

**EXPOSIÇÃO AO CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS DIGITAIS E  
PERTURBAÇÕES DO COMPORTAMENTO ALIMENTAR**

CATARINA JANEIRO BRANCO

Orientador De Dissertação:

PROFESSORA DOUTORA DIANA FRASQUILHO GUERREIRO

Professor de Seminário de Dissertação:

PROFESSORA DOUTORA DIANA FRASQUILHO GUERREIRO

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de:

**MESTRE EM PSICOLOGIA**

Especialidade em Psicologia Clínica

2023

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Professora Doutora Diana Frásquilho, apresentada no ISPA – Instituto Universitário para obtenção de grau de Mestre na especialidade de Psicologia Clínica.

## **Agradecimentos**

Nesta etapa agradeço a quem me formou: ao ISPA e aos meus professores.

Destaco a minha orientadora, Professora Doutora Diana Frasquilho, por todo o apoio e partilha de conhecimento, pela sua gentileza e por sempre acreditar nas capacidades dos seus alunos.

Pelo amor agradeço aos meus pais, às minhas irmãs, ao Marco e ao Guilherme, o suporte que me permitiu tomar decisões; ao Paulo, a tranquilidade imprescindível e à Alda pelo cuidado.

Pelo equilíbrio dos dias, agradeço a todos os meus amigos em especial a Maria Inês, a Rita, o Afonso, a Inês e a Ana Maria.

Pela empatia e trabalho colaborativo, aos meus colegas de estágio.

## Resumo

A literatura tem evidenciado que a exposição a imagens de corpos irrealistas está relacionada a um risco agravado de desenvolver Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2022). Porém, a investigação que relacione Influenciadoras digitais e PCA é insuficiente. O presente estudo teve como objetivo principal compreender se o tempo de exposição aos conteúdos divulgados por Influenciadoras Digitais está relacionado com características de PCA e como esse efeito pode ser mediado pela comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais.

Realizou-se um estudo transversal correlacional, onde participaram 280 jovens portuguesas, com idades entre os 18 e 24 anos, que preencheram o questionário de dados sociodemográfico, o *Eating Disorder Examination-Questionnaire* (EDE-Q) e a Escala de Comparação Social através da Aparência Física (ECSAF).

Os resultados demonstraram que o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, por si só, não apresenta uma relação estatisticamente significativa com as características de PCA e que o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais não estabelece uma relação estatisticamente significativa com a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais. A comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais impacta significativa e negativamente as características de PCA. A comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais apresenta um efeito mediador na relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA.

Os resultados realçam a forma como a exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a propensão para o desenvolvimento de características de PCA estão relacionados, bem como a relevância da comparação social através da aparência física nesta relação.

**Palavras-chave:** Perturbações do Comportamento Alimentar; Influenciadoras Digitais; Redes sociais; Comparação social através da aparência física;

## Abstract

The literature has shown that exposure to unrealistic body images is related to an increased risk of developing Eating Disorders (ED) (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2022). However, there is insufficient research linking digital influencers and eating disorders. The main objective of the present study was to understand whether exposure time to content posted by female digital influencers is related to ED characteristics and how this effect can be mediated by social comparison through physical appearance with female digital influencers.

A correlational study was carried out with 280 young Portuguese women aged between 18 and 24, who completed a sociodemographic questionnaire, the Eating Disorder Examination-Questionnaire (EDE-Q) and the Social Comparison through Physical Appearance Scale (ECSAF).

The results showed that the time of exposure to the content of female digital influencers, on its own, does not present a statistically significant relationship with the characteristics of ED and that the time of exposure to the content of female digital influencers does not establish a statistically significant relationship with social comparison through physical appearance with female digital influencers. Social comparison through physical appearance with Female Digital Influencers has a significant and negative impact on ED characteristics. Social comparison through physical appearance with Female Digital Influencers has a mediating effect on the relationship between exposure time to Female Digital Influencers' content and ED characteristics.

The results highlight how exposure to content from female digital influencers and the propensity to develop ED traits are related, as well as the relevance of social comparison through physical appearance in this relationship.

**Keywords:** *Eating Disorders; Digital Influencers; Social Media; Social comparison through physical appearance.*

## Índice

1. Introdução .....	1
2. Revisão de literatura.....	3
2.1. Meios de comunicação Social e Insatisfação Corporal.....	3
2.2. Influenciadoras Digitais .....	5
2.3. Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) .....	7
2.4. Modelo Tripartido da Influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar .....	11
2.5. Teoria da Comparação Social e Comparação Social através da Aparência Física	11
2.6. O papel mediador da Comparação Social através da Aparência Física.....	12
2.7. Hipóteses e Modelo de Análise.....	13
3. Metodologia.....	15
3.1. Delineamento .....	15
3.2. Instrumentos.....	15
3.3 Procedimento .....	18
3.4 Análise Estatística .....	20
4. Resultados.....	22
4.1. Caraterização da Amostra .....	22
4.2 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e o nível de caraterísticas de PCA reportadas. ....	24
4.3 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a comparação social através da aparência física.....	26
4.4 Relação entre a comparação social através da aparência física e o nível de caraterísticas de PCA reportadas. ....	27
4.5 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, o nível de caraterísticas de PCA reportadas e o papel mediador da comparação social através da aparência física. ....	29
5. Discussão .....	32
5.1. Limitações, Pontos Fortes e Implicações para Futuras Investigações .....	36
6. Conclusão.....	38
7. Referências .....	39
Anexos.....	47

## Lista de tabelas

Tabela 1 Caracterização da Amostra, segundo o indicador escala Global EDE-Q28 (N = 280)	23
Tabela 2 Análise descritiva da Escala Global EDE-Q e ECSAF.....	24
Tabela 3 Regressão linear características de PCA .....	25
Tabela 4 Regressão linear características de PCA, ajustado à Comparação Social através da Aparência Física.....	26
Tabela 5 Regressão Linear do Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais na comparação social através da aparência física .....	27
Tabela 6 Regressão Linear da Comparação Social através da Aparência Física nas Perturbações do Comportamento Alimentar.....	29
Tabela 7 Mediação da Comparação social através da aparência física na relação Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e características de PCA.....	30
Tabela 8 Tabela de Medida de Confiabilidade.....	51
Tabela 9 Teste dos coeficientes de correlação de Spearman .....	52

## Lista de figuras

Figura 1 Modelo da análise .....	14
Figura 2 Modelo de Mediação da Comparação social através da Aparência Física na relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA.....	31

## **Lista de abreviaturas**

PCA = Perturbações do Comportamento Alimentar

EDE = Eating Disorder Examination Interview

EDE-Q = Eating Disorder Examination Questionnaire

EDNOS = Eating Disorder Not Otherwise Specified

DSM-5 = Manual de Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais – 5ª edição

NA = Anorexia Nervosa

BN = Bulimia Nervosa

PIAC = Perturbação de ingestão alimentar compulsiva

PAIOE = Perturbação da alimentação e da ingestão com outra especificação

PAINE = Perturbação da alimentação e da ingestão não especificada

SPSS = IBM Statistical Package for the Social Science

APA = American Psychiatric Association

## 1. Introdução

Tendo em conta o aumento significativo do nível de perturbações mentais nos últimos 15 anos e o aumento da popularidade das redes sociais, estudos questionam de que forma estes aumentos substanciais podem estar correlacionados (Braghieri *et al.*, 2022). Atualmente, as Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) são consideradas a segunda principal causa de mortalidade dentro das doenças mentais (Rando-Cueto *et al.*, 2023).

A literatura tem demonstrado uma associação estatisticamente significativa entre a utilização das redes sociais e o desenvolvimento de perturbações do comportamento alimentar (Padín *et al.*, 2021; Holland & Tiggemann, 2016) e, embora as redes sociais sejam frequentemente associadas à disseminação de imagens de corpos idealizadas, pouco se investigou, até à data, sobre a relação entre a exposição a Influenciadoras Digitais e a imagem corporal (Pedalino & Camerini, 2022). Assim, torna-se fundamental estudar um elemento, atualmente central, das redes sociais: as Influenciadoras Digitais.

As Influenciadoras Digitais apresentam uma aparência física idealizada e, muitas vezes, irrealista. Assim, mulheres expostas à promoção deste conteúdo digital, podem desenvolver insatisfação corporal e outros efeitos negativos, entre os quais o desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019). O presente estudo baseou-se no modelo Tripartido da Influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar (Thompson *et al.*, 1999) que estabelece três principais fontes de influência na insatisfação corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar: os pares, pais e comunicação social, que exercem esta influência através do mecanismo da comparação social através da aparência física e a internalização de magreza.

Assim, o presente estudo propõe compreender o papel do mecanismo de comparação social através da aparência física, considerando o alvo de comparação as Influenciadoras Digitais. Partindo da premissa de que as Influenciadoras Digitais parecem reunir, simultaneamente, aspetos da influência da comunicação social e da influência de pares (Lowe-Calverley & Grieve, 2021) e tendo em conta o papel crucial da comparação social através da aparência física no agravamento do desenvolvimento de PCA (Thompson *et al.*, 1999), é então relevante compreender o impacto que a exposição ao conteúdo das Influenciadoras Digitais pode ter na propensão ao desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar, bem como compreender o papel mediador da comparação social, quando a comparação social à aparência física é feita com Influenciadoras Digitais.

Sendo que a literatura aponta a avaliação da comparação social através da aparência física como um aspeto fulcral para a investigação e prática clínica com doentes com PCA (Ferreira *et al.*, 2011), torna-se clinicamente relevante compreender até que ponto o tempo que estamos expostos ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, pode levar a uma comparação social através da aparência física menos favorável para quem está exposto ao conteúdo das Influenciadoras Digitais e, assim, levar ao agravamento dos níveis de características PCA.

Assim sendo, o principal objetivo do presente estudo é compreender a relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, as características de perturbação do comportamento alimentar e a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais, bem como a significância da associação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais nas características de Perturbações do Comportamento Alimentar e, por fim, compreender o papel mediador da comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais na relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de perturbação do comportamento alimentar, numa amostra de jovens portuguesas.

O presente estudo trata-se de um estudo correlacional que contou com 280 participantes portuguesas do género feminino, com idades compreendidas entre os 18 e 24 anos e que utilizam redes sociais. A recolha de dados foi feita através de um questionário *online* que avalia o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, a comparação social através da aparência física e as características de Perturbação do Comportamento Alimentar.

A dissertação é constituída por uma primeira parte que diz respeito à revisão da literatura, onde se pesquisou e analisou o conhecimento construído sobre o tema, comparando diversos estudos e respetivos resultados. A segunda parte apresenta a metodologia, onde se descreveu os instrumentos utilizados, o procedimento de recolha de dados e a análise estatística; a quarta secção apresenta os resultados da análise descritiva e inferencial e o teste de hipóteses; a quinta secção refere-se à discussão, onde se apresentou e se refletiu sobre os principais resultados; por último, apresenta-se a conclusão, onde se descrevem as principais ideias a reter dos resultados da investigação.

## 2. Revisão de literatura

### 2.1. Meios de comunicação Social e Insatisfação Corporal

Socialmente, as mulheres tendem a ser, desde cedo, influenciadas a priorizar a aparência física. São condicionadas por padrões de referência, o que leva à priorização da aparência física e à ideia de que devem corresponder a um ideal de beleza (Lowe-Calverley & Grieve, 2021). A internalização de ideais socioculturais de beleza acontece quando um indivíduo se compara cognitivamente com ideais de atratividade socialmente definidos (Gahler *et al.*, 2023). A nossa imagem corporal resulta da percepção, dos pensamentos e das emoções relativamente ao próprio corpo, sendo resultado de construções sociais, culturais e normas de uma sociedade. Deste processo resultam concepções com base em ideais corporais, substancialmente transmitidos através da família, dos pares e dos meios de comunicação social (Jiotsa *et al.*, 2021).

Nos últimos trinta anos tem-se assistido a uma promoção de ideais de beleza pelos meios de comunicação social tradicionais (e.g., televisão, revistas), criando e promovendo padrões de beleza inatingíveis, entre os quais um ideal de magreza (Jiotsa *et al.*, 2021), onde as mulheres são muitas vezes apresentadas como atraentes e com corpos perfeitos, o que pode gerar preocupações com a imagem corporal nas pessoas que visualizam estes conteúdos (Pedalino & Camerini, 2022). De facto, o mecanismo de transmissão mais proeminente, impactante e, por vezes, até agressivo, destes padrões de beleza associados à magreza é feita através dos meios de comunicação social, através da promoção de uma imagem corporal que, muitas vezes, não está de acordo com a realidade (Gonçalves *et al.*, 2011). A literatura tem vindo a demonstrar que tal fenómeno pode ter um impacto negativo na imagem corporal, aumentando a insatisfação corporal e, conseqüentemente, gerar sintomas de Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) (Baker *et al.*, 2019; Rodgers, 2016). A insatisfação corporal pode ser descrita como uma atitude negativa em relação à própria aparência física que tem origem numa percepção de uma inconsistência entre o corpo real e o corpo considerado ideal (Heider *et al.*, 2018). Atualmente, para além de ter apenas em conta os meios de comunicação tradicionais mencionados, deve também ter-se em consideração as redes sociais (Pedalino & Camerini, 2022).

A popularidade das redes sociais (e.g., *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube*) e o seu número de utilizadores aumentou significativamente nos últimos anos, especialmente entre os jovens e jovens adultos. Atualmente, cerca de 4,65 mil milhões de pessoas no mundo são

utilizadores de redes sociais, representando 58.7% da população da mundial, com um tempo médio de utilização de duas horas e meia, por dia (Corte-real *et al.*, 2022). Dados demonstram que 90% dos jovens com idades compreendidas entre os 16 e os 24 anos no Reino Unido e 90% nos Estados Unidos utilizam redes sociais (Fardouly *et al.*, 2015). Em 2021, em Portugal, 7,8 milhões de portugueses eram utilizadores de redes sociais, representando 76,6% da população portuguesa, sendo que entre 2020 e 2021 se verificou um aumento de 11% dos utilizadores (Campos, 2022).

Nos últimos 15 anos, têm-se verificado aumentos significativos ao nível das perturbações mentais, especialmente nos jovens e, desde que as redes sociais começaram a ganhar popularidade nas últimas duas décadas, a saúde mental dos jovens adultos nos Estados Unidos da América agravou-se (Braghieri, Levy & Makarin, 2022). As PCA são consideradas a segunda principal causa de mortalidade dentro das doenças mentais, a seguir à dependência do ópio (Rando-Cueto *et al.*, 2023). Sendo os utilizadores mais ativos das redes sociais, a literatura tem vindo a questionar de que forma este aumento substancial tanto da utilização das redes sociais, como das perturbações mentais, possam estar correlacionados (Braghieri *et al.*, 2022), fazendo desta população a mais suscetível a desenvolver problemas ao nível da saúde mental (Bashir & Bhat, 2017). A utilização das redes sociais tem crescido acentuadamente na última década (Jiotsa *et al.*, 2021) e são mais utilizadas do que qualquer outro meio de comunicação (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019). Por isso, surge a preocupação e a necessidade de estudar os possíveis efeitos adversos desta utilização (Berryman, 2018).

Até à atualidade, os estudos existentes têm-se focado na relação entre as redes sociais e a imagem corporal, estando esta relação bem estabelecida na literatura (Harriger *et al.*, 2022). A literatura aponta para consequências negativas da utilização excessiva das redes sociais ao nível da imagem corporal, Perturbações do Comportamento Alimentar, ansiedade, stresse, dificuldades em dormir, depressão, solidão e desempenho académico (Corte-real *et al.*, 2022; Bashir & Bhat, 2017). Muitos jovens expostos a conteúdos das redes sociais sentem sentimentos de angústia e insatisfação corporal, sentindo-se pressionados para atingir um ideal de perfeição nas redes sociais, especialmente confrontados com imagens de corpos magros (Pedalino & Camerini, 2022). A utilização da *Internet* e, em particular, o uso das redes sociais, quando centradas na aparência física, está associada a uma maior intensificação de preocupações alimentares (Rogers, 2015). Segundo Padín *et al.*, (2021), a utilização das redes sociais e o tempo de utilização das redes sociais está significativamente relacionado a um possível desenvolvimento e/ou perpetuação de Perturbações do Comportamento Alimentar. A utilização

de redes sociais ou a exposição a conteúdos relacionados com a imagem, parece ter um impacto negativo na imagem corporal e nas opções alimentares de jovens adultos (Rounsefell, 2020). A rede social *Instagram* tem sido particularmente alvo de controvérsia no que a isto diz respeito, tendo sido demonstrado que o *Instagram* afeta negativamente a imagem corporal e a autoestima de adolescentes do sexo feminino (Romo, 2021), estando a sua utilização (e.g., tempo, tipo de conteúdo e o tipo de envolvimento) associada à internalização de ideais socioculturais de aparência (Verrastro *et al.*, 2020).

Atualmente, as redes sociais fundem dois tipos de agentes, uma vez que permitem que pares se apresentem no papel de celebridades influentes (Pedalino & Camerini, 2022). É o caso dos Influenciadoras Digitais, que parecem combinar aspetos tanto dos meios de comunicação social, como da influência dos pares, ao partilharem conteúdos que demonstram um equilíbrio entre uma vida com um quotidiano típico (e.g., tarefas domésticas ou maternidade), com um alcance nas redes sociais semelhante a celebridades (Lowe-Calverley & Grieve, 2021).

Embora as redes sociais sejam frequentemente associadas à propagação de imagens de corpos idealizadas, pouco se investigou, até à data, sobre a relação entre a exposição a Influenciadoras Digitais mulheres e a imagem corporal (Pedalino & Camerini, 2022). O primeiro estudo sobre o tema foi realizado por Brown & Tiggemann (2016) e demonstrou que a exposição a imagens de celebridades do Instagram aumenta o humor negativo e insatisfação corporal, não apresentando diferenças significativas em comparação com a de pares. Lowe-Calverley & Grieve (2021) demonstrou que as imagens idealizadas de Influenciadoras Digitais resultaram numa maior insatisfação corporal, independentemente da popularidade dos mesmos. Além disso, imagens idealizadas podem influenciar diretamente a autoestima das mulheres, uma vez que estas imagens levam a expectativas e desejos em jovens contrastantes com as suas perceções reais de imagens corporais e, assim, poderá levar a sentimentos negativos em relação ao seu próprio corpo (Hu, 2018).

## **2.2. Influenciadoras Digitais**

São várias as opiniões sobre Influenciadoras Digitais, aquilo que é a sua função e a influência que exercem nos seus seguidores. São utilizadoras normais da *internet*, mas com um grande número de seguidores, com quem partilham o seu dia-a-dia e estilo de vida através das redes sociais (Cardoso & Alturas, 2019), podendo ser definidas como utilizadoras que possuem uma posição social elevada e têm capacidade de afetar crenças e decisões de compra sobre as pessoas que as seguem (Harriger *et al.*, 2022). Nesta partilha, expõem as suas opiniões e

influenciam a opinião dos seus seguidores, estas que muitas das vezes integram publicidade. São consideradas líderes na opinião digital, sendo que os seus seguidores confiam mais nas suas opiniões, que utilizam os produtos, do que nas publicidades tradicionais (Cardoso & Alturas, 2019). A utilização ativa e regular das redes sociais tornou-as fontes de informação indispensáveis e, por conseguinte, plataformas atrativas para atividades promocionais, tendo ganho um forte reconhecimento na área do marketing. Cada vez mais, as empresas recorrem a Influenciadoras Digitais para promover os seus produtos (Dwivedi *et al.*, 2015; Jiménez-Castillo *et al.*, 2019).

Para além de alcançarem um grande público, as Influenciadoras Digitais têm uma capacidade de influenciar as atitudes, opiniões e comportamentos dos seus seguidores. Estes assumem o papel de consumidores, procurando a opinião dos Influenciadoras Digitais para conseguir informações e conselhos sobre produtos ou serviços. Dessa forma, as marcas são atraídas por Influenciadoras Digitais para promover os seus produtos e desempenharem aquilo que melhor fazem: influenciar quem as segue (Santos, 2018). Influenciam os indivíduos através de atributos como a confiança, a empatia, profissionalismo, direcionando o seu conteúdo para um público-alvo, sem que percebam o seu intuito comercial (Cardoso & Alturas, 2019). Isto torna-se importante na medida que os utilizadores das redes sociais, especialmente os jovens, podem ter uma menor propensão a atribuir intenções persuasivas a estes conteúdos (Rodgers, 2016).

Geralmente, apresentam, uma aparência física idealizada, seguindo normas convencionais (ocidentais) de beleza feminina: são jovens, femininas e elegantes (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019). Este ideal de aparência física não apenas influencia a forma como as pessoas se veem, mas também como se valorizam. Mulheres expostas à promoção deste conteúdo digital, muitas vezes irrealista, podem desenvolver insatisfação corporal e outros efeitos negativos, entre os quais o desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2022). Muitas destas Influenciadoras Digitais apresentam, nas suas redes sociais, corpos altamente editados, com imagens idealizadas e irrealistas, frequentemente editadas em programas informáticos que contribuem para a propagação de padrões de beleza que não correspondem à realidade (Harriger *et al.*, 2022), que contribuem para sentimentos de inadequação, através de comparações sociais ascendentes (Pedalino & Camerini, 2022), uma vez que os utilizadores que são expostos a essas imagens não reconhecem que as fotos foram editadas (Harriger *et al.*, 2022).

Indivíduos que seguem contas de *Instagram* cujos conteúdos se foquem na aparência física tendem a internalizar um ideal de magreza, a desenvolver um maior controlo sobre o seu corpo e a desejar atingir uma silhueta magra, enquanto não foi observada qualquer associação entre seguir contas que não têm como foco principal a aparência física e os resultados relacionados com a imagem corporal (Cohen *et al.*, 2017),

A insatisfação corporal aumenta a probabilidade do desenvolvimento de sintomas de Perturbações do Comportamento Alimentar, tais como restrição alimentar, compulsão alimentar, jejum, contagem de calorias e comportamentos de purgação (Rounsefell *et al.*, 2020).

### **2.3. Perturbações do Comportamento Alimentar**

Os problemas de saúde mental têm aumentado na última década, especialmente entre os jovens (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019). Entre os mais comuns estão as Perturbações do Comportamento Alimentar, que têm aumentado rapidamente num curto espaço de tempo (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019), tendo aumentado drasticamente nas últimas duas décadas (Fatima & Ahmad, 2018), especialmente entre mulheres jovens (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019), sendo as jovens do género feminino com idades entre os 15 e os 24 anos o grupo mais vulnerável ao seu desenvolvimento (Fatima & Ahmad, 2018). Com este aumento, também a investigação e compreensão das PCA tem vindo a progredir significativamente nas últimas duas décadas, sendo que grande parte da investigação provém de amostras que estudam exclusivamente amostras femininas e de países ocidentais (Hay *et al.*, 2023).

Em Portugal, um estudo que analisou os dados de hospitalizações entre 2000 e 2014 por PCA, demonstrou que ocorreram 4,485 hospitalizações devido a PCA, sendo a Anorexia Nervosa (AN) a mais frequente. Além disso, as hospitalizações devido a tentativas de suicídio reportadas no estudo mais frequentes foram em pacientes com Bulimia Nervosa (10,1% dos internamentos por Bulimia Nervosa) ou por Anorexia Nervosa (5,2% das hospitalizações por Anorexia Nervosa) (Cruz *et al.*, 2018).

Assim, representam um problema de saúde pública, afetando milhões de pessoas em todo o mundo (Ramalho, 2022), uma vez que, atualmente, as Perturbações do Comportamento Alimentar são consideradas a segunda principal causa de mortalidade dentro das doenças mentais, a seguir à dependência do ópio (Rando-Cueto *et al.*, 2023), comprometendo o funcionamento normal nas áreas de vida dos indivíduos, tais como na área das relações interpessoais, profissional, familiar (Vaz *et al.*, 2020)

As Perturbações do Comportamento Alimentar estão associadas a diversos fatores psicológicos, tanto individuais, relacionais como socioculturais (Erriu, 2020), sendo que ser jovem e do género feminino é considerado o maior fator de risco (Dowds, 2010).

Um estudo que contou com a participação de adolescentes em escolas da cidade do Porto, em Portugal, concluiu que a educação dos pais afetou positiva e significativamente nas pontuações de desejo de magreza e insatisfação corporal em adolescentes do sexo feminino. Além disso, demonstrou um efeito significativo do sexo na relação entre o estatuto socioeconómico e a sintomatologia de PCA, concluindo que adolescentes do sexo feminino que apresentavam um estatuto socioeconómico mais elevado, apresentavam níveis mais elevados de sintomatologia de PCA (Costa *et al.*, 2008). A literatura demonstra que a preocupação familiar com o peso e a forma corporal pode ser um contributo para PCA (Costa *et al.*, 2008). A família parece representar um fator significativo no que diz respeito ao desenvolvimento e manutenção das PCA, especialmente quando as relações afetivas entre os membros familiares são positivas, sendo considerado um aspeto central no bem-estar dos indivíduos com PCA (Erriu, 2020).

O estudo português de Gonçalves *et al.* (2011) sintetizou fatores socioculturais na etiologia das PCA propostos no estudo de DiNicola (1990), demonstrando que as PCA ocorrem, mais frequentemente, em mulheres jovens e não se distribuem de igual modo em todas as culturas e ao longo do tempo; são mais predominantes em sociedades ocidentais e industrializadas, onde se promove uma valorização da magreza que é considerado aspeto central nestas perturbações. Além disso, existe um maior predomínio das PCA em algumas etnias, como é o caso das mulheres caucasianas e há uma maior prevalência nas classes média e alta. Também parece haver profissões e atividades específicas onde são especialmente prevalentes. O autor conclui que parece não existir nenhum fator biológico que possa ser identificado como causa principal para as PCA (DiNicola, 1990, citado por Gonçalves *et al.*, 2011).

Segundo a 5ª edição do Manual Diagnóstico e Estatístico das Perturbações Mentais (DSM-5) (American Psychiatric Association, 2013), as Perturbações do Comportamento Alimentar são descritas como sendo perturbações na alimentação ou no comportamento alimentar que gera alterações no consumo ou na absorção dos alimentos, comprometendo a saúde física ou o funcionamento psicossocial (APA, 2013; Ramalho, 2022). Os sintomas relatados por indivíduos com PCA são semelhantes aos sintomas relatados por indivíduos com Perturbações por uso de substâncias. No DSM-5 são definidos os critérios de avaliação diagnóstica dos diferentes tipos de perturbações do comportamento alimentar: “a anorexia

nervosa, a bulimia nervosa, a perturbação da ingestão alimentar compulsiva, a pica, a perturbação alimentar restritiva/evitante e perturbação da ruminação” (Alves, 2021, p. 1). No presente estudo, vamos focar-nos apenas na Anorexia nervosa (AN), Bulimia nervosa (BN), Perturbação de ingestão alimentar compulsiva (PIAC), Perturbação da alimentação e da ingestão com outra especificação (PAIOE) e a Perturbação da alimentação e da ingestão não especificada (PAINE), sendo que são as amostras clínicas abrangidas pela medida EDE-Q28.

Na revisão de 2013 do DSM-5 (APA, 2013), foi formalmente reconhecida e introduzida a categoria Perturbação de ingestão alimentar compulsiva (PIAC), sendo que anteriormente era considerada uma categoria de Perturbação da alimentação e da ingestão não especificada (PAINE). Assim, foi removida da categoria de PAINE e, atualmente, considera-se a PIAC como uma PCA com especificidades e características psicológicas e clínicas próprias (Ribeiro *et al.*, 2014).

Com base no DSM-5, sabemos que a prevalência de 12 meses de AN entre jovens do género feminino anda em torno de 0,4% e que pouco se conhece sobre a prevalência no sexo masculino. A prevalência de 12 meses de Bulimia Nervosa entre jovens mulheres ronda entre 1% a 1,5% e é mais comum entre adultos. Também na BN pouco se conhece a respeito da prevalência no sexo masculino. A prevalência de 12 meses de PIAC em indivíduos na fase adulta do sexo masculino e feminino norte-americanos com mais de 18 anos é de 1,6 e 0,8%, respetivamente (APA, 2013). Segundo um estudo português de Machado *et al.* (2007), que analisou a prevalência de PCA em Portugal numa amostra de jovens portuguesas do sexo feminino, a prevalência de PCA foi de 3.06%, sendo que a prevalência de Anorexia Nervosa foi de 0.39% , de 0.30% para Bulimia Nervosa e 2.37% para PAINE (Machado *et al.*, 2007).

O diagnóstico de AN cumpre três critérios de diagnóstico: 1) restrição calórica significativamente menor do que a necessidade da pessoa, resultando num peso abaixo do mínimo saudável para as características da pessoa (Cristino, 2018; APA, 2013); 2) apreensão em relação ao ganho de peso ou em relação a engordar, associada a ações que afetam esse aumento de peso, tais como a restrição alimentícia, exercício física excessiva e o vómito autoinduzido e uso excessivo de laxantes (APA, 2013; Cristino, 2018); 3) uma perturbação na forma como se percebe o seu próprio peso ou a sua forma corporal (APA, 2013; Cristino, 2018), atribuindo ao seu peso e a forma uma importância excessiva, resistindo em reconhecer a seriedade do seu baixo peso (APA, 2013; Cristino, 2018).

Relativamente ao diagnóstico de BN, cumpre três aspetos essenciais de diagnóstico: a) episódios recorrentes de ingestão alimentar compulsiva; b) comportamentos compensatórios desadequados (e.g., indução do vômito; utilização excessiva e indevida de laxantes, diuréticos ou outros medicamentos; jejum ou exercício físico excessivo) tendo como objetivo impedir o aumento de peso; c) auto avaliação inadequadamente influenciada pelo peso e da forma e d) os episódios de compulsão alimentar e os comportamentos compensatórios devem acontecer, em média, pelo menos uma vez por uma semana, durante três meses (APA, 2013; Rola, 2015).

A PIAC pode ser caracterizada pela a) episódios recorrentes de compulsão alimentar (uma quantidade, no espaço temporal de duas horas, de um montante de comida significativamente superior ao que a maioria das pessoas comeria no mesmo espaço de tempo em condições semelhantes); b) estes episódios devem estar associados a pelo menos três dos aspetos 1) comer com uma maior rapidez comparativamente à norma 2) até se sentir desconfortável por ter comido em excesso, 3) ingerir comida em abundância, mesmo sem fome, 4) isolar-se quando come por sentir vergonha, 5) sentir sentimentos depressivos e de culpa depois dos episódios de ingestão compulsiva; c) Sentimento de sofrimento após os episódios de ingestão compulsiva; d) a frequência destes episódios, em média, pelo menos uma vez por semana num período de 3 meses; e) no diagnóstico de PIAC não se verifica a presença de comportamentos compensatórios como na Bulimia Nervosa (Rola, 2015; APA, 2013).

A categoria de PAIOE aplica-se quando o indivíduo apresenta sintomas característicos de perturbações do comportamento alimentar quando geram sofrimento psíquico clinicamente significativo ou dano no funcionamento normal do indivíduo, mas não preenche os critérios de avaliação diagnóstica de nenhuma PCA (e.g., bulimia nervosa de pouco ocorrentes e/ou breves; anorexia nervosa atípica, perturbação purgativa e síndrome de ingestão noturna, perturbação de ingestão alimentar compulsiva pouco ocorrentes e/ou breves;) (APA, 2013; Ramalho, 2022).

Já no que diz respeito à categoria de PAINE, pode ser aplicado em situações em que existe a presença de sintomas característicos de PCA que provocam sofrimento psíquico clinicamente significativo ou dano no funcionamento normal do indivíduo, mas não são preenchidos os indicadores de avaliação diagnóstica de PCA e aplica-se quando o clínico toma a opção de não detalhar o motivo pela qual os critérios para diagnóstico de PCA não se verificam, incluindo situações em que não existem informações necessárias para a realização de um diagnóstico mais específico (e.g., em contextos de serviços de urgência) (APA, 2013; Ramalho, 2022).

## **2.4. Modelo Tripartido da Influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar**

O modelo Tripartido da influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar foi desenvolvido por Thompson *et al.* (1999). Trata-se de uma teoria sociocultural e descreve três principais fontes de influência, que transmitem padrões de beleza social e culturalmente: os pares, pais e comunicação social, que afetam a imagem corporal e as PCA através de um par de mecanismos principais – a comparação social da aparência física e a internalização de um ideal de magreza (Thompson *et al.*, 1999). Segundo a Teoria, os meios de comunicação social, os pares e os pais são fortes transmissores de mensagens sobre a relevância da aparência física e são responsáveis por exercerem pressão para a conformação com ideais de aparência física gerando uma internalização destas mensagens e, por conseguinte, a uma adoção dos respectivos de padrões sociais de beleza. (Rodgers, 2016). Este processo resulta numa discrepância entre o corpo real e o corpo que é tido como ideal, gerando, frequentemente, insatisfação corporal, seguida de PCA, na tentativa de aproximar o próprio corpo ao modelo de corpo que têm como o ideal. (Rodgers, 2016). Assim, a comparação social da aparência física é um mecanismo que pode conduzir ao desenvolvimento e manutenção de PCA (Thompson *et al.*, 1999), quando as comparações escolhidas se tornam desfavoráveis (Rodgers, 2016), sendo a comparação social através da aparência física uma via crucial no Modelo Tripartido da Influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar (Gahler, 2023).

## **2.5. Teoria da Comparação Social e Comparação Social através da Aparência Física**

Foi Festinger (1954) o primeiro autor a usar o termo comparação social, através da Teoria da Comparação Social (Ferreira *et al.*, 2011). Esta determina que os indivíduos tendem a comparar-se com os outros para se avaliarem a si próprios. Podem ser feitas de forma ascendente ou descendente. Quando feita de modo ascendente, os indivíduos escolhem objetos de comparação que consideram superiores a si, ou seja, numa posição mais favorável que a sua. Na comparação descendente, o objeto de comparação é considerado numa posição inferior. Apesar desta comparação ter uma função adaptativa de autoaperfeiçoamento, pode gerar nos indivíduos emoções negativas (Ferreira *et al.*, 2011).

Atualmente, as elevadas taxas de insatisfação corporal e PCA reportadas por muitas mulheres nas sociedades ocidentais parece estar atribuído à exposição ao conteúdo dos meios

de comunicação (Tiggemann, & Polivy, 2010). As imagens de corpos magros e esbeltos nos meios de comunicação resultam numa comparação social ascendente entre o corpo real da mulher que se compara ao corpo idealizado, que está em falta, gerando insatisfação corporal (Tiggemann, & Polivy, 2010).

Quando a própria aparência física não corresponde aos ideais que são internalizados, gera-se insatisfação corporal, através de uma comparação social através da aparência física com indivíduos que consideram mais atraentes do que eles próprios (Holland & Tiggemann, 2016; Pedalino & Camerini, 2022; De Vries, & Vossen 2019), podendo esta levar ao desenvolvimento e manutenção de PCA (Heider *et al.* 2018).

## **2.6. O papel mediador da Comparação Social através da Aparência Física**

Existem dados que referem existir uma associação significativa entre a frequência da comparação da aparência física com a das pessoas que seguimos nas redes sociais, a insatisfação corporal e o impulso para a magreza (Jiotsa *et al.*, 2021). O uso do *Instagram* está significativamente relacionado a níveis mais baixos de satisfação corporal. Além disso, esse efeito parece ser totalmente mediado pela comparação social que ocorre com os Influenciadoras Digitais das redes sociais e não com pares ou conhecidos distantes (Pedalino & Camerini, 2022).

Mulheres que costumam comparar, com mais frequência, a sua aparência com a de outras, são mais afetadas negativamente pela exposição aos meios de comunicação social, comparativamente com mulheres que não comparam a sua aparência física tão frequentemente (Fardouly *et al.*, 2015). Indivíduos que comparam a sua aparência física com pessoas que consideram mais atraentes do que eles próprios (comparações ascendentes), sejam eles pares ou celebridades, parecem ter um impulso para se avaliarem a si mesmas em comparação com estas referências ascendentes e têm uma maior probabilidade de se sentirem insatisfeitos com a sua imagem corporal e, com isto, uma maior probabilidade de vir a desenvolver PCA. Assim, envolver-se em comparações sociais com pares ou celebridades que seguem nas redes sociais, pode ser considerado um fator mediador no desenvolvimento da insatisfação com a imagem corporal, uma vez que a insatisfação corporal pode ser caracterizada por uma inconsistência entre o corpo real e o corpo que é considerado o ideal (Rounsefell *et al.*, 2020; Pedalino & Camerini, 2022). Se a exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais pode gerar sentimentos de inadequação, através de comparações sociais ascendentes (Pedalino & Camerini, 2022), torna-se relevante compreender mais aprofundadamente a relação entre

Influenciadoras Digitais e a comparação social através da aparência física. Além disso, a influência da exposição a imagens de Influenciadoras Digitais do *Instagram* na insatisfação corporal não apresenta diferenças significativas em comparação com a influência da comparação com pares, equiparando a influência de Influenciadoras Digitais à influência dos pares (Cohen *et al.*, 2017). Sendo os pares uma das principais fontes de influência nas PCA, torna-se relevante compreender o impacto que a exposição ao conteúdo das Influenciadoras Digitais pode ter na propensão ao desenvolvimento de PCA, feita através do mecanismo da comparação social da aparência física com Influenciadoras Digitais.

A literatura tem evidenciado que a exposição a imagens de corpos editados, irrealistas e idealizados está relacionada a um risco agravado de desenvolver PCA (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger, 2022). Porém, a investigação que relacione Influenciadoras digitais e PCA é, ainda, insuficiente. Portanto, existe ainda uma lacuna na literatura relativamente ao estudo da relação entre a exposição ao conteúdo de Influenciadores Digitais e o desenvolvimento destas perturbações, nomeadamente o papel da comparação social através da aparência física no agravamento do desenvolvimento das PCA.

Assim, com base no modelo Tripartido da influência Social na insatisfação corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar (Thompson *et al.*, 1999), compreendendo que as Influenciadoras digitais parecem combinar aspetos tanto da comunicação social, como da influência de pares (Lowe-Calverley & Grieve, 2021) e sabendo o papel fulcral da comparação social através da aparência física no agravamento do desenvolvimento de Perturbações do Comportamento alimentar (Thompson *et al.*, 1999), torna-se importante compreender o papel mediador da comparação social da aparência física quando o alvo de comparação social a aparência física são Influenciadoras Digitais.

## **2.7. Hipóteses e Modelo de Análise**

O presente estudo tem como objetivo de compreender a relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, o nível de características de Perturbação do Comportamento Alimentar reportadas e a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais; a significância da associação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais na frequência de características de Perturbações do Comportamento Alimentar (PCA) e, por fim, compreender o papel mediador da comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais, numa amostra de jovens portuguesas. Assim, propõem-se para análise as seguintes hipóteses, conforme ilustrado na Figura 1:

*Hipótese 1:* Quanto maior o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, mais características de Perturbações do Comportamento Alimentar são reportadas.

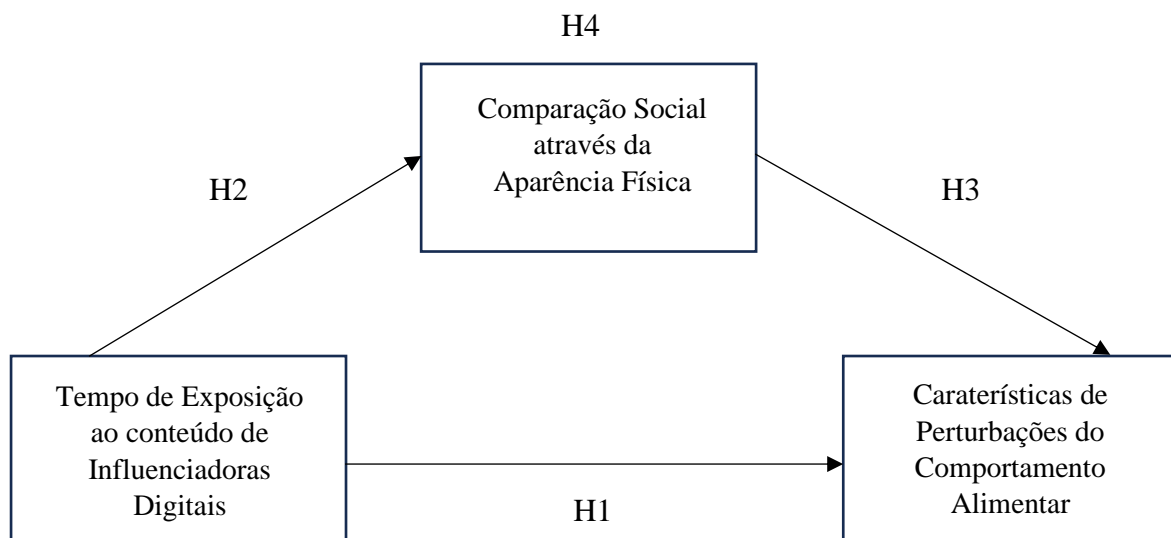
*Hipótese 2:* Quanto maior o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, menos favorável será a comparação social através da aparência física.

*Hipótese 3:* Quanto menos favorável for a comparação social através da aparência física, mais características de Perturbações do Comportamento Alimentar são reportadas.

*Hipótese 4:* A comparação social através da aparência física tem um efeito mediador entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de Perturbações do Comportamento Alimentar.

**Figura 1**

*Modelo da análise*



### **3. Metodologia**

#### **3.1. Delineamento**

O presente estudo é um estudo transversal, correlacional quantitativo. Portanto, o que se pretendeu foi compreender e testar se as variáveis em estudo covariavam, ou seja, se se correlacionavam ou foram associadas. Sendo um estudo transversal, a recolha de dados foi realizada no mesmo espaço de tempo. Não existiu manipulação das variáveis e não se pretendeu chegar a uma ligação de causa e efeito, mas sim a uma pontuação que represente a força da correlação entre as variáveis em estudo (Coutinho, 2008). As variáveis sociodemográficas em estudo são a idade, o género, nacionalidade, estado civil, distrito de residência, a ocupação profissional, estatuto social subjetivo e habilitações literárias concluídas. Além destas, são analisadas as variáveis tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, características de Perturbações do Comportamento Alimentar e comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais. Trata-se de um método dedutivo, sendo que partiu de hipóteses, apoiadas na literatura existente (Coutinho, 2008).

#### **3.2. Instrumentos**

##### **3.2.1. Questionário Sociodemográfico**

Foi ainda solicitado às participantes o preenchimento do questionário sociodemográfico de modo a obter as características sociodemográficas da amostra em estudo, tais como a idade, género, nacionalidade, distrito de residência, estado civil, estatuto social subjetivo, ocupação profissional e habilitações literárias concluídas. Também nesta secção procurou-se obter a informação sobre a utilização de redes sociais dos participantes e o tempo, em média, por dia, de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais (Anexo A).

##### **3.2.2. *Eating Disorder Examination-Questionnaire* (EDE-Q; Machado *et al.*, 2014)**

O EDE-Q (Machado *et al.*, 2014) é uma medida feita através do autorrelato adaptada para a língua portuguesa por Machado *et al.* (2014) do *Eating Disorder Examination-Questionnaire* desenvolvido por Fairburn & Beglin (1994) e surge de uma adaptação da entrevista Eating Disorder Examination (EDE; Fairburn & Cooper, 1993). Optou-se pela medida EDE-Q por servir o formato de questionário online e exigir menos tempo de administração, comparativamente à entrevista EDE (Kalarchian *et al.*, 2000).

A medida é composta por 28 itens de escolha forçada que são avaliados através de uma escala de *Likert* de sete pontos que varia de 0 (“Nenhum dia”) a 6 (“Todos os dias”) em relação à alimentação (Correia, 2021; Machado *et al.*, 2014), respeitante aos 28 dias que antecedem o preenchimento do questionário, indicando o número de dias em que um comportamento específico, particular atitude ou sentimento ocorreu e visa avaliar comportamentos e aspetos clínicos de indivíduos perante perturbações do comportamento (Rola, 2016; Machado *et al.*, 2014). Os resultados podem ser divididos por 4 subescalas: 1) Restrição alimentar, 2) Preocupação com a Comida, 3) Preocupação com a forma e 4) Preocupação com o Peso, que comportam as respostas a 22 itens e pretendem avaliar a psicopatologia do comportamento alimentar (Correia, 2021; Machado *et al.*, 2014). O inventário conta ainda com 6 itens que medem a ocorrência e frequência dos principais comportamentos alimentares disfuncionais. Pontuações mais elevadas em cada uma das escalas, significam uma maior propensão a desenvolver PCA. Relativamente à versão adaptada à população portuguesa, o EDE-Q apresentou boas características psicométricas, com uma excelente consistência interna ( $\alpha = .97$ ) para a escala global, e bons valores de consistência interna para as subescalas Restrição Alimentar ( $\alpha = .92$ ), Preocupação com a Comida ( $\alpha = .90$ ), Preocupação com a Forma ( $\alpha = .93$ ) e para a subescala Preocupação com o Peso ( $\alpha = .84$ ), numa amostra comunitária (Correia, 2021; Machado *et al.*, 2014).

A subescala Restrição Alimentar está organizada em 5 itens que dizem respeito a regras alimentares e tentativas de evitar comer (Correia, 2021) (itens 1, 2, 3, 4 e 5); a subescala Preocupação com a Comida divide-se em 5 itens que têm como função avaliar o medo de sentir descontrolo com a comida, isolar-se para comer e o nível de culpabilidade por comer (Correia, 2021) (itens 7, 9, 19, 20 e 21); a subescala Preocupação com a Forma é formada por 8 itens respeitantes ao medo face à possibilidade de engordar e insatisfação corporal, dentre outros aspetos (Correia, 2021) (itens 6, 8, 10, 11, 23, 16, 17 e 28); já a subescala Preocupação com o Peso com 5 itens permite avaliar a importância e a sensibilidade ao aumento de peso (Correia, 2021) (itens 8, 12, 22, 24 e 25). É atribuído, a cada subescala, um total e é através do resultado das somas dos 4 totais que se obtém um total global da medida. Deste modo, um score/pontuação superior indica-nos mais características correlacionadas com a PCA (Correia, 2021), sendo que um valor de resposta e/ou coeficiente que seja acima de 4 é tido como clinicamente significativo (Rola, 2016; Machado *et al.*, 2014).

Na seleção da presença de indicadores de PCA, seguiu-se a metodologia utilizado no estudo de Machado *et al.*, (2007), sendo que se consideram clinicamente significativos valores

que cumpram um dos seguintes critérios: 1) IMC < 17,5; 2) pontuações que excedam o valor de 4 em pelo menos uma das subescalas do EDE-Q; 3) uma pontuação total no EDE-Q superiores a 4; ou 4) o registo de comportamentos alimentares disfuncionais (episódios de ingestão alimentar compulsiva e métodos desadequados com intuito de controlar o peso) (Rola, 2016; Machado *et al.*, 2007). Na presente investigação, foi avaliada a confiabilidade para a Escala Global (Anexo B), que apresentou níveis de confiabilidade de  $\alpha = ,961$ .

### **3.2.3. Escala de Comparação Social através da Aparência Física (ECSAF; Ferreira *et al.*, 2011)**

A ECSAF (Ferreira *et al.*, 2011) tem como base a escala original de Allan & Gillbert (1995). A medida visa a avaliação da percepção de atratividade, de hierarquia social e de ajustamento ao grupo, consoante a percepção que os indivíduos têm da sua aparência física, medindo de que modo se comparam com os outros a este nível (Ferreira *et al.*, 2011).

É composta por duas partes, cada uma constituída por 12 itens. A primeira parte diz respeito à comparação da aparência física com amigas, colegas ou raparigas conhecidas, enquanto a segunda visa uma comparação com modelos, atrizes ou artistas de televisão. Os itens estão dispostos por uma escala de *Likert* cotada de 1 a 10 pontos, sendo que cada extremo corresponde a construtos opostos (e.g., inferior/superior, desvalorizada/valorizada). A escala apresenta uma consistência interna excelente tanto para a escala total versão A: pares ( $\alpha = .94$ ) e para a escala total versão B: Modelos ( $\alpha = .95$ ) (Ferreira *et al.*, 2011).

Na realização do presente estudo, foi alterado o alvo de comparação de modelos, atrizes ou artistas de televisão para Influenciadoras Digitais. Para isto, foram solicitadas as devidas alterações e foi concedida a autorização das mesmas, tendo em conta o não comprometimento das propriedades psicométricas da medida.

Avaliou-se a confiabilidade para a escala total versão A: pares e para a escala Total versão B: Influenciadoras Digitais (Ferreira *et al.*, 2011). Ambas as escalas demonstram níveis de fiabilidade elevados, sendo que a versão A: pares apresenta um nível de confiabilidade de  $\alpha = ,871$  e a versão B: Influenciadoras Digitais demonstra um nível de confiabilidade de  $\alpha = ,949$  (Anexo B). No presente estudo, apenas foi usada a Versão B: Influenciadoras Digitais, uma vez que se pretende compreender apenas a comparação social através da aparência física com Influencers Digitais.

### **3.2.4. Tempo de visualização do conteúdo de Influenciadoras Digitais**

A recolha de informação relativamente ao tempo de visualização do conteúdo de Influenciadoras Digitais foi feita na secção do questionário sociodemográfico. Optou-se por uma medida que avalia a utilização de redes sociais, e-mails, chats online, jogos online e exposição a vídeos, utilizada no estudo de Tamura *et al.* (2017). A medida divide-se por cinco categorias de tempo: 1) 0 minutos, 2) menos de 30 minutos, 3) 30-60 minutos, 4) 60-120 minutos e 5) mais de 120 minutos.

### **3.3 Procedimento**

A recolha de dados do presente estudo foi feita mediante um questionário na plataforma *Google Forms*, que reúne os instrumentos indicados anteriormente. Para obter os instrumentos, foram contactados os respetivos autores, que autorizaram a utilização dos mesmos. A seleção da amostra foi realizada por conveniência e a difusão do questionário foi procedida através de plataformas de redes sociais como o *Instagram*, *Facebook* e *LinkedIn*, bem como pessoalmente ao abordar diretamente jovens e transmitir-lhes um *QR code* que conduzia ao questionário online.

Anteriormente à aplicação do questionário definitivo, realizou-se um pré-teste com o objetivo de garantir a sua validade e fiabilidade. Foi aplicado no dia 9 de fevereiro de 2023 a uma amostra de 8 jovens com características iguais à amostra em estudo, cujas respostas foram excluídas, não integrando a amostra do presente estudo. Consequentemente, foram divididas as secções de modo a facilitar visualmente o preenchimento das participantes. O tempo de preenchimento do mesmo foi definido em 10 minutos. O questionário definitivo foi lançado a 23 de fevereiro de 2023.

No início do questionário, identificaram-se os objetivos do mesmo e as informações relativamente à prestação do consentimento informado (Anexo A), onde se garantiu o anonimato e confidencialidade das informações prestadas. De modo a garantir a capacidade das participantes de dar o seu consentimento informado no preenchimento do questionário de recolha de dados, excluíram-se participantes com menos de 18 anos. Informou-se os participantes dos critérios de inclusão (utilizar redes sociais, ter entre 18 e 24 anos, ser do género feminino e ter nacionalidade portuguesa) e da estimativa de duração do respetivo preenchimento. Escolheu-se o intervalo de idades com base nos dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), que estabelece, para fins estatísticos e políticos, os limites cronológicos das diferentes faixas etárias, definindo a faixa etária “jovens” dos 15 aos 24 anos (Eisenstein, 2005).

Foi denotado o caráter voluntário da participação no estudo e da oportunidade de desistir ou interromper o mesmo em qualquer instante, sem qualquer prejuízo ou penalização. Além disso, assegurou-se a confidencialidade e anonimato dos dados fornecidos pelas participantes.

A seguinte secção tinha, desde logo, dois itens de exclusão: a idade, o género e a nacionalidade. Caso não se enquadrassem nos critérios de inclusão, não continuariam o preenchimento do questionário. De seguida, adicionaram-se itens para obtenção de dados sociodemográficos como o distrito de residência, estado civil, estatuto social subjetivo, habilitações literárias concluídas e ocupação profissional. Depois, acrescentou-se mais uma pergunta de exclusão, garantindo que todas as participantes eram utilizadoras de redes sociais, sendo que é nas redes sociais que as Influenciadoras Digitais partilham o seu conteúdo digital. Foi nesta secção, ainda, que se incluiu o item que pretendia recolher os dados sobre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais. Após o preenchimento desta secção, foram administrados dois instrumentos que possibilitaram a avaliação das variáveis em estudo: *Eating Disorder Examination-Questionnaire* (EDE-Q; Machado *et al.*, 2014) e a Escala de Comparação Social através da Aparência Física (ECSAF; Ferreira *et al.*, 2011).

Após a recolha dos dados necessários à construção do estudo, foi construída uma base de dados com a finalidade de proceder ao tratamento dos dados. Neste processo, filtrou-se os dados de modo a garantir a exclusão de dados inválidos que pudessem comprometer a fiabilidade dos resultados. Posteriormente, realizou-se a codificação dos mesmos para que seja possível a sua leitura através do Software *IBM SPSS Statistics 29*. Foram recolhidos os dados de 323 participantes, dos quais foram considerados válidos 280. Foram considerados inválidos os dados dos participantes que não cumpriam os critérios estabelecidos (nacionalidade portuguesa, ser do sexo feminino, ter entre 18 e 24 anos e utilizar redes sociais), bem como os dados das participantes que deram respostas não consideradas válidas nos itens de resposta aberta e, assim, poderiam pôr em causa a fiabilidade dos resultados. Terminado este processo, foi possível avaliar as qualidades psicométricas dos instrumentos aplicados, assim como avaliar a veracidade das hipóteses em estudo.

No presente estudo, foram tomadas decisões. Delimitou-se a amostra ao género feminino, uma vez que os atuais ideais socioculturais de beleza apresentam discrepâncias no que diz respeito ao género feminino e masculino, sendo que o ideal corporal feminino é um corpo magro e o do homem um corpo musculado e definido (Tiggemann & Anderberg, 2020). Além disso, tendo em conta estas mesmas discrepâncias em relação ao ideal de imagem

corporal, optou-se por utilizar como alvo de comparação social através da aparência física apenas Influenciadoras Digitais do género feminino.

Optou-se, também, por utilizar apenas o indicador EDE-Q Escala Global, o que não garante que todos os casos de PCA sejam identificados (e.g., EDNOS), podendo gerar falsos negativos. Esta decisão prendeu-se no facto de que nas questões de resposta aberta, necessárias para a avaliação dos restantes indicadores, as participantes responderam questões que comprometiam a fiabilidade dos dados. Assim, face à possibilidade de gerar falsos positivos, preferiu-se obter falsos negativos, decidiu-se usar apenas o indicador EDE-Q Escala Global para avaliar valores considerados clinicamente significativos.

### **3.4 Análise Estatística**

No que concerne à análise estatística dos resultados, foram utilizadas medidas de estatística descritiva, tais como frequências absolutas e relativas, médias e correspondentes desvios padrão, bem como estatística inferencial (Rola, 2016). Para efetuar a análise estatística utilizou-se a ferramenta *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 29 para o *Windows*.

No que concerne à estatística inferencial, para a normalidade dos dados seguiu-se a Teorema do Limite Central. Trata-se de um conceito estatístico que afirma que quando as amostras são grandes, que contam com mais de 30 participantes ( $n > 30$ ), a distribuição tende naturalmente para a normalidade. Deste modo, não se verificou a normalidade para efeito de verificação de pressupostos (Marôco, 2021).

Para avaliar a homogeneidade, realizou-se o teste de igualdade de variâncias de Levene. Para analisar a fiabilidade das escalas, examinou-se o seu índice de consistência interna, através do Alfa de *Cronbach* ( $\alpha$ ) (Anexo B). Posteriormente, procurou-se testar os valores de coeficientes de *Spearman* entre as variáveis em estudo (Anexo C). Trata-se de uma medida de associação não paramétrica entre duas variáveis quando pelo menos uma das variáveis é uma variável ordinal (Marôco, 2021). Depois, realizaram-se modelos de regressão linear múltipla, com o objetivo de analisar e compreender a relação entre as variáveis em estudo. Por fim, para analisar a hipótese 4, realizou-se uma análise do modelo de mediação através da ferramenta informática *Macro Process* versão 4.2, desenvolvido por Andrew F. Hayes (2018), no SPSS. O objetivo da análise do modelo de mediação consiste em compreender em que medida a variável independente “Tempo de Exposição aos conteúdos de Influenciadoras Digitais” influencia a variável dependente “Caraterísticas de Perturbações do Comportamento

Alimentar”, por meio de uma terceira variável (mediadora), a “Comparação social através da aparência física”.

## **4. Resultados**

### **4.1. Caracterização da Amostra**

No presente estudo, contou-se com uma amostra de 280 participantes do género feminino (100%), com idade média de 21,79 anos (DP=1,6), variando entre 18 e 24 anos. Com base no indicador Escala Global EDE-Q28, pode observar-se que 82,1% das participantes não apresentaram características de Perturbação do Comportamento Alimentar clinicamente significativas e que 17,9% apresentaram. Trata-se de uma amostra maioritariamente constituída por mulheres solteiras (98,2%). Pode observa-se que a maioria é estudante (70,4%) e mais de metade concluiu a licenciatura (52,5%). No que diz respeito ao estatuto social subjetivo, observa-se que as mulheres que apresentam características clinicamente significativas de perturbações do comportamento alimentar demonstram uma média de perceção do seu estatuto socioeconómico mais elevada (6,20/10), comparativamente com as mulheres que não apresentam características clinicamente significativas de perturbações do comportamento alimentar (5,85/10). Na amostra total, quase metade das participantes (41,8%) diz despende, em média, 30-60 minutos por dia a visualizar o conteúdo de Influenciadoras Digitais. A caracterização da amostra apresenta-se na Tabela 1, sendo possível observar a caracterização da amostra em jovens que apresentam características clinicamente significativas de PCA e jovens que não apresentam características clinicamente significativas de PCA.

**Tabela 1***Caraterização da Amostra, segundo o indicador escala Global EDE-Q28 (N = 280)*

Caraterísticas	Amostra Total		Jovens sem PCA		Jovens com PCA	
	n	%	n	%	n	%
<b>Género</b>						
Feminino	280	100	230	100	50	100
<b>Habilitações Literárias</b>						
Ensino Secundário 12ºano	100	35,7	81	35,2	19	38,0
Curso Profissional/Tecnológico/Outro	1	0,4	1	0,4	0	0
Licenciatura	147	52,5	119	51,7	28	56,0
Pós-Graduação	3	1,1	3	1,3	0	0
Mestrado	29	10,4	26	11,3	3	6
<b>Estado Civil</b>						
Solteira	275	98,2	225	97,8	50	100
União de Facto ou Regime de Coabitação	5	1,8	5	2,2	0	0
<b>Situação Profissional</b>						
Trabalhadora-Estudante	32	11,4	25	10,9	7	14,0
Empregada	38	13,6	33	14,3	5	10,0
Desempregada	10	3,6	9	3,9	1	2,0
Part-Time/Recibos Verdes	1	0,4	1	0,4	0	0
Estudante	197	70,4	161	70	36	72,0
Estudante-Estagária	1	0,4	1	0,4	0	0
Estudante-Atleta	1	0,4	0	0	1	2
<b>Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais</b>						
0 minutos	10	3,6	8	3,5	2	4
1-30 minutos	117	41,8	102	44,3	15	30,0
30-60 minutos	61	21,8	51	22,2	10	20,0
60-120 minutos	59	21,1	46	20	13	26,0
+ 120 minutos	33	11,8	23	10	10	20,0

Caraterísticas	Amostra Total		Jovens sem PCA		Jovens com PCA	
	M	DP	M	DP	M	DP
Género	21,79	1,60	21,83	1,59	21,58	1,88
Estatuto Social Subjetivo	5,91	1,40	5,85	1,36	6,20	1,71

Nota. M= Média; DP= desvio padrão.

Efetuuou-se o cálculo das médias para a Escala Global do EDE-Q e para a escala ECSAF, para a amostra geral, tal como se pode observar na Tabela 2.

Verifica-se que a escala Global EDE-Q para a amostra geral, que avalia atitudes e comportamentos de Perturbação do Comportamento Alimentar (EDE-Q28), apresenta um ponto médio que não ultrapassa o ponto de corte (>4) (Machado *et al.*, 2014). Já a média, para a amostra geral, para a escala ECSAF (Ferreira *et al.*, 2011) é de 4,3402.

**Tabela 2**

*Análise descritiva da Escala Global EDE-Q e ECSAF*

	N	Média	Desvio Padrão
EDE-Q Escala Global	280	2,5497	1,44949
Comparação social através da aparência física (ECSAF)	280	4,3402	1,48842

#### **4.2 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e o nível de caraterísticas de PCA reportadas.**

De modo a testar a hipótese 1 “quanto maior o tempo exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, mais caraterísticas de Perturbações do Comportamento Alimentar são reportadas”, foi calculada uma correlação de *Spearman* de modo a perceber se existe uma relação estatisticamente significativa entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e caraterísticas de PCA. Os resultados demonstram que se verifica uma correlação positiva e estatisticamente significativa entre as duas variáveis ( $r = ,126$ ;  $p = \leq 0,05$ ) (Anexo C).

Como se verificou a existência de uma relação estatisticamente significativa, realizou-se uma regressão linear múltipla, controlando para possíveis variáveis de confundimento, cujos

dados podem ser observados na tabela 3. Os dados demonstram que o modelo de regressão, não ajustado, foi estatisticamente significativo ( $F(1, 278) = 4,460, p = ,036$ ), sendo que 1,6% da variância no aumento das características de PCA ( $R^2 = ,016; R^2 \text{ adj} = ,012$ ) é explicado por cada aumento do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais ( $\beta = ,126; t = 2,112; p = ,036$ ).

O modelo foi então ajustado às variáveis Idade e Estatuto Social Subjetivo (tabela 3). Os dados mostram-nos que quando o modelo é ajustado para as variáveis sociodemográficas, é estatisticamente significativo nas características de PCA ( $F(3,279) = 1,917, p = ,038$ ). A variável tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais é um preditor significativo das características de PCA, mesmo quando se ajusta o modelo à idade e estatuto social subjetivo ( $\beta = ,124; t = 2,087; p = ,038$ ).

**Tabela 3**

*Regressão linear características de PCA*

	$\beta$	DP	95% CI		$p$	$R^2$
			LL	UL		
<b>Modelo 1</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	,126	,077	,011	,315	,036*	0,16
<b>Modelo 2</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	,124	,077	,009	,314	,038*	,020
Idade	-,028	,053	-,129	,079	,640	
Estatuto Social Subjetivo	,058	,061	-,061	,178	,333	

*Nota.* \* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,001$ ; Modelo ajustado para a Idade e Estatuto Social Subjetivo.

Realizou-se um terceiro modelo de regressão linear múltipla, adicionando-se a variável comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais (Tabela 4). O modelo final demonstrou ser estatisticamente significativo ( $F(4, 275) = 12,748, p \leq ,001$ ), exercendo uma maior variância na VD ao explicar 15,6% da variação do resultado da VD ( $R^2 = ,156; R^2 \text{ adj} = ,144$ ). Porém, o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, ajustado à idade, estatuto social subjetivo e comparação social através da aparência física deixou de ser um preditor significativo das características de PCA ( $\beta = ,140; t = 1,947; p = 0,53$ ),

não se podendo validar a hipótese 1. Foi também possível observar que as características de PCA apresentam uma relação positiva e estatisticamente significativa com o estatuto social subjetivo ( $\beta = ,130$ ;  $t = 1,947$ ;  $p \leq ,05$ ) e uma relação negativa e estatisticamente significativa com a comparação social através da aparência física ( $\beta = -,376$ ;  $t = - 6,659$ ;  $\leq ,001$ ).

**Tabela 4**

*Regressão linear características de PCA, ajustado à Comparação Social através da Aparência Física*

	$\beta$	DP	95% CI		$p$	$R^2$
			LL	UL		
<b>Modelo 1</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	,126	,077	,011	,315	,036*	0,16
<b>Modelo 2</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	,108	,072	-,002	,282	,053	,396
Idade	-,009	,049	-,105	,089	,871	
Estatuto Social Subjetivo	,130	,057	,018	,244	,023*	
Comparação Social através da aparência física	-,376	,055	-,474	-,258	$\leq ,001$	

*Nota.* \* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,001$ ; Modelo ajustado para a Idade, Estatuto Social Subjetivo e Comparação Social através da Aparência Física.

### **4.3 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a comparação social através da aparência física.**

De modo a testar a Hipótese 2 de que quanto maior o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, menos favorável será a comparação social através da aparência física, foi realizada uma correlação de *Spearman* de modo a perceber se existe uma relação estatisticamente significativa entre ambas as variáveis. Os resultados demonstram que não se verificou uma relação significativa entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a Comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais ( $r = -,039$ ;  $p = ,512$ ), não sendo possível validar a hipótese 2 (Anexo C).

Realizou-se uma regressão linear múltipla, como é possível ser observado na tabela 5, de modo a compreender se poderiam existir variáveis a confundir o resultado, e através do modelo de regressão linear poder controlar esse efeito e verificar se há, ou não, associação entre as variáveis. Ao ajustar o modelo para as variáveis idade e estatuto social subjetivo, pôde verificar-se, conforme é possível observar na Tabela 5, que o segundo modelo prevê de forma estatisticamente significativa a variável dependente ( $F(3, 276) = 3,620, p = ,014$ ), com as variáveis independentes a exercer 3,8% da variação na VD ( $R^2 = ,038, R^2 \text{ adj} = ,027$ ). Porém, o tempo de exposição ao conteúdo não apresenta ter um impacto significativo na comparação social através da aparência física ( $\beta = -,058; t = -,738; p = ,461$ ). Assim, os dados permitem-nos verificar que não se valida a hipótese 2.

**Tabela 5**

*Regressão Linear do Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais na comparação social através da aparência física*

	$\beta$	DP	95% CI		$p$	$R^2$
			LL	UL		
<b>Modelo 1</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	-,039	,080	-,210	,105	,512	,002
<b>Modelo 2</b>						
Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	-,044	,079	-,213	,097	,461	,038
Idade	,051	,054	-,060	,152	,396	
Estatuto Social Subjetivo	,190	,062	,076	,319	,002*	

*Nota.* \* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,001$ ; Modelo ajustado para a Idade e Estatuto Social Subjetivo.

#### **4.4 Relação entre a comparação social através da aparência física e o nível de características de PCA reportadas.**

Para analisar a hipótese 3 de que quanto menos favorável for a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais, mais características de Perturbações do Comportamento Alimentar são reportadas, realizou-se uma correlação de *Spearman* com o objetivo de compreender se existe uma relação estatisticamente significativa entre ambas as variáveis. Verificou-se que a variável “Comparação social através da aparência física com

Influenciadoras Digitais” demonstra uma correlação negativa e significativa com a variável “Caraterísticas de Perturbações do Comportamento Alimentar” ( $r = -,357$ ;  $p = \leq 0,01$ ), validando a hipótese 3 (Anexo C).

Como se verificou a existência de uma relação estatisticamente significativa, realizou-se uma regressão linear múltipla, controlando para possíveis variáveis de confundimento (Tabela 6). Conforme se pode verificar na tabela 6, o modelo foi estatisticamente significativo ( $F(1, 278) = 40,533$ ,  $p \leq ,001$ ). Pode também verificar-se que a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais exerce 12,7% nas caraterísticas de PCA ( $R^2 = ,127$ ;  $R^2 \text{ adj} = ,124$ ). Demonstrou ter um impacto negativo e significativo nas caraterísticas de PCA ( $\beta = -,357$ ;  $t = -6,367$ ;  $p = \leq ,001$ ) e ser um preditor significativo das mesmas. É possível observar também que o coeficiente é negativo ( $\beta = -,357$ ), o que significa que à medida que a comparação social através da aparência física se torna menos favorável, mais são as caraterísticas de PCA reportadas.

Ajustou-se o modelo para as variáveis idade e estatuto social subjetivo e percebeu-se que o modelo gerado foi estatisticamente significativo ( $F(3,276) = 15,577$ ,  $p = \leq ,001$ ) e que o novo modelo contribui para um fator explicativo de 14,5% nas caraterísticas de PCA ( $R^2 = ,145$ ;  $R^2 \text{ adj} = ,136$ ). Com o modelo ajustado, a comparação social através da aparência física mantém-se um preditor significativo das caraterísticas de PCA ( $\beta = -,381$ ;  $t = -6,718$ ;  $p = \leq ,001$ ), validando-se assim a Hipótese 3. Observou-se, também, que o estatuto social subjetivo apresenta uma relação positiva e estatisticamente significativa com as caraterísticas de PCA ( $\beta = ,133$ ;  $t = 2,331$ ;  $p \leq ,05$ ) e a comparação social através da aparência física apresenta uma relação negativa e estatisticamente significativa ( $\beta = -,381$ ;  $t = -6,718$ ;  $p \leq ,001$ ).

**Tabela 6**

*Regressão Linear da Comparação Social através da Aparência Física nas Perturbações do Comportamento Alimentar*

	$\beta$	DP	95% CI		<i>p</i>	R <sup>2</sup>
			LL	UL		
<b>Modelo 1</b>						
Comparação social através da aparência física	-,357	,055	-,455	-,240	<,001**	,127
<b>Modelo 2</b>						
Comparação social através da aparência física	-,381	,055	-,480	-,262	<,001**	,145
Idade	-,009	,050	-,105	,090	,878	
Estatuto Social Subjetivo	,133	,058	,021	,248	,020*	

*Nota.* \* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,001$ ; Modelo ajustado para a Idade e Estatuto Social Subjetivo.

#### **4.5 Relação entre o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, o nível de caraterísticas de PCA reportadas e o papel mediador da comparação social através da aparência física.**

De modo a testar a hipótese de investigação 4, realizou-se a análise do modelo de mediação simples, através da utilização da ferramenta informática *Macro PROCESS* versão 4.2, desenvolvido por Andrew F. Hayes (2018), no SPSS. Utilizou-se a técnica do *bootstrapping* e optou-se pelo modelo 4 da *Macro PROCESS*, que permitem o cálculo de modelos de mediação (Prado, 2014; Hayes, 2013).

A hipótese 4 previa que a comparação social através da aparência física tivesse um efeito mediador entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as caraterísticas de PCA. O modelo foi ajustado para a idade e o estatuto social subjetivo, sendo acrescentadas como covariantes na análise da mediação. Na figura 2 é possível observar a representação do modelo de mediação. Na tabela 7 observamos que o modelo final foi estatisticamente significativo ( $p \leq ,001$ ) e explicou 15,6% da variância nos níveis de caraterísticas de PCA ( $R^2 = ,1564$ ).

No modelo o efeito direto entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as caraterísticas de PCA não foi significativo ( $c'$ ;  $\beta = ,1402$ ;  $p = ,0526$ ). Além disso,

o efeito direto do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras digitais na comparação social através da aparência física também não se mostrou estatisticamente significativo ( $a; \beta = -,0581; p = ,4614$ ). No entanto, o efeito indireto da comparação social através da aparência física nas características de PCA foi estatisticamente significativo ( $b; \beta = -,3662; p = \leq ,001$ ), indicando que a variável mediadora comparação social através da aparência física está relacionada à variável características de PCA mesmo não sendo influenciada diretamente pelo tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais.

Por fim, o efeito total ( $c'+ab$ ) do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais nas características de PCA demonstrou ser estatisticamente significativo ( $c; \beta = ,1615; p = ,0378$ ), o que significa que que embora os efeitos diretos não tenham sido significativos, a comparação social através da aparência física mediou parcialmente e de forma indireta a relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA.

**Tabela 7**

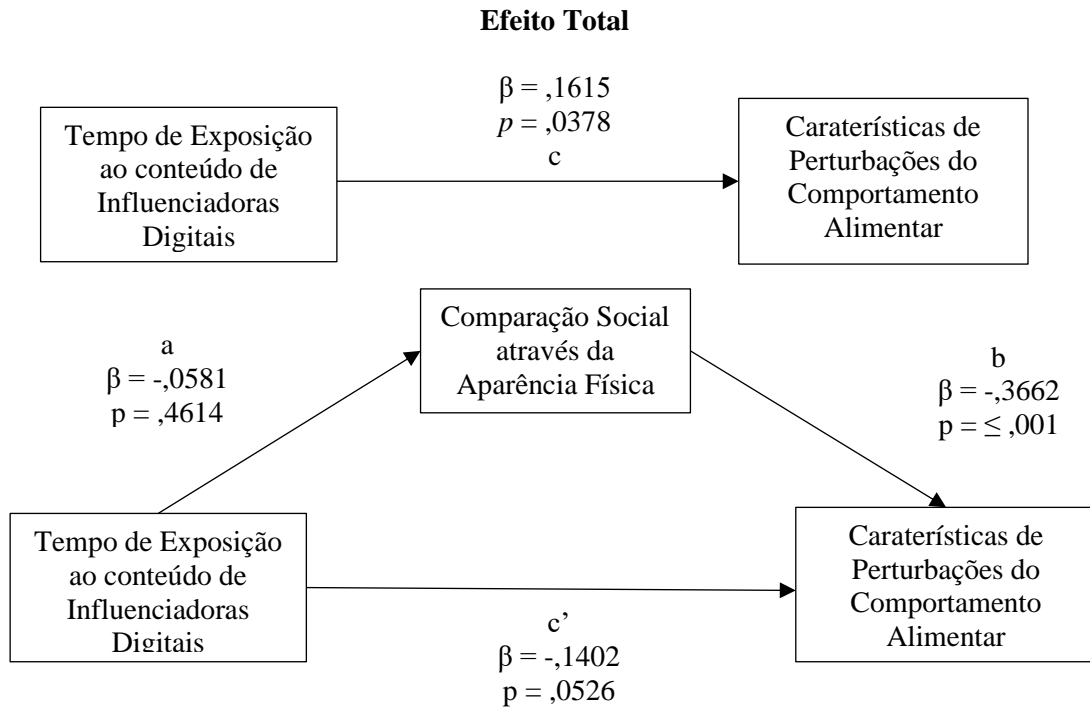
*Mediação da Comparação social através da aparência física na relação Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e características de PCA.*

Antecedente	Consequente							
		M- Comparação social através da aparência física			Y- Características de PCA			
			Coefficiente	DP	<i>p</i>		Coefficiente	DP
Constante	$\beta_M$	2,35	1,297	0,716	$\beta_Y$	3,12**	1,19	< ,001
X- Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	$\alpha$	-,058	0,789	,461	$c'$	,140	,072	,052
M- Comparação social através da aparência física	-	-	-	-	$b$	-,366**	,055	< ,001
		$R^2 = ,038$			$R^2 = ,020$			
		$F(4, 275) = 12,748; p < ,001$			$F(3, 276) = 1,9166; p = ,1271$			

*Nota.* DP = Desvio Padrão; \* $p \leq ,05$ ; \*\*  $p \leq ,001$ ; Modelo ajustado para a idade e Estatuto Social Subjetivo.

**Figura 2**

*Modelo de Mediação da Comparação social através da Aparência Física na relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA.*



## 5. Discussão

De modo a contribuir para o conhecimento da relação entre o tempo de exposição aos conteúdos criados pelas Influenciadoras Digitais e o desenvolvimento de características de PCA, o presente estudo baseou-se em dois modelos teóricos: o Modelo Tripartido da Influência Social na Insatisfação Corporal e Perturbações do Comportamento Alimentar (Thompson *et al.*, 1999) e a Teoria da Comparação Social (Festinger, 1954). Procurou-se compreender como o tempo de exposição aos conteúdos de Influenciadoras Digitais pode estar relacionado com o nível de características de perturbações do comportamento alimentar e como esse efeito pode ser mediado pela comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais.

Os resultados obtidos nesta amostra específica mostraram que o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais não apresentou uma relação estatisticamente significativa com as características de PCA e que o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais também não parece estabelecer uma relação estatisticamente significativa com a comparação social da aparência física. Adicionalmente os dados parecem mostrar que a comparação social através da aparência física está negativa e significativamente associada às características de PCA. Além disso, verificou-se que a comparação social através da aparência física parece apresentar um efeito mediador parcial na relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA. Recomenda-se, no entanto, cautela na interpretação dos resultados que requerem uma análise mais profunda de outras variáveis que podem estar a influenciar de forma parcial esta relação.

Os resultados do presente estudo, demonstraram que as jovens que apresentam características clinicamente significativas de PCA reportam uma média de perceção do seu estatuto socioeconómico mais elevada (6,20), comparativamente com as jovens que não apresentam características clinicamente significativas de perturbações do comportamento alimentar (5,85). Além disso, as características de PCA apresentam uma relação positiva e estatisticamente significativa com o estatuto social subjetivo, o que está de acordo com a literatura, que sugere que um estatuto socioeconómico mais elevado, está associado a níveis mais elevados de sintomatologia de PCA (Costa *et al.*, 2008) e que há uma maior prevalência de perturbações do comportamento alimentar nas classes média e alta (DiNicola, 1990, citado por Gonçalves *et al.*, 2011; Costa *et al.*, 2008).

No que concerne à primeira hipótese elaborada, os resultados não a confirmaram. Esperava-se que quanto maior o tempo exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de

Influenciadoras Digitais, mais características de Perturbações do Comportamento Alimentar seriam reportadas. Nos resultados, quando se ajustou/isolou a variável tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, não foi possível estabelecer, neste estudo, uma relação estatisticamente significativa com as características de PCA. Assim, no presente estudo, estes resultados não estão de acordo com dados de estudos anteriores (Corte-real *et al.*, 2022; Rounsefell, 2020; Bashir & Bhat, 2017; Holland & Tiggemann, 2016). Apesar de se ter detectado uma relação entre o tempo de utilização das redes sociais e o desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (Padín *et al.*, 2021), no presente estudo o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, por si só, não demonstrou impactar significativamente as características de PCA. Assim, apesar de ser consensual que conteúdo que promova ideais de beleza idealizados poder estar associado a insatisfação corporal e ao desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2022), parece que, com base nos resultados do presente estudo, um maior nível de características de PCA reportadas não estão associadas a um maior tempo de exposição a este tipo de conteúdos, mas possivelmente ao tipo de envolvimento, em que a pessoa exposta aos conteúdos considera as Influenciadoras Digitais numa posição superior e mais favorável à sua (comparação social de forma ascendente) (Ferreira *et al.*, 2011), gerando insatisfação corporal (Holland & Tiggemann, 2016; Pedalino & Camerini, 2022; De Vries, & Vossen 2019) e, por conseguinte, resultar no desenvolvimento e manutenção de PCA (Heider *et al.* 2018).

No que diz respeito à segunda hipótese, os resultados da presente investigação sugerem que não existe uma relação significativa entre o tempo exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais. Tal não confirma a hipótese formulada de que quanto maior o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, menos favorável será a comparação social através da aparência física. Apesar de ser consensual que os indivíduos tendem, naturalmente, a comparar-se com outros para fazerem uma avaliação de si próprios e sendo esta comparação social fundamental para os seres humanos (Ferreira *et al.*, 2011), com base nos dados obtidos no presente estudo, esta comparação social através da aparência física não parece estar relacionada com o tempo a que se é exposto ao alvo de comparação que, neste caso, são os Influenciadoras Digitais. As Influenciadoras Digitais apresentam, por norma, uma aparência física idealizada e este ideal pode influenciar, a forma como as mulheres se valorizam a si próprias (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019), podendo gerar sentimentos de inadequação, através de comparações sociais ascendentes (Pedalino & Camerini, 2022). No entanto, no

presente estudo a relação entre a influência do conteúdo das Influenciadoras Digitais e da comparação social da aparência física não parece ser feita, mais uma vez, pelo tempo de exposição, mas sim pela forma como as mulheres se comparam com Influenciadoras digitais (ascendente ou descendente) (Ferreira *et al.*, 2011).

Relativamente à terceira hipótese, foi possível observar que à medida que a comparação social através da aparência física se torna menos favorável para si própria, mais características de PCA são reportadas. Assim, os resultados parecem confirmar que a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais afeta significativa e negativamente as características de PCA. Tal sugere que quando as participantes se posicionam, por exemplo, como menos atraentes, mais feias ou inferiores em comparação com o grupo-alvo (Influenciadoras Digitais), possam apresentar níveis menos favoráveis de comparação social. Assim, quem se comparar de forma mais desfavorável em relação às Influenciadoras Digitais, irá posicionar-se no extremo inferior. Estes resultados estão de acordo com estudos anteriores, que afirmam que indivíduos com PCA fazem comparações menos favoráveis com os outros, comparativamente a pessoas que não têm PCA (Troop *et al.*, 2003), podendo esta comparação social através da aparência física, quando feita de forma descendente, levar ao desenvolvimento e manutenção de PCA (Heider *et al.* 2018). Além do mais, a exposição a imagens idealizadas pelas Influenciadoras Digitais na rede social *Instagram* resulta num maior nível de insatisfação corporal (Lowe-Calverley & Grieve, 2021; Brown & Tiggemann, 2016) e que a insatisfação corporal aumenta a probabilidade do desenvolvimento de sintomas de Perturbações do Comportamento Alimentar (Rounsefell *et. al.*, 2020).

Sendo que as Influenciadoras Digitais parecem combinar, simultaneamente, aspetos tanto dos meios de comunicação social, como da influência dos pares (Lowe-Calverley & Grieve, 2021), sendo ambas duas das três principais fontes de influência na insatisfação corporal e PCA (pares, pais e comunicação social) (Thompson *et al.*, 1999), verificamos que os resultados não só vão ao encontro do modelo, como propõem a análise da comparação social através da aparência física com um alvo recente da comunicação social: as Influenciadoras Digitais. Assim, os resultados podem ser explicados pelo facto das jovens portuguesas escolherem as Influenciadoras Digitais como alvos de comparação social e, ao fazê-lo, realizam comparações menos favoráveis com elas (ex. sentem-se mais feias, menos atraentes, inferiores) (Ferreira *et al.*, 2011), gerando uma maior propensão ao desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (Troop *et al.*, 2003). Este resultado torna-se mais relevante pelo facto de o conteúdo partilhado pelas Influenciadoras Digitais ser muitas vezes irrealista

(Aparicio-Martinez *et al.*, 2019), podendo não corresponder à realidade, representando um ideal inatingível.

Por fim, analisou-se a hipótese 4 e verificou-se que a comparação social através da aparência física apresenta um papel mediador parcial entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as características de PCA. O objetivo da construção e análise do modelo consistia em compreender em que medida a variável independente “Tempo de Exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais” influencia a variável dependente “Caraterísticas de Perturbações do Comportamento Alimentar”, por meio de uma terceira variável (mediadora), a “Comparação social através da aparência física (com Influenciadoras digitais)”. Assim, os resultados do modelo de mediação apoiam o modelo de influência Tripartido (Thompson *et al.*, 1999), uma vez que a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais parece mediar parcialmente as relações entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e o nível de caraterísticas de PCA reportadas.

O facto da relação direta entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as caraterísticas de PCA não ser estatisticamente significativa, mas o efeito total entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as caraterísticas de PCA ser estatisticamente significativo, indica-nos que o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, por si só, não tem um efeito significativo nas caraterísticas de PCA. Porém, quando mediado pela comparação social através da aparência física, parece já o ter, sugerindo que a relação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e as caraterísticas de PCA possa ser explicada, pelo menos de forma parcial, pela comparação social através da aparência física. O resultado do modelo de mediação está de acordo com os estudos anteriores que demonstraram que a exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais parece ter um efeito negativo na imagem corporal, considerando o papel da comparação social neste efeito (Pedalino & Camerini, 2022; Lowe-Calverley & Grieve, 2021; Hu, 2018; Brown & Tiggemann, 2016). Portanto, o efeito do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais nas caraterísticas de PCA parece manifestar-se através da comparação social da aparência física com Influenciadoras Digitais.

No presente estudo, do mesmo modo, as comparações sociais através da aparência física com Influenciadoras Digitais quando feitas de modo ascendente com Influenciadoras Digitais, parecem estar associadas a um maior nível de caraterísticas de Perturbações do Comportamento Alimentar reportadas. Portanto, as jovens portuguesas do presente estudo

parecem considerar-se numa posição mais desfavorável no que toca à aparência física quando se comparam com Influenciadoras Digitais.

Partindo do pressuposto anterior de que quando as jovens portuguesas realizam comparações menos favoráveis com Influenciadoras Digitais (e.g., sentem-se mais feias, menos atraentes, inferiores), podem apresentar uma maior propensão ao desenvolvimento de PCA, é possível estabelecer que o tempo que são expostas ao conteúdo das Influenciadoras digitais parece estar a influenciar a probabilidade de reportarem mais características de PCA, isto quando se posicionam numa posição inferior e desfavorável em comparação com as Influenciadoras Digitais.

### **5.1. Limitações, Pontos Fortes e Implicações para Futuras Investigações**

Algumas limitações devem ser tidas em conta. Em primeiro lugar, podemos apontar o facto de se tratar de um estudo transversal e, portanto, a amostra não pode ser considerada representativa da população portuguesa e não é possível provar a relação de causalidade entre as variáveis. Assim, seria necessário realizar um estudo longitudinal para apurar a direção das relações.

Em segundo lugar, aponta-se o facto da medição do tempo de utilização das redes sociais e da exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais ser feito através de autorrelato, o que pode resultar num enviesamento dos dados prestados devido à dificuldade das participantes estimarem com precisão o tempo, limitando a precisão dos dados. Para colmatar esta falha no estudo, sugere-se que estudos futuros utilizem tecnologias que façam a contagem virtual do tempo e frequência gastos na utilização das redes sociais e exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, para garantir resultados mais fiáveis.

Em terceiro lugar, o estudo é limitado pelo facto de apenas se utilizar um indicador de diagnóstico clinicamente significativo para análise (EDE-Q escala Global) e, por isso, sugere-se, também, que futuramente sejam utilizados os restantes indicadores de diagnóstico clinicamente significativos para análise, de modo a evitar falsos negativos.

A quarta limitação deve-se ao facto do estudo se restringir a uma amostra portuguesa, do género feminino. Optou-se por delimitar a amostra ao género feminino devido às discrepâncias que existem em relação aos atuais ideais socioculturais de beleza, que diferem entre géneros, sendo que o ideal corporal feminino é um corpo magro e o do homem um corpo musculado e definido (Tiggemann & Anderberg, 2020). Assim, não devem ser descartados os

efeitos negativos que a exposição aos conteúdos de influenciadores poderá ter nos homens. Ressalta-se a importância da replicação deste estudo a uma amostra masculina.

Deve ter-se em conta a limitação do modelo de mediação, uma vez que apenas examinámos um mediador e, por isto, os resultados do modelo devem ser interpretados de forma cautelosa, sendo que sugerem que a variável mediadora tem uma influência indireta e significativa na relação entre a variável independente e a variável dependente, apesar de não haver evidência direta significativa entre as variáveis X e M ou M e Y. Esse cenário pode indicar uma mediação mais complexa ou outros fatores subjacentes que poderão estar a influenciar as relações entre as variáveis e que não foram controlados. Seria necessária uma análise mais aprofundada para explorar possíveis variáveis de confundimento.

Também como limitação pode-se apontar a impossibilidade de garantir que nenhum dos participantes não tenha respondido ao questionário mais do que uma vez. Por fim, é importante ter em conta que o presente estudo foi realizado no seio de uma crise económica que está a agravar-se e, sendo que o presente estudo se trata de um estudo transversal, uma “fotografia do momento”, é possível que influencie as respostas dos participantes. Algumas sugestões adicionais prendem-se na replicação do presente estudo não em jovens portuguesas, mas também numa amostra mais jovem ou com idade mais avançada.

Como pontos fortes do estudo, pode-se apontar, o facto dos instrumentos utilizados terem características psicométricas validadas para a população portuguesa. Além disso, aponta-se como fonte forte do presente estudo a metodologia utilizada, sendo que a utilização de um estudo transversal permite analisar dados de forma económica e rápida, permitindo que resultados preliminares no planeamento de uma análise mais aprofundada no futuro (Wang & Cheng, 2020).

## 6. Conclusão

Com esta investigação pretendeu-se compreender se o tempo de exposição aos conteúdos divulgados pelas influenciadoras digitais e as perturbações do comportamento alimentar estão relacionadas e como essa relação pode ser mediada pela comparação social através da aparência física, numa amostra de jovens portuguesas entre os 18 e os 24 anos.

Em suma, 1) o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, por si só, não está estatisticamente associado a um maior nível de características de perturbações do comportamento alimentar; 2) não é possível aferir que quanto maior o tempo de exposição das jovens portuguesas ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, menos favorável será a comparação social através da aparência física; 3) pode aferir-se que quanto menos favorável for a comparação social através da aparência física com Influenciadoras Digitais, mais características de Perturbações do Comportamento Alimentar são reportadas; e 4) verificou-se que, apesar do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais, por si só, não estar estatisticamente associado a um maior nível de características de perturbações do comportamento alimentar reportadas, existe uma associação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e características de PCA, medida parcialmente pela comparação social da aparência física.

Os resultados ressaltam a forma como a exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais e a propensão para o desenvolvimento de características de PCA estão relacionados, quando mediadas parcialmente pela comparação social através da aparência física. Este estudo torna-se relevante, no contexto atual, uma vez que o número de utilizadores das redes sociais tem aumentado significativamente nos últimos anos, especialmente na população jovem (Cortereal *et al.*, 2022). O facto de as imagens corporais a que as mulheres são expostas não corresponderem, muitas vezes, à realidade (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2020), e serem objeto de comparação, pode fazê-las sentir que a sua aparência física é desadequada. Este processo de comparação social ascendente (Pedalino & Camerini, 2022), pode aumentar o risco de desenvolvimento de Perturbações do Comportamento Alimentar (Aparicio-Martinez *et al.*, 2019; Harriger *et al.*, 2022). Assim, o presente estudo apresenta um contributo prático, na medida em que pode contribuir para o aprofundamento do tema junto da comunidade científica e divulgação aos utilizadores das redes sociais, que só quando tiverem conhecimento sobre o tema, podem apetrechar-se de mecanismos e estratégias para conseguir alcançar o seu bem-estar que passam pela redução do tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais.

## 7. Referências

- Alves, M. S. S. (2021). *Traços de personalidade e perturbações do comportamento alimentar* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. <https://hdl.handle.net/10216/134710>
- American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 5(5). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A.-J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019). A Qualitative Study Exploring Female College Students' Instagram Use and Body Image. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(4). <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0420>.
- Barlow, D. H. (2016). *Manual Clínico dos Transtornos Psicológicos: Tratamento Passo a Passo*. Artmed Editora.
- Bashir, H., & Bhat, S. A. (2017). Effects of Social Media on Mental Health: A Review. *International Journal of Indian Psychology*, 4(3). <https://doi.org/10.25215/0403.134>
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatric Quarterly*, 89(2), 307–314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19(19), 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Campos, A. L. A. (2022). *Analysis of Portugal's macroenvironment in the view of digital transformation of smes using the peste framework - exploration of environmental factors* [Dissertação de Mestrado, Universidade NOVA]. <http://hdl.handle.net/10362/156845>

- Campos, B. M. do A. (2021). *Os efeitos negativos das redes sociais na adolescência* [Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior]. <http://hdl.handle.net/10400.6/11317>
- Cardoso, R., & Alturas, B. (2019). Fashion/lifestyle blogs and its influence on followers buying decisions. *2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*. <https://doi.org/10.23919/cisti.2019.8760960>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23(1), 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Correia, M. I. S. (2021). *Validação do Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q) para a população bariátrica portuguesa* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. <https://hdl.handle.net/1822/76026>
- Côrte-Real, B., Cordeiro, C., Câmara Pestana, P., Duarte e Silva, I., & Novais, F. (2022). Addictive Potential of Social Media: A Cross Sectional Study in Portugal. *Acta Médica Portuguesa*, 36(3), 162–166. <https://doi.org/10.20344/amp.18470>
- Costa, C., Ramos, E., Severo, M., Barros, H., & Lopes, C. (2008). Determinants of Eating Disorders Symptomatology in Portuguese Adolescents. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 162(12), 1126. <https://doi.org/10.1001/archpedi.162.12.1126>
- Coutinho, C. P., Sousa, A., Dias, A., Bessa, F., José, M., & Vieira, S. R. (2014). Investigação-acção : metodologia preferencial nas práticas educativas. *Psicologia, Educação E Cultura*, 12(1), 143–169. <https://doi.org/0874-2391>
- Cristino, C. F. (2018). *Perturbações do comportamento alimentar e personalidade : o modelo alternativo do DSM-5* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10451/37122>
- Cruz, A. M., Gonçalves-Pinho, M., Santos, J. V., Coutinho, F., Brandão, I., & Freitas, A. (2018). Eating disorders—Related hospitalizations in Portugal: A nationwide study from 2000 to 2014. *International Journal of Eating Disorders*, 51(10), 1201–1206. <https://doi.org/10.1002/eat.22955>

- De Vries, D. A., Vossen, H. G. M., & van der Kolk – van der Boom, P. (2018). Social Media and Body Dissatisfaction: Investigating the Attenuating Role of Positive Parent–Adolescent Relationships. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(3), 527–536. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0956-9>
- DiNicola, V. (1990). Anorexia Multiforme: Self-starvation in historical and cultural context Part II: anorexia nervosa as a culture reactive syndrome. *Transcultural Psychiatry Research Review*, 27, 245-86, 1990.
- Dowds, J. (2010). What do young people think about eating disorders and prevention programmes? Implications for partnerships between health, education and informal youth agencies. *Journal of Public Mental Health*, 9(4), 30–41. <https://doi.org/10.5042/jpmh.2010.0701>
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social Media Marketing and Advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289–309. <https://doi.org/10.1362/146934715x14441363377999>
- Eisenstein, E. (2005). Adolescência: definições, conceitos e critérios. *Adolesc. Saúde (Online)*, 6-7.
- Erriu, M., Cimino, S., & Cerniglia, L. (2020). The Role of Family Relationships in Eating Disorders in Adolescents: A Narrative Review. *Behavioral Sciences*, 10(4), 71. <https://doi.org/10.3390/bs10040071>
- Fairburn, C. G., & Beglin, S. J. (1994). Assessment of eating disorders: Interview or self-report questionnaire? *International Journal of Eating Disorders*, 16(4), 363–370.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social Comparisons on Social media: the Impact of Facebook on Young women’s Body Image Concerns and Mood. *Body Image*, 13(1), 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Ferreira, C., Gouveia, J. P., & Duarte, C. (2011). Desenvolvimento de uma Escala de Comparação Social através da Aparência Física: Estudo exploratório da estrutura factorial e das propriedades psicométricas numa amostra feminina da população geral. *Psychologica*, (54), 309-330. [https://doi.org/10.14195/1647-8606\\_54\\_12](https://doi.org/10.14195/1647-8606_54_12)
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.

- Gahler, H., Dajches, L., Terán, L., Yan, K., & Aubrey, J. S. (2023). Instagram influences: An examination of the tripartite influence model of body image among a racially diverse sample of young-adult women. *Computers in Human Behavior, 145*, 107785. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107785>
- Gilbert, P., Price, J., & Allan, S. (1995). Social comparison, social attractiveness and evolution: How might they be related? *New Ideas in Psychology, 13*(2), 149–165. [https://doi.org/10.1016/0732-118x\(95\)00002-x](https://doi.org/10.1016/0732-118x(95)00002-x)
- Gonçalves, S. F., Machado, B. C., & Machado, P. P. P. (2011). O papel dos factores socioculturais no desenvolvimento das perturbações do comportamento alimentar: uma revisão da literatura. *Psicologia, Saúde & Doenças, 12*(2), 280–297. <http://hdl.handle.net/10400.14/11564>
- Harriger, J. A., Evans, J. A., Thompson, J. K., & Tylka, T. L. (2022). The Dangers of the Rabbit hole: Reflections on Social Media as a Portal into a Distorted World of Edited Bodies and Eating Disorder Risk and the Role of Algorithms. *Body Image, 41*(1), 292–297. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.007>
- Hay, P., Aouad, P., Le, A., Marks, P., Maloney, D., Touyz, S., & Maguire, S. (2023). Epidemiology of eating disorders: population, prevalence, disease burden and quality of life informing public policy in Australia—a rapid review. *Journal of Eating Disorders, 11*(1), 23. <https://doi.org/10.1186/s40337-023-00738-7>
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach*. The Guilford Press.
- Heider, N., Spruyt, A., & De Houwer, J. (2018). Body Dissatisfaction Revisited: On the Importance of Implicit Beliefs about Actual and Ideal Body Image. *Psychologica Belgica, 57*(4), 158. <https://doi.org/10.5334/pb.362>
- Holland, G., & Tiggeman, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image, 17*(17), 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Hu, Y. (2018). Exploration of How Female Body Image Is Presented and Interpreted on Instagram. *Advances in Journalism and Communication, 06*(04), 95–120. <https://doi.org/10.4236/ajc.2018.64009>

- Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R. (2019). The Role of Digital Influencers in Brand recommendation: Examining Their Impact on engagement, Expected Value and Purchase Intention. *International Journal of Information Management*, 49(1), 366–376. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.009>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Kalarchian, M. A., Wilson, G. T., Brolin, R. E., & Bradley, L. (2000). Assessment of eating disorders in bariatric surgery candidates: Self-report questionnaire versus interview. *International Journal of Eating Disorders*, 28(4), 465–469. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(200012\)28:4<465::AID-EAT17>3.0.CO;2-2](https://doi.org/10.1002/1098-108X(200012)28:4<465::AID-EAT17>3.0.CO;2-2)
- Lowe-Calverley, E., & Grieve, R. (2021). Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 36, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.003>
- Machado, P. P. P., Machado, B. C., Gonçalves, S., & Hoek, H. W. (2007). The prevalence of eating disorders not otherwise specified. *International Journal of Eating Disorders*, 40(3), 212–217. <https://doi.org/10.1002/eat.20358>
- Machado, P. P. P., Martins, C., Vaz, A. R., Conceição, E., Bastos, A. P., & Gonçalves, S. (2014). Eating Disorder Examination Questionnaire: Psychometric Properties and Norms for the Portuguese Population. *European Eating Disorders Review*, 22(6), 448–453. <https://doi.org/10.1002/erv.2318>
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society*, 21(10), 2160-2182. [https://nsuworks.nova.edu/cps\\_facarticles/1826](https://nsuworks.nova.edu/cps_facarticles/1826)
- Marôco, J. (2021). *Análise estatística com o spss statistics 27*. (8<sup>a</sup> ed.).
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132–1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>

- Padín, P. F., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C., & Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: A systematic review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(3). <https://doi.org/10.5817/CP2021-3-6>
- Pedalino, F., & Camerini, A.-L. (2022). Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1543. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>
- Prado, P. H. M., Korelo, J. C., & Silva, D. M. L. da. (2014). Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(04), 04-24. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i4.2739>
- Ramalho, C. F. C. (2022). *Prevalência de perturbações do comportamento alimentar na adolescência: uma revisão sistemática* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto]. <https://hdl.handle.net/10216/145686>
- Rando-Cueto, D., de las Heras-Pedrosa, C., & Paniagua-Rojano, F. J. (2023). Health Communication Strategies via TikTok for the Prevention of Eating Disorders. *Systems*, 11(6), 274. <https://doi.org/10.3390/systems11060274>
- Ribeiro, M., Conceição, E., Vaz, A. R., & Machado, P. P. P. (2014). The Prevalence of Binge Eating Disorder in a Sample of College Students in the North of Portugal. *European Eating Disorders Review*, 22(3), 185–190. <https://doi.org/10.1002/erv.2283>
- Rodgers, R. F. (2016). The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part II: An Integrated Theoretical Model. *Adolescent Research Review*, 1(2), 121–137. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0017-5>
- Rola, C. (2016). *Vegetarianismo e comportamento alimentar: comportamentos alimentares disfuncionais e hábitos alimentares em dietas vegetarianas* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10451/27280>
- Romo, V. (2021). Whistleblower's testimony has resurfaced Facebook's Instagram problem. *National Public Radio*.

- Rounsefell, K., Gibson, S., Mclean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & Mccaffery, T. A. (2019). Social media, Body Image and Food Choices in Healthy Young adults: a Mixed Methods Systematic Review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19–40. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>
- Santos, M. J. S. G. D. (2018). *O poder dos Influenciadores Digitais de Moda: o olhar do consumidor sobre ações influenciadoras remuneradas e orgânicas* [Dissertação de Doutoramento, Instituto Politécnico de Coimbra]. <http://hdl.handle.net/10400.26/28846>
- Tamura, H., Nishida, T., Tsuji, A., & Sakakibara, H. (2017). Association between Excessive Use of Mobile Phone and Insomnia and Depression among Japanese Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(7), 701. <https://doi.org/10.3390/ijerph14070701>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35(1), 237–244. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>
- Tiggemann, M., & Polivy, J. (2010). Upward and Downward: Social Comparison Processing of Thin Idealized Media Images. *Psychology of Women Quarterly*, 34(3), 356–364. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01581.x>
- Troop, N. A., Allan, S., Treasure, J. L., & Katzman, M. (2003). Social comparison and submissive behaviour in eating disorder patients. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 76(3), 237–249. <https://doi.org/10.1348/147608303322362479>
- Vaz, A. R., Conceição, E., Pinto-Bastos, A., Silva, D., & Machado, P. P. P. (2019). Validation of the Portuguese version of the Clinical Impairment Assessment (CIA) in eating disorders' patients. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 25(3), 627–635. <https://doi.org/10.1007/s40519-019-00661-4>
- Verrastro, V., Fontanesi, L., Liga, F., Cuzzocrea, F., & Gugliandolo, M. C. (2020). Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and

female adolescents. *Qwerty. Open and Interdisciplinary Journal of Technology, Culture and Education*, 15(1). <https://doi.org/10.30557/qw000021>

Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies: Strengths, Weaknesses, and Recommendations. *Chest*, 158(1), 65–71. NCBI. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>

## Anexos

### Anexo A. Questionário aplicado

O presente questionário integra-se no trabalho de investigação da unidade curricular de Dissertação, do mestrado de Psicologia Clínica, do Instituto Universitário de Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida (ISPA), sobre a orientação e coordenação da professora Diana Frasquilho.

Este estudo tem como principais objetivos estudar a associação entre o tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras digitais e características de Perturbações do Comportamento Alimentar e explorar a relação com a comparação social através da aparência física com Influenciadoras digitais.

Para que a realização deste estudo seja possível, gostaríamos de pedir a sua colaboração na resposta a este questionário. **Para participar é necessário ter entre 18 e 24 anos de idade, ter nacionalidade portuguesa, ser/identificar-se com o género feminino e utilizar redes sociais.** A sua participação consiste no preenchimento, num único momento, do questionário que se segue, o que terá uma duração aproximada de 10 minutos.

A sua participação é estritamente voluntária, ou seja, poderá escolher participar ou não. Caso decida participar, pode interromper ou desistir a qualquer momento, sem qualquer prejuízo ou penalização. A confidencialidade dos dados fornecidos e o anonimato dos participantes são sempre assegurados, sendo garantido que os dados fornecidos pelos mesmos serão utilizados apenas no âmbito da investigação.

A cada questionário será atribuído um código e os dados serão processados por softwares de tratamento de dados e apenas os investigadores terão acesso às informações. Todo o processamento de dados será realizado em concordância com a lei europeia da privacidade e segurança de dados - o RGPD.

Se desejar obter mais informações ou pretender ter acesso aos resultados do estudo, por favor contacte-nos através dos seguintes e-mails: [catarina.branco.ispa@gmail.com](mailto:catarina.branco.ispa@gmail.com) ou [diana.frasquilho@ispa.pt](mailto:diana.frasquilho@ispa.pt).

Declaro ter 18 ou mais anos de idade e ter lido e compreendido a informação que me foi disponibilizada, o âmbito do estudo, os objetivos e o tratamento de dados. Compreendo que posso, em qualquer momento, desistir de participar neste estudo sem ter de dar qualquer

justificação. Consinto o tratamento das respostas ao questionário para as finalidades e âmbito do estudo mencionado.

**1. Idade:** \_\_\_\_\_ anos

**2. Género:**

Feminino

Masculino

**3. Nacionalidade:**

Portuguesa

Outra: \_\_\_\_\_

**4. Distrito de residência:**

Aveiro

Beja

Braga

Bragança

Castelo Branco

Coimbra

Évora

Faro

Guarda

Leiria

Lisboa

Portalegre

Porto

Santarém

Setúbal

Viana do Castelo

Vila Real

Viseu

Região Autónoma Dos Açores

Região Autónoma da Madeira

**5. Estado Civil:**

Solteira

Casada

União de facto ou Regime de coabitação

Divorciada ou Separada

Viúva

Outra: \_\_\_\_\_

## 6. Estatuto Social Subjetivo

Imagine que a imagem à direita descreve a sociedade portuguesa: No topo da escada encontram-se as pessoas com mais estatuto - os que têm mais dinheiro, maior escolaridade e empregos que a sociedade valoriza. Na base da escada encontram-se as pessoas com menos estatuto - os que têm menos dinheiro, pouca escolaridade e empregos pouco valorizados.

Agora pense em si e na sua família. Onde é que pensa que se encontram, nesta escada?



## 7. Habilitações Literárias Concluídas

Menos que o Primeiro Ciclo do Ensino Básico (menos que o 4º ano)

Primeiro Ciclo do Ensino Básico (4º ano)

Segundo Ciclo do Ensino Básico (6º ano)

Terceiro Ciclo do Ensino Básico (9º ano)

Ensino Secundário (12º ano)

Curso Profissional/Tecnológico/Outro

Bacharelato

Licenciatura  
Mestrado  
Doutoramento  
Pós-graduação  
Outra: \_\_\_\_\_

**8. Ocupação**

Estudante  
Empregada  
Desempregada  
Reformada  
Trabalhadora-Estudante  
Outra: \_\_\_\_\_

**9. Utiliza redes sociais (e.g., *Tik Tok, Instagram, Facebook*)?**

Sim  
Não

**10. Quanto tempo, em média, por dia, vê conteúdo de Influenciadoras digitais?**

0 minutos  
Menos de 30 minutos  
30 minutos a 60 minutos  
60 a 120 minutos  
Mais de 120 minutos

## **Anexo B.**

### **Tabela 8**

#### *Tabela de Medida de Confiabilidade*

	Alpha de Cronbach
1. EDE-Q28 Escala Global	,961
2. ECSAF Versão A: Pares	,871
3. ECSAF Versão B: Influenciadoras Digitais	,949

## Anexo C.

**Tabela 9**

*Teste dos coeficientes de correlação de Spearman*

Variáveis	1	2	3
1. Tempo de exposição ao conteúdo de Influenciadoras Digitais	—		
2. Características de PCA (EDE-Q28)	,126*	—	
3. Comparação social através da aparência física (ECSAF)	-,039	-.357**	—

*Nota.* \* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,001$