



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS OEIRAS
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

MONICA STEFANY DOS SANTOS SOUSA

**A INFLUÊNCIA DO USO DO INSTAGRAM NA SATISFAÇÃO CORPORAL DOS
SEUS USUÁRIOS**

OEIRAS

2023

MONICA STEFANY DOS SANTOS SOUSA

A INFLUÊNCIA DO USO DO INSTAGRAM NA SATISFAÇÃO CORPORAL DOS
SEUS USUÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Bacharelado em
Administração do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí. Campus Oeiras.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Walter.

OEIRAS

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

Sousa, Monica Stefany dos Santos

S725i A influência do uso do Instagram na satisfação corporal dos seus usuários /
Monica Stefany dos Santos Sousa. - 2023.
63 f.: il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) -
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Oeiras,
2023.

Orientador : Prof Dr. Cicero Eduardo de Sousa Walter.

1. Imagem corporal . 2. Dismorfismo . 3. Comparação corporal . 4.
Instagram. I.Título.

CDD - 658

Elaborado por Denizete Lima de Mesquita CRB 3/1079

MONICA STEFANY DOS SANTOS SOUSA

A INFLUÊNCIA DO USO DO INSTAGRAM NA SATISFAÇÃO CORPORAL DOS
SEUS USUÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso Bacharelado em
Administração do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí. Campus Oeiras.

Aprovada em: 14 /07/ 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Walter (Orientador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Dr. Rafael Leite (Membro Examinador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Me. António Silva (Membro Examinador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Dedico (*in memoriam*) a
avó “Mamãe Xima”.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha avó Firma Vieira (*in memoriam*), por ter me amparado no momento que eu mais precisei e pelos seus sábios conselhos, minha irmã Monalisa Ribeiro, por ter me dado apoio durante essa árdua jornada e que muitas vezes fez o papel de mãe, minha prima Lígia Guimarães por compartilhar momentos, em que eu converso e sou totalmente de forma aleatória. A minha tia Alcione, pela reaproximação recente e pelas recordações boas, minha irmã Monique pela ajuda na coleta de dados. Sou grata aos meus pais Márcio e Clara e aos amigos Hayrla, Diego, Nanderson e Jocilane.

Agradeço aos meus orientadores: o Professor Me. Wendel Melo, pela sua dedicação em me ajudar a fazer o melhor trabalho dentro da minha realidade e por ter me acompanhado nos delays, durante a pandemia. E ao Professor Dr. Eduardo Walter, por aceitar dar prosseguimento ao estudo e que sua ajuda foi importantíssima na conclusão da pesquisa.

Agradeço aos professores em nome dos professores Marina e Eduardo Fortes, por todo se esforçarem e se dedicarem para trazer seus conhecimentos para dentro de sala. Bem como, a todos que deram o seu melhor para ministrar suas aulas e repassar o conteúdo de forma que os alunos pudessem aprender melhor. Além disso, agradeço ao IFPI campus Oeiras, por ter me oportunizado aprender e a crescer humana e profissionalmente.

“Ei garota, se você quer se sentir atraente,
Você sempre pode consultar um profissional
Eles enfiarão alfinetes em você, tipo um
vegetal.” (Melanie Martinez).

RESUMO

As mídias sociais mudaram as relações humanas de forma significativa, pois elas possibilitaram a mediação da comunicação. Assim, o cerne da pesquisa em questão focaliza em como a comparação social com outras pessoas interfere na autopercepção sobre a aparência de quem faz uso do Instagram e se isso tem alguma influência em sentimentos como: insatisfação corporal, dismorfismo, depressão. A pergunta norteadora foi: Como o uso do Instagram impacta na autopercepção dos corpos dos seus usuários? Ademais, o objetivo geral é entender como a comparação social interfere na autoimagem dos usuários do Instagram e se isso colabora com sensações negativas como: insatisfação corporal, depressão e dismorfismo. Quanto ao método, trata-se de uma pesquisa quantitativa, em que foi feito um levantamento através de questionários para os usuários do Instagram. A aplicação do questionário no modelo final foi iniciada em 26 de abril de 2022 e terminou em 10 de junho de 2023. Nesse sentido, foram obtidas 434 respostas, porém foram excluídas pessoas que não concordaram em participar da pesquisa, que não usavam o Instagram e menores de idade. Com isso a amostra final foi de 382 pessoas. Os dados foram analisados por meio do software SmartPLS, na sua versão mais recente (versão 4.0.9.3). Os resultados indicam que o Uso do Instagram possui influência positiva na Comparação Social, no que tange a aparência física (Comparação Corporal), que o Uso do Instagram possui influência positiva na Preocupação Dismórfica e, que esta última, possui influência negativa na Satisfação Corporal. Isso demonstra que os constructos puderam demonstrar as relações que são estabelecidas nessa rede de forma satisfatória.

Palavras-chave: Imagem Corporal; Dismorfismo; Comparação Corporal; Instagram.

ABSTRACT

Social media have changed human relationships significantly because they have enabled the mediation of communication. Thus, the core of the research in question focuses on how social comparison with other people interferes with self-perception about the appearance of those who use Instagram and if this has any influence on feelings such as body dissatisfaction, dysmorphism, or depression. The guiding question was: How does the use of Instagram impact the self-perception of the bodies of its users? Moreover, the general objective is to understand how social comparison interferes with the self-image of users of Instagram and if this collaborates with negative feelings such as body dissatisfaction, depression, and dysmorphism. As for the method, this is quantitative research, in which a survey was made through questionnaires to Instagram users. The application of the questionnaire in the final model was started on April 26, 2022, and ended on June 10, 2023. In this regard, 434 responses were obtained, however, people who did not agree to participate in the survey, who did not use Instagram, and minors were excluded. With that, the final sample was 382 people. The data were analyzed using the SmartPLS software, in its most recent version (version 4.0.9.3). The results indicate that the use of Instagram has a positive influence on Social Comparison in terms of physical appearance (Body Comparison), that the use of Instagram has a positive effect on Dysmorphic Concern, and that the latter negatively influences Body Satisfaction. This shows that the constructs were able to demonstrate the relationships that are established in this network in a satisfactory manner.

Keywords: Body image; Dysmorphism; Body Comparison; Instagram.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Modelo Conceitual

Figura 2- Resultado do Modelo Estrutural desenvolvido

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1 SITES DE REDES SOCIAIS E O INSTAGRAM	15
2.2 A COMPARAÇÃO SOCIAL (CORPORAL) ENTRE OS USUÁRIOS.....	16
2.3 DISMORFIA PELO USO DE FILTROS.....	18
2.4 A DEPRESSÃO PELO USO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM.....	21
2.5 A PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL	24
3. MÉTODO.....	27
3.1 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA.....	27
3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	27
3.3 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS	28
3.4 OPERACIONALIZAÇÃO E SUPORTE AS HIPÓTESES.....	29
3.5 COLETA DE DADOS.....	31
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	32
5.1 ANÁLISE DESCRITIVA DOS RESULTADOS.....	32
5.2 AVALIAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO.....	35
5.3 AVALIAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL.....	38
5.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	41
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS.....	45
APÊNDICE A– TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO (TCLE). 55	
APÊNDICE B– INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	56
ANEXO-A ESCALA DE INTENSIDADE DO USO DO Facebook (ADAPTADA PARA O INSTAGRAM).....	59
ANEXO B- ESCALA DE SATISFAÇÃO DE PARTE CORPORAL (BPSS-R).....	60
ANEXO C – CENTER FOR EPIDEMIOLOGIC SHORT DEPRESSION SCALE (CES-D-R 10).....	62
ANEXO D- ESCALA DE COMPARAÇÃO DE APARÊNCIA FÍSICA Revisada (PACS-R)	63
ANEXO E-QUESTIONÁRIO DE PREOCUPAÇÃO DISMÓRFICA(DCQ)	65

1. INTRODUÇÃO

A princípio, uma das primeiras formas de mídia foi o rádio, em que pessoas equidistantes podiam se comunicar através de ondas de radiofrequência, porém essa forma de dialogar não tinha imagens para ver. Assim, quando a televisão foi criada além do som, tinha como visualizar os programas gravados, isso facilitou a incorporação do conteúdo pelos ouvintes. Ademais, pelo conteúdo visual pôde ser criado: hábitos, desejos, consumo, para aqueles que assistiam a programação. Paralelamente a isso, os meios de comunicação em massa apresentam fotos de mulheres sexualizadas e magras, com corpos tidos como padrões de beleza, essas imagens muitas vezes são de famosas com recursos monetários para manter a sua aparência requerido pela sociedade (VENDEMIÁ; DEANDREA, 2018). Contudo, eles tinham como características a passividade do telespectador, que não podiam falar sua opinião e nem sempre as informações tinham assertividade no perfil do público.

Boyd e Ellison (2008) a definição de Sites Network Social (SNS)¹ é serviços da web, em que as pessoas constroem perfis públicos ou fechados, com quem compartilham conexões, sendo possível ver e percorrer suas listas de contatos e de outros membros da rede.

Desse modo, essas plataformas digitais permitiram a criação de perfis dos seus usuários, em que eles poderiam postar fotos, comentários e vídeos, próprios. Ademais, o seu surgimento e o extenso alcance fizeram com que novas dinâmicas acontecessem na sociedade. Pois, diferente de outros formatos de mídias supracitadas, elas têm como fator dominante a possibilidade das pessoas expressarem seu ponto de vista de diversas formas, tendo assim maior engajamento. Dentre tantas que possuem um apelo grande com o público há o Instagram que atualmente conta com 2 bilhões de usuários no mundo, em que se observam fenômenos com certas particularidades (BELING, 2023).

Semelhante às outras redes sociais o Instagram, necessita da interação entre as pessoas para desenvolver os conteúdos criados dentro da plataforma. Devido a isso, percebeu-se que os comportamentos dos usuários foram alterados. Conforme, Vries et al. (2017) a comparação social com postagens de aspectos positivos de

¹ Termo em inglês que tem o significado de Sites de Redes Sociais.

outros utilizadores podem criar a percepção que a sua vida não é tão boa quanto a dos outros. Ademais, um dos atributos do Instagram é que a configuração dele permite aos utilizadores o uso de filtros, permitindo a edição de suas fotos. Isso gerou uma mudança na percepção de beleza que os indivíduos têm sobre si mesmos, pois eles tendem a se comparar com os outros. Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2018) houve um aumento de 14,9% em cirurgias estéticas. Várias pesquisas estudaram, especialmente como isso afeta a imagem de mulheres jovens (GUIZZO; CANALE; FASOLI, 2021; VENDEMIÁ; DEANDREA, 2018; KLEEMANS et al., 2016; ENGELN et al., 2020). Assim, o cerne da pesquisa em questão focaliza em como a comparação corporal com outras pessoas interfere na autopercepção sobre a aparência de quem faz uso deste SNS e se isso tem alguma influência em sentimentos como: insatisfação corporal, dismorfismo e depressão.

A pergunta norteadora foi: Como o uso do Instagram impacta na autopercepção dos corpos dos seus usuários? Ademais, o objetivo geral é entender como a comparação corporal interfere na autoimagem dos usuários do Instagram e se isso colabora com sensações negativas como: insatisfação corporal, depressão e dismorfismo.

Desse modo, o estudo como o Instagram impacta a satisfação corporal é relevante pelo seu extenso número de usuários que são diretamente afetados com as mudanças no estilo de vida e na padronização do que é considerado belo pelo uso dessa rede social. Pois, segundo Tiggeman e Zarccardo (2015) às redes sociais baseadas em fotos têm maior impacto nos corpos das mulheres. Desse modo, os utilizadores do Instagram fazem publicações com imagens mudadas intencionalmente para melhor repassar seus atributos pessoais, portanto, as outras pessoas visitaram aquele perfil realizando comparações (FAGUNDES; MAROT; NATIVIDADE, 2020). Assim, o estudo sobre como a comparação social afeta a percepção dos usuários em relação aos seus corpos e os impactos que isso pode ter na sua saúde mental, pode contribuir com a literatura científica já existente.

Em termos de objetivos específicos, pretendeu-se analisar o impacto do uso da referida rede social na comparação da sua imagem com outras pessoas; verificar a influência do uso do Instagram na percepção dismórfica; avaliar a influência do uso do Instagram na insatisfação corporal; bem como a influência do Instagram na depressão.

Este trabalho de conclusão de curso está organizado em seções: Referencial Teórico, que elenca os constructos que dão suporte a pesquisa; Método, que apresenta a classificação da pesquisa, instrumentos de coleta de dados e a coleta de dados; Análise dos Dados, que aborda os resultados e a sua discussão. E por último, as considerações finais, as referências utilizadas e os apêndices e anexos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão apresentados os temas: redes sociais e o Instagram, imagem corporal, depressão, dismorfismo e comparação social (corporal), de forma que eles se consubstanciam nos construtos analisados no modelo de investigação desenvolvido.

2.1 SITES DE REDES SOCIAIS E O INSTAGRAM

Recuero (2009) na criação dos usuários é preciso colocar elementos individualizantes como: gostos, opiniões e ódios dos atores sociais. Pois, através disso vai haver o conhecimento de outros usuários sobre a pessoa e seus interesses. Assim, o Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, dentre outros, são apenas softwares que precisam da interação humana para serem chamado de redes sociais (RECUERO, 2009). Tal fato demonstra que os seres humanos são uma peça principal nas redes sociais, pois os dispositivos tecnológicos apenas mediam as relações. O Instagram foi criado em 2010 pelo americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, o aplicativo foi lançado primeiramente para o sistema IOS para depois ser disponibilizado ao Android. De acordo com Lavrence e Cambre (2020) dentre as imagens que mais têm no Instagram, estão as selfies que muitas vezes são alteradas intencionalmente pelos usuários e recebem um forte engajamento com curtidas e comentários.

Além disso, outras características dos SNS é que nas configurações eles podem ser abertos para qualquer um ver suas publicações, ou apenas para os "amigos", ainda há aqueles que exigem a confirmação dos "contatos" ou não (BOYD; ELLISON, 2008). De acordo com Kaplan e Haenlein (2010) as redes sociais estão inseridas nas mídias. Desse modo, um dos fatores que integram o Instagram é que os usuários podem deixar seus perfis público ou privado e seguir pessoas, mas não serem seguidos. De acordo com Fagundes, Marot e Natividade (2020) devido ele ter como aspecto as imagens, isso favorece a comparação deles, que pode impactar na percepção e autoestima das suas vivências. Assim, algo parecido foi identificado por Gaol et al. (2018), que constaram que utilizadores se comparam com os outros,

através dos conteúdos que visitam, mas que podem realizar comparação social ascendente ou descendente.

De acordo com o dicionário Oxford o termo selfie é usado para designar fotos tiradas pela própria pessoa de seus smartphones e webcam, essa palavra se consolidou em 2013, devido às redes sociais (SELFIE, 2013). Ainda, por ser uma imagem muito próxima da face ela deforma o nariz (WARD et al., 2018). Isso é um problema, pois os indivíduos têm uma visão irrealista sobre seu próprio rosto. Além disso, nas fotografias compartilhadas podem ser adicionadas filtros para modificar a versão final (VRIES et al., 2016; TIGGEMAN; ZARCCARDO, 2015). Assim, além das distorções do nariz, os filtros também colaboram com a percepção errônea sobre a própria aparência, porque faz eles acreditarem que estão fora do padrão de beleza.

Guizzo, Canale e Fasoli (2021) o Instagram apresenta fotos de mulheres sexualizadas, porém elas não acontecem de forma explícita, pois as imagens quando surgem são geralmente de pessoas do sexo feminino com poses sugestivas e pouca roupa. Desse modo, um dos contrapontos das fotos editadas e a idealização dos perfis corporais de homens e mulheres, é o movimento com a hashtag body positive, que tem o objetivo de causar maior aceitação dos mais variados tipos de corpos.

2.2 A COMPARAÇÃO SOCIAL (CORPORAL) ENTRE OS USUÁRIOS

Os indivíduos tendem a avaliar suas opiniões e habilidades com pessoas parecidas com eles e conseqüentemente a comparação social será feita com aqueles que têm algo em comum (FESTINGER, 1954). Segundo Jiang e Ngien (2020) o uso frequente do Instagram está relacionado a maior comparação social. Isso demonstra que as pessoas quando vão analisar seus atributos pessoais costumam buscar aqueles que têm alguma paridade. Conforme, Tiggemann et al. (2018) o maior número de “gostei” aumentou a satisfação facial das mulheres, no entanto os autores dizem que do mesmo modo que isso tem um aspecto positivo, também foi associado a comparação com aparência e a insatisfação corporal. Assim, as curtidas são um instrumento de validação social entre os usuários, em que quando utilizado para fazer comparação com a aparência pode haver efeitos negativos a eles.

O fato de seguir estranhos em SNS pode ser algo ruim, pois a comparação social faz com que diminua o bem-estar (LUP; TRUB; ROSENTHAL, 2015). A maior

intensidade do uso do Instagram está ligada à comparação social no aspecto da imagem corporal entre os usuários (AFANA; ASTUTI; SARI, 2021). Segundo Fagundes, Marot e Natividade (2020) os usuários do Instagram fazem publicações com imagens alteradas intencionalmente, para melhor repassar seus atributos pessoais, através disso outros indivíduos se comparam com aquele perfil acessado. Desse modo, isso se transforma em um problema, pois os utilizadores passam a acreditar que esses conteúdos são verdadeiros. O Instagram está ligado a comparação social que enfatiza o que é considerado o modelo pelo grupo de referência que realiza pressão para que os indivíduos se adequem ao que é considerado padrão (JIANG; NGIEN, 2020). Assim, essa pressão pode ser: estética, demonstrar o sucesso e a felicidade, pois essa rede enfatiza a auto apresentação dos atributos dos seus usuários.

Por outro lado, foi apontado que quanto maior a comparação social, menor a autoestima e maior o nível de inspiração, tal fato pode criar a motivação para se autodesenvolver (FAGUNDES; MAROT; NATIVIDADE, 2020). Isso representa que nem sempre o Instagram vai contribuir negativamente, no que diz respeito a comparação social, pois existem casos que seu uso vai ser uma influência positiva. Já, comparação ascendente com modelos de mídias pode ter efeitos negativos (HALLIWELL; DITTMAR, 2005). Assim, uma elucidação sobre esse conceito é que ela acontece com pessoas consideradas superiores para aqueles que se comparam com elas como: famosos, celebridades e influenciadores digitais. Uma das explicações para a diminuição do bem-estar é a comparação social ascendente que os usuários fazem entre si (WIRTZ et al., 2020).

Em uma pesquisa experimental realizada somente com mulheres jovens encontrou-se a ligação entre a comparação ascendente com a imagem corporal menor, assim as duas redes sociais escolhidas foram o Facebook e o Instagram (HOGUE; MILLS, 2019). As comparações ascendentes são uma forma de comparação social em que as pessoas fazem a comparação com indivíduos considerados superiores (ANIXIADIS et al., 2019). Logo, o uso do Instagram para acompanhar celebridades teve relação com a comparação social com esses perfis idealizados e maior concordância com procedimentos estéticos (GESTO et al., 2021). Ademais, apesar dele ter constatado que as comparações acontecem com indivíduos que possuem alguma afinidade, existem casos em que grupos diferentes exercem

influências por possuírem alto grau de atratividade (FESTINGER, 1954). Assim, os usuários do Instagram apesar de não terem algo que as liguem a uma celebridade ou influenciador digital, fazem comparação social entre eles.

Conforme, Halliwell e Dittman (2005) quando as mulheres viam a imagem de mulheres esbeltas, elas tinham sensações negativas associada aos seus corpos, logo, as comparações ascendentes estariam associadas a isso. A mídia social está relacionada com a aparência, não sendo diferente em relação aos conteúdos postados sobre a aparência que faz com que as pessoas apresentem esse comportamento (BENNETT et al., 2019). Desse modo, é importante deixar claro que a pesquisa mencionada analisou várias mídias, além do Instagram.

O número de curtidas não foi diretamente ligado à comparação com aparência ou insatisfação corporal, porém teve efeito significativo na insatisfação facial (TIGGEMANN et al., 2018). Além disso, uma explicação para este resultado é que as postagens mais comuns do Instagram são fotos de rosto. Os sites de redes sociais têm mecanismos que facilitam o processo de comparação social, como: curtidas e comentários, o que facilita a formação de um pensamento sobre as habilidades das pessoas (JIANG; NGIEN, 2020). Em comparação com o Facebook, o Instagram teve maior associação entre as mulheres, em relação a comparação com imagem corporal (ENGELN et al., 2020). Porém, não é possível afirmar que a comparação ascendente está relacionada com a autoimagem negativa em mulheres jovens, pois ele obteve um nível baixo de participantes (HOGUE; MILLS, 2019). Nesse sentido, estabelecem-se as seguintes hipóteses de investigação:

H1. O Instagram possui influência positiva na comparação social no que tange a aparência física (comparação corporal).

H2. A Comparação corporal influencia negativamente a satisfação corporal.

2.3 DISMORFIA PELO USO DE FILTROS

Antes da popularização do Snapchat havia o Photoshop que permitia a melhoria das fotografias, porém esse recurso era caro e somente profissionais usavam, contudo a democratização dos filtros das SNS afeta a imagem corporal e autoestima dos membros dessa rede (TREMBLAY; TREMBLAY; POIRIER, 2020;

RAJANALA; MAYMONE; VASHI, 2018). O termo “dismorfia do Snapchat” é bastante novo, ele recebeu esse nome devido ao aplicativo Snapchat que proporcionou aos usuários que modifiquem suas imagens antes de compartilhá-las, sua denominação foi dada por cirurgiões plásticos que recebem requisições de seus pacientes que queriam parecer com suas fotos filtradas (RAMPHUL; MEJIAS, 2018; RAJANALA; MAYMONE; VASHI, 2018).

Segundo a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (2020), os procedimentos não cirúrgicos mais procurados foram: toxina botulínica 43,2%, ácido hialurônico 28,1%, remoção de pelos 12,8%, redução não cirúrgica de gordura 3,9% e fotorejuvenescimento 3,6%. Desse modo, a aplicação do ácido hialurônico está vinculada à harmonização facial que corriqueiramente é demonstrada no Instagram na busca de obter o rosto mais simétrico. Assim, o resultado dos indivíduos podem alterar sua aparência nas fotos é a maior procura por procedimentos estéticos.

Ramphul e Mejias (2018) destacam que isso é uma tendência entre os millennials, porém cabe aos cirurgiões plásticos aplicar o código de ética e prestar apoio aos pacientes, para buscar ajuda psicológica. Corroborando com essa afirmativa, Cristel et al. (2020) afirmam que os filtros criam uma imagem distorcida para quem usa, sendo crescente o número de millennials que buscam alterar sua aparência pelo seu manuseio. Desse modo, o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) caracteriza-se como a preocupação excessiva com as falhas na sua aparência física, com isso eles veem defeitos imperceptíveis para as outras pessoas (NASCIMENTO et al., 2014).

Assim, a visualização do seu próprio rosto está ligada com o aumento de procedimentos estéticos, tendo em vista que isso é consequência de imperfeições reais ou imaginárias (RICE; GRABER; KOUROSH, 2020). Além disso, o objetivo do estudo feito por Higgins e Wysong (2017) foi discutir sobre a literatura se os cirurgiões aplicavam alguma forma de identificar se seus pacientes tinham TDC, pois é crescente o número de pessoas acometidas com esse problema que buscam cirurgias para solucionar seus defeitos imaginados. Desse modo, como já foi mencionado, os indivíduos com a “dismorfia de filtros” buscam ficar mais parecidos com suas fotos e para isso procuram procedimentos estéticos. De acordo com Barker (2020) os filtros do Snapchat colocam os indivíduos em contestação sobre sua própria imagem

natural, em relação às fotos editadas impactando seu psicológico. Porém, é preciso deixar claro que a plataforma usada não foi o Snapchat ou Instagram.

Barker (2020) o uso de filtros deve ser melhor analisado pela ciência, pois muitos deles destacam modelos irreais de beleza com ênfase no embranquecimento e corpos femininos sexualizados, desse modo demonstrando a influência dos fatores sociais nas tecnologias. Assim, reforçam o ideal de ser sempre jovem, magro, branco e com traços faciais finos. Essa pesquisa foi realizada no Snapchat, porém como o Instagram apresenta recursos de filtros faz com que haja a aplicação para ele, pois as dinâmicas são bem semelhantes. Tal pensamento corrobora com Lavrence e Cambre (2020), uma vez que os filtros reforçam os padrões estéticos considerados belos como: a juventude, características europeias e magreza.

O aplicativo Zoom (de videoconferência) tornou-se muito popular durante a pandemia de covid-19, porém ele fez crescer tratamentos de acne e rugas, isso foi associado ao fato das pessoas poderem ver a si mesmas, enquanto interagem com os outros (RICE; GRABER; KOUROSH, 2020). Ademais, isso deve-se a percepção das pessoas sobre suas próprias ações e aparência e fazendo eles perceberem falhas imperceptíveis para as demais. Tal aplicativo de videoconferência fez os usuários terem um aumento de sensações dismórficas, pois eles não tinham chances de alterarem suas fotos como nas redes sociais Instagram e Snapchat. Outro estudo fez a comparação entre o Snapchat e o Instagram, que teve mais imagens com auto apresentação, em que os usuários publicam fotos mais elaboradas, ao contrário do Snapchat que os filtros mais usados são os mais divertidos (LAVRENCE; CAMBRE, 2020).

De acordo com Gesto et al. (2021) visualizar perfis de celebridades foi ligado a maior aceitação cirúrgica de procedimentos estéticos entre as participantes. Logo, no Instagram corriqueiramente há algum famoso ou influenciador digital mostrando o resultado de suas alterações na aparência, sendo que isso ajuda na sua autopromoção. Segundo Higgins e Wysong (2017) dizem que nem sempre a relação entre procedimentos estéticos entre pacientes com TDC está ligado com a insatisfação, pois aqueles que têm sintomas leves a moderados podem ter benefícios. Assim, a dismorfia do Snapchat pode estar relacionada ao uso de filtros que alteram aparência, com isso a constante utilização consolida as crenças sobre esses defeitos imaginados.

O uso do Instagram está ligado a sensações negativas e caso isso não seja gerenciado pelos usuários pode intensificar a Preocupação Corporal (SENÍN-CALDERÓN; PERONA-GARCELÁN; RODRÍGUEZ-TESTAL, 2020). Assim, os usuários do Instagram têm a plena convicção que seus defeitos imaginários são motivo de riso pelos outros e isso gera problemas na percepção da autoimagem. Para Senín-Calderón, Perona-Garcelán, Rodríguez-Testal (2020) o uso do Instagram está ligado à Preocupação Corporal tanto em homens, quanto mulheres, devido a comparação com aparência que essa rede propicia. Ademais, essa inquietação com a autoimagem pode evoluir para o TDC. Em uma revisão narrativa com objetivo de saber como as postagens de vida fitness influenciam jovens adultos, foram evidenciados estudos que demonstram que eles são mais insatisfeitos e têm comportamentos dismórficos relacionados à própria imagem (CATADOA, et al., 2021). Contudo, os achados não estabeleceram a relação entre a insatisfação corporal e a dismorfia de forma direta.

Desse modo, na pesquisa concebida com Cristel et al. (2020), que buscaram identificar se a modalidade fotos causaria uma melhor primeira impressão, foi solicitado para dez participantes, sendo cinco mulheres e cinco homens, que tirassem quatro fotos: uma selfie com e sem filtro, uma fotografia com a câmera traseira e uma numa câmera digital. As imagens foram avaliadas por 240 pessoas e em sua maioria a foto tirada com a câmera digital teve melhor primeira impressão. Logo, apesar dos usuários acreditarem que o uso de filtros melhora sua aparência e ajudam a realizar uma melhor representação de suas características, isso é contraditório, pois no estudo mencionado a foto mais realista foi da câmera digital. Nesse sentido, estabelecem-se as seguintes hipóteses de investigação:

H3. O Instagram possui influência positiva na preocupação dimórfica.

H4. A preocupação dismórfica possui influência negativa na satisfação corporal.

2.4 A DEPRESSÃO PELO USO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM

É notório, que os transtornos depressivos abrangem uma extensa gama de desregulação do humor, tendo em comum: a tristeza, o vazio ou a irritação, acompanhadas de alterações somáticas e cognitivas que afetam significativamente a

vida do indivíduo portador (NASCIMENTO et al., 2014). Um achado importante entre associação do uso do Instagram é o declínio do bem-estar encontrado por Lup, Trub e Rosenthal (2015), que queriam saber se ele estaria ligado a sentimentos depressivos e, descobriram que o número de estranhos seguidos estaria vinculado ao aumento de sintomas depressivos.

Gaol et al. (2018) há pesquisas que demonstram que o uso de mídia social pode estar ligado à depressão de jovens, devido a comparação que fazem com os outros. Porém, em outro estudo que analisou o impacto na saúde mental de jovens adultos, os resultados indicam que apenas usar é um indicador fraco sobre esse tema (BERRYMAN; FERGUSON, 2020). Por isso, entende-se bem-estar negativo como a diminuição da felicidade que pode estar ligado com a depressão, pois ela tem entre os sintomas a tristeza.

Em um estudo realizado no Facebook, Instagram e Twitter, que buscou saber como elas impactam no bem-estar subjetivo (felicidade), desse modo o uso dessas redes sociais resultou na diminuição do afeto negativo, ou seja aumentou o sentimento de tristeza (WIRTZ et al., 2020). Assim, a pretensão dessa pesquisa não é dar o diagnóstico de depressão nos usuários do Instagram, mas demonstrar uma alteração de humor com a sensação de depressão.

Escobar-Viera et al. (2018) pesquisaram sobre o uso passivo e ativo das Mídias sociais e como isso estaria ligado a sintomas depressivos entre adultos nos Estados Unidos, assim, eles encontraram resultados que demonstram que o uso passivo pode aumentar a depressão, enquanto alguém que é ativo tem isso de maneira acentuada. Ademais, em um estudo feito com adolescentes na Bélgica, também teve resultado parecido em relação a passividade em meninas (FRISON; EGGERMOT, 2015). Logo, o uso passivo é quando os indivíduos não fazem postagens, comentam ou interagem com os outros, enquanto o ativo é quando a pessoa tem o comportamento totalmente contrário deste.

Schemer et al. (2020) o fato de usar Sites de Redes Sociais (SNS) não está ligado diretamente na perda do bem-estar, pois isso vai depender da intensidade do uso e de como serão as relações com os demais. Algo parecido foi encontrado por Berryman, Ferguson e Nergy (2018) que dizem que o simples fato de usar uma mídia social não vai fazer as pessoas terem problemas com sua saúde mental, pois isso vai depender da forma como os indivíduos vão usá-las. Desse modo, os contatos

recíprocos e a natureza pública do compartilhamento de fotos embelezadas são condições que estariam ligadas a sentimentos negativos dos usuários, principalmente aqueles que seguem muitos desconhecidos (LUP; TRUB; ROSENTHAL, 2015).

Frison e Eggermont (2015) uma nuance que sua pesquisa obteve foi a associação ao humor depressivo entre adolescentes do sexo masculino que eram ativos na rede social Facebook. Desse modo, o SNS foi diferente do objeto do trabalho proposto 'o Instagram', porém pode ser inferido que os usuários terão impactos diferentes, conforme o modo que eles interagem com suas próprias redes. Ademais, em um estudo feito com adolescentes clinicamente depressivos e não depressivos, descobriu-se que os que tinham essa doença utilizavam a rede social em maior quantidade de tempo e que eles tiveram os sintomas mais fortes com elas (GÜRBÜZ et al., 2016).

Além disso, houve uma divisão de gênero para compreender como os meninos e as meninas eram impactados pelo uso do Facebook, assim descobriu-se que havia diferenças entre o público feminino em relação a utilização ativa privada, que resultou em sintomas depressivos (FRISON; EGGERMOT, 2015). Além disso, ambos os grupos de adolescentes pesquisados compartilharam em suas redes sociais temas relacionados a: solidão, depressão, vídeos e frases deprimentes, porém os que não tinham depressão eram mais atenuados (GÜRBÜZ et al., 2016). Segundo Appel, Mark e Gnambs (2020) pesquisaram pacientes com diagnóstico de depressão e pessoas que não tinham, no qual os dois grupos postavam assuntos relacionados a tristeza. De acordo com Schemer et al. (2020) dizem que se os Sites de Redes Sociais foram usados para manter o relacionamento com os parentes e amigos, o seu bem-estar será positivo.

Pantic (2014), quando os autores dizem que o tempo de uso de redes sociais está ligado à depressão, eles querem se referir a oscilação fisiológica do humor, e não o estado clínico. A insatisfação corporal durante a adolescência estaria ligada a episódios depressivos durante os 18 anos (BORNIOLO et al., 2019). Desse modo, algo que acontece nessa fase pode ter efeitos no início da vida adulta. Nesse sentido, estabelecem-se as seguintes hipóteses de investigação:

H5. O Instagram possui influência positiva no sentimento depressivo.

H6. A depressão possui influência negativa na satisfação corporal.

2.5 A PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL

Vendemia e Deandrea (2018) o Instagram desencadeia a preocupação com imagem corporal e avaliação com outras mulheres. A diferença entre a mídia tradicional e ele é que além das pessoas com fama, há também os indivíduos que as pessoas conhecem, como: amigos, parentes e conhecidos (VENDEMIA; DEANDREA, 2018). Desse modo, os usuários escolhem criteriosamente as fotos antes de postar, o que demonstra uma necessidade de auto apresentação (JACKSON; LUCHNER, 2017). Uma inquietude sobre a rede mencionada é a possibilidade de modificar as fotografias e a conexão que isso tem na mentalidade dos utilizadores, em especial dos jovens (KLEEMANS et al., 2016; ENGELN et al., 2020). Uma questão semelhante foi levantada por Tremblay, Tremblay e Poirier (2020), apesar de haver dados insuficientes que liguem o uso de filtros com a distorção da imagem corporal, pessoas que trabalham na área de medicina cosmética e saúde mental avisam sobre a sua relação.

De acordo com Kleemans et al. (2016) as pessoas se comparam mais com os pares devido à sua igualdade com eles. Na pesquisa realizada por Kleemans et al. (2016), que quiseram saber se a manipulação das fotos no Instagram tinha efeito negativo na imagem corporal de adolescentes do sexo feminino e se as que tinham maior predisposição de fazer comparação social ficam mais fragilizadas negativamente, foi encontrado que as garotas que mais se comparavam, apresentavam problemas com a imagem quando eram apresentadas as fotos editadas. Somando-se a isso, o maior número de fotos postadas está relacionado com a diminuição da satisfação corporal, para as mulheres que pretendiam fazer uma melhor apresentação delas mesmas (COHEN; NEWTON JOHN; SLATER, 2018). Porém, essa pesquisa foi ambígua, pois ao mesmo tempo que o excesso de fotografias estaria relacionado com a insatisfação corporal, também se descobriu uma relação benéfica com a satisfação.

Assim, no estudo feito por Bennet et al. (2019), que analisaram se as mídias sociais estariam ligadas a insatisfação corporal, os autores descobriram evidências de que o número de sites visitados tem maior impacto do que o tempo de uso. Desse

modo, uma postagem recorrente no Instagram são as *fitspiration*², que são fotos com legendas e hashtags esse tema, porém recorrentemente os indivíduos quando usam essa palavra obtém como retorno imagens de mulheres com roupas de ginástica, magras com frases sobre saúde, ou assuntos gerais (TIGGEMAN; ZACCARDO, 2015). As imagens que contém *fitspiration* de mulheres magras e tonificadas independente de terem texto ou enfatizarem a funcionalidade do corpo foram ligados a insatisfação corporal e ao humor negativo (PRICHARD et al., 2017). Assim, a insatisfação corporal gerada pela visualização deste conteúdo por mulheres talvez esteja relacionada ao ideal de magreza e a pressão para que as mulheres se adequem ao padrão vigente. Além das postagens sobre boa forma física há o uso de imagens que exaltam a aceitação corporal *body positive*.

Portanto, isso pode fazer com que as mulheres se comparem aos perfis ditos como saudáveis e ideais. Com isso, podem apresentar insatisfação com a própria aparência. Assim, no estudo realizado por Halliwell, Dittmar (2005), que analisou se a exposição de modelos magras na mídia estaria conectada com comparação social, descobriu-se que as mulheres apresentaram maiores níveis de ansiedade em relação aos seus corpos quando eram apresentadas a anúncios com modelos. Logo, apesar do estudo ter sido realizado num período anterior a criação do Instagram, esse estudo dialoga com este trabalho, pois os produtos das marcas são promovidos por influenciadores digitais.

No estudo realizado por Cohen, John e Sater (2018), em que eles buscaram mulheres de 18 a 29 anos, para saber se as *selfies* estariam associadas a auto objetivação e comportamentos alimentares, descobriram que isso estava moderadamente envolvido com a bulimia e a insatisfação corporal. Desse modo, em uma pesquisa experimental com mulheres italianas descobriu-se que as imagens sexualizadas estariam ligadas a maior comparação e aceitação cirúrgica (GUIZZO; CANALE; FASOLI, 2021). Ademais, um fato em comum entre as pesquisas mencionadas são que sua amostra são pessoas do sexo feminino. Pois, segundo Quittkat et al. (2019) isso deve-se as mulheres apresentarem insatisfação corporal de forma estável em relação a idade. Além disso, em uma investigação realizada entre

² Essa palavra poderia ser traduzida como inspiração sobre vida saudável, academia ou a boa forma física.

ambos os gêneros descobriu-se que os homens têm maior satisfação corporal do que as mulheres (QUITTKAT, 2019).

Em contraponto Bornioli et al. (2019) disseram que os homens são pouco estudados em relação a satisfação corporal, desse modo sua pesquisa teve a participação de ambos os sexos e descobriu que a insatisfação corporal também tem impactos na saúde mental deles. Assim, uma das explicações para isso é que o atributo da beleza seja mais requerido delas e em consequência disso haja maior julgamento da sua própria imagem. No entanto, em uma análise dos conteúdos postados por homens no Instagram, percebeu-se uma prevalência de homens magros, muito musculosos e brancos, sendo que isso pode impactar na insatisfação daqueles que não correspondem a esse perfil (Gültzow et al., 2020).

Segundo Silva et al. (2020) a internalização do corpo magro atlético está ligada a insatisfação corporal e facial em mulheres jovens que sofrem pressão da sociedade para seguir o corpo tido como ideal. Em contraponto, Tiggeman, Anderberg e Brown (2020) em seu estudo experimental com mulheres, o uso de legendas ligadas ao body positive em mulheres magras e peso médio não diminuiu a insatisfação corporal e nem a valorização do corpo. Desse modo, o body positive é um movimento que prega a autoaceitação corporal.

Assim, de acordo com referencial levantado foi desenvolvida a seguinte hipótese:

H7. O uso do Instagram possui influência negativa na satisfação corporal.

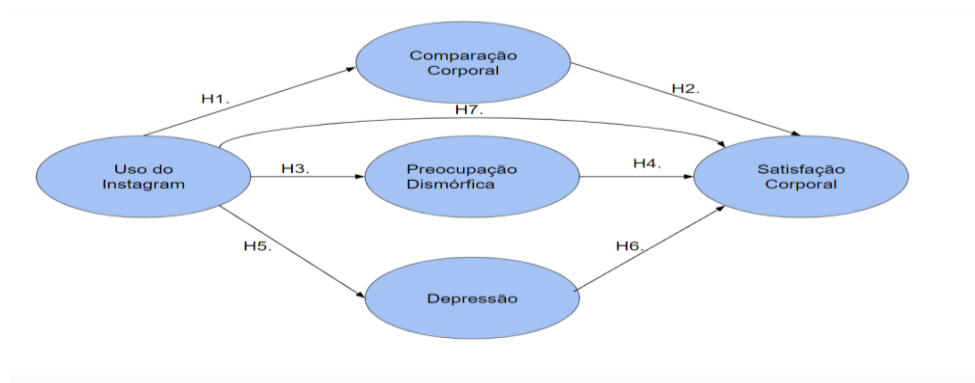
3. MÉTODO

Esta seção discorre sobre o percurso metodológico que foi empregado para a execução da pesquisa e está subdividida em: Modelo Conceitual, Classificação da Pesquisa, Instrumento de Coleta de Dados, Operacionalização e Suporte das Hipóteses e Coleta de Dados.

3.1 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA

De acordo com o levantamento do referencial teórico foi proposto o modelo conceitual da pesquisa que melhor se adequa ao estudo. O modelo pode ser visualizado na Figura 1.

Figura 1- Modelo Conceitual da Pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

3. 2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Em segundo plano, a natureza da pesquisa é quantitativa, que segundo Flick (2013) é o estudo de um fenômeno através da coleta de dados padronizados que permitam a mensuração numérica. Quanto o objetivo geral ela configura-se como descritiva, pois visou descrever as características de um fenômeno ou população e relacionar variáveis, mas também é exploratório, pois visa construir hipóteses para aprimorar as ideias (GIL, 2002).

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS

Os dados foram coletados por meio de um questionário. Conforme Marconi e Lakatos (2003) um questionário é uma série ordenada de perguntas que são respondidas por escrito com explicação da importância da pesquisa.

A princípio para execução da pesquisa foi realizada a coleta de dados por meio de escalas validadas por outros autores que se adequem aos objetivos e problemáticas da pesquisa. Assim, elas foram escolhidas por meio de outros estudos que pretenderam esmiuçar os vários temas, que foram retratados ao longo do referencial teórico. Desse modo, a escala de Intensidade do Uso do Facebook foi criada por Ellison, Steinfield e Lampe (2007) é usada para medir o uso do Facebook além de simples medidas de frequência e duração, incorporando a conexão emocional ao site e sua integração nas atividades diárias dos indivíduos. Ademais, ela é uma escala likert de cinco pontos que vai dos 1 (discordo totalmente) até o valor 5 (concordo totalmente). No presente trabalho, foi utilizada a versão adaptada para o Instagram (KHOULY, 2018).

Em segundo plano, foi escolhida a escala de Satisfação Com a Parte Corporal (BPSS)³ que possui a finalidade de avaliar a satisfação das mais variadas partes do corpo dos participantes da pesquisa, em que tem questões que avaliam desde a atratividade facial, partes do corpo como boca e aparência geral do corpo, dentre outras. Logo, a satisfação é medida pelos valores de 1 (extremamente insatisfeito) ao 6 (extremamente satisfeito) é ela foi criada originalmente por 1972 possui 24 itens Frederick et al. (2014). Porém, foi usada a versão revisada da Satisfação Com a Parte Corporal (BPSS-R)⁴ idealizada por Petrie, Trip e Harvey (2002) formada por quinze perguntas, além disso as perguntas medem a satisfação com o corpo e a face. Foi utilizada também, a escala para Rastreamento Populacional Para Depressão (CES-D)⁵ criada por Radloff (1977), assim é pedido para o público que respondam como estão se sentindo na última semana. Essa escala visa saber quem pode ter depressão. Assim, ela tem valores mensurados por uma escala de likert que vai de 1

³ Body Parts Satisfaction Scale

⁴ Body Parts Satisfaction Scale – Revised

⁵ Center for Epidemiologic Studies-depression

(raramente ou nunca, menos de um dia) até 4 (durante a maior parte ou a todo tempo, cinco a sete dias). Contudo, optou-se também pela versão revisada a Rastreamento Populacional Para Depressão Escala Revisada (CESD-R-10)⁶ reformulada por (BJÖRGVINSSON et al., 2013).

Foi utilizada também a Escala de Comparação de Aparência Física Revisada (PACS-R)⁷ desenvolvida originalmente por Schaefer, Thompson (2014). Posteriormente ela foi traduzida e validada, para o português brasileiro por (CLAUMANN et al., 2021). Seu objetivo é medir o nível de frequência que os participantes fazem comparação com aparência física com os outros, desse modo ela é mensurada por uma escala de likert de quatro pontos, que vai 1(nunca) até 4 (sempre). E por último, foi utilizado o questionário de Preocupação Dismórfica (DCQ)⁸ feito Danesh et al. (2015) que é mensurado por uma escala de likert de quatro pontos, que vai de 1(igual a maioria das pessoas) até o 4(muito mais que a maioria das pessoas). Desse modo, ela visa saber se o indivíduo tem características de dimorfismo, ou seja uma preocupação excessiva com uma falha imaginária.

3.4 OPERACIONALIZAÇÃO E SUPORTE AS HIPÓTESES

Quadro 1- Operacionalização e Suporte às Hipóteses

	Hipótese	Suporte teórico
H1	O Instagram possui influência positiva na comparação social no que tange a aparência física (comparação corporal).	Fagundes; Marot; Natividade, (2020); Kleemans et al., (2016); Guizzo, Canale e Fasoli ,(2021); (Gesto et al., (2021); Bennett et al., 2019); Tiggemann et al., (2018); Engeln et al., (2020).

⁶ Center for Epidemiologic Studies Depression Scale Revised

⁷ Physical Appearance Comparison Scale-Revised

⁸ Dysmorphic Concern Questionnaire

H2	A Comparação corporal influência negativamente a satisfação corporal.	Jiang e Ngien (2020); Tiggemann et al., (2018), Afana; Astuti; Sari, (2021); Fagundes; Marot; Natividade, (2020) ;Hogue; Mills, 2019).
H3	O Instagram possui influência positiva na preocupação dimórfica.	Ramphul; Mejias, (2018); Rajanala; Maymone; Vashi, (2018); Cristel et al. (2020), Rice; Graber; Kourosh, (2020), Higgins e Wysong (2017), Barker (2020); Higgins e Wysong (2017), Tremblay, Tremblay e Poirier (2020).
H4	A preocupação dismórfica possui influência negativa na satisfação corporal.	(SENÍN-CALDERÓN; PERONA-GARCELÁN; RODRÍGUEZ-TESTAL, 2020) e (CATADOA, et al., 2021)
H5	O Instagram possui influência positiva no sentimento depressivo.	Lup,Trub e Rosenthal (2015); Frison e Eggermont (2015); Escobar-Viera et al., (2018); Gürbüz et al., (2016); Gaol et al., (2018).

H6	A depressão possui influência negativa na satisfação corporal.	Bornioli et al., (2019).
H7	O uso do Instagram possui influência negativa na satisfação corporal.	Vendemia e Deandrea (2018); Tremblay, Tremblay e Poirier (2020); Kleemans et al. (2016); Cohen, Newton-John e Slater, (2018); Bennet et al. (2019); Prichard et al., (2017); Guizzo, Canale e Fasoli, (2021). Quittkat et al. (2019); Bornioli et al., (2019); Gültzow et al., (2020).

Fonte: elaborado pela autora em 2023.

3.5 COLETA DE DADOS

Antes da aplicação definitiva do questionário foi realizado um pré-teste que teve como objetivo verificar os erros na compreensão da redação e no universo da amostra. Desse modo, ele é avaliado por (10 a 20) pessoas que se dispõem a responder sobre alguma falha que encontrou no instrumento de coleta de dados (GIL, 2008). O teste foi aplicado entre os dias 26 de abril até o dia 6 de maio de 2022 e obteve 13 respostas de indivíduos que expressaram as suas dificuldades na realização do questionário. Depois dessa etapa foi feita a aplicação do questionário no modelo final que foi iniciado em 26 de abril de 2022 e terminou em 10 de junho de 2023. Nesse sentido, foram obtidas 434 respostas, porém foram excluídas pessoas que não concordaram em participar da pesquisa, que não usavam o Instagram e menores de idade, resultando em uma amostra final de 382 pessoas. Os dados foram analisados por meio do software SmartPLS, na sua versão mais recente (versão 4.0.9.3).

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Antes de mais nada, nessa seção será descrito a análise e os resultados obtidos através dos questionários aplicados aos participantes. Além disso, será apresentado a Modelagem Equações Estruturais, em que foi desenvolvido a partir dos constructos descritos e criado as hipóteses, com objetivo de testar quais delas têm validade. Desse modo, está subdividido em: Análise Descritiva e Apresentação dos Resultados, Avaliação do Modelo de Mensuração, Avaliação do modelo estrutural e Análise e Discussão dos Resultados.

5.1 ANÁLISE DESCRITIVA DOS RESULTADOS

Nesse sentido a pesquisa obteve uma amostra de 382 participantes, sendo 68,7% pessoas do sexo feminino e 31,3% do masculino, para responder a pesquisa foi necessário que se atende-se simultaneamente dois critérios ser maior de idade e usuário do Instagram.

Tabela 1- Sexo

Sexo	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Feminino	262	68,6%	68,6	100
Masculino	119	31,2%	31,2	
Trans	1	0,2%	0,2%	
Total	382	100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa de 2023.

Ademais, 57,6% tinham entre 18 e 24 anos e 30,4% responderam 25 a 34 anos, isso demonstra que os respondentes foram em maioria usuários jovens dessa rede social.

Tabela 2- Idade

Idade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
18 a 24 anos	220	57,6%	57,6%	57,6%
25 a 34anos	116	30,4%	30,4%	88%
35 a 44 anos	39	10,2%	10,2%	98,2%
45 a 54 anos	6	1,6	1,6	1,6%

Mais de 55 anos	1	0,2%	0,2%	100
Total		100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa de 2023.

Aliás, também foi perguntado sobre qual etnia eles se consideravam pertencentes 51,6% se consideravam pardo, 29,3% se consideram preto e 15,4% branco. Mas, é válido destacar que a pergunta obteve respostas em menor proporção sobre as outras questões, assim ela foi composta de uma variedade étnica, pois dependendo de como a pessoa se autoafirma na questão racial, isso vai ter um contraste sobre como ela percebe os padrões e beleza.

Tabela 3- Informações Étnicas

Etnia	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Branco	59	15,4%	15,4%	15,4%
Preto	112	29,3%	29,3%	44,7%
Pardo	197	51,6%	51,6%	96,3%
Indígena	1	0,3%	0,3%	96,6%
Amarelo	13	3,4%	3,4%	100
Total	382	100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa de 2023.

Ainda mais, foi perguntado o grau de instrução, uma grande maioria respondeu 35,1% Ensino médio completo teve, em segundo lugar ficou Ensino superior incompleto 33,4% seguido por 14,7% que disseram ter superior completo. Isso demonstra que o público tem algum nível educacional.

Tabela 4- Grau de Instrução

Escolaridade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Ensino Fundamental incompleto	6	1,6%	1,6%	1,6

Fundamental completo	3	0,8%	0,8%	2,4
Ensino médio incompleto	17	4,5%	4,5%	6,9
Ensino médio completo	134	35,1%	35,1%	42
Superior incompleto	128	33,5%	33,5%	75,5
Superior completo	56	14,7%	14,7%	90,2
Pós-graduação	38	9,8%	9,8%	100
Total	382	100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa de 2023.

Além disso, foi perguntado sobre a renda 59,4% afirmou que ganhava R\$ 1.212,00, já 24,1% assinalaram que recebiam entre R\$ 1.213,00 à R\$ 2.424,00, enquanto 6,3% de R\$ 2.425,00 à R\$ 3.636,00. Vale mencionar que o salário mínimo considerado foi do ano de 2022, pois a pesquisa foi reaplicada para no ano 2023.

Tabela 5- Renda Pessoal

Renda Pessoal	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Até R\$ 1.212,00	227	59,4%	59,4%	59,4%
De R\$ 1.213,00 à R\$ 2.424,00	92	24,1%	24,1%	83,5%
De R\$ 2.425,00 à R\$ 3.636,00	24	6,3%	6,3%	89,8
De R\$ 3.637,00 à R\$ 4.848,00	13	3,4%	3,4%	93,2
De R\$ 4.849,00 à R\$ 6.060,00	13	3,4%	3,4%	96,6
Acima de R\$ 6.060,00	13	3,4%	3,4%	100
Total	382	100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa de 2023.

Mas também, outra questão foi a frequência do uso do Instagram 38,2% marcou acima de 6 horas por semana, ademais, 22,5% até duas horas por semana e 20,9% de duas a quatro horas. Desse modo, pode ser percebido que os usuários dessa rede social têm um uso rotineiro.

Tabela 6- Frequência de uso do Instagram

Etnia	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Até duas horas por semana	86	22,5%	22,5%	22,5
De duas a quatro horas por semana	80	20,9%	20,9%	43,4
De quatro a seis horas por semana	70	18,3%	18,3%	61,7
Acima de seis horas por semana	146	38,2%	38,2%	100
Total	382	100,0	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa 2023.

4.3 AVALIAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO

A tabela 7 apresenta o resumo da avaliação do modelo de mensuração. O modelo foi estimado com todos os itens originalmente constituintes dos construtos. Entretanto, os construtos do Uso do Instagram, Depressão, Preocupação Dismórfica e Satisfação Corporal, obtiveram valores da Variância Média Extraída (AVE) abaixo de 0.5, pelo que procedemos à eliminação das menores cargas fatoriais presentes nos referidos construtos para fins de ajustamento do modelo. Nesse sentido, a tabela 7 apresenta o resultado do modelo ajustado.

Tabela 7- Resumo da Avaliação do Modelo de Mensuração.

Cargas Fatoriais Padronizadas	Uso do Instagram	Comparação Corporal	Depressão	Preocupação Dismórfica	Satisfação Corporal
Usolnsta3	0,866				
Usolnsta1	0,828				
Usolnsta4	0,795				
Usolnsta6	0,776				
Usolnsta5	0,772				
CompCorp8		0,903			
CompCorp9		0,901			
CompCorp6		0,893			
CompCorp3		0,872			
CompCorp4		0,865			
CompCorp2		0,858			
CompCorp10		0,847			
CompCorp11		0,816			
CompCorp1		0,811			
Depress8			0,877		
Depress5			0,848		
PreocDismorf5				0,876	
PreocDismorf6				0,833	
PreocDismorf1				0,799	
PreocDismorf3				0,775	

SatisCorpo14					0,856
SatisCorpo15					0,856
SatisCorpo11					0,832
SatisCorpo12					0,825
SatisCorpo4					0,813
SatisCorpo10					0,811
SatisCorpo7					0,793
SatisCorpo9					0,792
SatisCorpo13					0,789
SatisCorpo6					0,776
SatisCorpo2					0,713
Variância Média Extraída (AVE)	0,653	0,735	0,735	0,675	0,650
Alpha de Cronbach	0,869	0,964	0,657	0,838	0,951
Confiabilidade Composta	0,886	0,966	0,661	0,839	0,952
Validade Discriminante	Uso do Instagram	Comparação Corporal	Depressão	Preocupação Dismórfica	Satisfação Corporal
Uso do Instagram	0,888				
Comparação Corporal	0,256	0,857			
Depressão	0,093	-0,074	0,863		
Preocupação Dismórfica	0,215	0,581	-0,114	0,822	

Satisfação Corporal	0,052	-0,201	0,337	-0,320	0,806
----------------------------	-------	--------	-------	--------	--------------

Fonte: Dados da Pesquisa 2023.

Nota: Na diagonal principal são reportados os valores da Variância Média Extraída (AVE) e, fora da diagonal, são apresentados os valores das correlações quadráticas entre os construtos do modelo.

No que diz respeito à Variância Média Extraída (AVE), a tabela 7 permite concluir que o modelo estrutural desenvolvido apresenta um resultado satisfatório, em termos de validade convergente, estando em conformidade com os critérios de Fornell e Larcker segundo Hair et al. (2016), Henseler et al. (2009) e Wong (2013), uma vez que os valores obtidos para a AVE são superiores a 0.5 em todos os construtos.

Em termos de confiabilidade das respostas obtidas, os valores do Alpha de Cronbach e da Confiabilidade Composta, apresentados na tabela 7, permitem concluir que todas as variáveis latentes reflexivas possuem consistência interna satisfatória, considerando-se que tanto uma medida quanto outra possuem valores acima de 0.6, como recomendado para estudos exploratórios (BAGOZZI; YI, 1988; WONG, 2013).

Relativamente à validade discriminante, a AVE de cada variável latente é maior do que o quadrado das correlações de todas as outras variáveis latentes, pelo que se pode concluir, segundo o critério de Fornell-Larcker (BIDO; DA SILVA, 2019; HENSELER et al., 2009), que o modelo possui validade discriminante satisfatória.

5.4 AVALIAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL

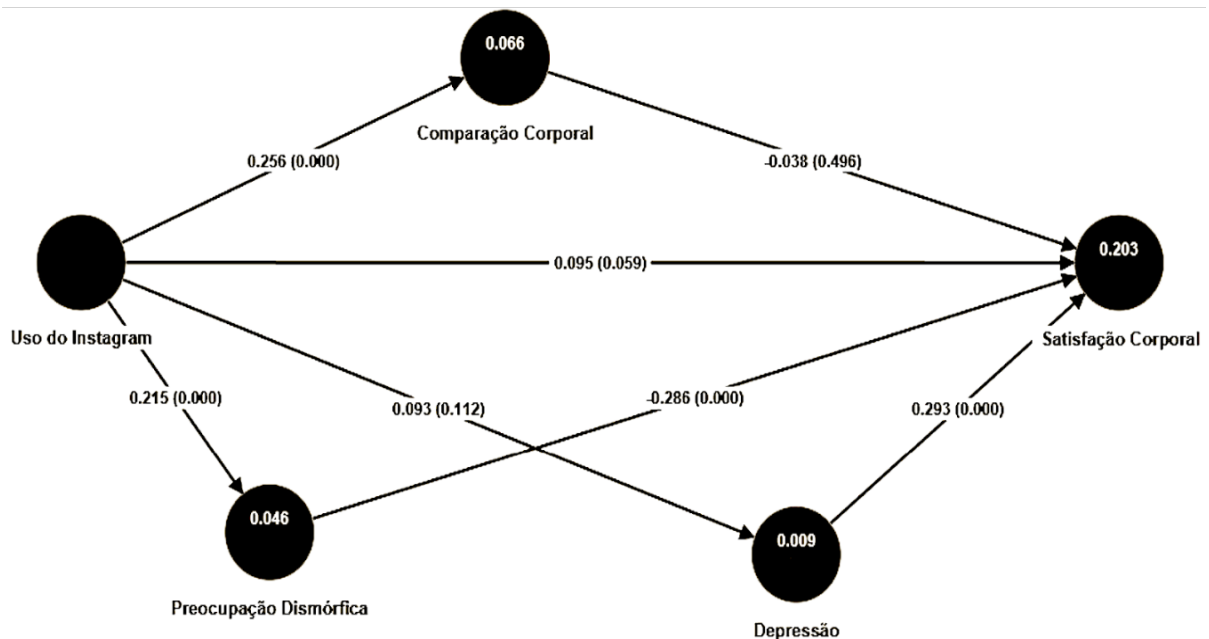
A avaliação do modelo estrutural foi realizada por meio dos critérios do Coeficiente de Determinação de Pearson (R^2), da significância das relações estabelecidas, pela Validade Preditiva (Q^2) e pelo Tamanho do Efeito (f^2), conforme sugerido pela literatura (HAIR et al., 2012, 2016, 2019; HENSELER et al., 2009; WONG, 2013).

A figura 2 apresenta o resultado final do modelo estrutural. Nessa perspectiva, é possível afirmar que apenas 6.6% da variância do construto da Comparação Corporal é explicada pelo modelo ($R^2=0.066$), sobretudo, pelo construto exógeno do Uso do Instagram; enquanto outros 4.6% da variância do construto da Preocupação Dismórfica pode ser explicada pelo modelo ($R^2=0.046$), nomeadamente, pelo

construto do Uso do Instagram. Nesse mesmo sentido, apenas 0,9% da variância do construto endógeno da Depressão é explicada pelo modelo estrutural ($R^2=0.009$). Tais resultados indicam que os construtos referidos são explicados de maneira fraca pelo modelo, de acordo com os parâmetros do coeficiente de determinação, cujos valores 0.67, 0.33 e 0.19, indicam poder explicativo forte, moderado e fraco, respectivamente (CHIN; NEWSTED, 1999).

Por outro lado, o modelo desenvolvido é capaz de explicar 20,3% da variância do construto endógeno da Satisfação Corporal, o que se pode considerar um poder explicativo situado no intervalo entre fraco e moderado, de acordo com os parâmetros do coeficiente de determinação (CHIN; NEWSTED, 1999).

Figura 2- Resultado do Modelo Estrutural desenvolvido.



Fonte: Dados da Pesquisa 2023.

No que concerne à significância das relações estabelecidas, a partir da figura 2 é possível afirmar que o Uso do Instagram possui influência positiva direta tanto na Comparação Corporal ($\beta=0.256$; $p<0.01$), quanto na Preocupação Dismórfica ($\beta=0.215$; $p<0.01$).

Adicionalmente, é possível inferir ainda que a Preocupação Dismórfica possui influência negativa na Satisfação Corporal ($\beta=-0.286$; $p<0.01$), enquanto que a Depressão, possui influência positiva na Satisfação Corporal ($\beta=0.293$; $p<0.01$).

Conforme mencionado anteriormente, a Validade Preditiva (Q^2) e o Tamanho do Efeito (f^2) foram calculadas para completar a análise do modelo estrutural. Tais medidas são importantes por demonstrarem a acurácia do modelo ajustado e a utilidade de cada construto desenvolvido (HAIR et al., 2019; HENSELER et al., 2009; WONG, 2013). A tabela 8 apresenta os resultados da Validade Preditiva e do Tamanho do Efeito.

Tabela 8- Resumo dos resultados da Validade Preditiva e do Tamanho do Efeito.

Relações entre os construtos	Tamanho do Efeito (f^2)	Validade Preditiva (Q^2)/Construto	Validade Preditiva (Q^2)
Comparação Corporal → Satisfação Corporal	0,001	Comparação Corporal	0,057
Preocupação Dismórfica → Satisfação Corporal	0.065	Depressão	0,002
Depressão → Satisfação Corporal	0.103	Preocupação Dismórfica	0,039
-	-	Satisfação Corporal	-0,004
-	-		

Fonte: Dados da Pesquisa 2023.

Os valores de 0.02, 0.15 e 0.35 indicam efeitos fraco, moderado e forte, respectivamente, tanto para a Validade Preditiva quanto para o Tamanho do Efeito (HAIR et al., 2013; HENSELER et al., 2009).

Dessa forma, tomando por base os resultados apresentados na tabela 8 é possível concluir que de modo geral o construto da Comparação Corporal possui pouca utilidade para o ajuste do modelo (Tamanho do efeito), bem como pouca acuracidade (Validade preditiva).

O construto da Preocupação Dismórfica também possui pouca utilidade para o ajuste do modelo (Tamanho do efeito), bem como pouca acuracidade (Validade preditiva).

Por outro lado, embora o construto da Depressão tenha baixa acuracidade (Validade preditiva), possui utilidade para o modelo (Tamanho do Efeito) quase moderada, enquanto a Satisfação Corporal possui pouca acuracidade (Validade preditiva).

5.5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base nos constructos levantados pela literatura foi criada a seguinte hipótese H1: O Instagram possui influência positiva na comparação social no que tange a aparência física (comparação corporal). A hipótese pode ser validada. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que o Uso do Instagram possui influência positiva direta Comparação Corporal ($\beta=0.256$; $p<0.01$). Tal descoberta confirma o achado de outro estudo, em que a maior intensidade do uso do Instagram está ligada à comparação social no aspecto da imagem corporal entre os usuários (AFANA; ASTUTI; SARI, 2021). Como também, corrobora com a ideia que os usuários fazem publicações com imagens alteradas intencionalmente, para melhor repassar seus atributos pessoais. Através disso, outros indivíduos se comparam com aquele perfil acessado (FAGUNDES; MAROT; NATIVIDADE, 2020).

Outra hipótese levantada foi a H2: A Comparação corporal influência negativamente a satisfação corporal. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que a Comparação corporal realmente possui influência negativa na satisfação corporal ($\beta=-0.038$; $p>0.05$). Mas não podemos validar a hipótese, porque a relação não foi estatisticamente significativa. Isso contraria o estudo de Tiggemann et al. (2018) o maior número de “gostei” aumentou a satisfação facial das mulheres, no entanto os autores dizem que do mesmo modo que isso tem um aspecto positivo, também foi associado a comparação com aparência e a insatisfação corporal. Somando-se a isso, a afirmação sobre o maior número de fotos postadas está relacionado com a diminuição da satisfação corporal, para as mulheres que pretendiam fazer uma melhor apresentação delas mesmas (COHEN; NEWTON JOHN; SLATER, 2018). Contudo, o estudo realizado não conseguiu comprovar a relação entre a comparação corporal e a insatisfação corporal dos seus usuários.

No que concerne a hipótese H3: O Instagram possui influência positiva na preocupação dimórfica, pode-se concluir que a hipótese pode ser validada. Quando

olhamos o modelo, pode-se perceber que o Uso do Instagram possui influência positiva direta na Preocupação Dismórfica ($\beta=0.215$; $p<0.01$). Tal descoberta encontra respaldo no termo “dismorfia do Snapchat”. Este termo recebeu esse nome devido ao aplicativo Snapchat que proporcionou aos usuários que modifiquem suas imagens antes de compartilhá-las, sua denominação foi dada por cirurgiões plásticos que recebem requisições de seus pacientes que queriam parecer com suas fotos filtradas (RAMPHUL; MEJIAS, 2018; RAJANALA; MAYMONE; VASHI, 2018).

Relativamente a hipótese H4: A preocupação dismórfica possui influência negativa na satisfação corporal. A hipótese pode ser validada. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que Preocupação Dismórfica possui influência negativa na Satisfação Corporal ($\beta=-0.286$; $p<0.01$). Isso está de acordo com o uso do Instagram estar ligado a sensações negativas e caso isso não seja gerenciado pelos usuários pode intensificar a Preocupação Corporal (SENÍN-CALDERÓN; PERONA-GARCELÁN; RODRÍGUEZ-TESTAL, 2020). Ela se refere sobre a examinação constante da aparência física. Outros autores como Cristel et al. (2020) afirmam que os filtros criam uma imagem distorcida para quem usa, sendo crescente o número de millennials que buscam alterar sua aparência pelo seu manuseio. Porém, essa distorção da autoimagem pode ser percebida como um comportamento dismórfico.

No que diz respeito a hipótese H5: O Instagram possui influência positiva no sentimento depressivo, pode-se afirmar que a hipótese não pode ser validada. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que o Uso do Instagram possui influência positiva na depressão, mas a relação não é estatisticamente significativa ($\beta=0.093$; $p>0.05$). Tal resultado está de acordo com o uso do Instagram e o declínio do bem-estar encontrado por Lup, Trub e Rosenthal (2015), que queriam saber se ele estaria ligado a sentimentos depressivos e, descobriram que o número de estranhos seguidos estaria vinculado ao aumento de sintomas depressivos. Mas, os que tinham essa doença utilizavam a rede social em maior quantidade de tempo e que eles tiveram os sintomas mais fortes com elas (GÜRBÜZ et al., 2016). Desse modo, pessoas deprimidas usam mais essa rede social e têm uma piora nos seus sintomas.

No que concerne a hipótese H6: A depressão possui influência negativa na satisfação corporal, a hipótese não pode ser validada. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que a Depressão, possui influência positiva na Satisfação Corporal ($\beta=0.293$; $p<0.01$). Contudo, não foram encontradas muitas pesquisas sobre como o

Instagram estaria ligado a depressão e como isso impactaria a satisfação corporal dos seus usuários. Em contraponto, Bornioli et al. (2019) disseram que os homens são pouco estudados em relação a satisfação corporal, desse modo sua pesquisa teve a participação de ambos os sexos e descobriu que a insatisfação corporal também tem impactos na saúde mental deles. Talvez o impacto positivo na satisfação corporal se deva ao fato do estudo ter sido composto por ambos os sexos e não ter sido uma escala própria para medir a depressão relacionada ao Instagram, pois ela ainda não existe, uma vez que a maioria centra-se especialmente em como isso afeta a imagem de mulheres jovens (GUIZZO; CANALE; FASOLI, 2021; VENDEMIA; DEANDREA, 2018; KLEEMANS et al., 2016; ENGELN et al., 2020; TIGGEMAN; ANDERBERG, BROWN, 2020, TIGGEMANN et al. 2018). Mas, nenhum desses autores pesquisaram como a depressão impacta na satisfação corporal.

No que diz respeito a hipótese H7: O uso do Instagram possui influência negativa na satisfação corporal, a hipótese não pode ser validada. Quando olhamos o modelo, pode-se perceber que o Uso do Instagram possui influência positiva na Satisfação Corporal, mas a relação não é estatisticamente significativa ($\beta=0.095$; $p>0.05$). Isso está de acordo com o que foi desenvolvido por Vendemia e Deandrea (2018). o Instagram desencadeia a preocupação com imagem corporal e avaliação com outras mulheres. Somando-se a isso, o maior número de fotos postadas está relacionado com a diminuição da satisfação corporal, para as mulheres que pretendiam fazer uma melhor apresentação delas mesmas (COHEN; NEWTON JOHN; SLATER, 2018). As imagens que contém fitspiration de mulheres magras e tonificadas independente de terem texto ou enfatizarem a funcionalidade do corpo foram ligados a insatisfação corporal e ao humor negativo (PRICHARD et al., 2017).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho pretendeu saber como Instagram influencia a Satisfação Corporal de seus Usuários, para isso foi levantado o referencial teórico sobre: Imagem Corporal, Depressão, Dismorfismo, Comparação com Aparência. Ademais, com base nesses temas foram formuladas as hipóteses e desenvolvido o modelo conceitual que foi avaliado através da Modelagem de Equações Estruturais.

Nesse sentido, foram desenvolvidas sete hipóteses e foram validas as seguintes: H1. O Instagram possui influência positiva na comparação social no que tange a aparência física (comparação corporal); H3. O Instagram possui influência positiva na preocupação dismórfica; H4. A preocupação dismórfica possui influência negativa na satisfação corporal; H7. O uso do Instagram possui influência negativa na satisfação corporal. Diante das hipótese confirmadas destaca-se que o Instagram influencia na comparação corporal e nas preocupações dismórficas, isso demonstra que os constructos puderam demonstrar as relações que são estabelecidas nessa rede de forma satisfatória. Porém, as hipóteses H2, H5, H6, não puderam ser comprovadas. Desse modo o estudo associou os mais variados temas que antes não foram feitos conjuntamente, como: comparação corporal e a insatisfação corporal, depressão ligada ao uso do Instagram, a depressão e a insatisfação corporal e o Instagram e a Insatisfação corporal, tudo na mesma pesquisa. Contudo, o modelo conceitual não foi adequado para demonstrar essas relações, pois os temas estão em fase de desenvolvimento e não têm escalas específicas para medir os constructos

O estudo apresentou as seguintes limitações: a amostra é bem pequena considerando o número de usuários da rede pesquisada, por isso seria necessário que se replicasse o estudo até haver a saturação estatística do universo amostral. Além disso, o modelo conceitual realizado para algumas hipóteses demonstrou resultados discrepantes, então é necessário se aprofundar nos temas de forma isoladas para desenvolver um modelo adequado (A depressão possui influência positiva e estatisticamente significativa na satisfação corporal). Desse modo, uma sugestão de estudos futuros seria a identificação de como se desenvolve a comparação corporal no Instagram e o seu impacto na satisfação corporal dos seus usuários por meio de um estudo experimental com fotos do ideal de beleza dessa rede para saber como afeta os gêneros e etnias.

REFERÊNCIAS

- A SOCIEDADE INTERNACIONAL DE CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA (S. L.) (org.). **Global de 2020 da ISAPS observa mudanças significativas nos procedimentos estéticos durante a pandem.** 2020. In: ISAPS. Disponível em: <https://www.isaps.org/media/0irfbcki/portuguese.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2023.
- AFANA, Novi H. *et al.* The Relationship Between Instagram Usage & Body Image of Social Media Influencer Followers: social comparison as a mediator. **Icebsh.** [S.L.], p. 1328-1334. ago. 2021. Disponível em: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icebsh-21/125959486>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- ANIXIADIS, Fay *et al.* Effects of thin-ideal instagram images: the roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. **Body Image.** [S.L.], p. 181-190. dez. 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144519301500?via%3Di> hub. Acesso em: 27 fev. 2022.
- APPEL, Markus; MARKER, Caroline; GNAMBS, Timo. Are Social Media Ruining Our Lives? A Review of Meta-Analytic Evidence. **Review Of General Psychology.** [S.L.], p. 60-74. out. 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1089268019880891>. Acesso em: 28 jun. 2021.
- BAGOZZI, Richard P.; YI, Youjae. On the evaluation of structural equation models. **Journal Of The Academy Of Marketing Science.** S. L., p. 74-94. mar. 1988.
- BARKER, Jessica. Making-up on mobile: the pretty filters and ugly implications of snapchat. **Fashion, Style & Popular Culture,** [S.L.], v. 7, n. 2, p. 207-221, 1 mar. 2020.
- BENNETT, Brooke L. *et al.* Examining the impact of social media on mood and body dissatisfaction using ecological momentary assessment. **Journal Of American College Health.** [S.L.], p. 502-508. mar. 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07448481.2019.1583236?journalCode=vach20>. Acesso em: 05 jul. 2021.
- BERRYMAN, Chloe; FERGUSTON, Christopher J.; NEGY, Charles. Social Media Use and Mental Health among Young Adults. **Psychiatr Quartely.** [S.L.], p. 307-314. nov. 2017. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11126-017-9535-6>. Acesso em: 05 jul. 2021.

BIDO, Diógenes de Souza; SILVA, Dirceu da. SmartPLS 3: especificação, estimação, avaliação e relato. **Administração: Enisino e Pesquisa**. S. L., p. 1-31. ago. 2019. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/54121/smartpls-3-especificacao--estimacao--avaliacao-e-relat>. Acesso em: 16 jun. 2023.

BJÖRGVINSSON, T *et al.* Psychometric Properties of the CES-D-10 in a Psychiatric Sample. **Assessment**. [S.L.], p. 429-436. mar. 2013. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.brandeis.edu/roybal/docs/CESD-10_we. Acesso em: 15 maio 2022.

BORNIOLI, Anna *et al.* Body dissatisfaction predicts the onset of depression among adolescent females and males: a prospective study. **J Epidemiol Community Health**. [S.L.], p. 1-6. dez. 2020. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33288655/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B.. Social Network Sites: definition, history, and scholarship. **Journal Of Computer-Mediated Communication**. [S.L.], p. 210-230. out. 2007. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>. Acesso em: 05 jul. 2021.

CATALDO, Ilaria *et al.* Fitspiration on social media: body-image and other psychopathological risks among young adults. a narrative review. **Emerging Trends In Drugs, Addictions, And Health**, [S.L.], v. 1, p. 100010, 2021. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.etdah.2021.100010>.

CHIN, Winne W.; NEWSTED, Peter R.. Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. **Sage: Statistical strategies for small sample research**. Thousand Oaks, p. 307-341. jan. 1999.

CLAUMANN, Gaia Salvador *et al.* Translation and validation of the Brazilian version of the Physical Appearance Comparison Scale-Revi. **Body Image**. [S.L.], p. 157-161. mar. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144521000528?via%3Dihub>. Acesso em: 05 jan. 2021.

COHEN, Rachel; NEWTON-JOHN, Toby; SLATER, Amy. 'Selfie'-objectification: the role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. **Computers In Human Behavior**, [S.L.], v. 79, p. 68-74, fev. 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217306003>. Acesso em: 19 out. 2021.

CRISTEL, Robert T. *et al.* Evaluation of Selfies and Filtered Selfies and Effects on First Impressions. **Aesthetic Surgery Journal**. [S.L.], p. 122-130. jan. 2020. Disponível em: <https://academic.oup.com/asj/article/41/1/122/5718389>. Acesso em: 20 out. 2021.

DANESH, Melissa *et al.* Body Dysmorphic Disorder Screening Tools for the Dermatologist: a systematic review. **Feature Story**. S. L., p. 44-49. fev. 2015.

ELISSON, N B; STEINFELD, C; LAMPE, C. The Benefits of Facebook “Friends”: social capital and college students? use of online social network sites. **Journal Of Computer-Mediated Communication**. [S.L.], p. 1143-1168. jul. 2007. Disponível em: <http://www-personal.umich.edu/~enicole/scale.html>. Acesso em: 22 out. 2021.

ENGELN, Renee *et al.* Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. **Body Image**. [S.L.], p. 38-45. set. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144519303754?via%3Dihub>. Acesso em: 22 dez. 2021.

ESCOBAR-VIERA, César G. *et al.* Passive and Active Social Media Use and Depressive Symptoms Among United States Adults. **Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking**. [S.L.], p. 437-443. jul. 2018. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2017.0668>. Acesso em: 28 jun. 2021.

FAGUNDES, Luiza Seabra; MAROT, Tiago Azevedo; NATIVIDADE, Jean Carlos. Use of Instagram, Social Comparison, and Personality as Predictors of Self-Esteem. **Psico-USf**, Bragança Paulista, v. 25, n. 4, p. 711-724, Não é um mês valido! 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusf/a/vxrtFxKTBdYbMxDYLxZDH5m/?lang=en#>. Acesso em: 28 jun. 2021.

FESTINGER, Leon. A Theory of social comparison processes. **Social Science Colletions**. [S.L.], p. 117-140. maio 1954. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001872675400700202>. Acesso em: 02 ago. 2021.

FLICK, Uwe. **Introdução à Metodologia da Pesquisa um Guia para Iniciantes**: Editora PENSO. Porto Alegre, 2013.

FONSECA, Alexandre; ISHIDA, Luís Henrique. **Censo 2018**: situação da cirurgia plástica no brasil. Situação da Cirurgia Plástica no Brasil. 2018. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/pesquisas/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

FREDERICK, David A. *et al.* Factor Structure and Validity of the Body Parts Satisfaction Scale: results from the 1972 psychology today survey. **Psihologijske Teme**. S. L., p. 223-243. jul. 2014. Disponível em: <https://hrcak.srce.hr/file/184664>. Acesso em: 10 ago. 2021.

FRISON, Eline; EGGERMONT, Steven. Exploring the Relationships Between Different Types of Facebook Use, Perceived Online Social Support, and Adolescents' Depressed Mood. **Social Science Computer Review**. [S.L.], p. 153-171. jan. 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0894439314567449>. Acesso em: 30 nov. 2021.

GAOL, Las Asimi Lumban *et al.* The relationship between social comparison and depressive symptoms among Indonesian Instagram users. **Advances In Social Science, Education And Humanities Research**. [S.L.], p. 130-137. jul. 2018. Disponível em: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/uipsur-17/25899597>. Acesso em: 22 jul. 2021.

GESTO, Cristian di *et al.* Predictors of Acceptance of Cosmetic Surgery: instagram images-based activities, appearance comparison and body dissatisfaction among women. **Aesth Plast Surg**. [S.L.], p. 1-11. set. 2021. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00266-021-02546-3#citeas>. Acesso em: 15 out. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Gil, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo : Atlas, 2008.

GUIZZO, Francesca; CANALE, Natale; FASOLI, Fabio. Instagram Sexualization: when posts make you feel dissatisfied and wanting to change your body. **Body Image**. [S.L.], p. 62-67. dez. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144521000942?via%3DiHub>. Acesso em: 21 dez. 2021.

GÜLTZOW, Thomas *et al.* Male Body Image Portrayals on Instagram. **Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking**. [S.L.], p. 281-289. maio 2020. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2019.0368>. Acesso em: 10 jun. 2022.

GÜRBÜZ, Hatice Gözde Akk?n *et al.* Use of social network sites among depressed adolescents. **Behaviour & Information Technology**. [S.L.], p. 517-523. dez. 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0144929X.2016.1262898?journalCode=tbit20>. Acesso em: 30 nov. 2021.

HAIR, Joseph F. *et al.* When to use and how to report the results of PLS-SEM. **European Business Review**, [S.L.], v. 31, n. 1, p. 2-24, 14 jan. 2019. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/eb11-2018-0203>.

HAIR, Joseph F. Jr.. **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling: (pls-sem)**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2016.

HAIR, Joseph F.; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. Partial Least Squares Structural Equation Modeling: rigorous applications, better results and higher acceptance. **Long Range Planning**, [S.L.], v. 46, n. 1-2, p. 1-12, fev. 2013. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>.

HAIR, Joseph F.; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. Partial Least Squares: the better approach to structural equation modeling?. **Long Range Planning**, [S.L.], v. 45, n. 5-6, p. 312-319, out. 2012. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.011>.

HALLIWELL, Emma; DITTMAR, Helga. The role of self-improvement and self-evaluation motives in social comparisons with idealised female. **Body Image**, [S.L.], v. 2, n. 3, p. 249-261, set. 2005. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144505000379?via%3DiHub>. Acesso em: 19 out. 2021.

HENSELER, Andreas M. Kaplan Michael; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite!: the challenges and opportunities of social media. **Business Horizon**. [S.L.], p. 59-68. jan. 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232>. Acesso em: 21 mar. 2022.

HENSELER, Jörg; RINGLE, Christian M.; SINKOVICS, Rudolf R.. The use of partial least squares path modeling in international marketing. **Advances In International Marketing**, [S.L.], p. 277-319, jan. 2009. Emerald Group Publishing Limited. [http://dx.doi.org/10.1108/s1474-7979\(2009\)0000020014](http://dx.doi.org/10.1108/s1474-7979(2009)0000020014).

HIGGINS, S.; WYSONG, A.. Cosmetic Surgery and Body Dysmorphic Disorder – An Update. **International Journal Of Women'S Dermatology**. [S.L.], p. 43-48. mar. 2018. Disponível

em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352647517300801?via%3Di> hub. Acesso em: 15 out. 2021.

HOGUE, Jacqueline V.; MILLS, Jennifer S.. The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. **Body Image**. [S.L.], p. 1-5. mar. 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S174014451730517X?via%3Di> hub. Acesso em: 21 dez. 2021.

JACKSON, Christina A.; LUCHNER, Andrew F.. Self-presentation mediates the relationship between Self-criticism and emotional response to Instragr. **Personality And Individual Differences**, [S.L.], v. 133, p. 1-6, out. 2018. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.052>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886917303124>. Acesso em: 19 out. 2021.

JIANG, Shaohai; NGIEN, Annabel. The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: a survey study in singapore. **Social Media + Society**. [S.L.], p. 1-10. mar. 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305120912488>. Acesso em: 22 maio 2022.

KANE, Gerald C. *et al.* What'S Different About Social Media Networks?: a framework and research agenda. **Mis Quarterly**. [S.L.], p. 275-304. mar. 2014. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26554878>. Acesso em: 22 Não é um mês valido! 2022.

KHOULY, Cheyanne El. **Instagram and its Relationship Between Self-Esteem and Depression Amongst Young Adults**. 2018. 42 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psychology, Department Of Psychology, Dublin Business School, Dublin, 2018.

KLEEMANS, Mariska *et al.* Picture Perfect: the direct effect of manipulated instagram photos on body image in adolescent girls. **Media Psychology**. [S.L.], p. 93-110. dez. 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/15213269.2016.1257392?scroll=top&needAccess=true>. Acesso em: 05 jul. 2021.

LUP, Katerina; TRUB, Leora; ROSENTHAL, Lisa. Instagram #Instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. **Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking**. [S.L.], p. 247-252. maio 2015. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2014.0560>. Acesso em: 26 ago. 2021.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5 Edição Editora Atlas - 2003. São Paulo.

MILLS, Jennifer S. *et al.* "Selfie" harm: effects on mood and body image in young women. **Body Image**. [S.L.], p. 86-92. dez. 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144517305326?via%3Dihub>. Acesso em: 27 fev. 2022.

MORE: Mecanismo online para referências, versão 2.0. Florianópolis: UFSC Rexlab, 2013. Disponível em: <http://www.more.ufsc.br/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

NASCIMENTO, Maria I. C.. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: dsm-5**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. 992 p.

PANTIC, Igor. Online Social Networking and Mental Health. **Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking**. [S.L.], p. 652-657. set. 2014. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2014.0070>. Acesso em: 22 fev. 2022.

PETRIE, Trent A.; TRIPP, Margaret M.; HARVEY, Pejcharat. Factorial and Construct Validity of the Body Parts Satisfaction Scale-Revised: an examination of minority and nonminority women. **Psychology Of Women Quarterly**, [S.L.], v. 26, n. 3, p. 213-221, set. 2002. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1111/1471-6402.00060>.

QUITTKAT, Hannah L. *et al.* Body Dissatisfaction, Importance of Appearance, and Body Appreciation in Men and Women Over the Lifespan. **Frontiers In Psychiatry**. [S.L.], p. 1-12. dez. 2019. Disponível em: [tps://www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsy.2019.00864](https://www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsy.2019.00864). Acesso em: 22 dez. 2021.

RADLOFF, Lenore S.. The CES-D Scale. **Applied Psychological Measurement**, [S.L.], v. 1, n. 3, p. 385-401, jun. 1977. Disponível em: <https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/98561/v01n3p385.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2022.

RAJANALA, Susruthi; MAYMONE, Mayra B. C.; VASHI, Neelam A.. Selfies—Living in the Era of Filtered Photographs. **Jama Facial Plastic Surgery**. [S.L.], p. 443-444. nov. 2018. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1001/jamafacial.2018.0486>. Acesso em: 31 jul. 2021.

RAMPHUL, Kamleshun; MEJIAS, Stephanie G.. Is "Snapchat Dysmorphia" a Real Issue? **Cureus**. [S.L.], p. 1-5. mar. 2018. Disponível em: <https://www.cureus.com/articles/11237-is-snapchat-dysmorphia-a-real-issue>. Acesso em: 23 jul. 2021.

RECUERO, R . **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre : Sulina, 2009.

RICE, Shauna M.; GRABER, Emmy; KOUROSH, Arianne Shadi. A Pandemic of Dysmorphia: "zooming? into the perception of our appearance. **Facial Plastic Surgery & Aesthetic Medicine**, [S.L.], v. 22, n. 6, p. 401-402, 1 dez. 2020.

SCHAEFER, Lauren M.; THOMPSON, J. Kevin. The development and validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R). **Eating Behaviors**, [S.L.], v. 15, n. 2, p. 209-217, abr. 2014. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.01.001>.

SCHEMER, Christian *et al*. The Impact of Internet and Social Media Use on Well-Being: a longitudinal analysis of adolescents across nine years. **Journal Of Computer-Mediated Communication**. [S.L.], p. 1-21. dez. 2020. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/26/1/1/6032209?login=false>. Acesso em: 05 jun. 2021.

SELFIE. **Named by Oxford Dictionaries as word of 2013**. 2013. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-24992393>. Acesso em: 20 dez. 2021.

SENÍN-CALDERÓN, Cristina; PERONA-GARCELÁN, Salvador; RODRÍGUEZ-TESTAL, Juan F.. The dark side of Instagram: predictor model of dysmorphic concerns. **International Journal Of Clinical And Health Psychology**, [S.L.], v. 20, n. 3, p. 253-261, set. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.06.005>.

SILVA, Wanderson Roberto da *et al*. Sociocultural pressure: a model of body dissatisfaction for young women. **Caderno Saúde Pública**. [S.L.], p. 1-13. dez. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/5qcnMYL6pxJzCYvNJDBgpmH/?lang=en>. Acesso em: 22 maio 2022.

SIMON, C. TREMBLAY; SAFAE, E. TREMBLAY; PIERRE, POIRIER. From filters to flters: an active inference approach to body image distortion in the selfe era. **Ai & Society**. [S.L.], p. 33-48. jul. 2020. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00146-020-01015-w>. Acesso em: 05 jul. 2021.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA (Brasil) (org.). **Análises**

Comparativas das Pesquisas 2014, 2016 E 2018. S. L: Adans, 2018. 25 p. Org. Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Disponível em: http://www2.cirurgioplastica.org.br/wp-content/uploads/2019/08/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Censo-2018_V. Acesso em: 24 jun. 2023.

TIGGEMANN, Marika *et al.* The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. **Body Image.** [S.L.], p. 90-97. set. 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144518301360>. Acesso em: 20 ago. 2021.

TIGGEMANN, Marika; ANDERBERG, Isabella; BROWN, Zoe. #Loveyourbody:: the effect of body positive instagram captions on women’s body image. **Body Image.** [S.L.], p. 129-136. jun. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144519305030?via%3Dihub>. Acesso em: 27 fev. 2022.

TIGGEMANN, Marika; ZACCARDO, Mia. “Exercise to be fit, not skinny”: the effect of fitnesspiration imagery on women’s body image. **Body Image.** [S.L.], p. 61-67. set. 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144515000893?via%3Dihub>. Acesso em: 05 jul. 2021.

VENDEMIA, Megan A.; DEANDREA, David C.. The effects of viewing thin, sexualized selfies on Instagram: investigating the role of image source and awareness of photo editing practices. **Body Image.** [S.L.], p. 118-127. dez. 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144518300755?via%3Dihub>. Acesso em: 05 jul. 2021.

VRIES, Dian A. de *et al.* Social Comparison as the Thief of Joy: emotional consequences of viewing strangers’ instagram posts. **Media Psychology.** [S.L.], p. 222-245. jan. 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2016.1267647>. Acesso em: 15 out. 2021.

WARD, Brittany *et al.* Nasal Distortion in Short-Distance Photographs: the selfie effect. **Jama Facial Plastic Surgery.** [S.L.], p. 333-335. mar. 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29494735/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

WIRTZ, Derrick *et al.* How and Why Social Media Affect Subjective Well-Being: multi-site use and social comparison as predictors of change across time. **Journal Of Happiness Studies.** S. L., p. 1673-1691. ago. 2020.

WONG, Ken Kwong-Kay. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. **Marketing Bulletin**. S. L., p. 1-32. mar. 2013

APÊNDICE A– TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO (TCLE)

Termo de Consentimento aos Participantes

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “A Influência do Uso do Instagram na Satisfação Corporal dos seus Usuários”. O objetivo deste estudo é compreender como as imagens visualizadas no Instagram impactam a satisfação com a aparência e se isso estaria ligado ao dismorfismo de selfie; insatisfação corporal; humor deprimido e comparação social. Caso você autorize, você irá responder um formulário que terá duração aproximada de dez minutos. A sua participação não é obrigatória e, a qualquer momento, poderá desistir da participação. Tal recusa não trará prejuízos em sua relação com o pesquisador ou com a sua escola. Tudo foi planejado para minimizar os riscos de sua participação, porém você pode sentir algum desconforto, dificuldade ou desinteresse. Caso sinta algo desagradável poderá interromper a sua participação e, se houver interesse, conversar com o pesquisador sobre o assunto.

Você não receberá remuneração pela participação. Em estudos parecidos com esse, os participantes gostaram de participar e a sua participação poderá contribuir para auxiliar na compreensão da relação que os usuários da rede possuem com o consumo e suas implicações. As suas respostas não serão divulgadas de forma a possibilitar a sua identificação. Além disso, você está recebendo uma cópia deste termo onde consta o telefone do pesquisador, podendo tirar dúvidas agora ou a qualquer momento.

Monica Santos
(89) 99414-7859
Bacharelado em Administração - IFPI

Eu, _____ declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios da minha participação, sendo que:

() aceito participar () não aceito participar

referente ao questionário de nº _____.

_____, _____ de _____

Cidade

Mês

Ano

Assinatura do respondente

APÊNDICE B– INSTRUMENTO DE PESQUISA

Este questionário faz parte de um trabalho acadêmico, todas as informações aqui prestadas são anônimas, servindo apenas para validar os procedimentos científicos da pesquisa.

1. Você é usuário do Instagram? (Caso não use, não é necessário continuar respondendo ao questionário).

() Sim. () Não.

2. Qual é a sua frequência de uso do Instagram?

☐	Até duas horas por semana
☐	De duas a quatro horas por semana
☐	De quatro a seis horas por semana
☐	Acima de seis horas por semana

3. Sexo

() Masculino () Feminino () Outro

4. Idade:

18 a 24 anos () 25 a 34 anos () 35 a 44 anos () 45 a 54 anos () mais de 55 anos ()

5. Grau de Instrução

- () Ensino fundamental incompleto
 () Ensino fundamental completo
 () Ensino médio incompleto
 () Ensino médio completo
 () Ensino superior incompleto

() Ensino superior completo

() Pós-graduação

6. Renda Pessoal

() Até R\$ 1.212,00

() De R\$ 1.213,00 à R\$ 2.426,00

() De R\$ 2.427,00 à R\$ 3.638,00

() De R\$ 3.639,00 à R\$ 4.850,00

() De R\$ 4.851,00 à R\$ 6.062,00

() Acima de R\$ 6.063,00

7. Informações étnicas

() Negro

() Branco

() Amarelo

() Pardo

() Indígena

1. Qual o vínculo empregatício da pessoa que possui **MAIOR SALÁRIO** de sua casa?

1	Trabalhos ocasionais e informais: lavadeira, faxineira, diarista, zelador de carros, servente e etc.	
2	Trabalho com carteira assinada: porteiro, serviço doméstico, gari, motorista de ônibus, trocador e etc.	
3	Trabalhador independente: pedreiro, mestre de obras, motoboy, taxista, microempresário (Quiosque, pequeno comércio, ambulante).	
4	Empregado administrativo médio e baixo, vendedor, secretária, chefe de seção, técnico especializado. Profissional independente de carreira técnica (contador, analista de sistemas, desenhista, músico). Professor primário ou secundário.	
5	Executivo médio (gerentes, subgerente), gerente geral de empresa média ou pequena. Profissional independente de carreiras tradicionais (advogado, médico, arquiteto, engenheiro, agrônomo). Professor universitário.	

6	Alto executivo (gerente geral) de empresa grande. Diretores de grandes empresas. Empresário proprietário de empresas medianas e grandes. Profissionais independentes de grande prestígio	
----------	--	--

1.

2. **Nível de educação** da pessoa que possui **MAIOR SALÁRIO** em sua casa?

1	Educação básica incompleta ou inferior	
2	Básica completa	
3	Média incompleta (incluindo média técnica)	
4	Média completa (técnica incompleta)	
5	Universitária incompleta (técnica completa)	
6	Universitária Completa	
7	Pós-graduação (Mestrado, Doutorado ou Equivalente)	

ANEXO-A ESCALA DE INTENSIDADE DO USO DO FACEBOOK (ADAPTADA PARA O INSTAGRAM)

A escala de intensidade do Instagram é usada para medir o uso do Instagram além de simples medidas de frequência e duração, incorporando a conexão emocional ao site e sua integração nas atividades diárias dos indivíduos. Descrição da escala likert de cinco pontos: 1=Discordo totalmente,2= Discordo em parte,3=nem concordo nem discordo,4=concordo em parte,5=Concordo Totalmente

Descrição: 1=Discordo totalmente,2= Discordo em parte,3=nem concordo nem discordo,4=concordo em parte,5=Concordo Totalmente		1	2	3	4	5
EII1	O Instagram faz parte da minha atividade diária					
EII2	Tenho orgulho de dizer às pessoas que estou no Instagram					
EII3	O Instagram se tornou parte da minha rotina diária					
EII4	Eu me sinto desconectada quando não entro no Instagram há um tempo					
EII5	Sinto que faço parte da comunidade do Instagram					
EII6	Eu lamentaria se o Instagram fechasse					

ANEXO B- ESCALA DE SATISFAÇÃO DE PARTE CORPORAL (BPSS-R)

Descrição dos valores da escala de likert de seis pontos: 1 = Extremamente insatisfeito, 2 = Bastante insatisfeito, 3 = Um pouco insatisfeito, 4 = Um pouco satisfeito, 5 = Bastante satisfeito e 6 = Extremamente satisfeito.

Instruções: Abaixo está uma lista de partes do corpo. Por favor, avalie o quão satisfeito você é, neste momento, com cada parte do corpo de acordo com a seguinte escala. Lembre-se, é muito importante que você responda a todos os itens e que os responda honestamente enquanto se aplicam a você. Todas as informações que você fornecer serão mantidas estritamente confidenciais.

1 = Extremamente insatisfeito, 2 = Bastante insatisfeito, 3 = Um pouco insatisfeito, 4 = Um pouco satisfeito, 5 = Bastante satisfeito e 6 = Extremamente satisfeito		1	2	3	4	5	6
1	Altura.						
2	Peso.						
3	Cabelo.						
4	Rosto.						
5	Face em geral (rostos).						
6	Ombros.						
7	Braços.						
8	Abdômen.						
9	Seios ou tórax.						
10	Costas.						
11	Nádegas (traseiro).						
12	Pernas.						

13	Parte inferior das pernas (panturrilhas).						
14	Tônus muscular geral						
15	Satisfação geral com o tamanho e a forma do seu corpo.						

ANEXO C – CENTER FOR EPIDEMIOLOGIC SHORT DEPRESSION SCALE (CES-D-R 10)

Instruções: Segue abaixo uma lista de tipos de sentimentos e comportamentos.

Solicitamos que você assinale a frequência com que tenha se sentido desta maneira durante a semana passada. Em que os valores descritos representam os seguintes valores: 1 = raramente ou nunca (menos que 1 dia); 2 = durante pouco ou algum tempo (1 ou 2 dias); 3 = ocasionalmente ou durante um tempo moderado (3 a 4 dias); 4 = durante a maior parte do tempo ou todo o tempo (5 a 7 dias).

DURANTE A ÚLTIMA SEMANA:

Abaixo está uma lista de algumas das maneiras que você pode ter se sentido ou se comportado. Por favor, indique com que frequência você se sentiu assim durante a última semana, marcando a caixa apropriada para cada pergunta.

	Atributos	1	2	3	4
1	Senti-me incomodado com coisas que habitualmente não me incomodavam.				
2	Senti dificuldade em me concentrar no que estava fazendo.				
3	Eu me senti deprimido.				
4	Eu senti que tudo que eu fiz foi com esforço.				
5	Eu me senti esperançoso sobre o futuro.				
6	Eu me senti com medo.				
7	Meu sono estava inquieto.				
8	Eu estive feliz.				
9	Eu me senti solitário.				
10	Não consigo continuar.				

ANEXO D- ESCALA DE COMPARAÇÃO DE APARÊNCIA FÍSICA REVISADA (PACS-R)

Às vezes, as pessoas comparam a sua aparência física com a aparência física dos outros. Pode ser uma comparação do peso, do tamanho do corpo, do formato do corpo, da gordura do corpo ou da aparência geral. Pensando em como você geralmente se compara com os outros, use a escala a seguir para indicar com que frequência você faz esses tipos de comparações.

Descrição da escala likert :1=Nunca,2= raramente 3=às vezes e 4=sempre

Descrição :1=Nunca,2= raramente 3=às vezes e 4=sempre		1	2	3	4
1	Quando estou em um ambiente público, eu comparo minha aparência física com a aparência dos outros				
2	Quando conheço uma nova pessoa (do mesmo sexo), eu comparo o tamanho do meu corpo com o tamanho do corpo dela				
3	Quando estou no trabalho, na escola ou na universidade, eu comparo o formato do meu corpo com o formato do corpo dos outros				
4	Quando estou em um ambiente público, eu comparo a gordura do meu corpo com a gordura do corpo dos outros				
5	Quando estou comprando roupas, eu comparo o meu peso com o peso dos outros				
6	Quando estou em uma festa, eu comparo o formato do meu corpo com o formato do corpo dos outros				
7	Quando estou com um grupo de amigos(as), eu comparo o meu peso com o peso dos outros				
8	Quando estou em um ambiente público, eu comparo o tamanho do meu corpo com o tamanho do corpo dos outros				

9	Quando estou com um grupo de amigos(as), eu comparo o tamanho do meu corpo com o tamanho do corpo dos outros				
10	Quando estou comendo em um restaurante, eu comparo a gordura do meu corpo com a gordura do corpo dos outros				
11	Quando estou na academia ou praticando esportes/atividades físicas, eu comparo minha aparência física com a aparência dos outros				

ANEXO E-QUESTIONÁRIO DE PREOCUPAÇÃO DISMÓRFICA(DCQ)

Descrição da escala likert de quatro pontos: Nem um pouco (1) igual a maioria das pessoas (2),Mais que a maioria das pessoas (3) e Muito mais que a maioria das pessoas (4)

Você já esteve:

Descrição: Nem um pouco (1) igual a maioria das pessoas (2),Mais que a maioria das pessoas (3) e Muito mais que a maioria das pessoas (4)		1	2	3	4
1	Esteve muito preocupado com algum aspecto da sua aparência?				
2	Considerou-se mal formado ou deformado de alguma forma (por exemplo, nariz / cabelo / pele / órgãos sexuais / geral construção corporal)?				
3	Considerou seu corpo com mau funcionamento em alguma forma (por exemplo, odor corporal excessivo, flatulência, suor)?				
4	Consultou ou sentiu que precisava consultar um cirurgião plástico / dermatologista / médico sobre estas preocupações?				
5	Foi informado por outros e médicos que você é normal apesar de você acreditar fortemente que algo está errado com sua aparência ou bom funcionamento?				
6	Gastou muito tempo se preocupando com um defeito em sua aparência ou funcionamento corporal?				
7	Gastou muito tempo cobrindo defeitos em sua aparência ou funcionamento corporal?				