

AS MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO DE ENVELHECER: ASPECTOS PSICOLÓGICOS E COMPORTAMENTAIS ASSOCIADOS À INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL

Data de submissão: 19/02/2024

Data de aceite: 01/03/2024

Pâmela de Oliveira

Universidade São Judas (USJT)
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/7161800831927304>

Gabriela Hermes Nogueira

Universidade São Judas (USJT)
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/7473723813274901>

Patricia Nemara Freitas de Souza Carneiro

Universidade São Judas (USJT)
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/7218538386342118>

Adriana Saldiba Machado de Lima

Universidade São Judas (USJT)
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/1629689723349571>

Marta Ferreira Bastos

Universidade São Judas (USJT)
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/6109233147317737>

RESUMO: O envelhecimento populacional é uma preocupação global que tem ganhado atenção crescente nos últimos anos. Trata-se de um processo influenciado por aspectos cronológicos, biológicos,

psicológicos e sociais. Neste cenário de amplo desenvolvimento, as mídias sociais vêm ganhando espaço na rotina diária da pessoa idosa, tornando-as parte integrante da vida moderna. Esse ensaio tem como objetivo realizar um levantamento da literatura pertinente a fim de gerar reflexões sobre os impactos das mídias sobre a imagem corporal de pessoas envelhescentes e idosas. As mídias desempenham papel importante influenciando na adesão ao universo do consumo e da imagem, o que pode gerar impactos no processo do envelhecer. Com a frequente exposição à imagens de corpos idealizados nas redes sociais, destaca-se o crescente descontentamento com a própria aparência e os efeitos negativos na saúde mental e na qualidade de vida da pessoas que não e reconhecem nos padrões expostos. Frente a isso, a crescente insatisfação com a autoimagem pode gerar impactos psicológicos e comportamentais, frutos dessa pressão social e que podem contribuir para o adoecimento psíquico e físico das pessoas envelhescentes e idosas. Os estudos levantados apontam que as mídias sociais podem gerar uma insatisfação com a imagem corporal em pessoas envelhescentes e idosas, e essa

associação é mediada por fatores como comparação social e autoestima. Esses achados corroboram com a necessidade de incentivar a representatividade, destacar a diversidade de corpos e aparências, e criar uma cultura mais inclusiva e respeitosa para todas as pessoas, independente da idade.

PALAVRAS-CHAVE: Envelhecimento, Imagem Corporal, Mídias Sociais, Aspectos Psicológicos, Comportamento.

SOCIAL MEDIA IN THE AGING PROCESS: PSYCHOLOGICAL AND BEHAVIORAL ASPECTS ASSOCIATED WITH BODY IMAGE DISSATISFACTION

ABSTRACT: Population aging is a global concern that has gained increasing attention in recent years. It is a process influenced by chronological, biological, psychological, and social aspects. In this scenario of extensive development, social media has been gaining ground in the daily routine of older adults, becoming an integral part of modern life. This essay aims to conduct a literature review to generate reflections on the impacts of media on the body image of adults and older adults. Media plays an important role in influencing adherence to the world of consumption and image, which can impact the aging process. With frequent exposure to idealized body images on social networks, there is a growing dissatisfaction with one's own appearance and negative effects on the mental health and quality of life of individuals who do not recognize themselves in the exposed standards. Faced with this, the increasing dissatisfaction with self-image can generate psychological and behavioral impacts, stemming from this social pressure and contributing to the psychological and physical illness of aging and elderly individuals. The studies conducted indicate that social media can generate dissatisfaction with body image in aging and elderly individuals, and this association is mediated by factors such as social comparison and self-esteem. These findings support the need to encourage representation, highlight the diversity of bodies and appearances, and create a more inclusive and respectful culture for all individuals, regardless of age.

KEYWORDS: Aging, Body Image, Social Media, Psychological Aspects, Behavior.

INTRODUÇÃO

O processo de envelhecimento emerge como uma preocupação global, com relevância cada vez mais destacada tanto nos países desenvolvidos como nas nações em desenvolvimento (KALACHE; VERAS; RAMOS, 1987). O crescimento da população idosa deixou de ser uma característica única das nações globalizadas e altamente evoluídas, expandindo-se para abranger também países em ascensão de progresso, como é o caso do Brasil. Diante disso, as políticas e ações que garantem um processo de envelhecimento saudável e ativo vêm sendo discutidas com mais frequência no país (SOUSA et al., 2020).

O aumento progressivo do envelhecimento da população é um fenômeno complexo influenciado por diversas perspectivas. Este processo está intrinsecamente ligado a visões divergentes e, por vezes, opostas sobre o envelhecimento, no entanto a interação social desempenha um papel essencial na qualidade de vida associada ao envelhecimento (BEZERRA; NUNES; MOURA, 2021).

De acordo com Petersen et al. (2013), a inserção da população idosa no cenário digital não apenas permite a manutenção de suas funções sociais, mas também promove a participação ativa na sociedade e a manutenção de sua autonomia. O estudo “Envelhecimento e inclusão digital” realizado por Petersen, Kalempa e Pykosz (2013) destaca que esse engajamento digital não apenas contribui para um estilo de vida mais ativo, mas também enaltece as conexões sociais, criando um ambiente propício para o aprendizado, bem-estar e promoção da saúde dentro dessa faixa etária.

Entretanto, a mídia tem um grande impacto na imagem corporal (LIRA et al., 2017) e na percepção do processo de envelhecer. A exposição constante de imagens de corpos “ideais” e estereótipos de pessoas idosas saudáveis e ativas promovidos pela mídia podem levar a um aumento da pressão social e da insatisfação com a aparência corporal e com o estilo de vida que se tem (FERREIRA, 2010).

Muito se fala sobre a preocupação com a autoimagem corporal e como isso remete ao significado de pertencimento e aceitação na sociedade, ou ainda, de rejeição social (FERREIRA, 2010). A imagem corporal é a autopercepção que o indivíduo tem sobre si mesmo, como ele próprio se imagina, e associa-se ao sentimento de satisfação ou insatisfação com sua autoimagem (SOUZA & ALVARENGA, 2016).

Os meios de comunicação, como, por exemplo, o rádio, a televisão, os jornais, as revistas e a internet, podem influenciar diretamente, de forma positiva ou negativa como as pessoas se auto percebem, atuando não apenas como lazer, mas também como um veículo responsável pela difusão de informações de caráter social. Essas mídias, muitas vezes, divulgam a prática do ‘culto ao corpo’ e apresentam um padrão idealizado de beleza, além de um envelhecimento ativo difícil de alcançar e pouco realista (FERREIRA, 2010).

A mídia tem influenciado de forma negativa a busca por um padrão de vida no processo de envelhecer que poucos conseguem alcançar, o que pode desencadear a não aceitação da própria imagem, levando a busca desenfreada por alternativas rápidas que entreguem os padrões estabelecidos pela sociedade como o belo e saudável.

Frente a isso, a insatisfação com a autoimagem pode gerar impactos psicológicos e comportamentais frutos dessa pressão social, e fazer com que jovens, envelhescentes ou pessoas idosas busquem maneiras de se sentirem pertencentes as “normas” da sociedade atual. O bombardeio midiático diário podem impactar processos psicológicos e comportamentais complexos para aqueles que não se encaixam nos padrões e começam a ter desvio de autoimagem.

Para Ferreira et al. (2016), a formação da imagem corporal possui múltiplas dimensões, envolvendo concepções sociais, psicológicas e fisiológicas, colaborando para exteriorização de emoções, parte determinante para interação social de seres humanos, influenciando sua qualidade de vida.

Portanto refletindo sobre as perspectivas mencionadas acima, é importante pensarmos nos impactos psicológicos derivados da influência das mídias sociais e da busca

excessiva por um padrão de vida no processo de envelhecer, temos que nos perguntar: como a imagem corporal é moldada e produzida em um mundo digitalmente influenciado e quais são os impactos psicológicos sofridos por quem é influenciado? O que as conexões entre os impactos psicológicos das mídias sociais e a busca pela perfeição nos revelam sobre a imagem que é criada sobre o corpo? Ambas as perguntas serão discutidas ao longo do conteúdo e será feito um retrospecto para uma melhor compreensão de todo contexto apresentado neste ensaio.

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A INFLUÊNCIA NA IMAGEM CORPORAL NO PROCESSO DE ENVELHECIMENTO

O processo de envelhecimento é uma característica natural que ao longo do tempo afeta tanto a condição física quanto a aparência. Diversos meios de comunicação, como televisão, cinema, revistas, redes sociais e a publicidade em geral, desempenham um papel de destaque na forma como as pessoas percebem sua própria imagem corporal durante o processo de envelhecimento (LIRA et al., 2017).

A construção da imagem é moldada por componentes cognitivos, emocionais e comportamentais, que evoluem ao longo do tempo (BARON; BYRNE, 2005). Portanto, essa imagem é fluida e sujeita a variações, e pode ser percebida de diferentes maneiras desde o nascimento até a velhice (KAIL; CAVANAUGH, 2004).

A influência das mídias sobre a imagem corporal pode atuar na maneira como as pessoas comparam a própria imagem com os padrões de beleza divulgados (GRABE; WARD, 2019), comparação essa que pode desencadear sentimentos de insatisfação com o próprio corpo e aparência (TIGGEMANN; SLATER, 2021). Tavares e Brasileiro (2003) destacaram que as mídias não só apresentam ideais de corpo, mas também estabelecem padrões de como viver e enxergar o próprio corpo.

A satisfação ou insatisfação com a imagem corporal está profundamente ligada à percepção individual dessa imagem, Correia (2006) argumenta que a satisfação com a imagem corporal está relacionada aos pensamentos positivos e ao fato de gostar da própria imagem. De acordo com os autores, Tiggemann e Slater (2021), nos dias de hoje é comum surgir uma insatisfação com a imagem corporal devido à dificuldade de se conformar com os padrões apresentados pelas mídias e redes sociais. Essa insatisfação pode resultar do não alinhamento com as medidas “ideais”, frustrações com a aparência atual e a busca incessante por um corpo desejado (TIGGEMANN; SLATER, 2021). Neste contexto, autores reconhecem a relação entre a exposição à mídia e os impactos psicológicos e comportamentais. Mídias tradicionais como revistas, televisão e filmes frequentemente propagam padrões de beleza irreais e excludentes, o que pode gerar comparações sociais e insatisfação com a própria imagem (LIRA et al., 2017).

Essas influências midiáticas podem ter um impacto significativo na percepção da imagem corporal, autoestima e no surgimento de problemas de saúde mental, como os distúrbios alimentares. Segundo Tiggemann e Slater (2021), a exposição a imagens idealizadas de beleza nas mídias sociais pode levar a insatisfação com a imagem corporal, internalização de padrões de beleza irreais, comportamentos de comparação social e de controle de peso.

Fardouly, Vartanian e Drummond (2020) corroboram com as observações acima citadas, e concluem uma meta-análise relatando que o uso das mídias sociais está associado a maior insatisfação com a imagem corporal e com o aumento de sintomas de transtornos alimentares.

Diante disso, torna-se crucial que as pessoas abordem as mensagens midiáticas de forma crítica, como sugerem Grabe e Ward (2019), e desenvolvam uma visão crítica sobre os padrões de beleza impostos pelas mídias, promovendo a compreensão sobre a diversidade de corpos de maneira realista a fim de favorecer a percepção de que beleza e autoestima vão além de estereótipos pré- definidos.

Hargreaves (2018) destaca que as mídias sociais poderiam ser utilizadas para promover uma imagem corporal mais positiva, por meio de campanhas que celebrem a diversidade corporal, conteúdos que promovam a autoaceitação e o amor próprio, além disso, imagens que representem diferentes tipos de corpos de forma positiva.

Os estudos de Miranda e Farias (2009), Petersen et al. (2013), Marques et al. (2016) e Krug et al. (2017) sugerem que o uso adequado das mídias digitais pode atenuar aspectos negativos como solidão, isolamento e alienação na velhice. O engajamento *online* pode ajudar pessoas idosas a criar amizades, explorar interesses e manter-se conectados socialmente.

De acordo com Guyton (1993), as funções cognitivas envolvem aquisição de conhecimento, atenção, intuição, linguagem, percepção social, habilidades motoras, tomada de decisões e planejamento. Portanto, o uso de tecnologias pode contribuir para manter o cérebro cognitivamente ativo, como argumentam Freese, Rivas e Hargittai (2006).

Doll, Machado e Cachioni (2016) sugerem que as tecnologias oferecem novas formas de comunicação, como os aplicativos de mensagens e redes sociais que estimulam o interesse, a inclusão social e o desejo de aprender, compartilhar informações com amigos e familiares, além da possibilidade de acessar conteúdos relevantes.

É importante ressaltar ainda, que as mídias não são o único fator influenciador na formação da imagem corporal e da saúde mental. Elementos como ambiente familiar, educação, experiências individuais e sociais também desempenham papéis importantes. Entretanto, os impactos das mídias possuem um alcance amplo e uma influência poderosa, o que a torna um fator relevante a ser considerado.

ASPECTOS PSICOLÓGICOS E COMPORTAMENTAIS NA INSATISFAÇÃO CORPORAL NO ENVELHECIMENTO

De acordo com Schilder (1999), a imagem corporal é a maneira como percebemos, pensamos e nos sentimos em relação ao nosso próprio corpo. Não é apenas uma representação física, mas também envolve os aspectos psicológicos, emocionais e cognitivos do corpo. A auto-percepção da aparência física é influenciada por uma variedade de fatores, incluindo padrões culturais, valores, experiências pessoais e interações sociais.

Para Tavares (2003), a sociedade desempenha um papel significativo na formação da imagem corporal, pois estabelece padrões e normas de aparência que muitas vezes são internalizadas pelas pessoas.

Em contrapartida promover a diversidade de idades, representações positivas de pessoas mais velhas na mídia, na sociedade, e enfatizar os aspectos positivos do envelhecimento, como sabedoria, experiência e crescimento pessoal, são maneiras importantes de combater a pressão cultural e de promover uma imagem corporal mais saudável e realista no processo do envelhecer (SCHILDER, 1999).

Logo, a imagem corporal de um ponto de vista paradoxal em tempo algum será completa ou inerte, e sim de contínuas tendências propensas à quebra de paradigmas e novas adaptações. É com a chegada das mudanças fisiológicas, emocionais, sociais e vitais experienciadas durante o processo de envelhecer, surgem novas configurações, que determinam a necessidade de novas adaptações e conscientização para uma melhor qualidade de vida e minimização dos impactos psicológicos que podem ser gerados com a insatisfação corporal (SCHILDER, 1999).

As mídias desempenham um papel importante na influência para a adesão crescente de pessoas idosas ao universo do consumo. Se essa participação não for realizada de forma consciente e assertiva, o sofrimento psicológico e os impactos decorrentes da insatisfação corporal podem ser profundas e impactar na qualidade de vida das pessoas idosas, afetando assim a autoconfiança, autonomia e participação em atividades sociais (FERREIRA; LEITE, 2002; ALMEIDA et al., 2005; DAMASCENO et al., 2005).

A imagem corporal apresenta importância multidimensional, uma vez que pode estar associada ao sofrimento psíquico para os indivíduos que permanecem na busca incessante pelo corpo ideal, subjugando o corpo real, (DAMASCENO et al., 2005; ALMEIDA et al., 2005; FERREIRA; LEITE, 2002).

As conexões entre os impactos psicológicos, mídias sociais e a insatisfação corporal nos revelam que esse espaço sem fronteiras cria uma dispersão e uma fragmentação do corpo da pessoa idosa, o que pode ser bem perigoso para quem já está vulnerável psiquicamente e muitas vezes coberto pelos traumas gerados no passado (DOMINGUES, 2016).

O adoecimento psíquico gerado pela dificuldade de adaptação e enfrentamento com o as transformações do corpo durante o envelhecimento podem ser desencadeadores de patologias como a depressão, ansiedade, transtornos alimentares e o estresse, além disso, podem ser geradores de sintomas como a tristeza, perda de interesse, prazer, sentimentos de culpa, baixa autoestima, mudanças de humor, comportamento compulsivo, pânico, fobia, perturbação do sono e do apetite (DOMINGUES, 2016).

Em síntese, percebemos uma sociedade na qual o consumo é superestimado e domina muitas vidas. As mídias influem diretamente na criação das normas, comportamentos e padrões associados à indústria física. Portanto é necessário que o fator psicológico seja continuamente estudado em condição interdisciplinar para minimizar os impactos gerados, buscando sempre novos recursos de adaptação, enfrentamento e destacando a importância das redes de apoio para uma busca mais assertiva e segura (TRIBESS, 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante questionar e desafiar os padrões de beleza impostos pelas mídias e pela sociedade. A diversidade de corpos, etnias, idades e características físicas devem ser valorizadas e celebradas, pois a verdadeira beleza vai além da aparência externa, abrange uma variedade de qualidades, como certificação, competência, inteligência e empatia. Além de promover uma visão mais inclusiva e saudável da estética envolvendo o reconhecimento de que a beleza é subjetiva e diversa.

Além disso, alguns motivos que levam as pessoas a buscarem por procedimentos estéticos associados a busca por padrões inalcançáveis e com fundamentação emocional poderiam ser evitados, uma vez que mesmo com resultados alcançados com os procedimentos estéticos sejam satisfatórios, os indivíduos permanecem descontentes e continuam no ciclo da busca excessiva por mudanças físicas.

As pessoas devem ser encorajadas a se amarem e se aceitarem como são, independentemente dos padrões de beleza impostos pela mídia. É fundamental incentivar a representatividade em todos os meios de comunicação, destacando a diversidade de corpos e aparências, a fim de criar uma cultura mais inclusiva e respeitosa para todas as pessoas, independente da idade. Ao desenvolver uma postura crítica frente aos padrões impostos pelas mídias e promover uma cultura de aceitação da diversidade corporal, os impactos negativos sobre a saúde mental e a autoestima da população poderiam ser minimizados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G.A.N. et al. Percepção de tamanho e forma corporal de mulheres: estudo exploratório. *Psicologia em Estudo*. v.10, n.1, p.27-35, 2005.

BARON, R. A.; Burne, D. (2005). **Social psychology** (10th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

BEZERRA, P. A.; NUNES, J. W.; MOURA, L. B. **Envelhecimento e isolamento social: uma revisão integrativa**. *Acta Paulista de Enfermagem*, v. 34, 2021.

CARDOSO, J. B. F. **Manipulação Digital na Fotografia Publicitária: criatividade e Ética**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n.29, p. 147-164, dez. 2013.

CORREIA, C. M. C. **Corpo, jovens e prática de musculação: um estudo em frequentadores de academia na região do Grande Porto**. Porto, Portugal: UP, 2006. Dissertação (Mestrado em Ciências do Desporto) - Faculdade de Desporto, Universidade do Porto, 2006.

DAMASCENO, V.O et.al. O Idoso e as novas tecnologias. Tratado de geriatria e gerontologia. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005. P.3585-3603.

FARDOULY, J., VARTANIA, L. R., & DRUMMOND, C.. **The impact of social media on body image and disordered eating behaviors in adolescents: A systematic review and meta-analysis**. *Clinical Psychology Review*, p. 78, 2020.

FERREIRA, N. L. **Medo da velhice: A relação entre o envelhecer e a demanda pela beleza jovial**. [Dissertação de mestrado]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 91p., 2010.

FERREIRA, M. C.; LEITE, N. G. M. Adaptação e validação de um instrumento de avaliação da satisfação com a imagem corporal. **Avaliação Psicológica**, v. 1, n. 2, p. 141-149, 2002.

FRESE, J.; RIVAS, S.; HARGITALL, E. Cognitive ability and internet use among older adults. **Poetics**, v.34, n.4, p.236-49, 2006.

GRABE, S., & WARD, L. M. (2019). **The role of media in body image disturbance: A review of the literature and recommendations for future research**. *Body Image*, 30, 117-125.

HARGREAVES, D. (2018). **Social media and body image: The role of idealized images in the perpetuation of body dissatisfaction**. *International Journal of Eating Disorders*, 51(1), 1-13.

JIOTSA, B. et al. **Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness**. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 18, n.6, p. 2880, 2021.

KAIL, R. V.; CAVANAUGH, J. C. (2004). **Human development: A lifespan view** (5th ed.). Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.

KALACHE, A.; VERAS, R. P.; RAMOS, L. R. **O envelhecimento da população mundial: um novo desafio**. *Revista de Saúde Pública*, v. 21, n. 3, p. 200–210, 1987. Disponível em: <https://www.scielo.br/rj/rsp/a/RRbSj3PsLtCXyLPqzTJh6Q/>. Acesso em 23 de agosto de 2023.

LIRA, A. G. et al.. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164–171, jul. 2017.

MARQUES, L. P.; SCHNEIDER, I. J. C.; D'ORSI, E. **Quality of life and its association with work, the Internet, participation in groups and physical activity among the elderly from the EpiFloripa survey**, Florianópolis, Santa Catarina State, Brazil. *Caderno de Saúde Pública*, v. 32, n. 12, p. 1-11, 2016.

MATSUO, R. F.; VELARDI, M.; BRANDÃO, M. R. F.; MIRANDA, M. L. J. **Imagem corporal de idosas e atividade física**. *Rev Mack Educ Fís Esp*. 2007;6(1):37-43.

MATTANA, A. S. **Consumo, Mídia e Beleza: a Mídia como Mediadora de Padrões de Comportamentos Femininos e Masculinos**. Disponível em: . Acesso em: 25 nov. 2014.

MIRANDA, L. M. D.; FARIAS, S. F. **As contribuições da internet para o idoso: uma revisão de literatura**. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, 13, 383-394, 2009.

NASCIMENTO, C. M.; PROCHNO, C. C. S. C.; SILVA, L. C. A. **O corpo da mulher contemporânea em revista**. *Fractal, Rev. Psicol.*, v. 24, n. 2, p. 385-404, 2012.

PETERSEN, D. A. W.; KALEMPA, V. C.; PYKOSZ, L. C. **Envelhecimento e inclusão digital**. *Extensio*, v. 10, n. 15, p. 120-128, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1807-0221.2013v10n15p120>. Acesso em 23 de agosto de 2023.

ROSA FILHO, A. D. P. **A influência da tecnologia no comportamento dos indivíduos através do uso do smartphone: desenvolvimento e conflito**, 2021.

RUSSO, R. C. T. **Imagem corporal: construção através da cultura do belo. Movimento & Percepção**. 2005; 5(6): 80-90.

SAIKALI, C. J. et al. **Imagem corporal nos transtornos alimentares**. *Rev. psiquiatr. clín.*, São Paulo, v. 31, n. 4, 2004.

SANTE, A. B. **Auto-imagem e características de personalidade na busca de cirurgia plástica estética**. Ribeirão Preto: FFCLRP-USP, 2008. Dissertação (Mestrado em Psicologia).

SANTE, A. B.; PASIAN, S. R. **Imagem corporal e características de personalidade de mulheres solicitantes de cirurgia plástica estética**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 24, n. 3, pág. 429–437, 2011.

SCHILDER, P. **A imagem do corpo: as energias construtivas da psique**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SCHILDER, P. **A imagem do corpo: as energias construtivas da psique/** Paul Schilder. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SOUSA, M. C. et al. **O envelhecimento populacional: aspectos do Brasil e do mundo, sob o olhar da literatura**. *Revista Brasileira de Desenvolvimento*, v. 6, n. 8, p. 61871-61877, 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n8-564. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n8-564>. Acesso em 23 de agosto de 2023.

SOUZA, A. C.; ALVARENGA, M. DOS S. **Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários – Uma revisão integrativa.** *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 65, n. 3, p. 286–299, jul. 2016.

TAVARES, M. C. G. C. **Imagem Corporal: conceito e desenvolvimento.** Barueri: Manole, 2003.

TAVARES, L. B.; BRASILEIRO, M. C. E. **O espelho de Narciso: o corpo belo representado por adolescentes.** In: *Anais da III Jornada Internacional e I Conferência Brasileira Sobre Representações Sociais, Textos completos*, Rio de Janeiro, 2003.

TEUFEL, M. et al. **Psychotherapy and obesity: strategies, challenges and possibilities.** *Der Nervenarzt*, v. 82, n. 9, p. 1133-1139, 2011.

TIGGEMAN, M.; MCGILL, B. **The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction.** *Journal of Social and Clinical Psychology*, v. 23, n. 1, p. 23-44, 2004.

TIGGEMANN, M., & SLATER, A. (2021). **The influence of social media on body image: A systematic review of the literature.** *Psychology of Women Quarterly*, 45(2), 155-175.

TRIBESS, S. **Percepção da imagem corporal e fatores relacionados à saúde em idosas.** (Dissertação). 2008. Título de Mestre em Educação Física. Programa de Pós- Graduação em Educação Física da Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina.