



Isipa

Instituto Universitário
de Ciências Psicológicas,
Sociais e da Vida

ESPELHOS DIGITAIS, CORPOS (DES)CONECTADOS: A
INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA SATISFAÇÃO COM A
APARÊNCIA E NO EVITAMENTO SEXUAL

RITA ALEXANDRA SILVA MARTINS

Orientadora de Dissertação:

ANA ALEXANDRA CARVALHEIRA

Professor de Seminário de Dissertação:

ANA ALEXANDRA CARVALHEIRA

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

MESTRE EM PSICOLOGIA CLÍNICA

Especialidade em Psicologia Clínica

2024

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Professora Doutora Ana Alexandra Carvalheira, apresentada no Ispa – Instituto Universitário para obtenção de grau de Mestre na especialidade de Psicologia Clínica.

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de deixar um agradecimento à Professora Doutora Ana Alexandra Carvalheira pelo apoio disponibilizado e exigência que estimulou sempre o meu pensamento crítico, resiliência e curiosidade. De seguida, queria agradecer ao Professor Doutor Pedro Alexandre Costa pelas reflexões que partilhámos e pelo tempo disponibilizado e investido ao nível estatístico.

Aos meus colegas de seminário de dissertação com quem partilhei desabafos, um obrigado pelos momentos de entreajuda e companheirismo. Um agradecimento especial à minha amiga Rita que me acompanha desde o primeiro dia. Se ti, este percurso não tinha sido tão especial.

Aos meus pais, que nunca pouparam esforços para realizar os meus sonhos. Ao seu amor e apoio incondicional, pelas palavras sábias e por nunca duvidarem de mim, quando eu mesma o fiz.

Ao Alexandre, pelo amor infinito, pelas palavras de motivação em momentos difíceis e pela compreensão pelos meus momentos de maior ausência e indisponibilidade.

A ti avó, que moras dentro de mim, por me ensinares a confiar na vida.

A todos, o meu sincero obrigada!

Resumo

A influência das redes sociais na imagem corporal tem sido amplamente documentada pela comunidade científica, no entanto, estudos sobre o evitamento sexual e imagem corporal permanecem escassos. Este estudo teve como objetivo resolver esta lacuna ao explorar as relações entre a utilização das redes sociais, a satisfação com a aparência e o evitamento sexual. Deste modo, os objetivos do presente estudo foram: (1) investigar as variáveis associadas à utilização do Instagram e do TikTok; (2) explorar alguns dos fatores associados à satisfação com a aparência; (3) examinar fatores associados ao evitamento sexual; (4) analisar o papel mediador da satisfação com a aparência na relação entre o uso das redes sociais (Instagram e TikTok) e o evitamento sexual numa amostra de 380 participantes ($M = 27,7$ anos). Análises de regressão múltipla revelaram que a idade, o género e a orientação sexual estavam significativamente associados à utilização do Instagram, enquanto a idade, o género e o nível de escolaridade estavam associados à utilização do TikTok. Para além disso, o género, a orientação sexual, a utilização do TikTok e a comparação social da aparência revelaram uma associação significativa com a satisfação com a aparência. Por sua vez, a idade, o género, a situação relacional, a satisfação com a aparência, a exposição corporal durante o sexo e a satisfação sexual estavam associados ao evitamento sexual. Os modelos de mediação indicaram que o uso do Instagram e do TikTok, juntamente com a satisfação com a aparência, explicaram 10,1% da variância no evitamento sexual. Estes resultados destacam a falta de investigação do evitamento sexual por parte da comunidade científica e enfatizam a necessidade contínua de destigmatizar as discussões acerca da sexualidade.

Palavras-chave: redes sociais, imagem corporal, satisfação com a aparência, evitamento sexual

Abstract

The influence of social media on body image has been widely documented by researchers. Nevertheless, studies regarding sexual avoidance and body image remain scarce. This study aimed to address this gap by exploring the relationships between social media use, sexual avoidance, and appearance satisfaction. Thus, the aims of this study were: (1) to investigate the variables associated with the use of Instagram and TikTok; (2) to explore the variables associated with appearance satisfaction; (3) to examine the variables associated with sexual avoidance; and (4) to analyze the mediating role of appearance satisfaction on the relationship between social media use (Instagram and TikTok) and sexual avoidance in a sample of 380 participants ($M = 27.7$ years). Multiple regression analyses revealed that age, gender, and sexual orientation were associated with the use of Instagram, while age, gender, and education level were associated with the use of TikTok. Additionally, gender, sexual orientation, the use of TikTok, and social comparison of appearance were significantly associated with appearance satisfaction. Furthermore, age, gender, relationship status, satisfaction with appearance, body exposure during sex, and sexual satisfaction were associated with sexual avoidance. Mediation models indicated that Instagram and TikTok use, along with appearance satisfaction, accounted for 10.1% of the variance in sexual avoidance. These findings highlight the scientific community's oversight in researching sexual avoidance and emphasize the ongoing need to destigmatize discussions surrounding sexuality.

Keywords: social media, body image, appearance satisfaction, sexual avoidance

Índice

Introdução.....	10
Imagem corporal	10
Redes sociais	12
Imagem corporal e redes sociais	13
Comparação social	14
Imagem corporal e evitamento e satisfação sexual	15
Metodologia	20
Delineamento do Estudo	20
Participantes	20
Instrumentos	23
Questionário Sociodemográficos	23
Frequência de Utilização de Redes Sociais.....	23
Comparação Social da Aparência	23
Body-esteem Scale for Adolescents and Adults (BESAA).....	24
Body Exposure During Sexual Activities Questionnaire (BESAQ)	25
Nova Escala de Satisfação Sexual (NSSS)	25
Sexual Avoidance Subscale of the Sexual Aversion Scale (SAS).....	26
Procedimento.....	26
Análise estatística.....	27
Resultados	28
Variáveis associadas à utilização das redes sociais.....	28
Variáveis associadas à satisfação com a aparência BESAA _{Aparência}	30
Variáveis associadas ao evitamento sexual.....	31
Coeficientes de correlação de <i>Pearson</i>	32
Utilização das Redes Sociais e BESAA _{Aparência}	32
Utilização das Redes Sociais e Evitamento Sexual.....	33
BESAA _{Aparência} e Evitamento Sexual	33

Análises de Mediação.....	34
Mediação do BESAA _{Aparência} na Frequência de Utilização do Instagram e no Evitamento Sexual.....	34
Mediação do BESAA _{Aparência} na Frequência de Utilização do Tiktok e no Evitamento Sexual.....	34
Discussão.....	35
Variáveis associadas à utilização das redes sociais.....	35
Variáveis associadas à satisfação com a aparência (BESAA _{Aparência}).....	37
Coeficientes de correlação de <i>Pearson</i>	38
Variáveis associadas ao evitamento sexual.....	39
Mediação do BESAA _{Aparência} na Frequência de Utilização das redes sociais e no Evitamento Sexual.....	41
Estudos futuros.....	42
Pontos fortes e limitações.....	42
Referências	44
Anexos.....	51
Anexo A – Protocolo.....	51
Consentimento informado	51
Questionário sociodemográfico.....	52
Frequência de utilização das redes sociais	54
Body-esteem for Adolescents and adults (BESAA)	54
Comparação Social da Aparência	56
Body Exposure during Sexual Activities Questionnaire (BESAQ).....	57
Sexual Avoidance Scale (SAS).....	60
New Sexual Satisfaction Scale (NSSS).....	61

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Características sociodemográficas (N=380)	21
Tabela 2 – Variáveis associadas à frequência da utilização do Instagram (N=380).....	29
Tabela 3 – Variáveis associadas à frequência da utilização do TikTok (N=380).....	29
Tabela 4 – Variáveis associadas à satisfação com a aparência (BESAA _{Aparência}) (N=380).....	30
Tabela 5 – Variáveis associadas ao evitamento sexual (N=380).....	32
Tabela 6 – Correlações de <i>Pearson</i> das variáveis em estudo no modelo de mediação (N=380).	33

Lista de Figura

Figura 1 – Modelo de Equações Estruturais para o Evitamento Sexual (Instagram).....34

Figura 2 – Modelo de Equações Estruturais para o Evitamento Sexual (TikTok).....35

Introdução

Imagem corporal

O conceito de imagem corporal tem sido estudado desde o século passado, no entanto, até à década de 50, a investigação era quase exclusivamente limitada ao estudo de percepções corporais distorcidas provocadas por danos cerebrais. Paul Schilder, em 1950, decidiu aprofundar esta temática ao considerar as perspetivas psicológicas e sociológicas, onde ocorrem as experiências e as percepções da imagem corporal. Desta forma, o autor propôs que a imagem corporal não só era um construto perceptual, como o reflexo de atitudes e interações com os outros (Schilder, 1950; Grogan, 2016). Desde então, o volume de investigação neste âmbito tem vindo a aumentar, mas até 1980, os estudos sobre imagem corporal eram maioritariamente conduzidos com jovens mulheres, uma vez que a investigação sobre imagem corporal tem raízes na psicologia clínica e na psiquiatria com foco nas perturbações alimentares, que eram sobretudo prevalentes em adolescentes e jovens adultas. No entanto, no final do século passado, percebeu-se que o conceito de imagem corporal era um conceito multifacetado que incluía muito mais do que preocupações com o peso, e por esse motivo passaram a incluir homens e mulheres nas amostras (Grogan, 2016).

O conceito de imagem corporal é complexo e é constituído por várias dimensões relativas às experiências de um indivíduo com a aparência, sendo uma construção mental e não uma avaliação objetiva do seu corpo. Estas quatro dimensões são a satisfação subjetiva global, ou seja, uma avaliação do corpo, a dimensão afetiva, associada a sentimentos ou emoções sobre o corpo, isto é, por exemplo, o facto de a uma imagem corporal negativa estar frequentemente associada a ansiedade e vergonha. Por fim, a dimensão cognitiva foca-se nos pensamentos e crenças sobre a aparência do indivíduo e a dimensão comportamental, tal como o nome indica reflete-se em comportamentos associados à aparência do indivíduo, como ver-se ao espelho frequentemente, pesar-se regularmente, ou evitar situações em que o seu corpo é exposto (Thompson et al., 2012; Grogan, 2016).

A satisfação corporal deve ser entendida considerando a esfera conceitual em que se insere, a imagem corporal. Desta forma, pode ser definida como as avaliações afetivas e cognitivas que uma pessoa faz relativamente ao seu corpo, como um todo ou relativamente às suas partes. Considerando a polaridade inerente ao conceito, assume-se que a satisfação é um posicionamento positivo em relação ao seu corpo, ocorrendo o oposto com a insatisfação corporal. Por outras palavras, esta última pode ser entendida como pensamentos e sentimentos negativos sobre o seu corpo, isto é, avaliações negativas sobre o seu peso, forma e tonificação

muscular. Pode ser compreendida através da discrepância entre a avaliação que a pessoa faz do seu próprio corpo e o seu corpo ideal, ou seja, quanto maior a discrepância, maior a insatisfação (Thompson et al., 2012; Grogan, 2016).

Vivemos num mundo onde a beleza física, magreza, jovialidade e feições simétricas são valorizadas. Quando as pessoas sentem que não se encaixam nos ideais de beleza propostos, podem existir consequências na forma como se sentem relativamente ao seu corpo e como se sentem em relação a si próprios (Hockey et al., 2021; Harper & Tiggemann, 2008). Na investigação não restam dúvidas de que as mulheres ocidentais estão expostas a uma grande pressão para estarem em conformidade com os padrões de beleza. No entanto, mais recentemente, vários estudos têm vindo a demonstrar a crescente preocupação por parte dos homens com o seu corpo, no sentido de investir no seu físico para atingir a aparência desejada pelos ideais impostos pela sociedade, que no caso dos homens são um pouco diferentes dos das mulheres (Harper & Tiggemann, 2008; O’Gorman et al., 2019; Tiggemann et al., 2007).

Apesar de nos dias de hoje determinadas características serem valorizadas, nem sempre assim foi, e para melhor compreender as representações dos corpos femininos e masculinos, seria interessante analisar a sua evolução ao longo dos tempos. Há cerca de dois séculos, os valores da sociedade, relativamente às mulheres, primavam sobretudo características como a obediência e a subordinação, desencorajando qualquer forma de expressão de vaidade. Desta forma, a beleza feminina era mais definida emocionalmente do que fisicamente. Contudo, uma vez que os ideais de beleza não são estáticos, mas fluídos e responsivos a mudanças culturais, como padrões de consumo e educação, com a emergência da comunicação em massa e a proliferação da imagem do corpo feminino, as mulheres passaram a estar mais conscientes do seu corpo, beleza e peso (Sentilles & Callahan, 2012). Ao longo do século XX a imagem corporal adquiriu um papel central na identidade pessoal, e com isto, a relação entre a consciência do corpo e a sociedade tem vindo a tornar-se cada vez mais complexa, na medida em que o corpo e a sociedade são espelhos recíprocos que estão em constante mudança. Estas alterações frequentes originam nas mulheres, uma necessidade incessante para atingir e manter os moldes propostos e “impostos” pela sociedade (Sentilles & Callahan, 2012; Sault, 1994).

Em oposição às mulheres, existe pouca investigação realizada no âmbito da imagem corporal nos homens. Considerando uma perspetiva evolucionária, contrariamente às mulheres, em que uma das principais características físicas desejáveis era a gordura abdominal, sinónimo de fertilidade, ser musculado era uma das principais características desejadas para o homem, uma vez que estava associado à sua força e capacidade de proteção da família e, intrinsecamente, ao seu poder, conhecimento e maturidade. No entanto, à semelhança do que

aconteceu com as mulheres, com a proliferação dos Media e as mudanças que com ela advieram, a imagem corporal do homem passou a ter uma importância que até então não tinha, trazendo paralelamente preocupações excessivas com o peso e a imagem corporal. Neste sentido, atualmente, o corpo ideal para os homens é um corpo mesomórfico, isto é, magro, mas musculado, com peito e ombros desenvolvidos e quadril e cintura mais estreitos (Tiggemann, 2012; Ricciardelli & Williams, 2012; Grogan, 2016).

A literatura demonstra que apesar de as preocupações com o corpo serem mais prevalentes nas mulheres, a investigação mais atual sugere que os homens se têm focado cada vez mais na sua aparência. Ainda assim, os homens heterossexuais, por norma apresentam menos preocupações com a imagem do que as mulheres heterossexuais (Sanchez & Kiefer, 2007). A literatura também evidencia que homens homossexuais experienciam mais insatisfação corporal que homens heterossexuais (Tiggemann et al., 2007; Kaminsky et al., 2005) e que mulheres heterossexuais apresentam mais insatisfação corporal que mulheres homossexuais (Alvy, 2013; Peplau et al., 2009). O estudo de Ludwig e Brownell (1997) constituído por uma amostra de mulheres homossexuais e bissexuais demonstrou que mulheres que classificavam a sua aparência como mais feminina apresentavam menor satisfação corporal que aquelas que se descreviam com uma aparência mais masculina ou andrógina.

Redes sociais

Desde a última década que as redes sociais têm evoluído, assumindo uma função importante na disseminação de informação nos diferentes domínios, sejam eles, o entretenimento, gestão, ciências, desporto ou política. Considerando a quantidade de informação disponível, a possibilidade de receber, criar e partilhar informação a custos reduzidos, tem permitido que as redes sociais se tenham posicionado como um dos mais importantes meios de comunicação do nosso quotidiano (Stieglitz et al., 2018; Zachos et al., 2018; Hruska & Maresova, 2020). É consensual na comunidade científica, o enorme impacto das redes sociais na nossa sociedade, e algumas destas assumiram-se como as principais formas de comunicação e socialização na atualidade (Franchina & Lo Coco, 2018). As redes sociais têm contribuído para a globalização da informação, das relações interpessoais e para o crescimento cultural. No entanto, alguns estudos identificaram que, pessoas com determinadas características podem estar mais predispostas a uma maior utilização de redes sociais.

No caso do género, Mingoia e colegas (2019) encontraram evidências de que as mulheres utilizavam mais as redes sociais comparativamente aos homens, e Auxier e Anderson (2021) também evidenciaram que as mulheres utilizavam mais Instagram e TikTok que os

homens. A idade está associada à utilização das redes sociais, na medida em que, jovens adultos utilizam e despendem mais do seu tempo na sua utilização em relação aos adultos mais velhos (Smith, & Anderson, 2018; Hruska & Maresova, 2020; Vaterlaus & Winter, 2021). Adicionalmente, de acordo com Hruska e Maresova (2020), pessoas com níveis elevados de escolaridade são os maiores utilizadores de redes sociais. Gottfried (2024) complementa, evidenciando que pessoas com alguma experiência universitária são mais propensas a utilizar mais redes sociais do que aquelas com ensino secundário ou inferior. Salienta ainda que, quem vive em áreas mais rurais é menos provável de utilizar redes sociais relativamente aos que vivem em áreas urbanas e suburbanas. Por fim, na questão da orientação sexual, a literatura não identificou evidências para afirmar uma associação entre a orientação sexual e a utilização das redes sociais, na medida em que adultos LGBT entre os 18 e 29 anos são tão socialmente ativos quanto todos os adultos entre os 18 e 29 anos (Pew Research Center, 2013).

Imagem corporal e redes sociais

Já é reconhecido pela comunidade científica o papel dominante dos Media na proliferação de normas do que é considerado um corpo ideal. Como tal, vários estudos demonstraram que imagens corporais idealizadas que são disseminadas através dos Media, aumentam as preocupações com a imagem corporal e a insatisfação com o próprio corpo em jovens adultos (Pedalino & Camerini, 2022; Knauss et al., 2008; Piatkowski et al., 2020; Kim, 2020). No que concerne ao impacto dos Media na imagem corporal, é fundamental enfatizar o poder das redes sociais comparativamente ao Media convencionais, não só pela sua interatividade, uma vez que os seus utilizadores são recetores e emissores, como também agentes ativos com capacidade de direcionar e personalizar as interações online, aumentando assim a sua autonomia e autoeficácia. Seria também importante salientar que, as redes sociais são veículos mais pessoais que os Media tradicionais, na medida em que é permitido às pessoas que criem laços entre si, devido ao conteúdo partilhado nos perfis pessoais. Isto é, cultivam-se comunidades mais homogéneas, contrariamente à comunicação em massa que abrange um público muito diversificado. São estas diferenças que permitem que as redes sociais tenham fortes implicações na imagem corporal, pelo facto de permitirem a visualização e criação de conteúdo 24 horas por dia, sete dias por semana, o que permite exponencialmente o acesso a mais informação e imagens idealizadas, que jamais estaria disponível nos meios convencionais, aumentando assim as oportunidades para a comparação social (Perloff, 2014).

Como mencionado anteriormente, está uniformemente estabelecido pela comunidade científica que a utilização de redes sociais está positivamente associada à insatisfação corporal,

no entanto, surgiram evidências de que mais importante do que o tempo despendido no consumo de conteúdo digital é o tipo de conteúdo consumido. As plataformas de redes sociais têm várias ramificações em termos de conteúdo disponibilizado e partilhado, pelo que redes sociais como Instagram e TikTok são consideradas redes sociais com elevado conteúdo digital visual, uma vez que estas exigem que a publicação seja em formato de fotografia ou vídeo, por oposição ao Facebook e ao Twitter que se baseiam sobretudo em conteúdos textuais, uma vez que é permitida a publicação de teor textual ou a combinação de texto com fotografias agregadas. Atendendo que as redes sociais visuais são maioritariamente baseadas em fotografias, considera-se que este tipo de conteúdo promove, com mais frequência, comportamentos relacionados à aparência comparativamente a plataformas menos visuais (Vandenbosch et al., 2022; Bue, 2020; Mink & Szymanski, 2022). Tendo esta informação em consideração, Åberg e colaboradores (2020) demonstraram que independentemente do género, utilizadores do Instagram percebem mais pressão relacionada à aparência do que os utilizadores do Facebook, e Mink e Szymanski (2022) revelaram que a utilização regular e consistente do TikTok apresenta uma associação positiva com a insatisfação corporal.

Comparação social

De um ponto de vista teórico, a relação entre a utilização das redes sociais e imagem corporal pode ser enquadrada na Teoria da Comparação Social. Nesta teoria proposta por Festinger (1954), foi postulado que os indivíduos obtêm informação sobre si próprios através de comparações que fazem relativamente a outros sujeitos.

Considerando que Festinger foi o pioneiro na elaboração deste construto no âmbito da psicologia social, Heinberg e Thompson foram os primeiros a propor o estudo da imagem corporal no âmbito da comparação social, sendo este o primeiro quadro teórico utilizado para a compreensão do desenvolvimento das preocupações e perturbações com a imagem corporal (1992; citado por Tylka et al., 2023). Esta proposta conjectura que as pessoas possam utilizar as imagens transmitidas através dos Media como padrão para as suas comparações, e esta é uma das explicações dadas pela literatura de forma a justificar a relação entre a utilização de redes sociais e a insatisfação com o corpo, uma vez que estas plataformas encorajam o seu público a comparar-se com outros em várias dimensões, incluindo em termos de aparência. Desta forma, é esperado que os observadores e utilizadores dos Media realizem comparações com os corpos idealizados (magros e extremamente cuidados), podendo potencialmente prejudicar a satisfação corporal e a autoestima de quem percebe estas imagens.

As interações presenciais permitem ver as representações não filtradas de pessoas que nos rodeiam, contrariamente às redes sociais que permitem que os seus utilizadores editem as suas fotografias antes de as publicarem, permitindo assim que se transmita uma imagem idealizada (Grogan, 2016; Bue, 2020). O género é uma diferença individual que influencia a resposta aos ideais de beleza e aparência transmitidos através dos Media. Neste sentido, Wykes e Gunter (2005) reuniram evidências de que é mais improvável que os homens façam comparações com modelos masculinos, sendo que a justificação dada para este acontecimento se deve ao facto de os seus corpos terem menos importância sociocultural do que os corpos das mulheres. A idade também é uma característica que exerce influência na comparação social, pelo que Callan e colegas (2015) referem que existe uma tendência de adultos mais velhos apresentarem níveis inferiores de comparação social. No entanto, Buunk e colaboradores (2020) demonstraram que a comparação social era mais alta em pessoas com 19 anos ou menos e esta tendência decrescia com o aumento da idade até aos 60 anos e após essa idade apresentava um aumento moderado.

É essencial salientar que a literatura evidencia que as comparações sociais que ocorrem devido à utilização das redes sociais são particularmente problemáticas para a insatisfação corporal, sobretudo em mulheres cuja aparência é uma dimensão importante na definição da sua autoestima, assim como mulheres que apresentem um nível elevado de internalização do ideal de magreza, e que apresentem baixa autoestima. Neste sentido, a comparação social tem um papel mediador na relação entre a utilização de redes sociais e preocupações com a imagem corporal e a autoestima deve ser realçada porque é um fator individual que torna as pessoas mais ou menos vulneráveis aquando da exposição a conteúdos visuais idealizados (Perloff, 2014; Wykes & Gunter, 2005). O estudo de Hendrickse e coautores (2017) demonstrou que a relação entre a utilização do Instagram e a insatisfação corporal é mediada pela comparação da aparência física, e revelou ainda que a insatisfação corporal se correlaciona positivamente com a comparação da aparência.

Imagem corporal e evitamento e satisfação sexual

Literatura clássica evidenciou que a perceção sobre o próprio corpo pode sofrer flutuações em resposta à exposição do mesmo. Como tal, é esperado que perante um dado grau de intimidade e exposição corporal que a atividade sexual requer, pessoas com baixa satisfação corporal e baixa autoestima apresentem níveis mais elevados de insatisfação e evitamento sexual (Hockey et al., 2021; Haimovitz et al., 1993; Ackard, et al., 2000). O evitamento sexual requer por parte do indivíduo uma decisão ativa de se abster da atividade sexual, isto é, refere-

se à rejeição do desejo sexual do parceiro, podendo ser traduzindo através da redução da intimidade física (e.g., carícias, beijos, abraços) e evitar situações que possam desencadear sexo (e.g., indo para a cama mais cedo ou mais tarde que o parceiro, ou estar ocupado/a com alguma coisa) sendo que entre homens e mulheres pode existir algumas diferenças neste comportamento (Carvalheira et al., 2020; Frost & Donovan, 2021; Fischer & Traen, 2022).

De acordo com a socialização e as teorias evolucionárias, existem papéis tradicionais de género que descrevem que os homens estereotipicamente são focados na carreira, chefes de família e com poucas habilidades emocionais, por oposição, as mulheres devem ter um papel mais passivo, focadas nas tarefas domésticas, cuidadoras e mais emocionais (Rubin et al., 1980). Inerente a estes papéis tradicionais de género enraizados na cultura, estão os papéis sexuais que são convenções que guiam as interações sexuais (Greene & Faulkner, 2005). A iniciativa sexual pode ser definida como o primeiro passo dado por um parceiro para transmitir verbalmente e/ou não verbalmente ao outro parceiro o seu interesse ou desejo de iniciar atividade sexual (Gossmann et al., 2003). Os papéis sexuais denotam que os homens iniciem e mantenham trocas sexuais e que estejam interessados em envolver-se numa ampla gama de comportamentos sexuais que o satisfaçam a si próprio e à parceira. Por oposição, espera-se que as mulheres respondam aos avanços do homem, tendo uma atitude mais passiva e menos interesse em sexo (Byers, 1995; Lawrance et al., 1996). No entanto, literatura mais recente evidencia que os papéis sexuais estão a alterar-se, na medida em que, na cultura ocidental, devido à modernização da visão sobre a sexualidade desde a emergência do movimento feminista, se tem observado papéis sexuais e de género mais igualitários e flexíveis, conferindo às mulheres maior autonomia para iniciar o sexo, apesar de os papéis tradicionais continuarem, ainda, a ser prevalentes (Ménard & Cabrera, 2011; Jones, 2010).

Vários estudos com amostras jovens, com participantes entre os 18 e os 23 anos, demonstraram que a imagem corporal negativa está associada ao evitamento sexual, enquanto uma imagem corporal positiva tem estado associada a uma maior frequência de atividade sexual (Faith & Schare, 1993; Wiederman, 2010). Indivíduos com uma imagem corporal mais negativa e autoestima diminuída sentem-se menos confortáveis em envolver-se sexualmente relativamente aos que apresentam uma imagem corporal positiva (Wiederman, 1996; La Roche & Cioe, 2011). O estudo de Carvalheira e colaboradores (2020) apontou a idade como um dos preditores para o evitamento sexual, isto é, ser mais velho prediz o evitamento.

La Roche e Cioe (2011) propuseram-se a avaliar a relação entre a imagem corporal e o evitamento sexual e os resultados demonstram que homens e mulheres que apresentavam uma imagem corporal mais negativa apresentavam uma maior tendência para o evitamento sexual

comparativamente aos participantes com uma imagem corporal mais positiva. Apesar de os autores terem encontrado uma relação direta entre as duas variáveis, decidiram estudar também possíveis efeitos de mediação nesta relação. Neste sentido, a satisfação sexual foi uma das variáveis que mostrou mediar de forma significativa a relação entre a imagem corporal e o evitamento sexual. Esta mediação pode ser explicada pela literatura, na medida em que a percepção negativa sobre o seu corpo inibe a excitação sexual que retira a satisfação sexual. Assim, a imagem corporal negativa pode invalidar os reforços positivos provenientes da relação sexual, e em última instância, a baixa satisfação sexual pode levar ao evitamento sexual (Graham et al., 2004; La Roche & Cioe, 2011). Os últimos autores salientaram ainda que, ao evitar a atividade sexual, as visões negativas sobre o corpo são perpetuadas, uma vez que é improvável que ocorra uma experiência que possa invalidar essas opiniões, pelo que as preocupações com a aparência persistem, fortalecendo o desejo de continuar a evitar o sexo, o que consequentemente origina um ciclo interminável (La Rocque & Cioe, 2011). O estudo de Ackard e colaboradores (2000) reportou que mulheres entre os 14 e os 74 anos que apresentavam satisfação com a imagem corporal estavam mais confortáveis com o seu corpo durante a atividade sexual. Adicionalmente, verificou-se que uma imagem corporal positiva predizia o conforto em despir-se em frente ao parceiro e ter relações sexuais com a luz acesa.

Os estudos de Haimovitz e colaboradores (1993) e Myers e Biocca (1992) demonstraram que a percepção que as mulheres têm do seu próprio corpo é instável e responsiva às situações nas quais se inserem. Os resultados demonstraram que a satisfação corporal sofre flutuações, por exemplo, devido à exposição aos Media, ou ao andar na praia de fato de banho, ou passar por um grupo de homens ou mulheres atraentes. Dado que o sexo frequentemente envolve exposição corporal, indivíduos com imagem corporal mais positiva apresentaram menos comportamentos de evitamento sexual (Weaver & Byers, 2013; Faith & Schare, 1993). O estudo qualitativo de Weaver e Byers (2018) que tinha como objetivo explorar a percepção que as mulheres tinham do seu corpo no contexto da relação sexual com o seu parceiro, demonstrou que algumas mulheres relataram um aumento do seu interesse em sexo quando tinham sentimentos positivos relativamente ao seu corpo, outras indicaram que eram mais prováveis de iniciar sexo ou de responder de forma mais positiva às iniciativas do parceiro quando tinham uma imagem corporal mais positiva. Adicionalmente, descreveram que a insatisfação corporal como um “*mood killer*” e, por esse motivo, quando se sentiam mais insatisfeitas e menos confiantes, sentiam-se menos propensas para iniciar atividade sexual e mais propensas para evitar fazer sexo e rejeitar as iniciativas vindas por parte do parceiro. Por outro lado, o facto de os homens evitarem o sexo menos frequentemente, pode ser explicado

pelos papéis sexuais tradicionais. Por esta razão, os homens têm menos possibilidades e oportunidades para o evitamento sexual devido à pressão que sentem ao tentar corresponder às expectativas culturalmente impostas (Carvalheira et al., 2020).

A satisfação sexual foi definida como sendo “an affective response arising from one’s subjective evaluation of the positive and negative dimensions associated with one’s sexual relationship” (Lawrance & Byers, 1995, p.268). O estudo de Weaver e Byers (2013) que tinha como objetivo estudar a importância das crenças que mulheres tinham relativamente à forma como eram percebidas pelo seu parceiro e a influência das mesmas no seu bem-estar sexual demonstrou que elevada insatisfação corporal está associada a baixa satisfação sexual. Horvath e colaboradores (2020) concluíram que uma elevada satisfação com a imagem corporal prediz significativamente uma elevada satisfação sexual, uma vez que associada a uma imagem corporal positiva está associado mais conforto nas interações sexuais com o parceiro. Adicionalmente, este estudo relevou, ainda, que a frequência da atividade sexual é um preditor da satisfação sexual. A investigação realizada por Pujols e colaboradores (2010) que pretendia estudar a relação entre a imagem corporal e a satisfação sexual, demonstrou a existência de relações significativas positivas entre a satisfação sexual e a imagem corporal. Neste sentido, a análise de regressão mostrou que as variáveis utilizadas no âmbito da imagem corporal são responsáveis por 15% a 20% da variância das pontuações/valores obtidos no âmbito da satisfação sexual, após controlar os efeitos do funcionamento sexual. O estudo realizado por Zamboni e colegas (2008) pretendia estudar a relação entre imagem corporal e o funcionamento sexual numa amostra de mulheres bissexuais e os resultados evidenciaram que uma imagem corporal mais positiva estava significativamente associada a níveis mais elevados de atividade sexual e níveis mais elevados de satisfação sexual.

A investigação no que concerne ao papel da imagem corporal na satisfação sexual dos homens é algo escassa. Nesta sequência, a pesquisa realizada no âmbito do funcionamento sexual tradicionalmente recorria a medidas “quantificáveis”, como o número, frequência e intensidade de orgasmos nos homens, sem terem em consideração a componente das experiências pessoais subjetivas (Althof et al., 2011; Daniel & Bridges, 2013). O interesse por estudar esta questão deve-se ao facto de se saber que as mulheres têm sido pressionadas para atingir estereótipos de magreza, assim sendo, é expectável, também colocar a hipótese de que a imagem corporal também tenha impacto na satisfação sexual dos homens (Daniel & Bridges, 2013; Filiault, 2007). O estudo de Daniel e Bridges (2013) tinha como uma das suas hipóteses a imagem corporal predizer a satisfação sexual nos homens, no entanto, os resultados não se demonstraram estatisticamente significativos. O estudo realizado por Holt e Lyness (2007)

explorou a relação entre imagem corporal e satisfação sexual por gêneros, demonstrando que as variáveis se correlacionam significativamente nos homens e nas mulheres, não existindo diferenças estatísticas entre ambos.

Justificação da pertinência e objetivos do estudo

A pertinência deste estudo deve-se não só à tentativa de colmatar as lacunas presentes na literatura relativamente ao evitamento sexual, por ser uma temática pouco investigada (Carvalheira et al., 2020; Fischer & Traen, 2022), como também, por ser relevante incluir os homens no estudo da relação da imagem corporal e sexualidade, uma vez que tem sido um pouco negligenciada pelos investigadores. Sendo este um estudo exploratório, pretende-se colmatar a lacuna existente na literatura no âmbito das redes sociais, imagem corporal e evitamento sexual, uma vez que, a literatura confirma a existência de uma associação entre a utilização das redes sociais e a imagem corporal e uma associação entre a imagem corporal e o evitamento sexual. No entanto, nenhum estudo, até ao momento, de acordo com o conhecimento dos autores, explorou a associação entre a utilização das redes sociais e o evitamento sexual, tendo a satisfação com a aparência como mediadora desta associação. A motivação para estudar esta temática deve-se, não só, ao papel crescente e dominante das redes sociais (Andsager, 2014), como também, por se saber que os papéis de género do homem e da mulher se estão a modernizar e a sofrer algumas alterações, pelo que se considera fundamental estudar as questões do evitamento sexual e de que forma é a utilização das redes sociais pode exercer influência aquando do estudo desta temática.

Desta forma, o presente estudo tem como objetivos: (1) analisar algumas variáveis que estão associadas à frequência da utilização do Instagram e do TikTok, (2) estudar alguns fatores que estão associados à satisfação com a aparência, (3) analisar alguns dos fatores que estão associados ao evitamento sexual e, ainda (4) estudar o papel mediador da satisfação com a aparência na frequência da utilização das redes sociais (Instagram e TikTok) e no evitamento sexual.

Metodologia

Delineamento do Estudo

A presente investigação tem um carácter exploratório, porque “procura conhecer melhor os fenómenos em estudo através de novas questões ou novas explicações, (...) explorando-se uma determinada realidade porque pouco se conhece sobre ela” (D’Oliveira, 2005, p.15) e transversal, uma vez que “os dados são recolhidos num único momento” (Ribeiro, 2010, p.31). Trata-se ainda de um estudo correlacional, uma vez que os dados recolhidos evidenciam a forma como as relações entre as variáveis existem naturalmente, isto é, são analisadas as relações entre as variáveis em estudo, sem se recorrer à sua manipulação. Neste tipo de estudos não é possível inferir causalidade, isto é, não é possível afirmar que “(...) “a” provoca “b”. Somente permite afirmar que, provavelmente, quando “a” aumenta (ou diminui) “b” aumenta (ou diminui)” (Ribeiro, 2010, p.50). Por fim, é ainda um estudo de natureza quantitativa, uma vez que permite realizar inferências estatísticas e identificar tendências a partir dos dados recolhidos numa determinada amostra (Lima, 2016).

Participantes

Para a participação no presente estudo, foram tidos como critérios de inclusão ter pelo menos 18 anos, utilizar Instagram e/ou TikTok e consentir participar no estudo. Obteve-se um total de 483 participações, no entanto, por questões estatísticas foram eliminados os participantes que não responderam a todas as questões das escalas de medida, pelo que a amostra final incluiu 380 participantes.

As características sociodemográficas dos participantes foram detalhadas na Tabela 1. Os participantes apresentaram idades compreendidas em os 18 e os 65 anos, sendo a idade média 27,7 anos ($DP = 9,51$). 98,4% dos participantes tinham nacionalidade portuguesa. No que concerne à identidade de género, 72,4% dos participantes identificaram-se como mulher, 26,8% como homem e 0,5% como não-binário/género-fluído. A maioria dos participantes descreveu-se como heterossexual (88,9%), sendo que 7,1% se descreveu como bissexual, 2,6% como homossexual/gay/lésbica e 1,1% como pansexual. 88,2% da amostra apresentou comportamento sexual exclusivamente heterossexual e cerca de dois terços (68,9%) apresenta uma relação estável/ de compromisso com apenas uma pessoa. Relativamente ao nível de escolaridade, 48,2% apresentava formação superior ao nível da licenciatura, 26,8% ao nível do mestrado/doutoramento, 23,2% ensino secundário (12º ano), 1,6% ensino básico (9º ano) e

0,3% ensino primário (4º ano). Por fim, mais de metade dos inquiridos (56,8%) referiu não pertencer a nenhuma religião.

Tabela 1

Características Sociodemográficas (N=380)

Variáveis	%	n
Identidade de género		
Homem	26,8	102
Mulher	72,4	275
Não-binária/ Género-fluído	0,5	2
Queer	0,3	1
Outra	0	0
Orientação sexual		
Heterossexual	88,9	338
Homossexual/ Gay/ Lésbica	2,6	10
Bissexual	7,1	27
Pansexual	1,1	4
Outra	0,3	1
Comportamento sexual		
Exclusivamente heterossexual	88,2	335
Maioritariamente heterossexual, com comportamento homossexual esporádico	3,9	15
Maioritariamente heterossexual, com algum comportamento homossexual	2,4	9
Igualmente heterossexual e homossexual	0,8	3
Maioritariamente homossexual, com algum comportamento heterossexual	0,8	3
Maioritariamente homossexual, com comportamento heterossexual esporádico	1,3	5
Exclusivamente homossexual	2,6	10
Nível de escolaridade		
Ensino primário	0,3	1
Ensino básico	1,6	6

Variáveis	%	<i>n</i>
Ensino secundário	23,2	88
Licenciatura	48,2	183
Mestrado/doutoramento	26,8	102
Situação relacional		
Não tem relação estável/de compromisso	27,9	106
Não sabe se tem relação estável/de compromisso	2,6	10
<1 ano	10,5	40
1-2 anos	10,5	40
2-3 anos	8,4	32
3-4 anos	5,0	19
>4 anos	33,1	133
Se respondeu sim à pergunta anterior, qual a situação relacional		
Relação de compromisso com 1 pessoa	68,9	262
Relação aberta	0,8	3
Situação de poliamor	0	0
Mais do que 1 relação, sem haver o consentimento de todas as partes	1,1	4
Zona residência		
Meio rural (aldeia ou vila)	14,7	56
Meio urbano (cidade pequena)	33,2	126
Meio urbano (grande cidade)	52,1	198
Religião		
Sem religião	56,8	216
Católica	39,5	150
Outra religião	3,7	14
Frequência e participação em encontros religiosos		
Nunca	59,2	225
< 1 vez por ano	13,4	51
1 vez por ano	7,4	28
2 vezes por ano	10,3	39
1 vez por mês	3,7	14
2 vezes por mês	2,4	9
≥ 1 vez por semana	3,7	14

Variáveis	%	n
Nacionalidade		
Portuguesa	98,4	374
Outra	1,6	6

Instrumentos

Questionário Sociodemográfico

Os participantes preencheram um breve questionário de informação sociodemográfica que permitiu recolher informação pessoal relevante, como a idade, nacionalidade, identidade de género, orientação sexual, comportamento sexual, nível de escolaridade, situação relacional, duração da relação estável/de compromisso (se aplicável), zona de residência (“meio rural/urbano”), religião, frequência e participação em encontros religiosos (Anexo A).

Frequência de Utilização de Redes Sociais

A frequência da utilização do Instagram e do TikTok foi medida, inquirindo os participantes sobre o tempo despendido diariamente em cada uma das redes sociais, à semelhança dos autores Fardouly e Vartanian (2015). No entanto, foi adicionada a opção de resposta “Não utilizo/ não tenho”. As possibilidades de resposta variavam entre 0 (“Não utilizo/ não tenho”) e 6 (Mais de duas horas por dia).

Comparação Social da Aparência

De forma a avaliar a comparação social, utilizou-se uma questão introdutória e três itens que foram adaptados por Fardouly e Vantanian (2015) e Pedalino e Camerini (2022) nos seus estudos. Estes itens derivaram do *Physical Appearance Comparison Scale (PACS)*, desenvolvido por Thompson e colegas (1991) com o objetivo de medir a frequência e a direção das comparações da aparência em diversos contextos sociais. Fardouly e Vantanian (2015) adaptaram os itens do PACS para determinar a comparação social durante a utilização do Facebook, e Pedalino e Camerini (2022) realizaram uma adaptação semelhante, mas focada na rede social Instagram. Como neste estudo se pretendia avaliar a comparação social aquando da utilização das redes sociais, considerou-se que se poderia fazer uma adaptação, tal como a realizada pelos autores anteriores. Neste sentido, optou-se pela generalização da questão introdutória e dos itens. Nessa questão (“quando se compara a outras pessoas que segue nas redes sociais, como é que se classificaria?”), solicita-se ao participante sobre a forma como este

se classificaria comparativamente aos outros que segue nas redes sociais, numa escala de cinco pontos, entre 1 (Muito pior) e 5 (Muito melhor) e nas três afirmações seguintes solicita-se ao participante que expresse o seu nível de concordância numa escala tipo *Likert* de 5 pontos (1= Discordo Fortemente, 5= Concordo Fortemente): 1) “quando utilizo as redes sociais, comparo a minha aparência à aparência física dos outros”, 2) “quando utilizo as redes sociais, comparo a forma como me visto à forma como os outros se vestem”, e 3) “quando utilizo as redes sociais, por vezes comparo a minha imagem à imagem dos outros”). Para proceder à tradução da medida, os investigadores traduziram os itens para a língua portuguesa e depois recorreram ao processo de *back translation* de forma a garantir a equivalência semântica entre as versões. No presente estudo foi medida a fiabilidade interna dos itens, e ao avaliar o alfa de *Cronbach* dos 4 itens, verificou-se que, se o primeiro item fosse excluído a fiabilidade aumentava. Neste sentido, conclui-se que apesar de a correlação do primeiro item ser significativa, a sua correlação com os restantes era fraca, prejudicando a fiabilidade interna do instrumento. Adicionalmente, a escala de medida deste primeiro item era diferente dos demais, pelo que poderia influenciar os resultados da escala. Assim, apenas se incluíram os últimos três itens mencionados para a medição da comparação social da aparência (alfa de *Cronbach* = 0,865).

Body-esteem Scale for Adolescents and Adults (BESAA)

Mendelson e colaboradores (2001) desenvolveram este instrumento que permite avaliar três dimensões da imagem corporal, sendo que cada uma destas dimensões constitui uma subescala, nomeadamente, satisfação com a aparência (Aparência, e.g., “Estou bastante satisfeito(a) com a minha aparência.”), satisfação com o peso (Peso, e.g., “Estou satisfeito(a) com o meu peso.”) e avaliações atribuídas por outras pessoas sobre o corpo e a aparência de quem está a ser avaliado (Atribuição, e.g., “As outras pessoas consideram-me bonito(a).”).

Esta medida permite aferir os sentimentos subjacentes à imagem corporal e não apenas a aparência física (Brandão et al., 2021). O BESAA é uma escala de autorrelato constituída por 23 itens, tendo um formato de escala tipo *Likert* de cinco pontos que varia entre 0 (nunca) e 4 (sempre), desta forma, as pontuações totais desta medida variam entre 0 e 92, refletindo o aumento proporcional à frequência de relatar sentimentos positivos associados à imagem corporal. Existem itens de orientação positiva e itens de orientação negativa (itens 4, 7, 9, 11, 13, 17, 18, 19 e 21), sendo de salientar que estes últimos necessitam de se recodificados para proceder à análise dos resultados. A versão do instrumento utilizada neste estudo foi validada e traduzida para a população portuguesa por Brandão e colegas (2021), mantendo as três dimensões e o mesmo número de itens da versão original. Por fim, ambas as versões

apresentaram bons valores de consistência interna, tendo a versão original apresentado os seguintes valores para cada uma das subescalas: 0,92 (Aparência), 0,94 (Peso) e 0,81 (Atribuição) e a versão portuguesa os seguintes valores: 0,92 (Aparência), 0,87 (Peso) e 0,78 (Atribuição). Os autores do presente estudo também obtiveram valores de boa consistência interna, 0,935 na escala total, 0,896 na subescala Aparência, 0,926 na subescala Peso e 0,603 na subescala Atribuição.

Body Exposure During Sexual Activities Questionnaire (BESAQ)

Este instrumento foi desenvolvido por um grupo de investigadores (Cash, Maikkula & Yamamiya, 2004) e permite medir o foco atencional ansioso na aparência do corpo e o desejo de evitamento da exposição de determinados aspetos do corpo durante as relações sexuais. Trata-se de um questionário de autorrelato composto por 28 itens com cinco opções de resposta distribuídas numa escala tipo *Likert* de frequência (0=Nunca e 4=Sempre). Adicionalmente, nesta investigação foi adicionada a opção de “nunca tive relações sexuais”, uma vez que, já ter tido relações sexuais não foi um dos critérios de inclusão para o estudo. Nove das afirmações que constituem a medida (itens 3, 5, 7, 10, 11, 13, 24, 25 e 28) encontram-se escritas de modo inverso, pelo que, para efeitos de análise estatística necessitam de recodificação. A pontuação total pode variar entre 0 e 112, sendo que totais mais elevados estão associados a comportamentos e pensamentos negativos (i.e., ansiosos e evitantes) resultantes da exposição corporal durante as relações sexuais. A consistência interna da escala original é elevada, pelo que os valores de alfa de *Cronbach* foram de 0,96 e 0,95 para as mulheres e homens, respetivamente (Cash, Maikkula & Yamamiya, 2004). A tradução desta escala para a língua portuguesa foi realizada no âmbito de uma dissertação de mestrado (Veríssimo, 2011), onde a tradução e adequação linguística da medida foi realizada por dois tradutores profissionais. Por fim, apurou-se a consistência interna da escala ($\alpha=0,965$).

Nova Escala de Satisfação Sexual (NSSS)

Esta escala foi desenvolvida por Štulhofer e colaboradores (2011) com o objetivo de medir a satisfação sexual. É constituída por 20 itens e divide-se em duas dimensões, a subescala de Centração no Eu, que mede a satisfação sexual gerada por experiências e sensações pessoais (itens 1-10, e.g., “A intensidade da minha excitação sexual.”) e a subescala de Centração no Parceiro, que pretende medir a satisfação sexual que advém da perceção de um individuo sobre as reações e comportamentos sexuais do seu parceiro/a (itens 11-20, e.g., “O equilíbrio entre o que eu dou e o que eu recebo durante o sexo.”). Foi pedido aos participantes que classificassem

o seu nível de satisfação sexual dos últimos seis meses, para cada uma das afirmações, utilizando uma escala tipo *Likert* de cinco pontos, que varia entre 1 (Nada Satisfeito) e 5 (Totalmente Satisfeito), sendo que os valores totais podem oscilar entre os 20 e os 100 pontos, crescendo em função do nível de satisfação sexual. No contexto deste estudo foi ainda atribuído o valor 0 à alternativa de resposta “Não tive relações sexuais nos últimos seis meses”. Esta medida foi validada e traduzida para a população portuguesa por Pechorro e coautores (2015) e apresentou uma consistência interna de 0,96, à semelhança da escala original que apresentou um alfa de *Cronbach* 0,94 e 0,96 para os homens e as mulheres, respetivamente. Neste estudo, também se apurou uma boa consistência interna na escala completa ($\alpha=0,988$), na subescala de Centração no Eu ($\alpha=0,979$) e na de Centração no Parceiro ($\alpha=0,980$).

Sexual Avoidance Subscale of the Sexual Aversion Scale (SAS)

O *Sexual Aversion Scale* é um questionário desenvolvido por Katz e colaboradores (1989) com o objetivo de medir medos sexuais, evitamento sexual, inibição social e medo de doenças sexualmente transmissíveis. A escala completa é composta por 30 itens que se divide em cinco subescalas (Evitamento Sexual, Ansiedade Sexual e *Self-Consciousness*, Inadequação Sexual, Medo de Doenças Sexualmente Transmissíveis e Trauma Sexual Infantil).

No presente estudo foi utilizada a subescala do Evitamento Sexual (Katz et al., 1992) que se propõe a aferir medos e comportamentos de evitamento relacionados com a atividade sexual (e.g., “Pensar em sexo deixa-me nervoso”). É composta por 10 itens e as possibilidades de resposta distribuem-se numa escala tipo *Likert* de quatro pontos e varia entre 1 (Discordo Totalmente) e 4 (Concordo Totalmente). Neste sentido, os resultados distribuem-se entre os 10 e os 40 pontos, sendo que valores mais elevados correspondem a maior tendência para o evitamento da atividade sexual. Devido à inexistência de uma versão traduzida e validada para a população portuguesa, os investigadores do presente estudo realizaram uma primeira tradução dos itens para a língua portuguesa e seguidamente realizaram uma retradução cega dos itens para a língua inglesa. Relativamente à consistência interna, a escala original apresentou um alfa de *Cronbach* de 0,85. Foi conferida ainda a consistência interna do instrumento traduzido, obtendo-se um alfa de *Cronbach* de 0,886.

Procedimento

Previamente à divulgação do protocolo, foi desenvolvido um estudo piloto que contou com nove participações, com o objetivo de obter *feedback* sobre o nível de compreensão dos

itens (i.e., validade facial dos itens), resultando em pequenas retificações e aprimoramento dos mesmos. A recolha de dados foi realizada com o recurso da plataforma *Qualtrics* e procedeu-se à disseminação do protocolo em diversas plataformas de redes sociais (i.e., Instagram, Facebook, LinkedIn e WhatsApp) entre os dias 13 e 22 de janeiro de 2024. Foi utilizado um método de amostragem não probabilística (de conveniência e bola de neve). Na primeira secção do questionário, o participante era informado sobre o objetivo do estudo e foram fornecidos detalhes sobre a sua participação, nomeadamente, o carácter voluntário da mesma, confidencialidade e anonimato das respostas, duração e requisitos. No final desta secção era solicitado o consentimento informado para prosseguir para o preenchimento do protocolo.

Análise estatística

A análise estatística com o recurso ao software *IBM SPSS 29*, incluiu análise estatística descritiva de forma a caracterizar a amostra do estudo, testou-se o alfa de *Cronbach* para aferir a consistência interna dos instrumentos utilizados, tendo sido tido em consideração os valores considerados aceitáveis (0,70) por Marôco e Garcia-Marques (2006). Incluíram-se testes aos coeficientes de correlação de *Pearson* para analisar as relações entre a utilização das redes sociais, satisfação com a aparência e evitamento sexual e, foram ainda conduzidas quatro regressões lineares múltiplas com o objetivo de descrever fatores associados à utilização do Instagram e do TikTok, à satisfação com a aparência e ao evitamento sexual. O critério utilizado para medir a dimensão do efeito nas correlações foi que, entre 0,10 e 0,30 tem-se uma correlação fraca, 0,30 e 0,50 moderada e superior a 0,50 forte (Cohen, 1988). Converteram-se ainda algumas variáveis para variáveis dicotómicas/binárias, nomeadamente: o género (homem=0, mulher=1), a orientação sexual (heterossexual=0, não heterossexual=1), a situação relacional (sem relação=0, com relação=1), o nível de escolaridade (ensino primário/secundário=0, ensino superior=1), o meio onde vive (citadino= 0, rural=1), a nacionalidade (portuguesa=0, outra=1) e a frequência de encontros religiosos (nunca=0, entre uma vez por ano e 1 vez por semana=1).

Posteriormente, desenvolveram-se dois Modelos de Equações Estruturais (MES), utilizando o *IBM SPSS AMOS 29*, com o objetivo de analisar o papel mediador da satisfação com a aparência na relação entre a utilização das redes sociais (Instagram e TikTok) e o evitamento sexual. No que concerne ao ajustamento do modelo, este foi avaliado com recurso ao Teste do Qui Quadrado (χ^2), considerando um nível de significância de 0,05, ao *Goodness-of-Fit Index* (GFI), ao *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) e ao *Comparative Fit Index* (CFI). Valores superiores a 0,9 no CFI e GFI indicam um bom ajustamento e valores

situados entre 0,8 e 0,9 indicam um ajustamento sofrível, no RMSEA são indicadores de um modelo bem ajustado valores entre 0,05 e 0,10, e acima de 0,10, considera-se um ajustamento inaceitável (Marôco, 2021). Para todas as análises estatísticas utilizou-se como valor de referência, *p-value* inferior a 0,5 para determinar significância estatística.

De um ponto de vista estatístico, antes de iniciar a análise propriamente dita, foram efetuadas correlações entre o BESAA, as suas dimensões/subescalas e a frequência da utilização do das redes sociais (Instagram e TikTok) e evitamento sexual. Ao analisar as correlações observou-se que a subescala Aparência do BESAA, apresentava correlações ligeiramente mais elevadas com as variáveis, comparativamente às restantes subescalas e à escala global. Desta forma, para além de ter sido uma decisão estatística, também se teve em consideração a parte conceptual. Do ponto de vista conceptual, é importante clarificar que esta tomada de decisão, se deve ao facto de, aquando da medição da comparação social, se está na verdade a medir a comparação social da aparência e, ainda que ao medir a frequência de utilização de redes sociais, estas se focam, essencialmente, na promoção de conteúdos relacionados à aparência e a questões mais visuais. Tendo esta informação toda em consideração, utilizou-se a subescala Aparência do BESAA ($BESAA_{Aparência}$), que mede satisfação com a aparência, de forma a manter homogeneidade e consistência entre os conceitos a ser medidos.

Resultados

Variáveis associadas à utilização das redes sociais

De forma a analisar as associações das variáveis sociodemográficas com a frequência da utilização das redes sociais, recorreu-se à regressão linear múltipla. Foram realizadas duas regressões, uma para cada rede social (Instagram e TikTok). Como variáveis sociodemográficas incluíram-se a idade, o género, a orientação sexual, a escolaridade, a situação relacional, o meio de residência e a frequência de encontros religiosos.

Na primeira regressão foi medido o efeito das variáveis sociodemográficas na frequência de utilização do Instagram. Neste sentido, foi possível concluir que o modelo é estatisticamente significativo ($F(7, 369) = 12,997, p < 0,001$), sendo que as variáveis sociodemográficas explicam 18,3% da variância da frequência da utilização do Instagram. As variáveis, idade ($\beta = -0,369, p < 0,001$), o género ($\beta = 0,202, p < 0,001$) e a orientação sexual ($\beta = -0,138, p = 0,004$) demonstraram-se estaticamente significativas. Considerando as variáveis significativas, foi possível inferir algumas das características dos utilizadores mais

assíduos do Instagram, desta forma, a Tabela 2 demonstra que se tratam de mulheres mais jovens e heterossexuais.

Na regressão realizada para medir o efeito das variáveis sociodemográficas na frequência da utilização do TikTok (Tabela 3) observou-se que o modelo é estatisticamente significativo ($F(7, 369) = 13,578, p < 0,001$), sendo que as variáveis sociodemográficas explicam 19,0% da variância da frequência da utilização do TikTok. Assim, a idade ($\beta = -0,401, p < 0,001$), o género ($\beta = 0,180, p < 0,001$) e o nível de escolaridade ($\beta = -0,117, p = 0,015$) são estatisticamente significativos. Ao analisar as variáveis mais relevantes do ponto de vista estatístico, foi possível deduzir que os utilizadores que despendem mais tempo no TikTok são mulheres mais jovens e com escolaridade ao nível do secundário ou inferior.

Tabela 2

Variáveis associadas à frequência da utilização do Instagram (N=380)

Fatores	β	t
Idade	-0,369	-7,304***
Género	0,202	4,285***
Orientação sexual	-0,138	-2,896**
Escolaridade	-0,016	-0,328
Situação relacional (duração)	-0,072	-1,455
Residência	0,042	0,904
Frequência encontros religiosos	0,017	0,363

** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Tabela 3

Variáveis associadas à frequência da utilização do TikTok (N=380)

Fatores	β	t
Idade	-0,401	-7,964***
Género	0,180	3,847***
Orientação sexual	0,024	0,510
Escolaridade	-0,117	-2,436*
Situação relacional (duração)	-0,071	-1,443
Residência	-0,28	-0,597
Frequência encontros religiosos	0,011	0,237

* $p < 0,05$; *** $p < 0,001$

Variáveis associadas à satisfação com a aparência (BESAA_{Aparência})

Foi conduzida uma regressão linear múltipla hierárquica para analisar as variáveis associadas à satisfação com a aparência (Tabela 4). As variáveis foram introduzidas em blocos, sendo que no primeiro bloco se incluíram as variáveis sociodemográficas. Este primeiro modelo apresentou-se estatisticamente significativo e explicou 5,1% da variância da satisfação com a aparência ($F(7, 369) = 3,87, p < 0,001$). As variáveis, género ($\beta = -0,158, p = 0,002$) e orientação sexual ($\beta = -0,165, p = 0,001$), emergiram como variáveis significativas. Neste sentido, homens heterossexuais relataram níveis mais elevados de satisfação com a aparência.

No segundo bloco, foram introduzidas variáveis que medem a frequência da utilização das redes sociais, sendo estas a frequência da utilização do TikTok e do Instagram. O modelo B também se revelou estatisticamente significativo e apresentou uma variância explicada de 7,6% ($F(7, 369) = 6,02, p = 0,003$). Apenas a frequência da utilização do TikTok se verificou como estatisticamente significativa ($\beta = -0,157, p = 0,005$), pelo que se pode concluir que, níveis mais elevados de satisfação com a aparência estão associados a uma menor frequência de utilização do TikTok.

Por fim, o modelo C demonstrou significância estatística ($F(7, 369) = 67,66, p < 0,001$), explicando 21,8% da satisfação com a aparência. Este modelo incluiu a variável comparação social da aparência que se revelou significativa ($\beta = -0,437, p < 0,001$), pelo que a valores mais elevados de satisfação com a aparência se associam a menos comportamentos de comparação social da aparência.

Tabela 4

Variáveis associadas à satisfação com a aparência (BESAA_{Aparência}) (N=380)

	Modelo A		Modelo B		Modelo C	
	β	t	β	t	β	t
Variáveis Sociodemográficas						
Idade	-0,005	-0,086	-0,103	-1,688	-0,199	-3,476
Género	-0,158	-3,117**	-0,111	-2,125	-0,004	-0,078
Orientação sexual	-0,165	-3,224**	-0,175	-3,412	-0,116	-2,430
Escolaridade	-0,063	-1,213	-0,083	-1,604	-0,019	-0,398
Situação relacional	0,064	1,205	0,046	0,875	0,037	0,763
Residência	0,027	0,541	0,027	0,541	0,016	0,340
Frequência encontros religiosos	0,047	0,916	0,051	0,995	0,056	1,206

	Modelo A		Modelo B		Modelo C	
	β	t	β	t	β	t
Frequência utilização redes sociais						
Frequência utilização TikTok			- 0,157	- 2,798**	-0,108	-2,085
Frequência utilização Instagram			- 0,096	- 1,719	-0,043	-0,835
Variáveis psicossociais						
Comparação social da aparência					- 0,437	- 8,225***
R_a^2	0,051		0,076		0,218	

** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Variáveis associadas ao evitamento sexual

Conduziu-se uma regressão linear múltipla hierárquica para analisar variáveis associadas ao evitamento sexual (Tabela 5). Esta regressão foi construída com três blocos de variáveis. No primeiro bloco foram introduzidas variáveis sociodemográficas, e verificou-se que o modelo apresentava significância estatística, explicando 12,6% da variância do evitamento sexual ($F(7, 369) = 8,76, p < 0,001$). Neste modelo, a idade ($\beta = 0,127, p = 0,016$), o género ($\beta = 0,127, p < 0,001$) e a situação relacional ($\beta = 0,127, p < 0,001$) foram identificadas como variáveis estatisticamente significativas. Assim, maior evitamento sexual está associado a mulheres mais velhas e que não se encontram numa relação de compromisso.

O segundo bloco integrou variáveis psicossociais e à semelhança do anterior, também apresentou significância estatística. O modelo B explicou 18,4% da variância do evitamento sexual ($F(7, 369) = 13,957, p < 0,001$). A subescala Aparência do BESAA apresentou relevância estatística ($\beta = - 0,254, p < 0,001$), revelando que menos satisfação com a aparência está associada a maior evitamento sexual.

Por fim, no último bloco introduziram-se variáveis sexuais e apresentou, igualmente, significância estatística. O Modelo C explicou 36,4% da variância do evitamento sexual ($F(7, 369) = 35,692, p < 0,001$). A variável que mede a exposição corporal durante as atividades sexuais (BESAQ) ($\beta = 0,291, p < 0,001$) e a subescala da satisfação sexual centrada no Eu ($\beta = - 0,429, p < 0,001$) evidenciaram significância estatística. Desta forma, a um maior evitamento sexual está associado um maior desejo de evitamento da exposição de determinados aspetos do corpo durante as relações sexuais e menos satisfação sexual Centrada no Eu, isto é, menos satisfação sexual gerada por experiências e sensações pessoais.

Tabela 5*Variáveis associadas ao evitamento sexual (N=380)*

	Modelo A		Modelo B		Modelo C	
	β	t	β	t	β	t
Variáveis Sociodemográficas						
Idade	0,127	2,420*	0,126	2,352	0,068	1,409
Gênero	0,206	4,237***	0,165	3,333	0,089	1,840
Orientação sexual	0,028	0,571	-0,014	-0,295	-0,016	-0,372
Escolaridade	- 0,031	-0,628	-0,048	-0,980	-0,052	-1,222
Situação relacional	- 0,315	- 6,190***	-0,299	-6,058	-0,072	-1,391
Residência	-0,030	-0,616	-0,023	-0,487	0,001	0,018
Frequência encontros religiosos	0,018	0,362	0,030	0,622	0,012	0,276
Variáveis psicossociais						
BESAA _{Aparência}			- 0,254	- 4,787***	-0,038	-0,726
Comparação social da aparência			0,003	0,058	-0,027	-0,513
Variáveis sexuais						
BESAQ					0,291	5,924***
Satisfação sexual centrada no Eu					- 0,429	- 3,339***
Satisfação sexual centrada no Parceiro					- 0,006	-0,049
R_a^2		0,126		0,184		0,364

* $p < 0,05$; *** $p < 0,001$ **Coeficientes de correlação de Pearson*****Utilização das Redes Sociais e BESAA_{Aparência}***

De forma a analisar a associação entre o tempo despendido diariamente nas redes sociais e o BESAA foram efetuados coeficientes de correlação de *Pearson*. Confirma-se que existem evidências estatísticas para afirmar que a frequência da utilização do Instagram se correlaciona de forma significativa com a subescala Aparência do BESAA ($R_{380} = - 0,111$; $p = 0,030$), considerando um nível de significância de 0,05. Verifica-se a existência de uma relação fraca e inversa entre as duas variáveis, pelo que existe uma ligeira tendência para a diminuição do BESAA_{Aparência} com o aumento da frequência da utilização do Instagram, ou vice-versa.

A subescala Aparência do BESAA demonstrou estar associada de forma significativa à frequência de utilização do TikTok, considerando um nível de significância de 0,001,

($R_{380} = - 0,172$; $p < 0,001$). À semelhança da anterior, também se verifica uma relação fraca e inversa entre as duas variáveis, pelo que existe uma ligeira tendência para a diminuição do $BESAA_{Aparência}$ com o aumento da frequência da utilização do Instagram e vice-versa (Tabela 6).

Utilização das Redes Sociais e Evitamento Sexual

Foi realizado um coeficiente de correlação de *Pearson* para investigar a relação entre a frequência da utilização das redes sociais e o evitamento sexual. Neste contexto, não foram encontradas evidências estatisticamente significativas que demonstrassem a existência de uma associação entre a frequência da utilização do Instagram e o evitamento sexual ($R_{380} = 0,022$; $p = 0,672$) e a frequência da utilização do TikTok e o evitamento sexual ($R_{380} = 0,095$; $p = 0,064$) (Tabela 6).

BESAA_{Aparência} e Evitamento Sexual

Realizou-se um teste ao coeficiente de correlação de *Pearson* para analisar a relação entre o $BESAA_{Aparência}$ e o evitamento sexual. Os resultados evidenciaram significância estatística para afirmar a existência de uma associação negativa entre as duas variáveis ($R_{380} = - 0,290$; $p < 0,001$). Esta correlação demonstra uma ligeira tendência para o aumento do evitamento sexual com a diminuição do $BESAA_{Aparência}$ e vice-versa (Tabela 6).

Tabela 6

Correlações de Pearson das variáveis em estudo no modelo de mediação (N=380)

	1.	2.	3.	4.
1. $BESAA_{Aparência}$	-	-	-	-
2. Frequência utilização Instagram	- 0,111*	-	-	-
3. Frequência utilização TikTok	- 0,172***		-	-
4. Evitamento Sexual (SAS)	- 0,290***	0,022	0,095	-

* $p < 0,05$; *** $p < 0,001$

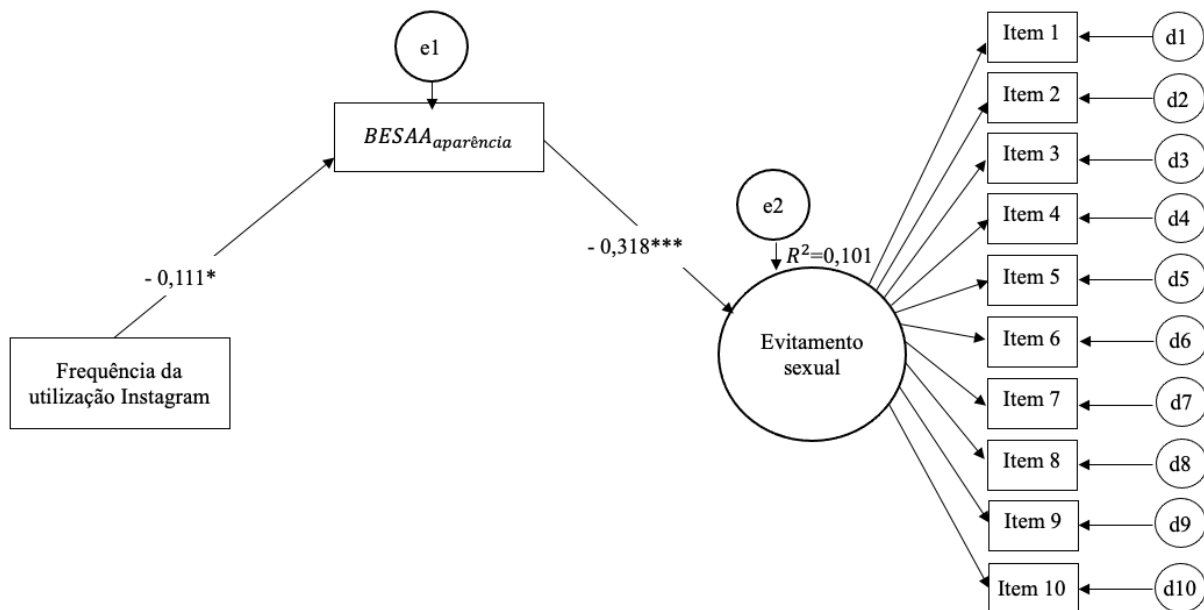
Análises de Mediação

Mediação do BESAA_{Aparência} na Frequência de Utilização do Instagram e no Evitamento Sexual

Numa primeira instância incluíram-se na análise, os efeitos diretos e indiretos entre as variáveis, contudo, a relação direta entre a frequência da utilização do Instagram e o evitamento sexual não se demonstrou significativa, tendo esta trajetória sido eliminada, posteriormente. O modelo em estudo (Figura 1) apresentou um bom ajustamento ($\chi^2(52) = 173,924, p < 0,001$, CFI = 0,931, GFI = 0,926; RMSEA = 0,079, 90% CI [0,066; 0,092]). A frequência da utilização do Instagram conjuntamente com o BESAA_{Aparência} apresentaram uma variância explicada de 10,1% do evitamento sexual.

Figura 1.

Modelo de Equações Estruturais para o Evitamento Sexual (Instagram)



* $p < 0,05$; *** $p < 0,001$.

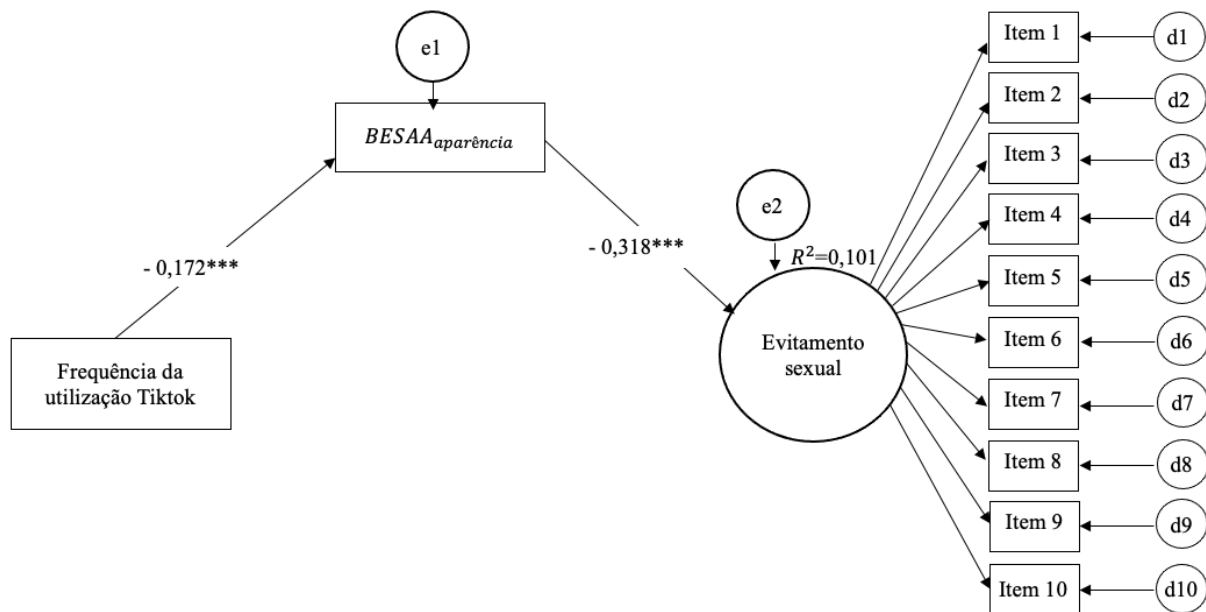
Mediação do BESAA_{Aparência} na Frequência de Utilização do TikTok e no Evitamento Sexual

Inicialmente, na análise, foram incluídos os efeitos diretos e indiretos entre as variáveis em estudo. Porém, a relação entre a frequência da utilização do TikTok e o evitamento sexual não se revelou significativa, levando à sua exclusão. O modelo em análise (Figura 2) apresentou com um bom ajustamento ($\chi^2(52) = 171,583, p < 0,001$, CFI = 0,932, GFI = 0,927; RMSEA

= 0,078, 90% CI [0,065; 0,091]). Este modelo demonstrou que 10,1% da variância explicada do evitamento sexual se deve à frequência da utilização do TikTok e da satisfação com a aparência.

Figura 2.

Modelo de Equações Estruturais para o Evitamento Sexual (TikTok)



*** $p < 0,001$.

Discussão

Variáveis associadas à utilização das redes sociais

O primeiro objetivo do estudo propunha examinar que variáveis sociodemográficas estariam associadas à frequência da utilização do Instagram e do TikTok. Através das análises de regressão linear múltipla, encontraram-se evidências significativas de que a idade, o gênero e a orientação sexual estavam associadas a uma maior utilização do Instagram, ou seja, verificou-se que os utilizadores mais assíduos do Instagram se tratavam de mulheres heterossexuais jovens. No caso do TikTok, a idade, o gênero e o nível de escolaridade, foram as variáveis que se revelaram significativas, pelo que são as mulheres mais jovens com escolaridade ao nível do ensino secundário ou inferior que mais passam tempo nesta rede social.

Os resultados, no que concerne à idade, estão em linha com as evidências mencionadas por Smith e Anderson (2018), Hruska e Maresova (2020) e Vaterlaus e Winter (2021),

revelando que as pessoas mais jovens utilizam mais redes sociais do que adultos mais velhos. Relativamente ao género, os resultados obtidos também vão ao encontro de Auxier e Anderson (2021) e Mingoia e colegas (2019), isto é, as mulheres são maiores utilizadoras de redes sociais que os homens. Em relação à orientação sexual, os valores obtidos contrariam a literatura, uma vez que, segundo o Pew Research Center (2013) os adultos LGBT são tão socialmente ativos, quanto os restantes adultos. Os resultados obtidos podem ser justificados pelo facto de a amostra do estudo ser constituída maioritariamente por adultos heterossexuais, não permitindo comparar de forma significativa a frequência da utilização das redes sociais entre as duas subamostras.

Por fim, o nível de escolaridade, como referido anteriormente, também se revelou associado à frequência da utilização do TikTok. Este resultado contraria os estudos realizados por Gottfried (2024) e Hruska e Maresova (2020), uma vez que estes autores mostraram que pessoas com escolaridade ao nível universitário utilizam redes sociais com mais frequência. Dada a incongruência entre estes resultados, hipotetizou-se sobre as várias possibilidades que poderiam estar na base destes resultados. A diferença entre as amostras poderia ser uma das justificações que levasse à discrepância de resultados, no entanto, no presente estudo, 75% dos participantes têm formação ao nível do ensino superior e 25% ao nível do secundário ou inferior e o estudo de Gottfried (2024) apresentou uma amostra semelhante em que cerca de 23% dos participantes tem escolaridade ao nível do secundário ou inferior e cerca de 76% frequentou o ensino superior. Em ambos os estudos, a elevada taxa de participação de indivíduos com habilitações literárias ao nível do ensino superior, pode ser explicada pelo facto de estas pessoas poderem estar mais consciencializadas para a importância da investigação e, neste sentido, estarem mais suscetíveis a participar.

O estudo de Hruska e Maresova (2020), justificou os seus resultados, colocando a hipótese de que as pessoas com habilitações literárias ao nível universitário têm mais tempo livre e, por esse motivo, ocupam parte dele ou nas redes sociais ou a utilizá-las para trabalhar. Adicionam ainda que, pessoas com mais estudos desejam obter mais informação, e que é através das redes sociais que a procuram. Em contrapartida, consideramos que os níveis de escolaridade ao nível do secundário ou inferior podem estar associados a maior utilização do TikTok, uma vez que, segundo a nossa perspetiva, pessoas com menos habilitações literárias têm mais tempo disponível, podendo ocupá-lo com o recurso a esta rede social que tem conteúdo bastante diversificado. Neste sentido, salienta-se ainda que, as pessoas com níveis de escolaridade mais elevado podem recorrer menos ao TikTok por saberem que é uma rede social

com conteúdo não filtrado, podendo conter informações falsas ou pouco fidedignas, recorrendo então, a fontes mais seguras para procurar informação.

Variáveis associadas à satisfação com a aparência (BESAA_{Aparência})

O segundo objetivo do estudo propunha-se a estudar os fatores associados à satisfação com a aparência. Neste sentido, realçaram-se as variáveis que, revelaram estar associadas a níveis mais elevados de satisfação com a aparência, nomeadamente, ser homem heterossexual, que utiliza TikTok esporadicamente e que apresenta menos comportamentos de comparação social da aparência. Apesar de os homens estarem cada vez mais preocupados e investidos na questão de trabalharem o seu físico para atingirem uma determinada aparência física (Harper & Tiggemann, 2008; O’Gorman et al., 2019; Tiggemann et al., 2007), são as mulheres que se encontram menos satisfeitas com a sua aparência. À semelhança deste estudo, a literatura também demonstra que os homens heterossexuais experienciam mais satisfação com a imagem quando comparados a mulheres heterossexuais e a homens homossexuais (Sanchez & Kiefer, 2007; Tiggemann et al., 2007; Kaminsky et al., 2005). Relativamente à utilização das redes sociais, foi possível deduzir a partir dos resultados, que a satisfação da aparência está associada a uma menor utilização do TikTok, relação esta, que vai ao encontro das evidências amplamente estabelecidas pela comunidade científica, isto é, que a utilização das redes sociais está associada de forma negativa à satisfação corporal (Pedalino & Camerini, 2022; Knauss et al., 2008; Piatkowski et al., 2020; Kim, 2020; Mink & Szymanski, 2022). Por fim, os resultados permitem retirar a conclusão de que a satisfação com a aparência está associada a menos comportamentos de comparação social da aparência, isto é, pessoas mais satisfeitas com a sua aparência sentem menos necessidade de procurar informação sobre a sua aparência através da comparação que fazem relativamente a outros (Perloff, 2014; Wykes & Gunter, 2005; Hendrickse e al., 2017).

Todos estes resultados nos levam a refletir sobre a dinâmica que todos estes fatores exercem uns sobre os outros. Considerando a literatura e os resultados, é possível observar que na sociedade ocidental, os homens estão sujeitos a uma pressão menor para corresponder a determinados padrões de aparência física e beleza em comparação com as mulheres. Além disso, os novos meios de comunicação reforçam ainda mais este padrão, na medida em que a representação dos homens nos meios de comunicação é menos focada na aparência, o que pode ter influência na menor importância que atribuem à sua imagem corporal. Em contrapartida, as mulheres enfrentam sucessivamente pressões diretas e indiretas para alcançar padrões rígidos de beleza e estão mais propensas a comparar-se umas às outras. Por sua vez, a utilização das

redes sociais pode vir a agravar as comparações sociais, uma vez que a edição de fotografias é cada vez mais comum, tornando ainda mais difícil alcançar esses padrões irrealistas.

O modelo de regressão englobando todas as variáveis apresenta uma capacidade explicativa de cerca de 21% da satisfação com a aparência. Apesar de este valor de variância explicada ser bastante satisfatório, pode concluir-se que existem outros fatores internos e externos que não foram considerados e que podem estar associados à satisfação com a aparência, como é o caso da autoestima, do autoconceito e traços de personalidade, que são fatores internos, e a cultura, o contexto familiar, que são fatores externos.

Coefficientes de correlação de *Pearson*

As correlações de *Pearson* foram realizadas como pré-requisito para a realização dos modelos de equações estruturais que serão discutidos adiante. No entanto, apesar de não ter sido apontado como um dos objetivos principais do estudo, considera-se que faz sentido, ainda assim, discutir os resultados obtidos.

Concluiu-se que a relação entre o $BESAA_{Aparência}$ e a utilização das redes sociais é inversa pelo que, a uma maior satisfação com a aparência está associado um menor uso das redes sociais, ou vice-versa, sendo que este padrão se verifica para a utilização de Instagram e TikTok. Estas evidências são congruentes com a investigação na área, pelo que Mink e Szymanski (2022) verificaram que uma utilização recorrente do TikTok está associada a uma menor satisfação corporal. Adicionalmente, Åberg e colaboradores (2020) apontaram que utilizadores do Instagram se sentem mais pressionados relativamente à sua aparência do que utilizadores do Facebook.

Ao examinar a correlação de *Pearson* entre a frequência da utilização das redes sociais (Instagram e TikTok) e o evitamento sexual constatou-se que não foi possível identificar a existência de uma associação entre as duas variáveis em estudo. De acordo com o conhecimento dos autores, nenhum estudo se tinha proposto a investigar esta relação, pelo que apenas é possível especular sobre as razões pelas quais se verifica a ausência de relação direta entre as variáveis. Consideramos que pode ser explicada pelo facto de o evitamento sexual e a utilização das redes sociais serem fenómenos complexos por serem influenciados por questões individuais, sociais e culturais, ou seja, não é possível encontrar uma correlação entre as variáveis, uma vez que o método estatístico utilizado não permite ter consideração outros fatores que podem estar na base desta relação.

Por fim, a associação entre o BESAA_{Aparência} e o evitamento sexual evidenciada neste estudo alinha-se com a literatura, no sentido em que existe uma relação inversa entre as variáveis, ou seja, pessoas que percebem o seu corpo de forma mais negativa estão mais suscetíveis para ter comportamentos de evitamento sexual, ou o contrário (Faith & Schare, 1993; Wiederman, 2010; La Rocque & Cioe, 2011).

Variáveis associadas ao evitamento sexual

O terceiro objetivo do estudo pretendia analisar os fatores associados ao evitamento sexual. Verificou-se no primeiro modelo que, as mulheres mais velhas e sem relação de compromisso têm maior tendência para ter comportamentos de evitamento sexual. Relativamente ao género, os resultados encontrados coincidem com as evidências científicas, isto é, as mulheres reportam mais evitamento sexual que os homens (Wiederman, 2010; La Rocque & Cioe, 2011; Carvalheira et al., 2020). Estes resultados podem dever-se a vários outros fatores, no entanto, o facto de os homens apresentarem menor tendência para o evitamento pode dever-se sobretudo à pressão conferida aos papéis tradicionais de género, nos quais se espera que os homens estejam sempre interessados em envolver-se sexualmente (Byers, 1995; Lawrance et al., 1996).

A idade, aquando do estudo do evitamento sexual, não apresenta conformidade entre a comunidade científica. Na presente investigação, o evitamento sexual está associado a mais idade, à semelhança do estudo realizado por Carvalheira e colegas (2020) que utilizou uma amostra de homens e mulheres com idades compreendidas entre os 60 e os 75, e que demonstrou que ser mais velho é um dos preditores do evitamento sexual. Em contrapartida, os estudos de La Rocque e Cioe (2011), Faith e Schare (1993) e Wiederman (2010) utilizaram amostras mais jovens, com participantes com idades compreendidas entre os 18 e os 23 anos e, ainda assim, obtiveram resultados significativos ao nível do evitamento sexual. É possível refletir, apesar dos resultados obtidos, que ao longo de todas as faixas etárias poderá existir evitamento sexual, no entanto, os motivos que estão na sua base poderão ser diferentes. Sabe-se que as mulheres mais jovens atribuem maior importância à imagem corporal e aparência e sabe-se também que, quando estão mais insatisfeitas com a sua aparência têm maior probabilidade de ter comportamentos de evitamento. Por outro lado, as mulheres mais velhas não atribuem tanto valor às questões da aparência, mas apresentam mais dificuldades sexuais e problemas de saúde que as mais jovens (Carvalheira et al., 2020). Por fim, deve-se salientar que o método estatístico utilizado não permite precisar a idade que está mais associada ao evitamento sexual.

Verificou-se que não estar numa relação de compromisso está associado ao evitamento sexual, no entanto, esta variável não foi investigada pela maioria dos artigos analisados, à exceção do estudo de Carvalheira e coautores (2020) que concluiu que mulheres que estão em relações de longa duração têm maior probabilidade de evitar a atividade sexual do que as que estão em relações menos duradouras. Contudo, a maioria dos participantes deste estudo encontra-se num relacionamento e o facto de a amostra ser muito homogénea nesta característica pode influenciar os resultados. No presente estudo, cerca de 32% dos participantes não estão numa relação. Considerando que não existe literatura que se alinhe no sentido nos resultados obtidos, apenas é possível especular sobre possíveis motivos que estejam na sua base. Tendo em consideração que, por norma, estar numa relação de compromisso envolve intimidade e relações sexuais, estas pessoas podem evitar colocar-se numa relação, para evitar a atividade sexual. Outros fatores podem estar na base da associação entre não ter uma relação de compromisso e o evitamento sexual, como por exemplo, a insatisfação com a sua aparência, que pode levar a medo de rejeição por parte do outro e, por sua vez, esta falta de confiança em si e no seu corpo levar ao evitamento sexual, sendo esta uma de muitas possibilidades sobre as quais se pode conjecturar sobre esta associação.

No segundo bloco do modelo incluíram-se fatores psicossociais e demonstrou-se que pessoas menos satisfeitas com a sua aparência tendem a evitar mais o sexo. Como já visto anteriormente, os indivíduos que têm uma visão negativa relativamente à sua aparência tendem a evitar atividade sexual (Faith & Schare, 1993; Wiederman, 2010; La Rocque & Cioe, 2011).

Por último, o terceiro bloco permitiu verificar que as pessoas que apresentam maior desejo para evitar a exposição de determinados aspetos do seu corpo durante a atividade sexual e que são menos sexualmente satisfeitas (satisfação centrada no Eu) reportam mais evitamento sexual. Os sentimentos de desconforto resultantes da exposição que a atividade sexual acarreta estão associados ao evitamento sexual, uma vez que evitar o sexo pode ser uma estratégia ou uma defesa para prevenir o desconforto sentido (Hockey et al., 2021). A investigação no ramo da sexualidade é multifatorial, pelo que, quando duas variáveis estão associadas, como é o caso de a satisfação sexual centrada no Eu surgir associada ao evitamento sexual, existem várias possibilidades fora do âmbito da sexualidade que podem explicar esta associação. Esta associação tem sido pouco explorada e aprofundada pela comunidade científica, no entanto, a baixa satisfação sexual pode desencadear evitamento sexual. Esta relação pode ser explicada pela representação negativa que os indivíduos possam ter do seu corpo e que pode inibir a excitação sexual, que por sua vez retira que a satisfação sexual, que em última instância conduzirá ao evitamento sexual (Graham et al., 2004; La Roche & Cioe, 2011). Neste estudo,

a escala de satisfação sexual utilizada permitiu diferenciar dois tipos de satisfação sexual, pelo que apenas a satisfação sexual centrada no Eu se revelou associada ao evitamento sexual. Considerando apenas esta subescala, é possível refletir que as pessoas que reportam maior evitamento sexual, estão menos satisfeitas com a sua excitação sexual e têm mais dificuldade em entregar-se e concentrar-se na atividade sexual com o seu parceiro. Assim, por estarem mais insatisfeitas com estas sensações pessoais podem evitar envolver-se sexualmente para não se confrontarem com este desconforto.

Mediação do BESAA_{Aparência} na Frequência de Utilização das redes sociais e no Evitamento Sexual

Um dos objetivos principais desta investigação era examinar o papel mediador da satisfação com aparência na frequência da utilização das redes sociais (Instagram e TikTok) e no evitamento sexual. De acordo com o nosso conhecimento, este é o primeiro estudo a averiguar esta relação de mediação numa amostra da população portuguesa. Os dois modelos conduzidos, para cada das redes sociais, apresentaram resultados muito semelhantes, pelo que permitiu determinar que a frequência da utilização do Instagram e do TikTok se correlacionam negativamente com a satisfação da aparência (BESAA_{Aparência}), e esta última variável, por sua vez, também se demonstrou negativamente associada ao evitamento sexual, em ambos os modelos. Assim, é possível depreender que indivíduos que utilizam com mais frequência o Instagram e o TikTok têm maior tendência para perspetivar a sua aparência como mais negativa, podendo considerar-se como menos desejáveis, porque não se percebem de acordo com os ideais impostos pela sociedade e redes sociais. Consequentemente, esta insatisfação com aparência tem repercussões, que podem levar, em última instância, a comportamentos de evitamento sexual (Graham et al., 2004; La Roche & Cioe, 2011).

Os dois modelos de mediação contabilizaram uma variância de 10,1%, significando que em conjunto, a frequência da utilização das redes sociais e a satisfação com a aparência, explicam 10,1% da variância do evitamento sexual. Este valor pode ser explicado devido à multidimensionalidade dos construtos em estudo e pelo facto de não terem sido consideradas diversas variáveis individuais, interpessoais e sexuais. Resultados de pesquisa, com um modelo de mediação que incluiu a imagem corporal e o evitamento sexual, demonstraram que ter como variáveis mediadoras a estima sexual, satisfação sexual e desejo sexual permitem alcançar valores mais elevados de variância explicada (La Roche & Cioe, 2011). Apesar de neste estudo, não ter sido possível atingir um valor de variância elevado, estes resultados permitem

proporcionar novas possibilidades de pesquisas que até então, ainda não tinham sido consideradas.

Estudos futuros

Embora este estudo tenha permitido o avanço na investigação na área do evitamento sexual, consideramos que ainda existem diversas lacunas que requerem investigação adicional. Futuras pesquisas podem replicar o estudo tendo uma amostra mais diversificada em termos de idade, orientações sexuais e nacionalidades, de forma a permitir uma análise de resultados mais inclusiva e que permita uma maior generalização dos mesmos. De uma perspectiva metodológica, a realização de um estudo qualitativo poderia ser pertinente no sentido em que permitia explorar e obter a perspectiva dos participantes relativamente às razões que estão na base dos comportamentos de evitamento sexual, o tipo de conteúdo consumido nas redes sociais e, ainda, as motivações para a utilização das mesmas.

Considerando uma tipologia comparativa, a realização de um estudo que incluísse a análise entre redes sociais visuais e não visuais poderia permitir reconhecer o impacto que os conteúdos têm, efetivamente, na aparência e na autoimagem corporal dos seus utilizadores. Adicionalmente, pesquisas futuras no âmbito do evitamento sexual poderiam incluir outras variáveis sexuais, como a iniciativa sexual, a satisfação sexual e a desejo sexual (La Roche & Cioe, 2011). Por fim, de forma a construir um modelo de mediação mais rico do ponto de vista estatístico e conceptual, seria pertinente realizar um modelo com as redes sociais como variável independente e o evitamento sexual como variável dependente, sendo esta relação duplamente mediada pela satisfação com a aparência e pela exposição corporal durante a atividade sexual (BESAQ), uma vez que se sabe que a satisfação com a aparência e com o próprio corpo está suscetível a flutuações aquando da exposição corporal (Hockey et al., 2021; Haimovitz et al., 1993; Ackard, et al., 2000). Nesta forma, seria possível ter em consideração, simultaneamente a satisfação com a aparência e a exposição corporal durante a atividade sexual, que como foi possível verificar nos resultados anteriormente discutidos, estão associadas ao evitamento sexual.

Pontos fortes e limitações

Este estudo contém pontos fortes que devem ser realçados. Salienta-se a contribuição para a comunidade científica, sobretudo, no âmbito do evitamento sexual, uma vez que, tanto quanto se sabe, este é o primeiro estudo a analisar a relação entre a utilização das redes sociais

e o evitamento sexual, com a mediação da satisfação com a aparência. Para além disso, a amostra apresenta uma dimensão considerável ($N = 380$) apesar de os temas da sexualidade serem considerados bastantes sensíveis. É importante ainda salientar o ambicioso trabalho que foi desenvolvido no presente estudo em termos de objetivos, o que pode suscitar questões sobre o foco na investigação. No entanto, esta ambição permitiu um melhor delineamento e focalização de um estudo em curso desenvolvido pelos presentes autores que se irá assentar num modelo de equações estruturais, composto por um modelo de dupla mediação que irá estudar o papel mediador do $BESAA_{Aparência}$ e da exposição corporal durante a atividade sexual (BESAQ) na relação entre a utilização redes sociais e o evitamento sexual.

Por outro lado, é necessário evidenciar as limitações presentes no estudo. Relativamente a aspetos metodológicos do estudo, dado o carácter transversal, apesar de os resultados indicarem associações e influência entre variáveis, não é possível inferir causalidade das variáveis em estudo. Deve destacar-se o processo de amostragem utilizado, nomeadamente o de conveniência e efeito bola de neve, uma vez que, apesar da facilidade em aceder a um maior número de participantes, não permite garantir uma amostra representativa da população em estudo, que neste caso, era relativamente homogénea em termos de idade, nível de escolaridade, nacionalidade e orientação sexual, o que limita a generalização e a extrapolação dos resultados obtidos. É de salientar que, aquando da divulgação do protocolo, os participantes eram informados sobre as temáticas centrais do estudo, sendo possível que, sujeitos que apresentassem desconforto com a sua imagem corporal e com temas da sua intimidade sexual, estivessem menos disponíveis para participar no estudo (Weaver & Byers, 2018). Apesar de se assegurar o anonimato aquando da participação, sabe-se que existe alguma desejabilidade social inerente a temas relacionados com a sexualidade, pelo que pessoas menos confortáveis com estas temáticas possam responder o que sentem ser o esperado e, não efetivamente, a sua experiência pessoal (Pujols et al., 2010). Por fim, a maioria dos instrumentos utilizados no estudo foram traduzidos e validados para a população portuguesa, no entanto, deve ser tido em consideração que a escala que avalia o evitamento sexual e a comparação social da aparência não se encontram, até ao momento, validadas para a língua portuguesa, pelo que se deve considerar a possível influência nos resultados, apesar de terem apresentado boas medidas de consistência interna.

Referências

- Åberg, E., Koivula, A., & Kukkonen, I. (2020). A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. *Telematics and Informatics*, 46, 101319.
- Ackard, D. M., Kearney-Cooke, A., & Peterson, C. B. (2000). Effect of body image and self-image on women's sexual behaviors. *International Journal of Eating Disorders*, 28(4), 422-429.
- Althof, S. E., Perelman, M. A., & Rosen, R. C. (2011). The Subjective Sexual Arousal Scale for Men (SSASM): Preliminary development and psychometric validation of a multidimensional measure of subjective male sexual arousal. *The Journal of Sexual Medicine*, 8(8), 2255-2268.
- Alvy, L. M. (2013). Do lesbian women have a better body image? Comparisons with heterosexual women and model of lesbian-specific factors. *Body image*, 10(4), 524-534.
- Andsager, J. L. (2014). Research directions in social media and body image. *Sex Roles*, 71, 407-413.
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*.
- Brandão, M. P., Vale, V., Gomes, M., & Pereira, A. (2021). Portuguese translation and validation of the body-esteem scale for adolescents and adults (BESAA) in university students. *Preprints*.
- Bue, A. C. C. (2020). The looking glass selfie: Instagram use frequency predicts visual attention to high-anxiety body regions in young women. *Computers in Human Behavior*, 108, 106329.
- Buunk, A. P., Dijkstra, P. D., & Bosma, H. A. (2020). Changes in social comparison orientation over the life-span. *Journal of Clinical & Developmental Psychology*, 2(2).
- Byers, E.S. (1995). How well does the traditional sexual script explain sexual coercion? Review of a program of research. *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 8, 7-25.
- Callan, M. J., Kim, H., & Matthews, W. J. (2015). Age differences in social comparison tendency and personal relative deprivation. *Personality and Individual Differences*, 87, 196-199.
- Carvalho, A., Graham, C., Štulhofer, A., & Traen, B. (2020). Predictors and correlates of sexual avoidance among partnered older adults among Norway, Denmark, Belgium, and Portugal. *European journal of ageing*, 17, 175-184.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2^a ed.). Routledge.

- D'Oliveira, T. (2005). *Teses e dissertações: recomendações para a elaboração e estruturação de trabalhos científicos* (2ª ed.). Editora RH.
- Daniel, S., & Bridges, S. K. (2013). The relationships among body image, masculinity, and sexual satisfaction in men. *Psychology of men & masculinity, 14*(4), 345-351.
- Faith, M. S., & Share, M. L. (1993). The role of body image in sexually avoidant behaviour. *Archives of Sexual Behavior, 22*, 345–356.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body image, 12*, 82-88.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations, 7*(2), 117-140.
- Filiault, S. M. (2007). Measuring up in the bedroom: Muscle, thinness, and men's sex lives. *International Journal of Men's Health, 6*, 127-142.
- Fischer, N., & Træen, B. (2022). Prevalence of sexual difficulties and related distress and their association with sexual avoidance in Norway. *International Journal of Sexual Health, 34*(1), 27-40.
- Franchina, V., & Lo Coco, G. (2018). The influence of social media use on body image concerns. *International Journal of Psychoanalysis & Education, 10*(1).
- Frost, R., & Donovan, C. (2021). A qualitative exploration of the distress experienced by long-term heterosexual couples when women have low sexual desire. *Sexual and Relationship Therapy, 36*(1), 22-45.
- Gossmann, I., Mathieu, M., Julien, D., & Chartrand, E. (2003). Determinants of sex initiation frequencies and sexual satisfaction in long-term couples' relationships. *Canadian Journal of Human Sexuality, 12*(3-4), 169-181.
- Gottfried, J. (2024). Americans' social media use. *Pew Research Center*.
- Graham, C. A., Sanders, S. A., Milhausen, R. R., & McBride, K. R. (2004). Turning on and turning off: A focus group study of the factors that affect women's sexual arousal. *Archives of Sexual Behavior, 33*, 527–538.
- Greene, K., & Faulkner, S. L. (2005). Gender, belief in the sexual double standard, and sexual talk in heterosexual dating relationships. *Sex Roles, 53*, 239-251.
- Grogan, S. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (3ª ed.). Routledge.
- Haimovitz, D., Lansky, L. M., & O'reilly, P. (1993). *Fluctuations in body satisfaction across situations. International Journal of Eating Disorders, 13*(1), 77–84.

- Harper, B., & Tiggemann, M. (2008). The effect of thin ideal media images on women's self-objectification, mood, and body image. *Sex Roles: A Journal of Research*, 58, 649–657.
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100.
- Hockey, A., Donovan, C. L., Overall, C. N., & Barlow, K. F. (2021). Body Image Projection Bias in Heterosexual Romantic Relationships: A Dyadic Investigation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 48(7), 987-1004
- Holt, A., & Lyness, K. P. (2007). Body image and sexual satisfaction: Implications for couple therapy. *Journal of Couple & Relationship Therapy*, 6(3), 45-68.
- Horvath, Z., Smith, B. H., Sal, D., Hevesi, K., & Rowland, D. L. (2020). Body Image, Orgasmic Response, and Sexual Relationship Satisfaction: Understanding Relationships and Establishing Typologies Based on Body Image Satisfaction. *Sexual medicine*, 8(4), 740–751.
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—behavior on social media. *Societies*, 10(1), 27.
- Jones, D. E. (2010). *Sexualidades adolescentes: amor, placer y control en la Argentina contemporánea*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Katz, R. C., Gipson, M. T., Kearl, A., & Kriskovich, M. (1989). Assessing sexual aversion in college students: The sexual aversion scale. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 15(2), 135–140.
- Katz, R. C., Gipson, M., & Turner, S. (1992). Brief report: Recent findings on the sexual aversion scale. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 18(2), 141-146
- Kim, H. M. (2020). What do others' reactions to body posting on Instagram tell us? The effects of social media comments on viewers' body image perception. *New Media & Society*, 23(12), 3448-3465.
- Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2008). Body dissatisfaction in adolescent boys and girls: Objectified body consciousness, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media. *Sex roles*, 59, 633-643.
- La Rocque, C. L., & Cioe, J. (2011). An evaluation of the relationship between body image and sexual avoidance. *Journal of sex research*, 48(4), 397-408.
- Lawrance, K. A., & Byers, E. S. (1995). Sexual satisfaction in long-term heterosexual relationships: The interpersonal exchange model of sexual satisfaction. *Personal relationships*, 2(4), 267-285.

- Lawrance, K., Taylor, D., & Byers, E.S. (1996): Differences in men's and women's global, sexual, and ideal-sexual expressiveness and instrumentality. *Sex Roles, 34*, 337-357.
- Lima, M. (2016). Introdução aos métodos quantitativos em ciências sociais. In A. Abdal, M. C. V. Oliveira, D. R. Ghezzi, & J. S. Júnior (Eds.) *Métodos de pesquisa em ciências sociais: bloco quantitativo* (pp. 10-31). Sesc São Paulo/CEBRAP.
- Ludwig, M. R., & Brownell, K. D. (1999). Lesbians, bisexual women, and body image: An investigation of gender roles and social group affiliation. *International Journal of Eating Disorders, 25*(1), 89-97.
- Marôco, J. (2021). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software e aplicações* (3ª ed.). Report Number.
- Marôco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia, 4*(1), 65-90.
- Ménard, A. D., & Cabrera, C. (2011). ‘Whatever the approach, tab B still fits into slot A’: Twenty years of sex scripts in romance novels. *Sexuality & Culture, 15*, 240-255.
- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J., & White, D. R. (2001). Body-esteem scale for adolescents and adults. *Journal of personality assessment, 76*(1), 90-106.
- Mink, D. B., & Szymanski, D. M. (2022). TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. *Body Image, 43*, 205-216.
- Myers, P. N., & Biocca, F. A. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. *Journal of communication, 42*(2), 108-133
- O'Gorman, B., Sheffield, J., Clarke, R., & Griffiths, S. (2019). “Guys don't talk about their bodies”: A qualitative investigation of male body dissatisfaction and sociocultural influences in a sample of 40 Australian males. *Clinical Psychologist, 24*(2), 1-10.
- Pechorro, P. S., Almeida, A. I., Figueiredo, C. S., Pascoal, P. M., Vieira, R. X., & Jesus, S. N. (2015). Validação portuguesa da Nova Escala de Satisfação sexual. *Revista internacional de andrologia, 13*(2), 47-53.
- 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.
- Peplau, L. A., Frederick, D. A., Yee, C., Maisel, N., Lever, J., & Ghavami, N. (2009). Body image satisfaction in heterosexual, gay, and lesbian adults. *Archives of sexual behavior, 38*, 713-725.

- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex roles*, 71(11-12), 363-377.
- Pew Research Center (2013). *A Survey of LGBT Americans: Attitudes, Experiences and Values in Changing Times*. Retirado de: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2013/06/13/a-survey-of-lgbt-americans/>
- Piatkowski, T. M., White, K. M., Hides, L. M., & Obst, P. L. (2020). The impact of social media on self-evaluations of men striving for a muscular ideal. *Journal of community psychology*, 49(2), 725-736.
- Pujols, Y., Meston, C. M., & Seal, B. N. (2010). The Association Between Sexual Satisfaction and Body Image in Women. *The Journal of Sexual Medicine*, 7(2), 905–916.
- Ribeiro, J. L. P. (2010). *Investigação e avaliação em psicologia da saúde* (2ª ed.). Placebo Editora
- Ricciardelli, L. A., & Williams, R. J. (2012). Beauty over the Centuries – Male. In T. F. Cash (Eds.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (pp. 50–57). Academic Press.
- Rubin, Z., Hill, C. T., Peplau, L. A., & Dunkel-Schetter, C. (1980). *Self-Disclosure in Dating Couples: Sex Roles and the Ethic of Openness*. *Journal of Marriage and the Family*, 42(2), 305-317.
- Sanchez, D. T., & Kiefer, A. K. (2007). Body concerns in and out of the bedroom: Implications for sexual pleasure and problems. *Archives of sexual behavior*, 36, 808-820.
- Sault, N. L. (1994). *Many mirrors: Body image and social relations*. Rutgers University Press.
- Schilder, P. (1950) *The image and appearance of the human body*, New York: International Universities Press.
- Sentilles, R. M., & Callahan, K. (2012). Beauty over the Centuries – Female. In T. F. Cash (Eds.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (pp. 43–49). Academic Press.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social media use in 2018. *Pew Research Center*.
- Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Ross, B., & Neuberger, C. (2018). Social media analytics—Challenges in topic discovery, data collection, and data preparation. *International journal of information management*, 39, 156-168.
- Štulhofer, A., Buško, V., & Brouillard, P. (2019). The New Sexual Satisfaction Scale and its short form. In R. Milhausen, J. Sakaluk, T. Fisher, et al. (Eds.), *Handbook of Sexuality-Related Measures, Fourth Edition* (pp. 495-497). New York, NY: Routledge.

- Thompson, J. K., Heinberg, L., & Tantleff, S. (1991). The Physical Appearance Comparison Scale (PACS). *The Behavior Therapist, 14*, 174.
- Thompson, J.K., Burke, N.L. and Krawczyk, R. (2012). Measurement of body image in adolescence and adulthood. In T. F. Cash (Eds.) *Encyclopedia of body image and human appearance* (pp. 512–520). Academic Press.
- Tiggemann, M. (2012). Sociocultural Perspectives on Body Image. In T. F. Cash (Eds.) *Encyclopedia of body image and human appearance* (pp. 758–765). Academic Press.
- Tiggemann, M., Martins, Y., & Kirkbride, A. (2007). Oh to be lean and muscular: body image ideals in gay and heterosexual men. *Psychology of Men & Masculinity, 8*(1), 15-24.
- Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image, 44*, 197-221.
- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current opinion in psychology, 45*, 101289.
- Vaterlaus, J. M., & Winter, M. (2021). TikTok: an exploratory study of young adults' uses and gratifications. *The Social Science Journal, 1-20*.
- Veríssimo, C. M. A. (2011). *Funcionamento sexual feminino e exposição corporal na gravidez de termo* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa - Faculdade de Medicina]. Repositório da Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/5533>
- Weaver, A. D., & Byers, E. S. (2013). Eye of the beholder? Sociocultural factors in the body image and sexual well-being of heterosexual women. *International Journal of Sexual Health, 25*(2), 128-147.
- Weaver, A. D., & Byers, E. S. (2018). Young women's perceptions of the impact of their body image on their sexual experiences. *The Canadian journal of human sexuality, 27*(1), 69-78.
- Wiederman, M. W. (1996). Women, sex, and food: A review of research on eating disorders and sexuality. *Journal of Sex Research, 33*(4), 301-311.
- Wiederman, M. W. (2010). Women's body image self-consciousness during physical intimacy with a partner. *Journal of sex research, 37*(1), 60-68.
- Wykes, M., & Gunter, B. (2005). *The media and body image: If looks could kill* (1^a ed.). Sage.
- Zachos, G., Paraskevopoulou-Kollia, E. A., & Anagnostopoulos, I. (2018). Social media use in higher education: A review. *Education Sciences, 8*(4), 194.

Zamboni, B. D., Robinson, B. B. E., & Bockting, W. O. (2007). Body image and sexual functioning among bisexual women. *Journal of Bisexuality*, 6(4), 7-26.

Anexos

Anexo A – Protocolo

Consentimento informado

Objetivo da pesquisa: O presente estudo foca-se na utilização das redes sociais e a sua influência na imagem corporal e na intimidade.

A Rita Martins, estudante do Mestrado em Psicologia Clínica no ISPA, é responsável pelo desenvolvimento desta pesquisa, integrada na equipa de investigação composta pela Professora Ana Alexandra Carvalheira e pelo Professor Pedro Alexandre Costa.

Para a participação ser validada é necessário responder o mais honestamente possível a todas as questões do questionário. A sua participação é voluntária, e se aceitar participar pode desistir a qualquer momento sem nenhum risco associado.

A duração da participação será de aproximadamente 11 minutos.

Não existem riscos ou benefícios associados à participação neste questionário.

Todos os dados e informações recolhidos são confidenciais e serão utilizados apenas para fins académicos.

Requisitos

- Ter pelo menos 18 anos.
- Utilizar pelo menos uma das seguintes redes sociais: Instagram e/ou TikTok.

Contactos: Se tiver alguma dúvida ou questão sobre este projeto, pode contactar através do seguinte endereço de email: 30422@alunos.ispa.pt

Ao consentir no botão abaixo, confirma que:

- A sua participação no estudo é voluntária.
- Tem pelo menos 18 anos de idade.

-Utiliza pelo menos uma das seguintes redes sociais: Instagram e/ou TikTok.

-Tem conhecimento de que pode optar por terminar a sua participação a qualquer momento, por qualquer motivo.

- Dou o meu consentimento e quero prosseguir para o estudo
- Não dou o meu consentimento e não desejo participar

Questionário sociodemográfico

1. Idade: _____

2. Identidade de género

- Homem
- Mulher
- Trans
- Não Binária/ Género-Fluído
- Queer
- Outra

3. Orientação sexual

- Heterossexual
- Homossexual / gay / lésbica
- Bissexual
- Pansexual
- Assexual
- Outra

4. Comportamento sexual

- Exclusivamente heterossexual
- Maioritariamente heterossexual, com comportamento homossexual esporádico
- Maioritariamente heterossexual com algum comportamento homossexual
- Igualmente heterossexual e homossexual
- Maioritariamente homossexual, com comportamento heterossexual
- Maioritariamente homossexual, com comportamento heterossexual esporádico
- Exclusivamente homossexual

5. Qual é o seu nível de escolaridade completo?

- Ensino primário (6-8 anos de escolaridade- correspondente a 4º ano ou 6º ano)
- Ensino básico (9-10 anos de escolaridade - correspondente a 9º ano)
- Ensino secundário (12-13 anos de escolaridade - correspondente a 12º ano)
- Ensino superior (Licenciatura)
- Ensino superior (Mestrado ou Doutoramento)

6. Presentemente tem uma relação estável/de compromisso com alguém? Se sim, indique a duração da atual relação.

- Não tenho uma relação estável/de compromisso
- Não sei bem se tenho uma relação estável/de compromisso
- Sim, há menos de 1 ano
- Sim, entre 1 a 2 anos
- Sim, entre 2 a 3 anos
- Sim, entre 3 a 4 anos
- Sim, acima de 4 anos

7. Se respondeu sim à pergunta anterior, qual é a sua situação relacional?

- Tenho uma relação de compromisso com apenas 1 pessoa
- Tenho uma relação aberta
- Tenho uma situação de poliamor
- Mantenho mais do que 1 relação, mas sem haver conhecimento de todas as partes

8. Como descreve o meio onde vive?

- Meio rural (aldeia ou vila)
- Meio urbano (cidade pequena)
- Meio urbano (grande cidade)

9. Atualmente sente pertencer a alguma religião?

- Não
- Sim, Católica
- Sim, outra religião

10. Para além de ocasiões especiais como casamentos, funerais e batismos, com que frequência assiste ou participa em encontros da sua religião?

- Nunca
- Menos de 1 vez por ano
- 1 vez por ano
- 2 vezes por ano
- 1 vez por mês
- 2 vezes por mês
- 1 vez por semana ou mais

11. Nacionalidade

- Portuguesa
- Outra

Frequência de utilização das redes sociais

	Não utilizo/não tenho	Menos de 10 minutos	10-30 minutos	30-60 minutos	1-2 horas	Mais de 2 horas
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TikTok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Body-esteem for Adolescents and adults (BESAA)

Indique com que frequência concorda com as seguintes afirmações.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
1. Gosto da minha aparência nas fotografias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. As outras pessoas consideram-me bonito/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Tenho orgulho no meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
4. Estou preocupado/a/e em tentar mudar o meu peso corporal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Eu acho que a minha aparência pode ajudar-me a arranjar um emprego.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Eu gosto do que vejo quando me olho ao espelho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Se eu pudesse, mudava muitas coisas na minha aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Estou satisfeito/a/e com o meu peso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Quem me dera ter melhor aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Eu gosto mesmo do meu peso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Quem me dera ter a aparência de outra pessoa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. As pessoas da minha idade gostam da minha aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. A minha aparência aborrece-me.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Sou tão atraente quanto a maioria das pessoas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Estou bastante satisfeito/a/e com a minha aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Acho que tenho o peso certo para a minha altura.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Tenho vergonha da minha aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Pesar-me deprime-me.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. O meu peso deixa-me infeliz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. A minha aparência ajuda-me a ter encontros amorosos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Preocupo-me com a minha aparência.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Acho que tenho um bom corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Sou tão bonito/a/e quanto gostaria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comparação Social da Aparência

Quando se compara a outras pessoas que segue nas redes sociais, como é que se classificaria?

- Muito pior
- Pior
- Nem melhor nem pior
- Melhor
- Muito melhor

Selecione para cada afirmação, a classificação que melhor o descreve.

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1. Quando utilizo as redes sociais, comparo a minha aparência física à aparência física dos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Quando utilizo as redes sociais, comparo a forma como me visto à forma como os outros se vestem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Quando utilizo as redes sociais, por vezes comparo a minha imagem à imagem dos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Body Exposure during Sexual Activities Questionnaire (BESAQ)

A lista de afirmações relaciona-se com pensamentos e comportamentos que uma pessoa pode sentir ou praticar durante as relações sexuais.

Selecione, honestamente, a frequência com que tem cada um dos seguintes pensamentos e comportamentos.

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre ou quase sempre	Nunca tive relações sexuais
1. Durante a atividade sexual penso que o/a meu/minha parceiro/a/e notará que algo no meu corpo é pouco excitante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Durante a atividade sexual preocupo-me com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e achar pouco atraentes alguns aspetos do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Durante a atividade sexual não tenho noção do aspeto do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Durante a atividade sexual sinto-me inibido/a/e por causa do aspeto do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Sinto-me confortável enquanto o/a meu/minha parceiro/a/e me despe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Prefiro manter o meu corpo coberto com o lençol durante a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Sinto-me confortável com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e olhar para os meus genitais durante a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Quando estamos a ter relações sexuais preocupo-me com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e achar o meu corpo repulsivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre ou quase sempre	Nunca tive relações sexuais
9. Durante a atividade sexual preocupo-me com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e achar que o tamanho ou aspeto dos meus órgãos sexuais sejam inadequados ou pouco atrativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. No que respeita ao/à meu/minha parceiro/a/e ver-me nu/a, não tenho nada a esconder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Durante a atividade sexual tenho pensamentos de que o meu corpo é sexy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Não gosto que o/a meu/minha parceiro/a/e me veja completamente nu/a durante a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Espero que o/a meu/minha parceiro/a/e se excite ao ver-me sem roupa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Prefiro manter algumas peças de roupa durante o ato sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Estou inseguro/a/e acerca do meu corpo durante a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Durante a atividade sexual preocupo-me com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e achar repulsivo o aspeto ou odor dos meus genitais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Durante a atividade sexual tento esconder certas áreas do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Durante a atividade sexual estou sempre a pensar que certas partes do meu corpo são demasiado feias para serem consideradas sexy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Não quero que o/a meu/minha parceiro/a/e veja certas partes do meu corpo durante o sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre ou quase sempre	Nunca tive relações sexuais
20. Durante a atividade sexual preocupo-me com o que pensará o/a meu/minha parceiro/a/e acerca do aspeto do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Durante o ato sexual preocupo-me com o facto de o/a meu/minha parceiro/a/e perder a excitação ao tocar em certas partes do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Durante a atividade sexual é difícil não pensar acerca do meu peso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Sinto-me inseguro/a/e se o quarto estiver demasiado iluminado durante o sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Sinto-me confortável com o facto de partes do meu corpo estarem expostas ao/à meu/minha parceiro/a/e durante a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Durante o sexo gosto que o/a meu/minha parceiro/a/e olhe para o meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Durante a atividade sexual evito certas posições por causa da forma como o meu corpo iria parecer ao/à meu/minha parceiro/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Durante a atividade sexual distraio-me com pensamentos acerca do aspeto de certas partes do meu corpo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Antes ou depois do sexo sinto-me confortável em caminhar nu/a diante do/a/e meu/minha parceiro/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sexual Avoidance Scale (SAS)

Selecione para cada afirmação, a classificação que melhor descreve os seus pensamentos e comportamentos.

	Discordo Totalmente	Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1. Não tenho medo de beijar ou acariciar, mas as relações sexuais assustam-me.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Tenho medo de ter relações sexuais com outra pessoa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Evitei repetidamente todo ou quase todo o contacto genital com um parceiro sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Tento evitar situações em que me possa envolver sexualmente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tal qual como as coisas estão agora, eu nunca me envolveria em sexo penetrativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pensar em sexo deixa-me nervoso/a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Tenho evitado ter relações sexuais, recentemente, por causa dos meus medos sexuais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Acredito que os riscos associados ao sexo são maiores do que as suas recompensas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Acredito que não existe sexo seguro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Eu faria de tudo para evitar ficar sozinho com alguém do sexo oposto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

New Sexual Satisfaction Scale (NSSS)

Pense sobre a sua vida sexual nos últimos seis meses e avalie a sua satisfação nos seguintes aspetos.

	Nada satisfeito/a	Um pouco satisfeito/a	Moderadamente Satisfeito/a	Muito Satisfeito/a	Totalmente satisfeito/a	Não tive relações sexuais nos últimos 6 meses
Centração no Eu						
1. A intensidade da minha excitação sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. A qualidade dos meus orgasmos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. A capacidade de me “soltar” e me entregar ao prazer sexual durante as relações.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. A minha capacidade de me concentrar na atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. A forma como eu reajo sexualmente ao/à meu/minha parceiro/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. O funcionamento sexual do meu corpo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. O meu à-vontade emocional durante o sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. O meu humor depois da atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. A frequência dos meus orgasmos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. O prazer que eu proporciono ao meu/minha parceiro/a/e sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centração no Parceiro						
11. O equilíbrio entre o que eu dou e o que eu recebo durante o sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. O à-vontade do/a meu/minha parceiro/a/e durante o sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Nada satisfeito/a	Um pouco satisfeito/a	Moderadamente Satisfeito/a	Muito Satisfeito/a	Totalmente satisfeito/a	Não tive relações sexuais nos últimos 6 meses
13. A capacidade do/a meu/minha parceiro/a/e em iniciar a atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. A capacidade do/a meu/minha parceiro/a/e em ter orgasmos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. A capacidade do/a meu/minha parceiro/a/e se “soltar” e entregar ao prazer sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. A forma como o/a meu/minha parceiro/a/e satisfaz as minhas necessidades sexuais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. A criatividade sexual do/a meu/minha parceiro/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. A disponibilidade sexual do/a meu/minha parceiro/a/e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. A diversidade das minhas atividades sexuais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. A frequência da minha atividade sexual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>