menina mudou toda a sua aparência. Na realidade, ela tirou a foto e alterou todo o seu rosto e o cabelo para se sentir mais bonita. Mas, na verdade, não é a realidade. Ela está se fantasiando, praticamente." – afirmou J.

S. relembrou a cena inicial do vídeo, na qual a câmera focaliza um comentário feito na rede social da protagonista, elogiando sua aparência. Diante disso, S. observou que a menina provavelmente ficou feliz com o elogio, mas também deve ter se sentido desconfortável, pois sabia que a imagem vista por seus amigos não correspondia à realidade.

A partir da fala de S., infere-se que a adolescente se identificou com a personagem do vídeo, ampliando suas reflexões para além das cenas explícitas no material audiovisual, levantando hipóteses sobre os sentimentos e pensamentos que possivelmente atravessam a protagonista de Reverse Selfie.

1193

A situação retratada levou a pesquisadora a formular o primeiro questionamento de seu roteiro: como você se sente quando uma foto sua filtrada recebe mais curtidas do que uma foto sem filtro? K. respondeu: "Eu nem sei dizer, pois toda foto que eu posto tem filtro." S. afirmou que sente vergonha, enquanto J. refletiu: "Mesmo eu quase não postando fotos com filtro, eu me sinto insegura quanto ao que as pessoas vão pensar sobre minha aparência, pois tudo é uma questão de ângulo. E se a pessoa não me achar tão bonita assim?!".

A fala de K. evidencia dificuldade em aceitar a própria aparência sem filtros, sugerindo uma busca por evitar qualquer possibilidade de rejeição e garantir aprovação social. No caso de J., embora geralmente compartilhe selfies sem alterações digitais, sua resposta revela insegurança e medo da desaprovação alheia, demonstrando como sua autoimagem é influenciada pelo olhar externo. Já S. expressou diretamente vergonha, sem maiores explicações, mas reforçando a relação entre autoimagem e julgamento social.

Tanto o medo da desaprovação, manifestado por J., quanto a vergonha, relatada por S., encontram raízes no contexto atual da sociedade do espetáculo, em que o indivíduo se constrói e se afirma a partir da aceitação dos outros (Sibília, 2016; Pacífico, 2021). Além disso, o corpo,

longe de ser um suporte acolhedor da interioridade, tornou-se um objeto de *design* (Widdows, 2018). Para garantir um espaço nesse mercado competitivo dos olhares, ele precisa ser constantemente cuidado e aperfeiçoado.

Movidas pela comparação da aparência – tanto entre si quanto entre sua versão natural e digitalmente editada – e pelo desejo de se destacarem na multidão, muitas pessoas acabam aderindo a técnicas de modificação corporal, que variam desde tatuagens e *piercings* até aplicações de *botox* e cirurgias plásticas.

Diante desse cenário, corrobora-se com Engeln (2017), que considera a beleza uma doença. Segundo a autora, as mulheres são ensinadas, desde a infância, a avaliar constantemente sua própria imagem, cultivando a sensação de que estão sendo observadas o tempo todo – como se seus corpos existissem primordialmente para o olhar dos outros.

Nesse contexto, são estimuladas a priorizar a beleza – um atributo efêmero e superficial – em detrimento de qualidades mais duradouras e essenciais para a vida em sociedade, como coragem, inteligência e generosidade.

Engeln (2017) argumenta que, para as mulheres, a beleza tornou-se um mal, pois consome energia emocional, tempo e dinheiro, afastando-as de outras esferas da vida e reforçando um ideal inatingível. Segundo ela,

A doença da beleza é alimentada por uma cultura que se concentra na aparência das mulheres em detrimento de qualquer outra coisa que elas possam fazer, dizer ou ser. É reforçado pelas imagens que vemos e pelas palavras que usamos para descrever a nós mesmas e a outras mulheres. Aqueles que envergonham as mulheres pela sua aparência alimentam a doença da beleza. Aqueles que elogiam meninas e mulheres apenas pela aparência fazem o mesmo. (Engeln, 2017, tradução nossa)

Engeln (2017) argumenta que a doença da beleza mantém as mulheres presas ao espelho, afastando-as de quem desejam ser e gerando prejuízos à saúde mental. Em contrapartida, a autora defende que o corpo deve ter a função de levar as pessoas a lugares e possibilitar experiências de vida, e não ser um mero enfeite ou existir para agradar os outros.

Apesar de não ser um diagnóstico médico ou psicológico, a doença da beleza é amplamente reconhecida por profissionais de saúde que trabalham com mulheres – e pelas próprias mulheres.

Se você é mulher, há uma boa chance de já ter sentido o enjoo da beleza. Se você já pensou em ficar em casa em vez de participar de um evento importante porque achava que não estava bonita o suficiente, isso era um dos sintomas do mal da beleza. Se você se distraiu durante uma reunião porque estava comparando seu corpo com o de outra mulher na sala, isso é um mal da beleza. Se você já decidiu não nadar com seus filhos porque não consegue se imaginar enfrentando o mundo de maiô, isso é um mal da beleza. Se você sente falta de tempo e dinheiro, mas ainda gasta muito tempo e dinheiro tentando se aproximar do ideal de beleza de nossa cultura, você pode culpar

a doença da beleza. Se você quer parar de se preocupar com sua aparência, mas continua sendo puxada de volta para o espelho, então você sabe como é a doença da beleza. (Engeln, 2017, tradução nossa)

Para Engeln (2017), a doença da beleza está profundamente enraizada na cultura, sendo sustentada pela objetificação do corpo feminino. Segundo a autora, meninas e mulheres aprendem que seus corpos existem para serem contemplados, como se sua aparência fosse um atributo essencial para fazer os outros felizes. “É só porque as meninas e as mulheres sabem que a sua aparência será continuamente examinada que o ideal de beleza tem o poder que tem. Caso contrário, ficar aquém desse ideal não seria grande coisa.” (Engeln, 2017, tradução nossa).

Na mesma perspectiva, Brito (2020, p. 54) argumenta que a consciência do julgamento social leva as pessoas a ocultar ou camuflar aspectos de sua aparência que possam ser vistos como negativos.

O *sharing*, ou partilha, e o *like*, ou gosto, são um modo de comunicação polido. Os aspectos negativos são eliminados por representarem obstáculos para a comunicação acelerada, sem cortes ou conflitos, sem contradições e, muito particularmente, sem o outro. Cada um não se encontra com o outro, mas só, e consigo mesmo. A ideia que está por trás da sociedade positiva é “aprenda a confiar em você mesmo e na sua história”, que não por acaso é exaustivamente compartilhada, sem o “filtro” do privado e da intimidade, nas redes sociais. (Brito, 2020, p.54)

Nesse contexto, o compartilhamento de imagens que expressam positividade e beleza não gera contentamento genuíno, mas sim dor e perda de identidade, levando à inquietação permanente e a transtornos de saúde mental.

1195

Embora as pessoas saibam, racionalmente, que a vida é plural e imperfeita, acabam vivendo um paradoxo: alimentam a expectativa de se sentirem preenchidas ao expor suas vidas e corpos nas redes sociais, mas, na prática, sentem um vazio ainda maior. “No entanto, as imagens digitais não podem captar a atenção durante muito tempo porque esvaziam-se e desvanecem-se e alimentam essa adição.” (Brito, 2020, p. 55).

Ao serem questionadas se já sentiram vontade de modificar algum aspecto de sua aparência para se parecerem com a própria imagem filtrada, 14 das 15 participantes afirmaram que sim.

Embora nenhuma tenha efetivamente realizado mudanças permanentes, essa vontade revela um fenômeno preocupante: a Dismorfia do Snapchat, termo usado para descrever o desejo de realizar procedimentos estéticos para se aproximar da aparência gerada pelos filtros digitais.

Se antes as pessoas migravam suas vidas para o mundo virtual em busca de visibilidade, hoje, no atual estágio da sociedade do espetáculo, o movimento se inverte: há uma tentativa de trazer para a realidade a aparência criada no espaço digital.

Os meios virtuais não são somente uma extensão da nossa vida como também passaram a reconfigurá-la a partir de seus próprios parâmetros. Os avanços técnicos oriundos das sociedades modernas e de seu modelo capitalista de desenvolvimento propiciaram a confluência de aparatos tecnológicos altamente sofisticados com processos culturais e sociais que convergiram para o âmbito da imagerização. (Pacífico, 2021, p. 124)

No que se refere à interferência da tecnologia na aparência, Brito (2020, p. 44) destaca:

A utopia do corpo perfeito leva a questionar a imersão da técnica na vida, isto é, da junção da *bios* com a *technè*, da hibridez entre o orgânico e o inorgânico. As novas possibilidades técnicas oferecem um conjunto de possibilidades. Todas as diferenças são convertidas em desvios em relação à norma, que define o corpo magro, perfeito, como um modelo, um ideal a ser almejado e imitado, como o corpo e a beleza de uma boneca Barbie.

L. sugeriu que o desejo de modificar a aparência pode ser motivado por traumas da infância, bem como por comentários negativos recebidos de colegas e familiares.

Eu penso que por trás dessa vontade existem traumas, principalmente pelos comentários negativos recebidos nas redes sociais. Eles nos fazem questionar o nosso verdadeiro rosto e nos motivam a modificá-lo. Também penso que esses traumas podem vir da nossa infância, pois durante essa fase existem muitos comentários dos pais e dos coleguinhas de sala, que não são vistos como maldade, mas que nos ofendem e ficam na nossa cabeça.

No que se refere aos comentários recebidos na infância, Brito (2020) pontua que as crianças crescem aprendendo a não gostar de sua aparência. Isso ocorre tanto pela exposição a padrões corporais idealizados – como a magreza extrema e a hipersexualização – quanto pelos comentários frequentes sobre seus corpos.

Além disso, desde pequenas, as meninas aprendem a monitorar e avaliar seus corpos constantemente. Engeln (2017) ilustra essa realidade ao compartilhar uma experiência pessoal de sua infância:

Quando eu tinha cerca de sete anos, fui a uma festa com meus pais. Foi um momento divertido, com pizza, sorvete e muitas crianças pequenas para brincar. Lembro-me de usar um vestido acolchoado roxo que minha avó fez para mim, com uma blusa branca fofo por baixo. Quando algumas outras crianças começaram a dar cambalhotas no corredor, corri alegremente para me juntar a elas. Ainda posso ouvir a voz do adulto que me puxou de lado e me disse que eu não poderia brincar daquele jeito porque estava usando um vestido e não era elegante – as pessoas poderiam “ver coisas”. Eu me senti confusa e castigada. Sentei-me calmamente numa cadeira, “como uma dama”, observando as outras crianças passarem. Aprendi, naquele dia, uma lição que tantas meninas aprendem: associar ser elegante a sentar-se calmamente à margem da vida. Aprendi que precisava prestar atenção em como os outros podem perceber meu corpo. (Engeln, 2017, tradução nossa)

Dante da fala de L., J. compartilhou uma experiência que evidencia o impacto dos comentários alheios na autoestima e na percepção da própria aparência:

Quando eu era mais novinha, estava no 6º ou 7º ano, eu postei uma foto me achando bonita. Só que uma menina da minha sala mostrou pra todo mundo e ficava me zoando. A partir disso começaram todas as minhas inseguranças. Então eu parei de postar foto. Agora que estou voltando. Não sei por qual motivo, mas comecei a ter mais confiança em mim mesma. Antigamente eu era muito insegura e eu dava liberdade para os outros ficarem me zoando. Agora não, pois eu não dou essa liberdade.

Com relação ao sentimento de satisfação, caso as mudanças corporais geradas pelos filtros fossem efetivadas, quatro participantes afirmaram que essas alterações certamente as deixariam felizes e realizadas, três disseram que não, uma pontuou “mais ou menos” e as demais permaneceram em silêncio.

Para justificar sua resposta, G. compartilhou como exemplo o desconforto experimentado por ela ao lidar diariamente com a presença de pelos corporais.

Eu penso que essas mudanças não trariam satisfação. Vou dar um exemplo meu. Eu sempre sofri por ter muitos pelos pelo corpo – na barriga, nas costas – e eu acho que mulher perfeita é só na internet. Penso que a sociedade teria que aceitar isso. E não é só o meu caso. Eu já vi várias mulheres comentando que não se aceitam por conta dos pelos, porque a sociedade julga muito, pois pelo é coisa de homem. Já ouvi muito isso.

Destarte, na sociedade do espetáculo, a busca pela melhor versão de si não tem limites, abrangendo desde estratégias provisórias, como maquiagens, filtros de embelezamento e preenchimentos, até cirurgias. Mesmo após se submeterem a tais correções estéticas, a angústia e o medo da insuficiência são persistentes, motivando o engajamento pela busca do corpo perfeito.

1197

Conforme argumenta Engeln (2017), a doença da beleza é perturbadora. Produto da cultura contemporânea, afeta os espíritos e as subjetividades – “O problema de ter o corpo na mente é que isso afasta a mente de outras coisas.” (Engeln, 2017, tradução nossa) – principalmente de meninas e mulheres, que têm a consciência de que estão constantemente expostas aos olhares e às avaliações dos outros. Tal consciência acarreta um diálogo interno depreciativo e hábitos de checagem corporal que contribuem para a manutenção do Transtorno Dismórfico Corporal (Brito, 2020).

Ao discutir sobre os fatores socioculturais que explicam a preocupação excessiva com a aparência física, Brito (2020, p. 41) pontua:

O ícone do corpo bonito oferece ao sujeito um suporte, uma identidade social com a qual pode identificar-se. Contudo, as preocupações culturais acerca da aparência física e da importância da apresentação física adequada podem influenciar ou ampliar preocupações sobre a deformidade percebida. Assim, o aumento da incidência de transtornos mentais, que têm como característica distorções da imagem corporal concomitante com as transformações do padrão cultural de beleza no ocidente em

direção a um corpo cada vez mais bonito, magro, sarado, fortalece a conexão com fatores socioculturais, ainda que fatores neurobiológicos possam estar envolvidos.

Nesse sentido, a autora defende que os fatores socioculturais interferem no início e na progressão do TDC, sendo a busca constante pela perfeição corporal uma das características do transtorno. Brito (2020) também argumenta que “Na era de selfies e postagens na internet, a demanda pela perfeição por um lado e a distorção da imagem corporal por outro, provocadas por filtros e dispositivos, afetam e trazem um novo complicador”, pois “[...] o uso desses dispositivos pode potencializar a insatisfação com o corpo” (Brito, 2020, p. 42).

Dessa forma, quando alguém que pareça menos que excelente deseja parecer excelente, alguém que pareça excelente quer se tornar incrível, ou alguém que pareça incrível quer se transformar em sobre-humano, recorre-se a filtros de imagem. Tudo é apenas uma transformação do que se quer parecer e, aparentemente, tudo parece ser possível.

Todavia, a autora explica que os traços de personalidade também interferem na relação com o corpo. Segundo ela, algumas características, como perfeccionismo, sensibilidade estética, inibição comportamental e narcisismo, podem potencializar os sintomas do TDC.

Diante do relato de G., a pesquisadora instigou as participantes que acreditavam que as mudanças corporais não trariam satisfação a refletirem sobre a questão. Assim, questionou: se essas mudanças não trariam realização e felicidade, qual seria a solução para amenizar o desconforto emocional?

L. se posicionou dizendo que se aceitar era a melhor saída e T. complementou: “Independentemente se você fizer mudanças no seu corpo, você vai querer mudar mais e mais, como aconteceu com o Michael Jackson. Então, o jeito é se aceitar do jeito que você é”.

Para N., apesar de desafiadora, a aceitação é um processo diário que começa com a diminuição da comparação com outras pessoas. “Ano passado, comecei a parar de seguir pessoas que tinham corpos irreais, e isso me ajudou um pouco.” T. também adotou essa atitude, relatando que, quando aparecem imagens de corpos irreais em suas mídias sociais, ela classifica o conteúdo como não sendo do seu interesse. “Sempre que isso acontece, marco que não estou interessada. Pode parecer bobeira... Ah, é só um videozinho, mas afeta muito.”, ressaltou.

Apesar de essa atitude ser uma alternativa em direção à aceitação das características corporais naturais, cabe lembrar que nem sempre as alterações digitais são percebidas, principalmente por adolescentes. Conforme aponta um estudo desenvolvido por Naderer, Peter e Karsay (2021), esse público dificilmente consegue notar modificações digitais sutis. Tais interferências estão tão presentes em suas vidas que eles não questionam ou pensam sobre os padrões criados digitalmente. O estudo também ressalta que, mesmo sendo informados sobre

as interferências criadas digitalmente pela exposição a mensagens de isenções de responsabilidade, os adolescentes continuam a desejar o padrão corporal visualizado nessas imagens.

Quando questionadas sobre como a preocupação excessiva com a aparência pode prejudicar a saúde emocional, a participante M. enfatizou que isso pode interferir na frequência e na maneira como a pessoa interage socialmente, afetando também a escolha de suas atividades laborais.

Essa preocupação causa muita insegurança e pode afetar o jeito que a pessoa interage com os outros. Isso pode até a interferir na escolha da profissão. Por exemplo, a pessoa gostaria de cantar, mas por não conseguir lidar com o público, ela acaba optando por uma profissão em que não tem de lidar com pessoas e com a exposição.

De acordo com Brito (2020), a preocupação excessiva com a aparência física, experienciada por pessoas diagnosticadas com TDC, pode provocar o isolamento da pessoa em diversas situações, mantendo-a restrita e fechada às relações afetivas e sociais. “Essas pessoas não conseguem sair de casa, às vezes do próprio quarto, e não têm vida afetiva e social. Abandonam os estudos, o trabalho e se isolam dos amigos e dos familiares. Não têm qualquer projeto e a vida se perde, pois perdem todo o interesse nela.” (Brito, 2020, p. 29).

G. complementou a fala de M., dizendo que, ao se preocupar exacerbadamente com a autoimagem, a pessoa pode experimentar a perda da identidade, gastando muito tempo e energia com pensamentos nocivos à saúde emocional, os quais podem gerar ansiedade e depressão (Brito, 2020).

1199

Para as participantes, temáticas relacionadas à aceitação do corpo feminino deveriam ser debatidas mais vezes na escola, em espaços que acolham seus sentimentos e que favoreçam o compartilhamento de experiências, sem julgamentos. Ao referir-se às rodas de conversa experienciadas na pesquisa, S. disse: “A gente se abriu porque, de certa forma, fomos acolhidas, compartilhando problemas parecidos.”.

Além disso, ressaltaram que os meninos também deveriam participar de rodas de conversa nas quais fossem levados a refletir sobre seus pensamentos a respeito do corpo feminino. Para R., “Esses momentos deveriam acontecer também com os meninos, mas não para conversar sobre eles, pois pesquisas já mostram que os homens se acham superiores em qualquer situação. E por isso eles acham que podem menosprezar a gente.” E J. completou: “Eles sabem que nossos sentimentos são mais frágeis, então falam o que querem, e fica por isso mesmo.”.

De acordo com L., se os meninos tivessem a oportunidade de pensar sobre essas questões, talvez o seu pensamento pudesse mudar. “Eles entenderiam da mesma forma que nós estamos entendendo, compartilhando ideias.”, afirmou.

Além do ambiente escolar, as adolescentes consideram que o debate sobre o assunto também deveria acontecer no seio familiar. “Às vezes, os próprios pais têm o hábito de diminuir a gente, de falar coisas sobre a nossa aparência, que acabam machucando.”, disse L.

Quanto aos comentários emitidos por familiares sobre as características físicas, Brito (2020, p. 40) destaca que eles podem motivar o aparecimento do Transtorno Dismórfico Corporal. Em suas palavras,

Famílias disfuncionais, que valorizam e/ou expressam críticas em relação a modelos de aparência rígidos, podem igualmente influenciar a avaliação negativa da aparência física e da insatisfação com a imagem corporal que, em pessoas mais vulneráveis, desencadeiam preocupações dismórficas (não gostar do corpo) e distúrbios da imagem corporal (sofrimento excessivo com o corpo), sendo um importante fator preditivo de desenvolvimento do TDC.

Corroborando com a fala da colega, T. pontuou: “E o pior é que esse tipo de comentário a gente recebe desde pequenas. Não sei se isso acontece por sermos meninas e sofrermos mais pressão para estarmos sempre arrumadinhas, bonitinhas. Palpite das outras pessoas é o que a gente mais recebe, desde quando somos crianças.”

1200

A fala de T. deixa claro, mais uma vez, o quanto as pressões sociais em prol da beleza trazem sofrimento para as meninas, que, além de terem de lidar com a opinião alheia sobre seus corpos, precisam administrar os próprios pensamentos e cobranças quanto à autoimagem, estando mais vulneráveis ao desenvolvimento de preocupações dismórficas, aos distúrbios da imagem e, consequentemente, ao Transtorno Dismórfico Corporal.

Encaminhando para o encerramento da Roda de Conversa, a pesquisadora questionou se as adolescentes já tinham ouvido falar sobre a Dismorfia do Snapchat. A participante T. disse que já havia lido algo sobre o assunto em um site da internet. “O artigo abordava o quanto os filtros modificam a aparência do rosto, deixando a pessoa totalmente diferente.”, afirmou.

Após a fala de T., a pesquisadora apresentou o significado e a origem do termo Dismorfia do Snapchat, pontuando que também tem sido denominada de Dismorfia do Instagram ou Dismorfia da Selfie.

No intuito de conscientizar as participantes quanto ao transtorno, a pesquisadora apresentou o vídeo “Como edito minhas fotos pra redes sociais”, em que a youtuber Maria Bopp (2020), utilizando-se da ironia, mostra dados de pesquisas que comprovam os efeitos

negativos dos filtros de embelezamento à saúde emocional e à autoestima de jovens e mulheres, instigando as espectadoras à reflexão enquanto edita uma foto sua.

Após assistir à produção audiovisual, S. teceu o seguinte comentário: “Eu observei que durante o vídeo, ela acaba se autodepreciando. Enquanto editava a foto, ela se julgava o tempo todo.” F. completou: “Até o que ela gostava antes no próprio corpo virou motivo de dúvida. Pois ela passou a questionar se realmente era bonita do jeito que pensava, depois de conhecer os filtros.”

Com o objetivo de coletar dados qualitativos mais específicos e subjetivos, os quais dificilmente seriam compartilhados em contextos coletivos, a pesquisadora disponibilizou um formulário online contendo questões abertas, atinentes aos temas discutidos na Roda de Conversa.

A análise das respostas possibilitou identificar que, para as participantes, a beleza diz respeito às características físicas de uma pessoa, correspondendo a um corpo simétrico e magro, além de uma pele perfeita — que não tem pelos ou manchas.

O polido, limpo, liso e impecável é uma característica de identidade da contemporaneidade. Costuma-se comparar e equiparar essas características com naturalidade.

No corpo, busca-se assim a “naturalidade” de uma pele sem manchas, sem poros, sem rugas e estruas e, de preferência, sem dobras, esticada, clara e iluminada. Como o sorrido, que se apresenta com dentes brancos de giz e igualmente quadrados. Além do efeito estético, que se busca, reflete um imperativo social – uma sociedade positiva. (Brito, 2020, p. 54)

1201

No que diz respeito ao que pensam sobre o desejo de mudar a aparência para se parecer com a própria imagem filtrada, identificaram-se duas frases que indicam aproximações com a Dismorfia do Snapchat, sendo elas: “Se eu for igual às fotos, as pessoas vão gostar mais de mim.”; “Penso que é uma forma de melhorar a autoestima, já que nos sentimos inferiores na sociedade.”.

Em sentido contrário, comentários como estes demonstram, senão autoaceitação em sua plenitude, a tentativa de acolher a própria aparência: “Penso que é algo ruim, que faz com que eu não me valorize como eu sou realmente.”; “Nós temos que olhar a realidade e nos sentirmos bem do jeito que somos.”.

No que tange à possibilidade de ter, na vida real, a aparência criada digitalmente, as opiniões foram divergentes. Uma parcela das adolescentes acredita que, com dinheiro e procedimentos estéticos, tal aparência é possível de ser conquistada. Já outras defendem que a aparência gerada pelos filtros existe somente no mundo digital.

A opinião das adolescentes evidencia que, para além dos gastos financeiros, a beleza custa caro à subjetividade e à saúde emocional, uma vez que a busca pela perfeição estética se alimenta do vazio interior e da falta de referência de si, de modo que as pessoas não se sentem à vontade e seguras em seus próprios corpos. Brito (2020, p. 55) destaca que:

Hoje, a experiência do belo torna-se impossível. Em seu lugar está o *like*, ou gosto, em um mesmo uniforme padrão. Não só o belo, mas também o feio se torna polido porque é “amaciado” transformando-se em fórmula de consumo. Somos bombardeados com imagens sem qualquer filtro. Porém, o feio, ao tornar-se polido tem implícito que sempre dá para “melhorar”. (Brito, 2020, p. 55)

Para as pessoas que têm dificuldade em aceitar a própria aparência, as adolescentes sugeriram terapia e a participação em rodas de conversa, pois acreditam que tais estratégias podem auxiliar na aceitação pessoal. Também deixaram as seguintes mensagens:

Se valorize mais, pois cada um tem seu jeitinho. Não ligue para os julgamentos da sociedade, pois isso vai acabar dando distorção de imagem.

Mude apenas aquilo que influencia na sua saúde e de resto aprenda aos poucos a se aceitar e a se comparar menos, pois, de certa forma, todos nós somos bonitos. O interior é o que realmente importa. No final da vida a aparência não vai ter importância.

“Você não precisa ser igual aos outros. Ninguém é realmente perfeito esteticamente. Cuide de si e se ame. Invista em conhecimento, se conheça, vá atrás dos seus desejos e sonhos, pois é isso que vai ficar no final da vida.”.

1202

Comece a mudar a sua bolha. Veja pessoas reais, que são mais parecidas com você. Siga pessoas que querem ser reais nas redes sociais e que sejam verdadeiras em seus pensamentos e realidades.”.

Não existem palavras que vão fazer você se aceitar magicamente, mas espero que você consiga e que seja feliz ao pensar em si mesma.

A intenção dessa questão era levá-las a pensar em formas de lidar com as próprias inquietações quanto à aparência. Todavia, dar sugestões para os outros é mais fácil do que olhar para os próprios dilemas e buscar meios de resolvê-los. Por esse motivo, optou-se por solicitar que deixassem uma mensagem para as pessoas que enfrentam o desafio de aceitar a autoimagem.

Quando questionadas se discutir sobre a Dismorfia do Snapchat gerou algum impacto em suas vidas, a maioria sinalizou que sim. “Me fez querer valorizar o que realmente sou.”, escreveu uma das participantes. Outra afirmou: “Me fez perceber que não somos parecidos com os filtros e está tudo bem.”, falas essas que corroboram que a roda de conversa serviu não apenas para o levantamento de dados, mas também instigou o pensamento reflexivo e crítico das participantes no que tange aos padrões de beleza e seus desdobramentos na era digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa revelou que a Dismorfia do Snapchat é um fenômeno que afeta significativamente a percepção da autoimagem entre adolescentes, reforçando padrões estéticos inatingíveis e impactando a autoestima e a saúde emocional das jovens. A partir da análise das discussões emergidas na Roda de Conversa, constatou-se que a maioria das participantes já sentiu o desejo de modificar sua aparência para se parecer com a imagem filtrada projetada nas redes sociais, mesmo sem necessariamente recorrer a procedimentos estéticos. Esse desejo, embora muitas vezes não concretizado, demonstra o poder da mídia digital na construção da identidade juvenil e evidencia como os filtros não apenas aprimoram a imagem, mas também moldam expectativas irrealistas sobre a própria aparência.

Esse fenômeno pode ser compreendido à luz do conceito de Indústria Cultural, proposto por Adorno e Horkheimer (1985). Segundo os autores, a Indústria Cultural atua na padronização dos gostos e comportamentos, reduzindo a individualidade em favor de um consumo massificado.

No contexto da Dismorfia do Snapchat, essa lógica se manifesta na idealização de um corpo perfeito e na difusão de imagens que atendem a um padrão estético homogêneo, promovido por influenciadores digitais, aplicativos e marcas. Os filtros digitais, ao criarem um ideal de beleza artificialmente construído, tornam-se uma mercadoria dentro dessa indústria, incentivando a insatisfação contínua e impulsivando o consumo de produtos e procedimentos estéticos que prometem aproximar a realidade da versão digitalizada do “eu”.

1203

Além disso, a pesquisa evidenciou que a pressão para se adequar a um padrão idealizado de beleza não é apenas um desejo individual, mas uma imposição social amplificada pelo espetáculo midiático, conforme discutido por Guy Debord (1997).

Para o autor, vivemos na Sociedade do Espetáculo, onde as imagens não apenas representam a realidade, mas passam a ser mais importantes do que ela, criando um mundo em que a aparência se sobrepõe à essência. Nesse cenário, a identidade dos indivíduos é construída a partir da aceitação e validação externas, representadas por curtidas, comentários e compartilhamentos.

As adolescentes que participaram da pesquisa demonstraram essa lógica ao relatarem sentimento de insegurança ao postar uma foto sem filtro, indicando que a exposição na internet não é neutra, mas sim mediada por um sistema de vigilância social que reforça padrões estéticos hegemônicos.

Outro ponto importante identificado na pesquisa foi a necessidade de debater essa questão em espaços educativos e familiares. As adolescentes destacaram a necessidade de momentos de reflexão coletiva, como a Roda de Conversa, para o fortalecimento da aceitação pessoal e para o desenvolvimento de um olhar crítico em relação às imagens consumidas nas redes sociais. Esse aspecto reforça a necessidade de práticas educativas voltadas para a alfabetização midiática, ou seja, a capacidade de interpretar e questionar criticamente os conteúdos veiculados pelas mídias digitais.

Diante dessas considerações, conclui-se que o enfrentamento da Dismorfia do Snapchat requer um olhar interseccional, que compreenda não apenas os impactos individuais da modificação digital da aparência, mas também os mecanismos socioculturais que perpetuam a insatisfação corporal. A Indústria Cultural e a Sociedade do Espetáculo atuam como agentes estruturais desse fenômeno, incentivando a busca incessante por uma aparência idealizada e promovendo um modelo de identidade baseado na performance visual. Portanto, iniciativas que incentivem o pensamento crítico e a valorização da diversidade estética são fundamentais para mitigar os impactos desse fenômeno e promover uma relação mais saudável entre os adolescentes e sua autoimagem.

1204

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BOPP, Maria. *Como edito minhas fotos pras redes sociais*. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ihaKoorONGY&t=8s&pp=ygUqQz9tbyBlZGlobyBtaW5oYXMgZm9ob3MgcHJhcyByZWRlcyBzb2NpYWlz>. Acesso em: 20 de outubro de 2022.

BRITO, Maria José Azevedo de. **Como lidar com o transtorno dismórfico corporal: guia prático para pacientes e familiares**. 3. ed. São Paulo: Hogrefe, 2020.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENGELN, R. **Beauty Sick: how the cultural obsession with appearance hurts girls and women**. Harper-Collins, 2017.

DOVE. **Nossa pesquisa**. Por meio de uma pesquisa sobre autoestima, imagem e confiança corporal, revelamos a dificuldade que mulheres e garotas têm em reconhecer sua real beleza. 2017. Disponível em: <https://www.dove.com/br/historias-Dove/sobre-Dove/our-research.html>. Acesso em: 17 de junho de 2022.

DOVE. **Reverse Selfie: Have #TheSelfieTalk**. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z2T->

Rh838GA&pp=ugMICgJwdBABGAHKBRNkb3ZlIHJldmVyc2Ugc2VsZmll. Acesso em: 20 de outubro de 2022.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GOFFMAN, Erving. **Gender Advertisements**. New York: Harper & Row, 1979.

GOHN, Maria da Glória. **Metodologias de pesquisa em ciências sociais: entre quantitativo e qualitativo**. Petrópolis: Vozes, 2019.

NADERER, Brigitte.; PETER, Christina; KARSAY, Kathrin. This picture does not portray reality: developing and testing a disclaimer for digitally enhanced pictures on social media appropriate for Austrian tweens and teens. **Journal of Children and Media**, v. 16, n. 2, p. 149-167, junho de 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1938619>.

PACÍFICO, Marsiel. **Espetáculo de si**. São Carlos: Pedro e João Editores, 2021.

SIBÍLIA, Paula. **O Show do eu**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016. Vilela, 2021

VILELA, Luiza. Estudo da Dove mostra que 84% das brasileiras usam filtros para mudar a própria imagem. **Consumidor Moderno**, 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/04/28/dove-incentivar-autoestima/>. Acesso em: 13 de outubro de 2022.

WIDDOWS, Heather. **Perfect Me: Beauty as an Ethical Ideal**. Princeton: Princeton University Press, 2018. 1205