Universidade do Minho
Escola de Psicologia

Catarina Filipa Correia Guerra Fontes

Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar

junho de 2023

Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar

Catarina Fontes

UMinho | 2023

Universidade do Minho
Escola de Psicologia

Catarina Filipa Correia Guerra Fontes

Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Psicologia Clínica e Psicoterapia de Adultos

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Sónia Ferreira Gonçalves

junho de 2023

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações
CC BY-NC-ND

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Agradecimentos

À Professora Doutora Sónia Gonçalves por todo otimismo, ensino e pela orientação imprescindível ao longo de todo o processo. Agradeço imenso a sua simpatia e todo o conhecimento transmitido, fundamental para a concretização deste projeto. Sempre que me deparava com alguma dificuldade, tinha sempre disponibilidade para esclarecer cada uma das minhas dúvidas, encorajando-me a continuar a fazer um bom trabalho.

À minha família, em especial à minha mãe, por compreender todas as minhas inseguranças e por me ter apoiado ao longo de todo este percurso. Nunca duvidou das minhas capacidades e deu-me a força que eu precisava para continuar. Sem ela, não teria conseguido chegar até aqui.

Ao meu João Pedro, que foi incansável ao longo dos últimos 5 anos, tendo me apoiado em cada momento. Ouviu todas as minhas preocupações, compreendeu a minha ansiedade e relembrou-me sempre de que seria capaz. Esteve sempre ao meu lado, comemorando as minhas conquistas e reconfortando-me nos momentos mais difíceis.

Às minhas amigas deste percurso, Claúdia e Cristina, pela ajuda, gargalhadas, disponibilidade e compressão. Tornaram este percurso melhor e sem vocês não teria sido a mesma coisa.

À Carolina e à Carol, por toda a ajuda. Em especial à Carol pela generosidade, simpatia e pela motivação.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Catarina Filipa Correia Guerra Fontes

Braga, 5 de junho de 2023

Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar

Resumo

Introdução: Redes sociais baseadas em imagens, como o Instagram, parecem levar frequentemente à comparação da aparência. Pouco se sabe, contudo, como o uso desta rede social pode estar associada à insatisfação corporal e aos problemas do comportamento alimentar.

Objetivos:(1) verificar a associação entre a pressão do Instagram para ser magra, o tempo passado no Instagram e os conteúdos visualizados; (2) comparar as participantes que sentem com as que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível da insatisfação corporal e problemas do comportamento alimentar; (3) avaliar os preditores dos problemas alimentares.

Método: Participaram no estudo 314 estudantes universitárias, com idades compreendidas entre os 18 a 30 anos.

Resultados: Foi encontrada uma associação significativa entre a pressão para a magreza, a comparação da aparência e a pressão para mudar a aparência física. As participantes que relataram sentir pressão do Instagram para ser magra, apresentaram mais insatisfação corporal e mais problemas do comportamento alimentar. A pressão da media e a insatisfação corporal mostraram-se preditores dos problemas do comportamento alimentar.

Discussão: A pressão do Instagram para a magreza pode constituir um fator de risco e/ou de manutenção para o desenvolvimento da insatisfação corporal e consequentemente de problemas do comportamento alimentar.

Palavras-chave: Instagram, insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar, estudantes universitárias.

Instagram Pressure: Relationship between the use of this social media, body dissatisfaction and disordered eating

Abstract

Introduction: Image-based social media, such as Instagram, seems to frequently lead to appearance comparison. Little is known, however, about how the use of this social media can be associated with body dissatisfaction and disordered eating.

Objectives:(1) verify the association between Instagram pressure to be thin, time spent on Instagram and content viewed; (2) compare participants who feel with those who did not feel pressure from Instagram to be thin in terms of body dissatisfaction and disordered eating; (3) evaluate predictors of disordered eating.

Method: 314 female university students ages 18 to 30 years participated in the study.

Results: A significant association was found between the pressure to be thin, comparison of appearance and pressure to change physical appearance. Participants who felt pressure from Instagram to be thin had more body dissatisfaction and more disordered eating. Media pressure and body dissatisfaction were seen as predictors of disordered eating.

Discussion: Instagram pressure for thinness may be a risk and/or maintenance factor for the development of body dissatisfaction and, consequently, disordered eating.

Keywords: body dissatisfaction, Instagram, disordered eating, female university students.

Índice

Introdução 9

Método 12

Participantes 12

Instrumentos 12

Procedimento 14

Análise Estatística 15

Resultados 16

Frequência das estudantes universitárias que referem sentir pressão do Instagram para ser magra 16

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e variáveis relacionadas com a imagem corporal 16

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e outras variáveis relacionadas com a alimentação e exercício físico 17

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e variáveis relacionadas com o tempo passado no Instagram e os conteúdos visualizados 17

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível da insatisfação corporal e o IMC 18

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível dos problemas do comportamento alimentar 19

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível da internalização do ideal de aparência 20

Associação entre a insatisfação corporal, os problemas do comportamento alimentar e a pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física. 21

Discussão 23

Referências 28

Anexo: Parecer da Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas 32

Índice de Tabelas

Tabela 1. Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente à insatisfação corporal e o IMC 18

Tabela 2. Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente aos problemas do comportamento alimentar..... 19

Tabela 3. Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente à internalização do ideal de aparência ... 20

Tabela 4. Correlações entre a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física 21

Tabela 5. Regressão Linear Múltipla para analisar os preditores dos problemas do comportamento alimentar..... 22

Introdução

A media desempenha um papel fundamental na formação de ideais de beleza. Estes ideais de beleza, por vezes, caraterizados como irrealistas e inatingíveis, são também contrastantes com o corpo real de muitas mulheres, resultando na preocupação com a forma corporal. Ao longo do tempo, esta preocupação aumenta a insatisfação corporal que surge pela distorção da perceção da imagem corporal. Por sua vez, a insatisfação corporal também desempenha um papel essencial nos problemas do comportamento alimentar, uma vez que provoca sofrimento emocional e psicológico (Aparicio-Martinez et al., 2019).

Estudos anteriores demonstraram que a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar são problemas cada vez mais comuns entre jovens adultos (Santarossa & Woodruff, 2017). Os problemas do comportamento alimentar são definidos como comportamentos alimentares não saudáveis ou mal adaptativos, como restringir ou comer compulsivamente e/ou provocar o vômito, no entanto não são categorizados como uma perturbação alimentar, embora possam ser, por vezes, considerados uma fase de perturbações alimentares diagnosticadas (Aparicio-Martinez et al., 2019). Estes comportamentos resultam da interação de vários fatores, incluindo a pressão social para a magreza, que é veiculada, por exemplo, através das redes sociais, onde os ideais de beleza são popularizados (Aparicio-Martinez et al., 2019).

Apesar do elevado uso das redes sociais em todo o mundo, a literatura existente sobre o impacto das redes sociais na imagem corporal e nos problemas do comportamento alimentar é ainda reduzida, focando-se maioritariamente noutras redes sociais como é o caso do Facebook (Fardouly et al., 2018). No entanto, o Facebook começou a ser cada vez menos utilizado pelos jovens, tendo sido substituído por novas redes sociais, como o Instagram. O Instagram é uma das redes sociais mais populares entre a população mais jovem, especialmente entre adolescentes e jovens adultos do sexo feminino (Pedalino & Camerini, 2022). Esta rede social é usada principalmente para compartilhar fotos, vídeos e histórias. Este conteúdo é cuidadosamente selecionado, havendo ainda a possibilidade de ser editado através da utilização de filtros e outras ferramentas de edição que permitem manipular e alterar digitalmente este conteúdo (Tiggemann et al., 2018), isto significa que os usuários estão constantemente expostos a imagens idealizadas. Para além disso, no Instagram, os usuários não interagem apenas com pessoas conhecidas do seu meio, mas também seguem celebridades e influenciadores. Assim sendo, estudos anteriores sugeriram que o Instagram pode ser mais prejudicial à imagem corporal das mulheres do que qualquer outra rede social (Pedalino & Camerini, 2022).

Tendo em conta as características desta rede social, esta permite que haja mais oportunidades para comparação social, o que pode influenciar a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar (Santarossa & Woodruff, 2017). Por exemplo, num estudo experimental, Brown e Tiggemann (2016) descobriram que a exposição a imagens do Instagram que retratam celebridades e pares atraentes e com um corpo magro estava associada a níveis mais altos de insatisfação corporal, mediada pela comparação social. Assim, a teoria da comparação social (Festinger, 1954) argumenta que os seres humanos têm um impulso inato para se comparar com os outros de forma a obter avaliações sobre as suas capacidades, especialmente quando não existem medidas objetivas. Isto significa que a maioria das mulheres tem por hábito comparar a sua aparência com a de modelos ou celebridades mais magras e atraentes, resultando em sentimentos negativos sobre si mesmas e sobre os seus corpos. A teoria da comparação social sugere também que estas comparações são feitas mais frequentemente com alvos percebidos como semelhantes a si mesmo, uma vez que essa comparação fornece mais informação (Holland & Tiggemann, 2016). No entanto, Strahan et al. (2006) descobriram que as mulheres, comparam-se mais com os seus pares para avaliar as suas competências sociais, no entanto, comparam-se mais com modelos e celebridades para fazer comparações de aparência.

O estudo realizado por Aparicio-Martinez et al. (2019), com estudantes universitárias espanholas, obteve resultados que demonstraram que existe uma relação entre a imagem corporal, os ideais de beleza e o uso das redes sociais. Estes resultados demonstraram ainda que a insatisfação corporal pode ser caraterizada como um preditor do desejo de mudança da imagem corporal, tendo sido consistente com estudos anteriores que evidenciaram que os níveis de insatisfação corporal estavam associados ao desejo de mudar a imagem corporal para obter um corpo mais magro, especialmente através de dietas.

Da mesma forma, o estudo realizado por Qutteina et al. (2019), cujo objetivo consistia em avaliar a relação existente entre a utilização das redes sociais e os problemas do comportamento alimentar em estudantes universitárias no Catar, evidenciou que o uso prolongado de redes sociais foi positiva e significativamente associado a problemas do comportamento alimentar, independentemente de preditores como a preocupação com a forma corporal e a insatisfação corporal. Para além disso, o elevado número de horas passadas no Instagram foi também positiva e significativamente associado ao aumento dos níveis de perturbações alimentares. Este resultado pode ser explicado devido à centralidade desta rede social em imagens, em comparação com outras redes sociais, levando a uma maior exposição a imagens corporais, por vezes, inatingíveis.

Um outro estudo realizado por Santarossa e Woodruff (2017), avaliou se o uso problemático das redes sociais, a quantidade de tempo passado nas redes sociais (por dia), o número total de amigos/seguidores nas redes sociais e as atividades específicas das mesmas tinham uma relação com os sintomas/preocupações com a imagem corporal, autoestima e perturbações alimentares em jovens. Conclui-se que um maior uso problemático de redes sociais estava associado a uma maior preocupação com a imagem corporal, menor autoestima e maiores sintomas/preocupações de perturbações alimentares. Os resultados também demonstraram que a preocupação com a imagem corporal estava relacionado com atividades específicas das redes sociais (verificar o próprio perfil, verificar os perfis de outras pessoas e deixar comentários noutros perfis). Estes resultados podem ser explicados pelo facto de as redes sociais constituírem uma plataforma de comunicação para grupos de pares, onde ocorrem frequentes "conversas de aparência", podendo reforçar os problemas existentes de imagem corporal por meio da comparação do próprio corpo com as imagens visualizadas. O tempo passado nas redes sociais não teve, no entanto, uma relação significativa com a imagem corporal ou a autoestima, mas foi significativamente relacionado a maiores sintomas/preocupações de perturbações alimentares.

Em suma, as redes sociais, e mais especificamente o Instagram, parecem permitir comparações sociais múltiplas, muitas vezes feitas com imagens idealizadas (Tiggemann & Slater, 2014). Estas comparações podem levar, consequentemente, à insatisfação com a imagem corporal, aumentando o desejo de mudar a aparência, o que, por sua vez, conduz ao desenvolvimento de problemas do comportamento alimentar (Stice, 2001) e/ou perturbações alimentares (Polivy & Herman, 2002).

O presente estudo tem como objetivos: (1) verificar se existe uma associação entre a pressão do Instagram para ser magra, a insatisfação com a imagem corporal, os problemas do comportamento alimentar, o tempo passado no Instagram e os conteúdos visualizados no Instagram: (2) realizar uma análise comparativa entre o grupo que sente e o grupo que não sente pressão do Instagram para ser magra ao nível da insatisfação corporal, índice de massa corporal, problemas do comportamento alimentar e internalização do ideal de aparência; (3) verificar a possível associação entre a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a pressão do Instagram para ser magra e para melhorar a aparência física; (4) avaliar os preditores dos problemas do comportamento alimentar tendo em consideração a insatisfação corporal, índice de massa corporal e a pressão do Instagram para ser magra e para melhorar a aparência física.

Desta forma, formulam-se as seguintes hipóteses: (1) existência de uma associação significativa entre a pressão do Instagram para ser magra, a insatisfação com a imagem corporal, os problemas do

comportamento alimentar, o tempo passado no Instagram e os conteúdos visualizados no Instagram; (2) verificação de níveis mais elevados da insatisfação corporal, índice de massa corporal, problemas do comportamento alimentar e internalização do ideal de aparência no grupo de participantes que sente pressão do Instagram para ser magra; (3) existência de correlações positivas significativas entre a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a pressão do Instagram para ser magra e para melhorar a aparência física; (4) existência de um papel preditor significativo da insatisfação corporal, índice de massa corporal e a pressão do Instagram para ser magra e para melhorar a aparência física em relação aos problemas do comportamento alimentar.

Método

Participantes

O presente estudo é constituído por uma amostra de 314 participantes, do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos (M = 20.59, DP = 2.27). Dos 314 participantes, 300 tem nacionalidade portuguesa (95.5%) e a maioria frequenta o 1º ano da licenciatura (23.6%), seguido pelo 2º ano da licenciatura (22.3%) e pelo 1º ano do mestrado (20.7%). Foram excluídos 17 participantes que relataram ter algum tipo de perturbação do comportamento alimentar.

Instrumentos

Questionário Sociodemográfico e Clínico: questionário concebido especificamente para este estudo, tendo sido aplicado para recolher informação sobre a idade, sexo, nacionalidade e o ano frequentado. Foi também incluída uma questão relativa à existência atual de uma perturbação do comportamento alimentar, seguida por uma questão para especificar o tipo de perturbação (Anorexia Nervosa, Bulimia Nervosa ou Outra), caso o participante respondesse que sim. Em seguida, foi pedido ao participante para indicar o número que melhor reflete o seu grau de concordância com a afirmação "Sinto-me satisfeito com o meu corpo" (1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo Totalmente). Por fim, foi incluída uma questão para saber se o participante tinha conta criada no Instagram.

Questionário para avaliação do uso do Instagram*:* questionário concebido especificamente para este estudo onde foram incluídas duas questões relativas ao uso do Instagram: (1) "Quanto tempo passa, em média, no Instagram?" e (2) "Com que frequência posta no Instagram? (Incluindo histórias e fotos)". Os participantes foram também instruídos a ler um conjunto de afirmações e a indicar o

número que melhor reflete o seu nível de concordância com cada uma das afirmações através de uma escala *Likert* que variava do 1 (Discordo Totalmente) ao 5 (Concordo totalmente). Desta forma, foram apresentadas as seguintes afirmações: (1) Costumo editar um foto / história antes de a publicar; (2) Costumo demorar mais de 10 minutos a editar uma foto / história; (3) Costumo ter um horário específico para publicar uma foto de forma a obter um número desejado de gostos; (4) Costumo sentir-me melhor com a minha aparência quando obtenho um grande número de gostos; (5) Costumo eliminar determinadas fotos por não terem o número de gostos desejado; (6) Costumo tirar várias fotos ao longo do dia, com o objetivo de as publicar, mas acabo por não gostar de nenhuma; (7) Costumo demorar mais de 10 minutos a selecionar a foto perfeita para publicar.

De forma a avaliar o tipo de conteúdo que os sujeitos mais seguem, os participantes foram questionados sobre o tipo de conteúdo que mais seguem no Instagram. Esta questão inclui várias opções de resposta, tais como: (1) Celebridades; (2) *Influencers*; (3) *Personal Trainers* ou pessoas mais ativas fisicamente; (4) Nutricionistas; (5) Páginas cujo objetivo é promover a aceitação / amor próprio; (6) Páginas com receitas saudáveis; (7) Páginas com vídeos de preparação de comidas nada saudáveis e muito calóricas; (8) Páginas que dispõem várias opções de treinos; (9) Páginas que postam sobre a jornada de perda peso / transformação de outras pessoas; (10) Páginas que abordam a questão da saúde mental, incluindo perturbações alimentares; (11) Vídeos onde as pessoas mostram aquilo que comem ao longo do dia; (12) Outros. Depois disso, foi pedido aos participantes para indicar, tendo em conta todos os conteúdos mencionados, quais são os 3 conteúdos que mais costuma ver e seguir.

Por último, com o intuito de avaliar a pressão do Instagram, foi apresentado ao participante um conjunto de afirmações onde teria de indicar o número que melhor reflete o seu nível de concordância com cada uma das afirmações através de uma escala de *Likert* que variava de 1 (Discordo Totalmente) ao 5 (Concordo totalmente). As afirmações consistiram em: (1) Já senti pressão do Instagram para perder peso; (2) Eu comparo o meu corpo com aqueles que vejo nas fotos do Instagram; (3) Já senti pressão do Instagram para parecer mais bonita; (4) Já senti pressão do Instagram para ser magra; (5) Gostaria que o meu corpo se parecesse com aqueles que vejo nas fotos do Instagram; (6) Gostaria que o meu corpo fosse mais atlético como aqueles que vejo no Instagram; (7) Já senti pressão do Instagram para ter um "corpo perfeito"; (8) Eu comparo a minha aparência com a aparência das pessoas que vejo no Instagram; (9) Já senti pressão do Instagram para fazer dieta; (10) Já senti pressão do Instagram para fazer exercício físico; (11) Já senti pressão do Instagram para mudar a minha aparência física.

Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q; Fairburn et al., 1994; Machado et al., 2014): adaptado para a população portuguesa, é constituído por 28 itens e permite avaliar a extensão e a gravidade das características associadas a um diagnóstico de perturbação alimentar. Assim, este questionário é constituído pelas seguintes subescalas: Restrição, Preocupação com a Alimentação, Preocupação com a Forma e Preocupação com o Peso. Para obter a pontuação de uma subescala específica as classificações dos itens são somadas e a soma é dividida pelo número total de itens que formam a subescala. A pontuação total é obtida através da soma das pontuações das quatro subescalas a dividir pelo número de subescalas. O EDE-Q demonstrou ter uma boa consistência interna nesta amostra (α = .96).

Body Shape Questionnaire (BSQ; Cooper et al., 1987; Silva et al., 2016)*:* adaptado e validado para a população portuguesa, tem com objetivo medir a preocupação com a imagem corporal, sendo um questionário de autorrelato constituído por 34 itens. As perguntas referem-se ao estado do participante nas últimas quatro semanas e cada item é pontuado de 1 ("nunca") a 6 ("sempre"). O resultado total é obtido pela soma das pontuações de cada item, onde pontuações mais altas indicam maiores preocupações com a imagem corporal. Relativamente às atividades psicométricas, o instrumento apresenta uma boa consistência interna nesta amostra (α = .97).

Social Cultural Attitudes Towards Appearence Questionnaire – 4R (SATAQ - 4R; Schaefe et al., 2017; Figueirinha, 2020): avalia o papel de fatores inter e intrapessoais no desenvolvimento e manutenção de comportamentos referentes à alimentação e imagem corporal. Foi utilizada a versão feminina deste questionário com 31 itens, adaptada e validada para a população portuguesa. Os participantes devem indicar o seu nível de concordância com cada item usando uma escala Likert - 1 (discordo totalmente), 2 (discordo), 3 (não concordo nem discordo), 4 (concordo) e 5 (concordo totalmente). Este questionário é constituído por 6 subescalas: Internalização do Corpo Magro; Internalização do Corpo Musculado; Internalização da Atratividade Geral; Pressão da Família; Pressão de Pessoas Significativas e Pressão da Media. O instrumento total apresentou bons níveis de consistência interna nesta amostra (α = .93). Por sua vez, as suas subescalas apresentaram também uma boa consistência interna: Internalização do Corpo Magro (α = .85); Internalização do Corpo Musculado (α = .91); Internalização da Atratividade Geral (α = .89); Pressão da Família (α = .91); Pressão de Pessoas Significativas (α = .93); e Pressão da Media (α = .95).

Procedimento

O presente estudo foi aprovado pela Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Minho (CEICSH 131/2022). O recrutamento de participantes foi efetuado através da Plataforma Digital de Créditos da Universidade do Minho com recurso ao *Google Forms*. Para além disso, foi também enviado o respetivo link através de redes sociais e email institucional da Universidade do Minho. Primeiramente, foi apresentado o Consentimento Informado, que informava os participantes sobre os objetivos e procedimentos do estudo. Foi assegurado a confidencialidade dos dados, o anonimato dos participantes, o caráter voluntário da participação, a possibilidade de contactar as investigadoras responsáveis (via email) caso surgisse algum tipo de desconforto associado ao preenchimento do questionário e a possibilidade de desistir a qualquer momento.

Posteriormente, foi apresentado o Questionário Sociodemográfico, seguido do questionário para avaliar o uso do Instagram e os instrumentos de autorrelato.

Foram critérios de inclusão no estudo ter entre 18 e 30 anos, entender português, não apresentar perturbações do comportamento alimentar e ter atualmente uma conta na rede social Instagram.

Análise Estatística

Para a realização da análise estatística recorreu-se ao programa estatístico IBM®SPSS®Statistics (versão 28) para *Windows*. Inicialmente, foi efetuada uma análise descritiva, utilizando-se as medidas de tendência central e dispersão. Em seguida, foi realizada uma análise exploratória dos dados, de forma a testar a sua normalidade. Este procedimento permitiu concluir que os pressupostos de normalidade não estavam a ser cumpridos para todas as variáveis. Tendo isto em conta, foram realizados testes não paramétricos na comparação entre grupos.

Foi utilizado o teste do Qui-Quadrado (χ^2) para averiguar se existe associação entre a variável pressão do Instagram para ser magra e a insatisfação com a imagem corporal, os problemas do comportamento alimentar, tempo passado no Instagram e conteúdos visualizados no Instagram. Nas variáveis relacionadas com a insatisfação com a imagem corporal estão incluídas: (1) A pressão do Instagram para perder peso; (2) A comparação do corpo com as fotos no Instagram; (3) A pressão do Instagram para parecer mais bonita; (4) A pressão do Instagram para ter um corpo mais atlético; e (5) A pressão do Instagram para mudar a aparência. Nas variáveis relacionadas com os problemas do comportamento alimentar estão incluídas: (1) A pressão do Instagram para fazer dieta e (2) A pressão do Instagram para fazer exercício físico. Por último, nas variáveis relacionadas com o tempo passado

no Instagram e conteúdos visualizados no Instagram estão incluídas: (1) Tempo diário passado no Instagram; (2) Edição de uma foto antes de publicar; (3) Horário específico para publicar uma foto de forma a obter um número desejado de gostos; (4) Sentir-se melhor com a sua aparência quando obtém um grande número de gostos; e (5) O conteúdo relacionado com a alimentação e exercício físico que o participante segue.

Foi também utilizado o Teste de Mann-Whitney *(U)* para averiguar as diferenças entre o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra vs. o grupo que não sente pressão do Instagram para ser magra relativamente à insatisfação corporal, índice de massa corporal (IMC), problemas do comportamento alimentar e internalização do ideal de aparência.

De modo a explorar a possível associação entre a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a internalização do ideal de aparência utilizou-se o Coeficiente de Correlação de Pearson (*r*).

Por último, recorreu-se à Regressão Linear Múltipla com o intuito de averiguar os potenciais preditores para os problemas do comportamento alimentar. Assim, as possíveis variáveis preditoras selecionadas foram distribuídas por dois blocos.

Resultados

Frequência das estudantes universitárias que referem sentir pressão do Instagram para ser magra

Dos 314 participantes deste estudo, 196 (62.4%) relataram não sentir pressão do Instagram para ser magra e 118 (37.8%) relataram sentir pressão do Instagram para ser magra.

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e variáveis relacionadas com a imagem corporal

Foram encontradas associações estatisticamente significativas entre a pressão do Instagram para ser magra e: (1) a pressão do Instagram para perder peso, $\chi^2(1) = 165.867$, $p < .001$, onde 73.7% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para perder peso, enquanto 4.6% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para perder peso; (2) a comparação do corpo com as fotos do Instagram, $\chi^2(1) = 72.480$, $p < .001$, onde 89% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem que compararam o seu corpo com as fotos que veem no

Instagram, enquanto 48.5% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem que compararam o seu corpo com as fotos que veem no Instagram; (3) a pressão do Instagram para parecer mais bonita, $\chi^2(1) = 69.506$, $p < .001$, onde 86.4% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para parecer mais bonita, enquanto 38.3% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para parecer mais bonita; (4) a pressão do Instagram para ter um corpo atlético, $\chi^2(1) = 46.589$, $p < .001$, onde 83.1% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para ter um corpo mais atlético, enquanto 43.9% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para ter um corpo mais atlético; (5) a pressão do Instagram para mudar a aparência, $\chi^2(1) = 97.870$, $p < .001$, onde 79.7% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para mudar a sua aparência, enquanto 22.4% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para mudar a sua aparência.

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e outras variáveis relacionadas com a alimentação e exercício físico

Foram encontradas associações estatisticamente significativas entre a pressão para ser magra e: (1) a pressão para fazer dieta, $\chi^2(1) = 120.386$, $p < .001$, onde 59.3% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para fazer dieta, enquanto apenas 4.1% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para fazer dieta; (2) a pressão para fazer exercício físico, $\chi^2(1) = 63.273$, $p < .001$, onde 78% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir também pressão do Instagram para fazer exercício físico, enquanto 31.6% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir pressão do Instagram para fazer exercício físico.

Associação entre a pressão do Instagram para ser magra e variáveis relacionadas com o tempo passado no Instagram e os conteúdos visualizados

Foram encontradas associações estatisticamente significativas entre a pressão para ser magra e: (1) a edição de fotos, $\chi^2(1) = 4.432$, $p = .035$, onde 62.7% das estudantes que sentem pressão do

Instagram para ser magra, referem que costumam editar as fotos antes de as publicar, enquanto 50.5% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem que costumam editar as fotos antes de as publicar; (2) o horário para publicar, $\chi^2(1) = 7.667$, $p = .006$, onde 33.9% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem ter um horário específico para publicar uma foto de forma a obter um número desejado de gostos, enquanto 19.9% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem ter um horário específico para publicar uma foto; e (3) sentir-se melhor com a sua aparência ao obter um maior número de gostos, $\chi^2(1) = 27{,}487$, $p < .001$, onde 58.5% das estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir-se melhor com a sua aparência quando obtém um grande número de gostos, enquanto apenas 28.6% das estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra, referem sentir-se melhor com a sua aparência quando obtém um grande número de gostos.

Não foram encontradas associações significativa entre a pressão do Instagram para ser magra e o tempo passado no Instagram ($p = .701$) e os conteúdos visualizados ($p = .207$).

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível da insatisfação corporal e o IMC

O teste de Mann-Whitney revelou diferenças estatisticamente significativas entre os grupos de participantes que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra em relação à insatisfação corporal. Assim sendo, o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta mais insatisfação corporal de acordo com o *score* total do BSQ ($U = 4767.0$, $p < .001$). A Tabela 1 apresenta estes resultados.

O teste de Mann-Whitney revelou ainda diferenças estatisticamente significativas entre os grupos de participantes que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra em relação ao índice de massa corporal. Assim sendo, o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta um maior índice de massa corporal ($U = 8189.5$, $p < .001$). A Tabela 1 apresenta estes resultados.

Tabela 1

Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente à insatisfação corporal e o IMC

	Sente pressão do Instagram para ser magra (*n* = 118)	Não sente pressão do Instagram para ser magra (*n* = 196)	
	Mean Rank	*Mean Rank*	*U*
BSQ: Total	122.82	215.10	4767.0***
IMC	186.10	140.28	8189.5***

Nota. N = 314. BSQ: Total = *score* total do *Body Shape Questionnaire;* IMC = *Índice de Massa Corporal*
****p* < *.001*

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível dos problemas do comportamento alimentar

O teste de Mann-Whitney revelou diferenças estatisticamente significativas entre os grupos de participantes que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra em relação aos problemas do comportamento alimentar. Assim sendo, o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta mais problemas do comportamento alimentar nas 4 subescalas do EDE-Q - nomeadamente a Restrição (U = 6339.5, p < .001); Preocupação com a Alimentação (U = 5658.0, p < .001); Preocupação com a Forma (U = 5024.5, p < .001) Preocupação com o Peso (U = 5572.5, p < .001) – e no *score* total (U = 4853.0, p < .001). A Tabela 2 apresenta estes resultados.

Tabela 2

Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente aos problemas do comportamento alimentar

	Sente pressão do Instagram para ser magra (n = 118)	Não sente pressão do Instagram para ser magra (n = 196)

	Mean Rank	*Mean Rank*	*U*
Restrição	201.78	130.84	6339.5***
Preocupação com a Alimentação	207.55	127.37	5658.0***
Preocupação com a Forma	212.92	124.14	5024.5***
Preocupação com o Peso	208.28	126.93	5572.5***
EDE-Q: Total	214.37	123.26	4853.0***

Nota. N = 314. Restrição; Preocupação com a Alimentação; Preocupação com a Forma; Preocupação com o Peso – Subescalas do *Eating Disorder Examination Questionnaire.* EDE-Q: Total = *score* total do *Eating Disorder Examination Questionnaire.*

****p* < .001*

Comparação entre estudantes que sentem pressão do Instagram para ser magra vs. estudantes que não sentem pressão do Instagram para ser magra ao nível da internalização do ideal de aparência

O teste de Mann-Whitney revelou diferenças estatisticamente significativas entre os grupos de participantes que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra em relação à internalização do ideal de aparência. Assim sendo, o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta uma maior internalização do ideal de aparência nas 6 subescalas do SATAQ-4R - nomeadamente a Internalização do Corpo Magro (U = 5020.0, p < .001); Internalização do Corpo Musculado (U = 9862.0, p = .029); Internalização da Atratividade Geral (U = 5464.0, p < .001); Pressão da Família (U = 7506.0, p < .001); Pressão das Pessoas Significativas (U = 7745.0, p < .001); Pressão dos Media (U = 3368.0, p < .001); – e no *score* total (U = 4159.5, p < .001). A Tabela 3 apresenta estes resultados.

Tabela 3

Diferenças entre os grupos que sentem pressão do Instagram para ser magra e os que não sentem pressão do Instagram para ser magra relativamente à internalização do ideal de aparência

	Sente pressão do Instagram para ser magra	Não sente pressão do Instagram para ser magra

	(*n* = 118)	(*n* = 196)	
	Mean Rank	*Mean Rank*	*U*
Internalização do Corpo Magro	207.70	127.28	5020.0***
Internalização do Corpo Musculado	176.0	146.36	9862.0**
Internalização da Atratividade Geral	209.19	126.38	5464.0***
Pressão da Família	191.89	136.80	7506.0***
Pressão de Pessoas Significativas	189.86	138.02	7745.0***
Pressão da Media	226.96	115.68	3368.0***
SATAQ: Total	218.92	120.52	4316.0***

Nota. N = 314. Internalização do Corpo Magro; Internalização do Corpo Musculado; Internalização da Atratividade Geral; Pressão da Família; Pressão de Pessoas Significativas; Pressão da Media – Subescalas do *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire.* SATAQ: Total = *score* total do *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire.*

***p* < .01 ****p* < .001*

Associação entre a insatisfação corporal, os problemas do comportamento alimentar e a pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física.

O Teste de Correlação de Pearson demonstrou que uma maior pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física está associada com a insatisfação corporal e com os problemas do comportamento alimentar. A pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física está positivamente relacionada com a insatisfação corporal (*r* = .593, p < .001) e com os problemas do comportamento alimentar (*r* = .587, *p* < .001). As outras variáveis também apresentam correlações positivas significativas entre si. A Tabela 4 apresenta estes resultados.

Tabela 4

Correlações entre a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a pressão da media para ser magra e para melhorar a aparência física

Variáveis	*M*	*DP*	1	2	3
1.BSQ:Total	63.72	32.37	-		

2.EDE:Total	6.76	6.49	.901***	-	
3.Pressão da Media	10.52	5.38	.593***	.587***	-

Nota. N = 314. BSQ: Total = *score* total do *Body Shape Questionnaire.* EDE-Q: Total = *score* total do *Eating Disorder Examination Questionnaire.* Pressão dos Media = *score* total da subescala Pressão dos Media no *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire.*

****p < .001*

Variáveis Preditoras dos Problemas do Comportamento Alimentar

Foi realizada uma análise de Regressão Linear Múltipla (método hierárquico com blocos) de forma a avaliar o papel preditor do índice de massa corporal, insatisfação corporal e pressão dos media para ser magra e para melhorar a aparência física em relação aos problemas do comportamento alimentar. Todas estas variáveis foram selecionadas tendo em conta a sua significância em análises apresentadas anteriormente.

Foram definidos dois blocos de variáveis preditoras dos problemas do comportamento alimentar. No primeiro bloco foi adicionado o índice de massa corporal e no segundo bloco foram adicionadas a insatisfação corporal e a pressão dos media para ser magra e para melhorar a aparência física.

No primeiro bloco o modelo foi estatisticamente significativo, $F(1,312) = 1612.582$, $p < .001$, $R^2 = 0{,}122$, explicando 12,2% da variância. A variável IMC ($\beta = .350$, $t(314) = 6.592$, $p < .001$) mostrou-se ser uma variável preditora significativa dos problemas do comportamento alimentar.

No segundo bloco o modelo também se revelou estatisticamente significativo, $F(3,310) = 462.636$, $p < .001$, $R^2 = 0.817$, explicando 81,7% da variância. A variável insatisfação corporal ($\beta = .865$, $t(314) = 26.8876$ $p < .001$) e pressão dos media para ser magra e para melhorar a aparência física ($\beta = .082$, $t(314) = 2.716$, $p = .007$) mostraram ser preditores estatisticamente significativos para os problemas do comportamento alimentar. A Tabela 5 apresenta estes resultados.

Tabela 5

Regressão Linear Múltipla para analisar os preditores dos problemas do comportamento alimentar

Variáveis	*B*	*SE B*	β	*t*	*p*	*95% IC*
Bloco 1						

Constante	-8.13	2.28		-3.56	< .001	[-12.62, -3.63]
IMC	0.66	0.10	.35	6.59	< .001	[0.47, 0.86]
Bloco 2						
Constante	-4.04	1.07		-3.79	< .001	[-6.14, -1.94]
IMC	-0.06	0.05	-.03	-1.14	.255	[-0.15, 0.04]
BSQ: Total	0.17	0.01	.87	26.88	< .001	[0.16, 0.19]
Pressão dos Media	0.10	0.04	.08	2.72	.007	[0.03, 0.17]

Nota. N = 314. *IC* = Intervalo de Confiança. IMC = Índice de Massa Corporal. BSQ: Total = *score* total do *Body Shape Questionnaire.* Pressão dos Media = *score* total da subescala Pressão dos Media no *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire.*

Discussão

O presente estudo teve como objetivo explorar a relação existente entre o uso do Instagram, mais concretamente, a pressão que os participantes sentem do Instagram para ser mais magros e para melhorar a sua aparência, a insatisfação corporal e os problemas do comportamento alimentar.

Um grupo significativo de estudantes revela sentir pressão do Instagram para ser magra. Este número alerta para o facto das redes sociais, pouco consideradas em estudo anteriores, constituírem atualmente fontes de pressão social para uma determinada imagem corporal. De facto, estudos anteriores (Park, 2005; Harrison, & Cantor, 1997) referiram a pressão social para uma imagem corporal magra sentida através de revistas e televisão, mas muito provavelmente esta pressão faz-se sentir em grande escala nos dias de hoje, através de redes sociais, muito populares entre a população em geral, mas mais especificamente entre os jovens.

A maioria das participantes que sentem pressão do Instagram para ser magra, sentem também pressão do Instagram para perder peso, parecer mais bonita, ter um corpo atlético, mudar a sua aparência, fazer dieta, fazer exercício físico e tem tendência a comparar mais o seu corpo com aqueles encontrados em fotos do Instagram. Estudos anteriores, baseados na teoria da comparação social, revelam que a comparação social pode resultar em consequências negativas na imagem corporal e no desejo de mudar a aparência, uma vez que jovens adultas tem o hábito de comparar o seu corpo com o de outras mulheres (Lev-Ari et al., 2014). No entanto, a maioria dos sujeitos tendem a compararem-se com pessoas com corpos mais atraentes, frequentemente divulgados pela media, isto é, a chamada comparação ascendente. Na media há uma sobrevalorização de corpos mais magros, o que contribui

para o desenvolvimento da insatisfação corporal e dos problemas do comportamento alimentar (Carvalho et al., 2016).

Conforme o esperado, grande parte das participantes que referem sentir pressão do Instagram para ser magra, costumam editar as fotos antes de as publicar, tem horário para publicar uma foto de forma a obter o número desejado de gostos e sentem-se melhor com a sua aparência ao obter um maior número de gostos. Pedalino e Camerini (2022) referem que as mulheres tendem a compartilhar fotos editadas de si mesmas, de forma a parecerem mais bonitas e aumentar a sua autoestima. No entanto, este hábito pode ser uma consequência da insatisfação corporal. Um outro estudo de Chua e Chang (2016) mostrou que adolescentes esforçam-se para parecerem mais bonitas e mostrar a melhor versão de si mesmas nas fotos que publicam com o objetivo de as aproximar daquilo que consideram ser o ideal de beleza. A obtenção de gostos e seguidores são utilizados para medir a aprovação dos outros, ou seja, mais gostos e seguidores estão associados a um maior reconhecimento dos outros, no entanto quando tal não acontece as adolescentes começam a sentir insatisfação corporal. Conclui-se que a importância dada ao número de gostos recebidos pode ser particularmente problemática, sendo importante que as jovens percebam que um maior número de gostos não está associado a mais beleza ou valor (Tiggemann et al., 2018).

Estudos anteriores (Tiggemann & Miller, 2010; Tiggemann & Slater, 2013; Fardouly & Vartanian, 2014) demonstraram que passar mais tempo nas redes sociais estava associado ao aumento da internalização do ideal de magreza, comparações de aparência mais frequentes e maior insatisfação corporal. No entanto, neste estudo não foram encontradas associações significativa entre a pressão do Instagram para ser magra e o tempo passado no Instagram. Resultados idênticos já foram encontrados anteriormente, por exemplo, Meier e Gray (2014) não verificaram a associação entre o tempo total gasto nas redes sociais e a preocupação com a imagem corporal, estando este apenas associado com o envolvimento em atividades como postar fotos de si própria. Este resultado pode ser explicado pelo facto do Instagram apresentar uma grande variedade de funcionalidades, desde a possibilidade de enviar mensagens para outras pessoas até à visualização de *reels* e histórias, etc. Assim, o tempo passado nesta rede social não se traduz no tempo que o sujeito passa em contacto com conteúdos relacionados com a imagem corporal, alimentação e exercício físico que podem ser mais problemáticos para o desenvolvimento desta insatisfação.

Da mesma forma, não foram encontradas associações significativas entre a pressão do Instagram para ser magra e os conteúdos relacionados com alimentação e exercício físico. Fardouly et al. (2018) demonstraram que ver imagens de *fitspiration* (combinação das palavras *fitness* e

inspiration), isto é, imagens criadas para motivar as pessoas a fazer exercício físico e a ter uma alimentação mais saudável estava associado a uma maior insatisfação corporal e um maior desejo de magreza entre mulheres jovens. Embora o objetivo destas imagens seja motivar as pessoas para um estilo de vida mais saudável, a visualização deste tipo de conteúdo pode impactar negativamente a preocupação com a imagem corporal das mulheres. Uma possível explicação para este resultado pode estar relacionada com o facto de que apesar das participantes consumirem este tipo de conteúdo, isso não significa que o vão reproduzir. Com isto quero dizer que ver um vídeo sobre uma determinada dieta, por exemplo o jejum intermitente, não garante que o sujeito vá realmente adotar esse tipo de comportamento alimentar.

Na comparação entre grupos foi evidente que o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta mais insatisfação corporal, mais problemas do comportamento alimentar e uma maior internalização do ideal de aparência. Assim como descrito no modelo da influência tripartida da imagem corporal e distúrbios alimentares (Thompson et al., 1999), existem três principais influências que tem um efeito direto na insatisfação com a imagem corporal: os pais, os pares e a media. De uma forma mais concreta: os pais têm impacto na imagem corporal dos seus filhos, por exemplo, através de comentários relacionados com o peso ou aparência em geral; os pares constituem umas das principais fontes de informação sobre que tipo de imagem corporal está relacionada com uma maior popularidade e atratividade e por isso estão também associados a preocupações com a imagem corporal; e a media, onde os seus utilizadores estão constantemente expostos a imagens de mulheres com proporções corporais consideradas perfeitas e atraentes o que também leva à insatisfação corporal. No entanto, estes três aspetos afetam a insatisfação corporal indiretamente, isto é, por meio de dois processos de mediação: internalização dos padrões sociais de aparência e comparação excessiva da aparência. Supõe-se que a insatisfação corporal tenha um efeito direto na alimentação restritiva. Tendo em conta aquilo proposto por este modelo podemos verificar que a pressão da media está associada com a insatisfação corporal, no entanto, esta pressão influencia a insatisfação corporal por meio da internalização do ideal de aparência, ou seja, as pessoas que sentem pressão da media, internalizam os ideias de aparência expostos nas redes socias e comparam-se com estes ideias, muitas vezes irrealistas e inatingíveis, levando ao aumento da insatisfação corporal. Por sua vez, a insatisfação com a imagem corporal resulta em problemas do comportamento alimentar de forma a aproximarem-se destes ideias. Neste sentido, é possível explicar a associação entre a pressão da media para ser magra, maior insatisfação corporal, mais internalização do ideal de beleza e mais problemas do comportamento alimentar.

Também se verificou que o grupo que sente pressão do Instagram para ser magra apresenta um maior índice de massa corporal. De acordo com a literatura anterior, mulheres com níveis mais elevados de índice de massa corporal relatam níveis mais altos de insatisfação corporal, bem como uma maior falta de valorização corporal, indicando, mais uma vez, que o ideal de beleza de hoje é, em grande parte, ainda determinado pela magreza (Pedalino & Camerini, 2022).

No presente estudo, a insatisfação corporal, o índice de massa corporal e a pressão do Instagram para ser magra e para melhor a aparência física constituíram preditores estatisticamente significativos para os problemas do comportamento alimentar. A insatisfação corporal explica 87% da variância dos problemas do comportamento alimentar, sendo o principal preditor desta variável, corroborando estudos anteriores (Uchôa, et al. 2019). De acordo com o estudo de Uchôa, et al. (2019), a influência da media também foi uma variável preditiva do desenvolvimento de problemas do comportamento alimentar, no entanto este resultado apenas foi verificado para rapazes. À semelhança daquilo obtido por Furnham et al. (2002) o índice de massa corporal também prediz os problemas do comportamento alimentar.

Considerando todos os resultados obtidos neste estudo, é de extrema importância ressaltar também a teoria da objetivação (Fredrickson & Roberts, 1997), que postula que a objetivação ocorre quando o corpo de um determinado indivíduo é avaliado separadamente do indivíduo. É através de encontros sociais e meios de comunicação que as mulheres experienciam, direta ou indiretamente, um olhar objetivador e recebem frequentemente comentários de avaliação sexual não solicitados de indivíduos. De acordo com esta teoria, essas experiências podem resultar na internalização das perspetivas que as outras pessoas têm sobre o seu próprio corpo, e, a partir daí, as mulheres começam a considerarem-se objetos a serem observados e avaliados. Quando isto acontece os indivíduos começam a objetivar-se e começam a monitorizar regularmente a aparência do próprio corpo (Feltman & Szymanski, 2018).

Em redes sociais predominantemente baseadas em imagens, como é o caso do Instagram, as mulheres escolhem cuidadosamente as fotos que publicam, selecionando fotos em que parecem mais atraentes de forma a obter aprovação dos outros, isto significa que colocam uma maior ênfase na aparência externa. Assim, a utilização de redes sociais está associada à probabilidade de internalizar a perspetiva de outras pessoas sobre o seu próprio corpo. Ou seja, o uso do Instagram aumenta o contacto com imagens idealizadas o que leva à internalização de determinadas referências sobre como se devem parecer e ao aumento de comparações, o que mostrou estar associado a uma maior internalização dos padrões culturais de beleza e a taxas mais altas de comparação ascendente da

aparência, que por sua vez estavam relacionadas a níveis mais elevados de objetivação de si própria (Feltman & Szymanski, 2018).

O presente estudo apresenta algumas limitações. Primeiramente, este estudo apresenta uma amostra portuguesa de estudantes universitárias inseridas na faixa etária dos 18 aos 30 anos, então a generalização dos dados a outras faixas etárias é limitada. A natureza do estudo é transversal, tendo sido realizado num único momento, o que não permite constatar a causalidade das variáveis. Também o facto de que este estudo ter sido realizado apenas com participantes do sexo feminino pode constituir uma limitação, tendo em conta que a insatisfação corporal, problemas do comportamento alimentar e a pressão da media é um tema amplamente estudado em amostras femininas, no entanto a literatura é relativamente escassa, não existindo muita informação sobre o comportamento destas variáveis em indivíduos do sexo masculino.

Referências

Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A. J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. *International journal of environmental research and public health*, *16*(21), 4177. https://doi.org/10.3390/ijerph16214177

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image*, *19*, 37-43. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007

Carvalho, P. H. B., Freitas Gomes, L., & Ferreira, M. E. C. (2016). Comparação social, insatisfação corporal e comportamento alimentar em jovens adultos. *Interação em Psicologia*, *20*(2). http://dx.doi.org/10.5380/psi.v20i2.34784

Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in human behavior*, *55*, 190-197. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011

Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairbum, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of eating disorders*, *6*(4), 485-494. https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O

Fairburn, C. G., & Beglin, S. J. (1994). Assessment of eating disorders: Interview or self-report questionnaire?. *International journal of eating disorders*, *16*(4), 363-370. https://doi.org/10.1002/1098-108X(199412)16:4<363::AID-EAT2260160405>3.0.CO;2-%23

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2014). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, *12*, 82–88. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New media & society*, *20*(4), 1380-1395. https://doi.org/10.1177/1461444817694499

Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, *78*, 311-324. https://doi.org/10.1007/s11199-017-0796-1

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, *7*(2), 117-140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Figueirinha, L. D. M. S. (2020). Qualidades psicométricas do "Sociocultural Attitudes Towards

Appearance Questionnaire-4R (SATAQ-4R)" numa amostra portuguesa [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto]. https://hdl.handle.net/10216/131080

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly, 21*, 173-206. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Furnham, A., Badmin, N., & Sneade, I. (2002). Body image dissatisfaction: Gender differences in eating attitudes, self-esteem, and reasons for exercise. *The Journal of psychology*, *136*(6), 581-596. https://doi.org/10.1080/00223980209604820

Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of communication*, *47*(1), 40-67. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02692.x

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, *17*, 100-110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008

Lev-Ari, L., Baumgarten-Katz, I., & Zohar, A. H. (2014). Mirror, mirror on the wall: How women learn body dissatisfaction. *Eating behaviors*, *15*(3), 397-402. https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.04.015

Machado, P. P., Martins, C., Vaz, A. R., Conceição, E., Bastos, A. P., & Gonçalves, S. (2014). Eating disorder examination questionnaire: psychometric properties and norms for the Portuguese population. *European eating disorders review*, *22*(6), 448-453. https://doi.org/10.1002/erv.2318

Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *17*(4), 199-206. https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305

Park, S. Y. (2005). The influence of presumed media influence on women's desire to be thin. *Communication research*, *32*(5), 594-614. https://doi.org/10.1177/0093650205279350

Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(3), 1543.

https://doi.org/10.3390/ijerph19031543

Polivy, J., & Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual review of psychology*, *53*(1), 187-213. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135103

Qutteina, Y., Nasrallah, C., Kimmel, L., & Khaled, S. M. (2019). Relationship between social media use and disordered eating behavior among female university students in Qatar. *Journal of Health and Social Sciences*, *4*(1), 59-72. https://doi.org/10.19204/2019/rltn7

Santarossa, S., & Woodruff, S. J. (2017). # SocialMedia: Exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders. *Social Media+ Society*, *3*(2), 2056305117704407. https://doi.org/10.1177/2056305117704407

Schaefer, L. M., Harriger, J. A., Heinberg, L. J., Soderberg, T., & Kevin Thompson, J. (2017). Development and validation of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire-4-revised (SATAQ-4R). *International Journal of Eating Disorders*, *50*(2), 104-117. https://doi.org/10.1002/eat.22590

Silva, W. R., Costa, D., Pimenta, F., Maroco, J., & Campos, J. A. D. B. (2016). Avaliação psicométrica de uma versão unificada em língua portuguesa do Body Shape Questionnaire para uso em estudantes universitárias. *Cadernos de Saúde Pública*, *32*. https://doi.org/10.1590/0102-311X00133715

Stice, E. (2001). A prospective test of the dual-pathway model of bulimic pathology: mediating effects of dieting and negative affect. *Journal of abnormal psychology*, *110*(1), 124. https://doi.org/10.1037/0021-843X.110.1.124

Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body image*, *3*(3), 211-227. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.004

Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorders*, *26*(1), 43-51. https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199907)26:1<43::AID-EAT6>3.0.CO;2-R

Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body image*, *26*, 90-97. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002

Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex roles*, *63*, 79-90. https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *46*(6), 630-633. https://doi.org/10.1002/eat.22141

Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, *34*(5), 606-620. https://doi.org/10.1177/0272431613501083

Uchôa, F. N. M., Uchôa, N. M., Daniele, T. M. D. C., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F., Aranha, A. C. M., & Alves, N. (2019). Influence of the mass media and body dissatisfaction on the risk in adolescents of developing eating disorders. *International journal of environmental research and public health*, *16*(9), 1508. https://doi.org/10.3390/ijerph16091508

Anexo: Parecer da Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas

Universidade do Minho

Conselho de Ética

Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas

Identificação do documento: CEICSH 131/2022

Relatores: Emanuel Pedro Viana Barbas Albuquerque e Marlene Alexandra Veloso Matos

Título do projeto: *Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e o comportamento alimentar problemático*

Equipa de Investigação: Catarina Filipa Correia Guerra Fontes (IR), Mestrado em Psicologia Clínica e Psicoterapia de Adultos, Escola de Psicologia, Universidade do Minho; Professora Doutora Sónia Gonçalves (Orientadora), Centro de Investigação em Psicologia, Escola de Psicologia, Universidade do Minho

PARECER

A Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas (CEICSH) analisou o processo relativo ao projeto de investigação acima identificado, intitulado *Pressão do Instagram: Relação entre o uso desta rede social, a insatisfação corporal e o comportamento alimentar problemático*.

Os documentos apresentados revelam que o projeto obedece aos requisitos exigidos para as boas práticas na investigação com humanos, em conformidade com as normas nacionais e internacionais que regulam a investigação em Ciências Sociais e Humanas.

Face ao exposto, a Comissão de Ética para a Investigação em Ciências Sociais e Humanas (CEICSH) nada tem a opor à realização do projeto nos termos apresentados no Formulário de Identificação e Caracterização do Projeto, que se anexa, emitindo o seu parecer favorável, que foi aprovado por unanimidade pelos seus membros.

Braga, 7 de dezembro de 2022.

O Presidente da CEICSH

(Acílio Estanqueiro Rocha)