



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Ana Cristina Gabriel Reigado

**A INSATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL
EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES:
RELAÇÃO COM O *TEASING*, A AUTOESTIMA E AS
REDES SOCIAIS**

Dissertação no âmbito do Mestrado em Psicologia da Educação,
Desenvolvimento e Aconselhamento, orientada pela Professora Doutora
Maria da Luz Bernardes Rodrigues Vale Dias e apresentada à Faculdade
de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.

Setembro de 2022

Resumo

A imagem corporal tem sido, ao longo dos últimos anos, um tema recorrente na literatura, com um crescente número de estudos a investigar a sua influência nos vários aspetos psicossociais. São diversos os estudos sobre este tema, especialmente sobre a insatisfação com a imagem corporal, que constitui um fator preocupante para a saúde dos indivíduos. Também as redes sociais e o *teasing* são tópicos frequentes na literatura, com bastantes autores a estudar as suas influências na saúde mental.

Assim, o presente estudo tem como objetivo estudar a insatisfação com a imagem corporal em crianças e adolescentes portugueses, de ambos os sexos, e explorar a sua relação com o uso de redes sociais, com o *teasing* e com a autoestima. Apresenta-se também, como objetivo, a adaptação transcultural do Perception of Teasing Scale (POTS; Thompson et al., 1995), uma vez que não existem instrumentos validados para a população portuguesa para avaliar o *teasing*.

Participaram neste estudo 120 crianças e adolescentes (65 do sexo feminino e 55 do sexo masculino), com idades compreendidas entre os 10 e 20 anos. Todos os participantes responderam a quatro questionários, nomeadamente, a Escala de Silhuetas de Collins (Moreira et al., 2013), a Escala de Autoestima de Rosenberg (Santos & Maia, 2003); o Internet Addiction Test (Pontes et al., 2014) e a adaptação para Português Europeu do Perception of Teasing Scale (Thompson et al., 1995).

Os resultados revelaram que crianças e adolescentes experienciam insatisfação com a imagem corporal. Foi possível observar que a idade é uma variável preditora da insatisfação com a imagem corporal, verificando-se mais presente nos adolescentes. Contudo, contrário ao relatado na literatura, neste estudo, não se verificaram diferenças entre sexos. Demonstrou-se que o *teasing* se relaciona com a insatisfação com a imagem corporal e com a autoestima, revelando-se preditor destas variáveis. Por sua vez, as redes sociais não apresentaram uma relação com a insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes.

Palavras-chave: Insatisfação com a Imagem Corporal, *Teasing*, Redes Sociais, Autoestima, Infância, Adolescência.

Abstract

Body Image has been, over the past years, a recurrent theme in the literature, with an increasing number of studies investigating its influence on different psychosocial aspects. There are several studies on this topic, especially about body dissatisfaction, which is a preoccupying factor for mental health. Social media and teasing are also frequent topics in the literature, with several authors studying their influences on mental health.

Therefore, this investigation aims to study body dissatisfaction in portuguese children and adolescents of both sex, and to explore its relation with the use of social media, teasing and self-esteem. We also aim to adapt for European Portuguese the Perception of Teasing Scale (POTS; Thompson et al., 1995), since there are no validated instruments to assess *teasing* in the portuguese population.

The sample was constituted by 120 children and adolescents (65 females and 55 males), aged between 10 and 20 years old. All participants completed four questionnaires, namely Collins Silhouette Scale (Moreira et al., 2013), Rosenberg's Self-Esteem Scale (Santos & Maia, 2003), Internet Addiction Test (Pontes et al., 2014) and the european portuguese adaptation of Perception of Teasing Scale (Thompson et al., 1995).

The results revealed that children and adolescents experience body dissatisfaction. It was possible to observe that age is a predictor variable of body dissatisfaction, being more present in adolescents. However, contrary to what has been reported in the literature, in this study, there were no differences between sex. It was shown that teasing is related to body dissatisfaction and self-esteem, proving to be a predictor of these variables. In turn, social media did not show a relation with body dissatisfaction in children and adolescents.

Keywords: Body dissatisfaction; Teasing, Social Media, Self-Esteem, Childhood, Adolescence.

Agradecimentos

À orientadora Professora Doutora Maria da Luz Vale Dias, pela disponibilidade, dedicação e partilha de conhecimento.

Ao Agrupamento de Escolas de Figueira de Castelo Rodrigo e aos alunos, que me acolheram tão bem durante o estágio e sem os quais não teria um dos aspetos fundamentais deste trabalho.

À Dra. Maria João André, que sempre se mostrou disponível para me ajudar, encorajando-me a superar as dificuldades e apoiando-me durante este percurso final. Pelos conhecimentos e conselhos que partilhou comigo, enriquecendo a minha formação.

Aos meus pais e à minha irmã, pelo amor incondicional. Por serem o meu suporte e nunca me deixarem desistir, por me incentivarem sempre a perseguir os meus sonhos. Pelo conforto, segurança e carinho. Por caminharem ao meu lado, nos bons e maus momentos, nunca me deixando sozinha.

À minha família, em especial aos meus queridos avós, que sempre me incentivaram a lutar pelos meus sonhos, ensinando-me a nunca desistir. Por me ajudarem a superar as dificuldades e por acreditarem em mim, sempre.

À Lúcia, pela amizade de quase duas décadas. Por todo o amor, carinho e ajuda, pela sua boa disposição que me anima sempre e por acreditar em mim, nunca duvidando que consigo, mesmo quando eu própria duvido.

Aos meus amigos, que me deram força e me motivaram a continuar, apoiando-me durante todo este percurso.

À Mariana, por se tornar a melhor surpresa que Coimbra me deu. Por todos os risos, choros, teimosias e apoio incondicional, que guardo no coração. Pelas palavras de conforto nos dias mais difíceis. Por partilhar este caminho comigo, até ao fim, e por me ensinar a sentir Coimbra como casa.

À Bárbara, com quem partilhei esta jornada desde o primeiro dia. Pelos planos de última hora que nunca recusou. Pela amizade, carinho e apoio, tanto nos dias mais felizes como nos mais difíceis.

A Coimbra, que levo no Coração.

Índice

Introdução	8
I. Enquadramento Conceptual.....	9
1. Imagem corporal.....	9
2. Insatisfação com a Imagem Corporal	11
2.1. Na Infância	12
2.2. Na Adolescência	13
2.3. Diferenças entre sexos	14
3. Autoestima.....	14
4. <i>Teasing</i>	16
4.1. Avaliação do <i>Teasing</i>	17
5. Redes Sociais	18
II. Objetivos e Hipóteses.....	21
III. Metodologia.....	23
1. Participantes.....	23
2. Instrumentos	23
3. Procedimentos	28
4. Procedimentos estatísticos.....	29
IV. Resultados.....	31
Análises Descritivas	31
Análise das Hipóteses em estudo.....	33
V. Discussão.....	42
VI. Conclusão	46
Referências Bibliográficas	48

Índice de Tabelas

Tabela 1. Frequências da Insatisfação com a Imagem Corporal.....	33
Tabela 2. ANOVA <i>One-Way</i> para 5 grupos: Diferenças na Insatisfação com a Imagem Corporal em função do tempo despendido nas redes sociais.....	34
Tabela 3. Sumário do modelo de regressão linear simples.....	35
Tabela 4. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.....	35
Tabela 5. Teste-T, para amostras independentes: Insatisfação com a Imagem Corporal em função do sexo.....	36
Tabela 6. Teste-T, para amostras independentes: Insatisfação com a Imagem Corporal em função da categoria de idade.....	37
Tabela 7. Sumário do modelo de regressão linear simples.....	37
Tabela 8. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.....	38
Tabela 9. Teste-T, para amostras independentes: Autoestima em função da Insatisfação com a Imagem Corporal.....	38
Tabela 10. Teste-T, para amostras independentes: Autoestima em função do ano de escolaridade dos adolescentes.....	39
Tabela 11. Sumário do modelo de regressão linear simples.....	40
Tabela 12. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.....	40
Tabela 13. ANOVA <i>One-Way</i> para 5 grupos: Diferenças na Autoestima em função do tempo despendido nas redes sociais.....	41

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

ACP - Análise de Componentes Principais

cf. - Conforme

CT - *Competency Teasing*

EAR - Escala de Autoestima de Rosenberg

ESC - Escala de Silhuetas de Collins

IAT - Internet Addiction Test

IMC - Índice de Massa Corporal

n - Número de amostra

PARTS - Physical Appearance Related Teasing

POTS - Perception of Teasing Scale

Sig. - Significância

WT - *Weight-Related Teasing*

Introdução

Durantes os últimos anos, a imagem corporal tem sido alvo de vários estudos, nomeadamente, em ambos os sexos e nas diferentes etapas do ciclo vital (Tomas-Aragones & Marron, 2016), com especial ênfase na adolescência, pois neste período as representações mentais do indivíduo sofrem influências (internas e externas) e, conseqüentemente, acabam por afetar outros aspetos psicológicos, tais como a autoestima (Francisco et al., 2012). Também na infância a imagem corporal tem sido estudada, existindo, contudo, um menor número de investigações sobre esta etapa.

Estima-se que a insatisfação com a imagem corporal, prevalente na adolescência, se encontre entre 24% a 46% entre raparigas e 12% a 26% entre rapazes (Bucchianeri et al., 2013; Wang et al., 2019). Estas diferenças entre sexos têm sido estudadas mais recentemente, com autores a debruçar-se sobre a imagem corporal de rapazes e homens, pois estudos anteriores não tinham por hábito incluir o sexo masculino nas suas pesquisas (Francisco et al., 2012). Deste modo, o estudo da insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes, tanto no sexo feminino como no masculino, torna-se importante.

O *teasing*, ou em português provocação, é conhecido como um fator influenciador da insatisfação com a imagem corporal, sendo, também, um construto importante de estudar. Tendo em conta a importância deste na imagem corporal, é necessária a existência de instrumentos apropriados e adequados para a sua avaliação.

As redes sociais, cada vez mais utilizadas globalmente, constituem um novo risco para a saúde psicológica dos indivíduos, quer jovens como adultos. A sua facilidade de utilização e capacidade de conectar pessoas fisicamente distantes torna-as apelativas, todavia, a constante exposição aos ideais de beleza perpetuados e divulgados por estas pode levar à insatisfação com a imagem corporal, uma vez que, principalmente os jovens, internalizam a ideia de corpo perfeito, gerando sofrimento quando há discrepância entre a realidade e o idealizado (Lira et al., 2017).

O presente estudo tem como objetivo investigar a insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes e a sua relação com a utilização de redes sociais, *teasing* e autoestima. Também é pretendida, devido à falta de instrumentos adaptados para a população portuguesa, a adaptação transcultural do Perception of Teasing Scale (POTS), um instrumento para avaliar o teasing relativo ao peso e à competência.

I. Enquadramento Conceptual

A cultura exerce um grande impacto e influência no seio das sociedades, isto é, cada sociedade rege-se consoante determinadas regras, valores e ideais que perduram no tempo, passando de geração em geração, influenciando os indivíduos pertencentes a essa mesma comunidade. Assim, a cultura demonstra ser um elemento central e regulador do comportamento humano, tornando-se expectável que os indivíduos regulem as suas ações, adotando atitudes, crenças e comportamentos valorizados e incutidos na sociedade, de forma a serem aceites no seu meio social e em busca de um sentimento de pertença (Alves et al., 2009).

Os ideais relacionados à estética corporal foram-se alterando ao longo dos tempos, e o idealizado corpo perfeito sofreu mudanças. A forma e tamanho do corpo considerado esbelto e atraente foi mudando durante os séculos, produto da evolução histórica (Grogan, 1999), sendo possível notar a transição dos ideais de beleza, que passaram da valorização de formas mais voluptuosas para a magreza (quase extrema) (Alves et al., 2009; Grogan, 1999).

No passado, o corpo considerado bonito e esbelto era um corpo com curvas e formas arredondadas (Alves et al., 2009) e a gordura era considerada moda e, até, um símbolo erótico. Ainda no século XIX, a forma voluptuosa era encarada como padrão de beleza, com vários artistas a representarem o corpo feminino com figuras largas e detalhes cheios e arredondados, por exemplo, Renoir no seu quadro “*Blonde Bather*”, de 1881 (Grogan, 1999). Na atualidade, denota-se um grande contraste com essa realidade, onde o corpo valorizado é o magro. A valorização da magreza é um fenómeno relativamente recente, remontando ao século XX, com o passar das décadas e com o surgimento das revistas de moda e, mais tarde, dos *media*, a ideia do corpo perfeito tem sido difundida amplamente e a pressão social para atingir a forma corporal perfeita torna-se cada vez mais forte, levando os indivíduos a internalizar este padrão de beleza (Couto, 2021; Grogan, 1999).

Nos dias de hoje, principalmente na cultura ocidental, o conceito de beleza associa-se a um corpo musculado para os homens e um corpo magro para as mulheres, sendo que a magreza é relacionada a competência, sucesso e atratividade. Com toda a

mediatização em volta do corpo perfeito, muitos indivíduos direcionam os seus comportamentos para atingir este ideal, no entanto, quando não conseguem e a sua forma física se distancia do padrão, ocorre insatisfação com a imagem corporal, ou seja, o sujeito torna-se insatisfeito com a sua imagem corporal, o que acarreta diversos problemas (Alves et al., 2009).

1. Imagem corporal

A imagem corporal é a representação mental que o indivíduo tem do seu próprio corpo, envolvendo um conjunto de sentimentos, percepções e atitudes que este tem acerca da sua forma física (Croll, 2005). Segundo Cash e Szymanski (1995), é um construto composto por duas facetas: a dimensão perceptiva, que diz respeito à estimativa que o sujeito faz do seu tamanho, peso e forma corporal, ou seja, o rigor com que este avalia a sua forma física em comparação com o seu físico real (Banfield & McCabe, 2002) e a dimensão atitudinal, que inclui duas componentes, a afetiva, respeitante aos sentimentos que o sujeito tem sobre a sua aparência física e a cognitiva, relativa aos pensamentos e crenças sobre a aparência física e forma corporal. Especificamente, a primeira componente da dimensão atitudinal diz respeito à (in)satisfação corporal e a componente cognitiva está relacionada com a importância cognitiva, comportamental e emocional do corpo para a avaliação que o sujeito faz de si próprio (Cash, citado em Nazaré, Moreira & Canavarro, 2010).

Esta representação mental do corpo é afetada por vários fatores, como o sexo, características físicas, aspetos pessoais, fatores socioculturais e, também, pelos meios de comunicação, que expressam e perpetuam uma idealização do corpo perfeito, estabelecendo ideais de beleza irreais e inalcançáveis (Ratnasari et al., 2021). A experiência social também é um fator que influencia a imagem corporal, a percepção que o indivíduo tem do seu próprio corpo é influenciada pelas relações pessoais que estabelece, se estas são positivas a sua confiança e satisfação corporal aumentam, no caso de serem negativas há uma tendência de diminuição da satisfação com o próprio corpo (Tomas-Aragones & Marron, 2016). Contudo, a nossa percepção corporal também influencia a maneira como nos posicionamos nas relações, quanto menor a satisfação com a imagem corporal menor o envolvimento e iniciativa do sujeito nas suas relações pessoais (Richter & Ridout, 2011).

A percepção que o indivíduo tem do seu corpo e aparência física modifica-se ao longo das fases do ciclo vital. É normal que a imagem que temos de nós mesmos se altere consoante a etapa de desenvolvimento em que nos encontramos (Rodríguez-Camacho & Alvis-Gomez, 2015).

2. Insatisfação com a Imagem Corporal

Muitas pessoas gostariam de mudar algo no seu corpo ou aparência, infelizmente, para alguns indivíduos esse desejo traduz-se numa insatisfação com a imagem corporal, que comporta riscos para a saúde física e mental e, no extremo, pode tornar-se uma verdadeira obsessão (Tomas-Aragones & Marron, 2016). A insatisfação com a imagem corporal relaciona-se com a avaliação negativa que o sujeito faz do seu próprio corpo, resultando da discrepância entre a imagem corporal percebida e a ideal (Alebachew & Ashagrie, 2017), que, muitas vezes, leva ao desejo de alterar ou modificar a aparência física (Dumith et al., 2012). Esta insatisfação pode acontecer devido à valorização cultural e internalização dos valores socioculturais difundidos pela sociedade e aos padrões de beleza divulgados pelos *media*, que idealizam e vendem a ideia do corpo perfeito. Pode levar à prática de comportamentos inadequados e prejudiciais à saúde (Silva et al., 2020), sendo, por isso, considerada um fator de risco para o desenvolvimento de perturbações alimentares, baixa autoestima, pensamentos obsessivos sobre a aparência e peso, comportamentos de risco (fumar e alcoolismo), automutilação (Mahmoud et al., 2018), depressão e ideação suicida (Alebachew & Ashagrie, 2017).

Perceber se a insatisfação com a imagem corporal tende a progredir, estabilizar ou diminuir ao longo do tempo, mais propriamente, durante a transição da adolescência para a idade adulta, é importante para uma melhor compreensão deste construto tão impactante na saúde mental. Contudo, as investigações sobre a trajetória de desenvolvimento da insatisfação com a imagem corporal apresentam resultados divergentes, por exemplo, Bucchianeri et al. (2013), no seu estudo longitudinal de 10 anos, constataram que a insatisfação com a imagem corporal aumenta linearmente durante a adolescência e a idade adulta jovem, por outro lado, Wang et al. (2019) defendem que a insatisfação se mantém relativamente estável, com algumas pequenas mudanças, desde o período da adolescência à idade adulta, sugerindo que a gravidade da insatisfação com a imagem corporal na idade adulta pode ser determinada antes do meio da adolescência.

2.1. Na Infância

Segundo Papalia e Feldman (2013), a infância apresenta três fases: primeira infância, do nascimento até aos 3 anos; a segunda infância, dos 3 até aos 6 anos e a terceira infância, dos 6 aos 11 anos. Durante a segunda infância, e de acordo com os estágios de desenvolvimento de Piaget, ocorre o estágio pré-operatório. A partir deste estágio, as crianças desenvolvem uma capacidade de antecipação dos acontecimentos, o pensamento simbólico expande-se, no entanto, as crianças ainda não se encontram capacitadas para se envolverem em operações mentais lógicas. A forma como as crianças se definem muda, normalmente entre os 5 e 7 anos, evidenciando o desenvolvimento do autoconceito. Embora não expressem oralmente um conceito de valor próprio, através do seu comportamento, as crianças demonstram que o possuem. A última etapa desta fase desenvolvimental, a terceira infância, encontra-se no estágio operatório concreto, caracterizado pela capacidade de resolução de problemas, mas sem pensamento abstrato. Nesta etapa da infância, o crescimento é consideravelmente mais lento, contudo, é bastante notável a diferença entre crianças de 6 e de 11 anos. O autoconceito torna-se mais desenvolvido e os julgamentos de si próprios passam a ser mais conscientes e realistas. Atendendo a esta divisão da infância proposta por Papalia e Feldman (2013), no presente estudo, a denominação criança envolve sujeitos até aos 11 anos de idade, sendo que a partir dessa idade, é adotada a denominação adolescentes.

Preocupações com a imagem corporal e aparência física são sentidas em todas as fases do ciclo vital, até mesmo durante a infância. Devido à sua fragilidade, a infância é uma fase crucial para o desenvolvimento humano, então, se a imagem corporal for comprometida neste período, pode afetar a qualidade de vida da criança, comprometendo o seu desenvolvimento biopsicossocial (Couto, 2021). Embora nos primeiros anos de vida as crianças estejam, geralmente, livres destas preocupações, estudos revelam que atitudes negativas referentes ao excesso de peso e atitudes positivas relativamente à magreza parecem estar assentes entre os 5 e 8 anos de idade (Birbeck & Drummond, 2005; Davison et al., 2000; Spiel et al., 2012). Clark e Tiggemann (2006), em consonância com outros investigadores, defendem que alguns dos processos psicológicos inerentes ao desenvolvimento da insatisfação com a imagem corporal já se encontram estabelecidos aos 9 anos e que, provavelmente, o desejo de ser magra já está, também, presente nesta idade.

Nesta fase do desenvolvimento, a família exerce uma grande influência, uma vez que são estes que controlam o grau de exposição da criança às atitudes e valores socioculturais relacionados com a imagem corporal (Davison et al., 2000). Estes juízos de valor podem ser transmitidos através dos ideais presentes na família, pelos *media* (e.g. através de desenhos infantis) (Spiel et al., 2012), pela comparação entre pares ou até mesmo pela utilização de certos brinquedos ou jogos de computador, que reforçam um ideal de beleza específico (e.g. bonecos como Barbie, Batman) (Couto, 2021; Duarte et al., 2018; Simões, 2014).

2.2. Na Adolescência

A adolescência é um período de constantes mudanças, físicas, sociais, cognitivas e emocionais. Nesta etapa do ciclo vital, os adolescentes enfrentam novos desafios e adaptações, como o surgimento de uma maior autonomia, estabelecimento de relações mais fortes e complexas com os pares e manifestação de novos sentimentos (Bizarro, 2001). Iniciam, também, a construção da sua identidade, a exploração do self, tentando descobrir quem são, qual o seu lugar e papel no mundo e quais os seus verdadeiros interesses (Steinberg & Morris, 2001).

Os adolescentes, durante este período, são influenciados pelo ambiente que os rodeia, mais concretamente, pelos familiares e pares. A pressão parental, exercida através de críticas, comentários negativos ou provocações para perder peso, juntamente com internalização de ideais de beleza socialmente transmitidos e divulgados nas redes sociais, afetam a perceção que o jovem tem da sua aparência, influenciando a sua imagem corporal e incentivando-o a alterar a sua forma física de modo a corresponder aos padrões socialmente aceites (Couto, 2021).

A representação mental que o jovem faz do seu corpo e aparência é bastante influenciada durante a infância e adolescência. As influências de familiares e pares, juntamente com todas as transições típicas desta fase, podem resultar, facilmente, em insatisfação com a imagem corporal (Voelker et al., 2015), tornando, assim, esta etapa num período crítico para o desenvolvimento da imagem corporal (Wang, 2019; Lacroix et al., 2022).

Apesar da insatisfação com a imagem corporal estar presente tanto na infância como na adolescência, estudos demonstram que adolescentes reportam uma maior insatisfação com a sua imagem corporal, quando comparados com crianças (Caccavale et

al., 2012; Simões, 2014). Isto vai de encontro a estudos que defendem que a insatisfação com a imagem corporal se torna maior à medida que a idade aumenta (Bucchianeri et al., 2013; Eisenberg et al., 2006) e que os adolescentes apresentam uma maior preocupação relativa à aparência física (Lira et al., 2017).

2.3. Diferenças entre sexos

Segundo a literatura, os ideais socioculturais em relação ao peso e forma corporal diferem consoante o sexo, sendo que a imagem corporal sofre maior influência no sexo feminino (Simões, 2014). De facto, na adolescência não é diferente e a insatisfação com a imagem corporal está mais presente nas raparigas (Ratnasari et al., 2021), estando mais propensas a julgamentos sobre a aparência física do que os rapazes (Simões, 2014). Embora estes também sejam afetados pela imagem corporal negativa, a sobrevalorização da aparência e da estética sobre a funcionalidade corporal é mais enfatizada para o sexo feminino (Lacroix et al., 2022). Na infância, os investigadores apresentam resultados idênticos aos obtidos na adolescência, relatando que as meninas demonstram um maior desejo em ter um corpo mais magro do que os meninos (Phares et al., 2004). Isto reflete a possibilidade de, mesmo em crianças, o estereótipo de corpo ideal ser internalizado, de forma mais precoce, no sexo feminino (Pinheiro & Giugliani, 2006).

De um modo geral, as raparigas desejam corpos mais magros, pois acreditam que assim serão mais bonitas e felizes e os rapazes, em contraste, referem um desejo de aumentar a massa muscular e ambicionam corpos mais fortes e musculados, uma vez que estes são atributos altamente valorizados pelos pares (Silva et al., 2020). Para as adolescentes, a insatisfação com a imagem corporal relaciona-se com características como a forma corporal, o peso, traços faciais e pele, já no sexo masculino, esta está relacionada com o tamanho e força muscular (Ricciardelli & McCabe, 2011). Uma vez que a janela de entrada na puberdade é diferente para rapazes e raparigas, sendo mais tardia no sexo masculino, é provável que também as preocupações com a imagem corporal cheguem mais tarde para estes. Contudo, isso não implica que não sofram preocupações com a aparência, a adolescência continua a ser um período de risco para ambos os sexos (Ricciardelli & McCabe, 2011).

3. Autoestima

Das várias características pessoais envolvidas no desenvolvimento da imagem corporal, a autoestima é, talvez, a mais importante (Tomas-Aragones & Marron, 2016).

Embora mutuamente relacionados, estes dois construtos são conceitos distintos (Tsang, 2017). Enquanto a imagem corporal se percebe como a atitude de um indivíduo em relação a um único aspecto de si próprio, o corpo físico, a autoestima relaciona-se com a visão que este detém de si mesmo como um todo, não se restringindo apenas à aparência física (Mahmoud et al., 2018). Contudo, também é notável que a forma como pensamos e sentimos sobre o nosso corpo pode estar, muitas vezes, conectado à visão geral que temos de nós próprios (Mahmoud et al., 2018).

Baseando-se no trabalho de Coopersmith (1959), Battle (1972) define a autoestima como “A avaliação que o indivíduo faz e costuma manter em relação a si mesmo. Expressa uma atitude de aprovação ou desaprovação e indica até que ponto o indivíduo acredita ser capaz, significativo, bem-sucedido e digno.” (p.31).

A autoestima pode, então, ser definida como um conjunto de sentimentos e pensamentos que a pessoa tem sobre si própria, a sua importância e valor (Rosenberg et al., 1995). Esta desenvolve-se ao longo do tempo e é considerada um construto flutuante, dinâmico e que se altera consoante os sucessos e expectativas vivenciados, especialmente relacionados a domínios específicos (Baldwin & Hoffmann, 2002). Pode ser avaliada quanto à sua forma global, ou seja, a avaliação geral que a pessoa tem de si, do seu valor e do quanto gosta de si, ou em relação a domínios específicos, como por exemplo, aceitação social, aparência física, competência escolar, conduta moral ou competências românticas (Bialecka-Pikul et al, 2019; Steinberg & Morris, 2001).

Na adolescência, os indivíduos começam a desenvolver caracterizações mais abstratas sobre o *self* e a aprimorar o seu autoconceito, estabelecendo uma visão de si mais concreta e organizada (Steinberg & Morris, 2001). Estes desenvolvem uma avaliação global de si mesmos e começam a valorizar certos domínios em detrimento de outros, como a aparência física, competência escolar, aceitação por parte dos pares e competências atléticas (Bizarro, 2001). No entanto, esta visão e a própria autoestima podem sofrer influências internas e externas (por exemplo, pais e pares) (Harter et al., 1998; Mahmoud et al., 2018). Assim, podemos constatar que a adolescência é um período crítico na formação da autoestima, sendo o seu desenvolvimento influenciado e moldado nesta etapa desenvolvimental (Duchesne et al., 2017).

Em relação à trajetória de desenvolvimento da autoestima durante a adolescência, não existe um consenso na literatura. Enquanto alguns autores defendem que a autoestima

é estável durante este período desenvolvimental e que, ao longo dos anos, aumenta ligeiramente (Birkeland et al., 2012; Steinberg & Morris, 2001), outros demonstram que existe um declínio desta na adolescência (Robins et al., 2002). Por outro lado, há, também, autores que defendem que a autoestima aumenta moderadamente durante esta etapa do desenvolvimento, e que continua a aumentar ligeiramente durante a idade adulta (Erol & Orth, 2011).

De uma forma geral, a autoestima afeta diferentes níveis na vida dos indivíduos, por exemplo, pessoas com elevados níveis de autoestima tendem a resolver os problemas mais ativamente e a desenvolver sentimentos e emoções mais positivas sobre si, em contraste, pessoas com níveis baixos de autoestima demonstram ter maior dificuldade em envolver-se de forma ativa em atividades e em construir relações positivas com os outros (Yoh, 2018). A baixa autoestima pode ser influenciada pela insatisfação com a imagem corporal, como mencionado anteriormente, e também pelo *teasing* e pelas redes sociais. Estudos referem que o *teasing* pode causar problemas psicossociais, entre os quais, baixa autoestima (Gleason et al., 2000; Thompson et al., 1995; Yoh, 2018) e no seu estudo, Hanna et al. (2017), reporta que o Facebook se associa à comparação social, o que, por sua vez, provoca baixa autoestima, insatisfação com a imagem corporal e pobre saúde mental.

4. *Teasing*

São diversos os fatores que influenciam a imagem corporal e que contribuem para o desenvolvimento de uma perceção corporal negativa. A pressão exercida pelos familiares, a relação com os pares e os *media*, em especial, as redes sociais, são exemplos de fatores que podem levar ao desenvolvimento da insatisfação com a imagem corporal.

A família constitui um quadro de referência para o adolescente, transmitindo-lhe um conjunto de valores e princípios socioculturais, que o ajudam a integrar-se na sociedade (Yoh, 2018), mas também é um dos fatores que influencia a imagem corporal do jovem. Os pais e irmãos, através de mensagens diretas (como o *teasing*) ou indiretas (modelagem), transmitem ideias sobre o que consideram ser a aparência ideal, afetando a perceção do jovem sobre o seu próprio corpo (Smolak, 2004). Os pares também desempenham um papel importante na vida do adolescente, ao despenderem grande parte do dia juntos, estabelecem estreitas relações de amizade e de influência mútua (Brown et al., 1994), afetando vários aspetos da vida do jovem, tal como a imagem corporal. Esta

influência pode ser exercida através do *teasing*, de conversas acerca da aparência e das atribuições que estes fazem sobre a importância do peso e da forma corporal (Matera et al., 2013).

O *teasing* relativo à aparência, ou seja, provocações que um indivíduo faz sobre o peso, aparência física ou forma corporal de outro, está relacionado com a insatisfação com a imagem corporal (Thompson et al., 1999; Menzel et al., 2010). Cash (1995) define *teasing* como *feedback* social negativo relativo às características físicas do sujeito, possível de ocorrer de forma verbal ou não-verbal, através de insultos ou comentários (depreciativos ou cruéis). Este diferencia-se de comportamentos de bullying, que têm uma natureza mais física e violenta, surgindo como uma provocação menos pejorativa, e às vezes bem-humorada ou irônica (Keltner et al., 2001), contudo, também se pode tornar prejudicial à saúde psicossocial e ao bem-estar do indivíduo (Brixval et al., 2011). As principais fontes destas provocações são os pais, irmãos e colegas (Slater & Tiggemann, 2011), o que enfatiza a ideia de que a família e os pares desempenham um papel importante na insatisfação com a imagem corporal dos adolescentes.

Relativamente à faixa etária, crianças e adolescentes apresentam uma maior associação entre provocações relacionadas ao peso e insatisfação com a imagem corporal, em comparação com adultos (Menzel et al., 2010). Em relação ao sexo, existem evidências pouco claras e inconsistentes sobre a prevalência das provocações num determinado sexo, enquanto alguns estudos apresentam uma maior associação entre provocações e o sexo feminino (Almenara & Jezek, 2015), outros demonstram que rapazes apresentam taxas mais altas de provocações relativas à aparência (Jones & Crawford, 2006) ou que não existem diferenças entre sexos (Schwartz et al., 1999).

4.1. Avaliação do *Teasing*

Através de uma busca pela literatura dos instrumentos mais utilizados para avaliar o *teasing*, surge, de uma forma notória, o instrumento Perception of Teasing Scale (POTS).

Inicialmente, o primeiro instrumento desenhado para avaliar as experiências de *teasing* foi o Physical Appearance Related Teasing Scale (PARTS), no entanto, como uma forma de superar as limitações existentes, os autores decidiram revisar e modificar o questionário, criando assim o POTS (Thompson et al., 1995). O seu desenvolvimento e validação foi realizado através de três estudos. O primeiro estudo, constituído por uma

amostra de 227 raparigas universitárias, dedicou-se à avaliação das características psicométricas do questionário, de onde surgiram duas escalas, nomeadamente, *Weight-Related Teasing* (*teasing* relacionado ao peso) composta por 6 itens e *Competency Teasing* (*teasing* relacionado com competência) com 5 itens. O segundo estudo foi, basicamente, um teste de replicabilidade da medida em estudo e contou com uma amostra de 87 universitárias. No último estudo, o objetivo foi verificar a convergência da escala com medidas de imagem corporal, perturbações alimentares e autoestima, através de respostas de 92 universitárias (Thompson et al., 1995).

A escala final, que constitui o POTS, é composta por 11 itens, divididos em duas subescalas, que avaliam a frequência de *teasing*. Após cada questão, é ainda possível avaliar o efeito do *teasing* reportado anteriormente.

Este instrumento é uma das escalas mais utilizadas em estudos sobre *teasing* relacionado ao peso e aparência física, perturbações alimentares e insatisfação com a imagem corporal (Menzel et al., 2010), e, por isso, tem sido traduzido e adaptado globalmente. Contudo, não se encontra adaptado para português europeu, apenas existindo uma adaptação em português do Brasil, não sendo possível de utilizar em contexto de população portuguesa.

5. Redes Sociais

Os *media* são reportados, na literatura, como uma das principais fontes de influência na insatisfação com a imagem corporal (Gonçalves & Martínez, 2014; Reategui & Palmer, 2017). Através da divulgação e propagação de ideais de beleza que promovem a magreza nas mulheres e corpos musculados nos homens (Furnham et al., 2002), estes incutem nos indivíduos a ideia de que para se ser socialmente aceite é necessário possuir um corpo magro e/ou musculado, o que leva à internalização dos ideais estéticos impostos pela sociedade, padrões estes que se tornam extremamente difíceis de alcançar pela maioria das pessoas (Keery et al., 2004), podendo resultar na prática de comportamentos alimentares desajustados (Lai et al., 2013).

As redes sociais têm superado as tradicionais formas de *media*, como os jornais, revistas, rádio, televisão, tornando-se cada vez mais populares entre jovens e adultos, ao longo dos anos (Kleemans et al., 2018). Estas são amplamente utilizadas em toda a parte do globo, com cada vez mais pessoas a fazer uso da internet para aderir a sites ou aplicações online que permitem uma interação social, ou seja, através destas, o indivíduo

consegue criar e manter relacionamentos interpessoais, seja com familiares, amigos, ou conhecer novas pessoas (Mills et al., 2017). Os jovens, nascidos numa era digital e com pleno acesso ao mundo tecnológico, têm como principal fonte de comunicação as redes sociais, tais como o Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok (Ho et al., 2016), preferindo comunicar através do telemóvel, *tablet* ou computador, ao invés do contacto presencial. Esta forma de comunicação permite-lhes relacionar-se com os outros à distância, de uma forma mais privada, sem ser necessário estar fisicamente presente, o que lhes dá uma maior confiança na interação com os outros. Assim, o uso das redes sociais tornou-se um hábito imprescindível na vida destes jovens, aumentando a sua exposição aos ideais perpetuados pelos *media*. Com uma visualização diária de imagens e mensagens sobre o corpo perfeito e a idealização da forma física perfeita, as crianças e adolescentes internalizam a ideia de que apenas serão aceites e considerados atraentes pelos pares se o seu corpo estiver de acordo com o padrão valorizado, caso isso não aconteça, pode levar a frustração e insatisfação com a imagem corporal (Lira et al., 2017).

Embora alguns estudos revelem que adolescentes que usam frequentemente redes sociais apresentam uma maior insatisfação com a imagem corporal (Lira et al., 2017; Carter et al., 2017), outros defendem que nem todos os indivíduos são influenciados na mesma extensão (Vries et al., 2019). Kleemans et al. (2018) indicam que a comparação social, ou seja, a tendência do sujeito para se comparar aos outros, é um fator individual que influencia a relação entre o uso de redes sociais e a insatisfação com a imagem corporal (Mills et al., 2017). Kim e Chock (2015), no seu estudo com jovens adultos, encontraram resultados indicativos de que a simples exposição, ou seja, o tempo gasto nas redes sociais, não se relaciona com as preocupações com a imagem corporal.

Dentro das redes sociais, os jovens visualizam diariamente fotografias publicadas por amigos, conhecidos ou famosos e postam, também eles, fotografias de si (Espinoza & Juvonen, 2011). Como nestas redes a aparência física tem um grande destaque, e por não quererem sair fora do padrão de beleza divulgado, os jovens selecionam cuidadosamente o conteúdo que publicam na internet e editam as suas fotografias, retocando as partes que menos gostam, tudo para demonstrarem ter o corpo perfeito (Chua & Chang, 2016). Através da exposição a imagens editadas e aos comentários acerca da aparência e forma corporal, os adolescentes acabam por ingressar numa comparação de aparências, o que pode levar a insatisfação com a imagem corporal (Kleemans et al.,

2018). De um modo geral, pode-se constatar que as redes sociais expõem os jovens a mensagens poderosas sobre a aparência física, através de imagens editadas e comentários (Vries et al., 2019). Mesmo tendo conhecimento que a informação que consta nas redes sociais é deturpada e manipulada, jovens e adultos continuam a almejar atingir os padrões de beleza irreais divulgados nos *media* (Mills et al., 2017).

As mensagens socioculturais presentes nos *media* influenciam ambos os sexos, no entanto, essa influência demonstra ser mais forte nas raparigas e mulheres, em contraste com o sexo masculino (Gonçalves & Martínez, 2014; Mills et al., 2017; Uchôa et al., 2019). Resultados semelhantes são encontrados na relação entre as redes sociais e a insatisfação com a imagem corporal, onde também o sexo feminino é apontado como sendo o mais influenciado (Silva et al., 2020).

Após a presente revisão da literatura, torna-se claro a existência de estudos divergentes em vários aspetos, por exemplo, na evolução e/ou continuidade da insatisfação com a imagem corporal ao longo dos ciclos vitais ou no tempo despendido nas redes sociais e conseqüente influência. Assim, torna-se importante a realização de novos estudos com enfoque nestes tópicos, para uma melhor compreensão do assunto e, também, para a atualização da informação existente, em especial da relacionada com as redes sociais, uma vez que o mundo se torna mais digital e tecnológico com o avançar do tempo.

II. Objetivos e Hipóteses

O presente estudo tem como objetivo fundamental contribuir para a investigação em torno da insatisfação com a imagem corporal na população mais jovem e estudar a sua relação com as redes sociais, com o *teasing* e com a autoestima, numa amostra de crianças e adolescentes da população portuguesa. De forma mais específica, pretende-se analisar se existe, de facto, insatisfação com a imagem corporal na população mais jovem e se existem possíveis relações entre esta, a utilização de redes sociais e o *teasing*. Procura-se, ainda, estudar se os conceitos acima mencionados exercem influência na autoestima dos sujeitos. É, também, importante observar se estes construtos apresentam diferentes valores atendendo a variáveis sociodemográficas como o sexo, idade e nível de escolaridade.

Outro objetivo fulcral do estudo é a adaptação transcultural do instrumento “Perception of Teasing Scale” (POTS) para o Português Europeu. Esta adaptação deve-se à falta de instrumentos validados para a população portuguesa que avaliem o *teasing* nas faixas etárias em estudo. Após uma revisão da literatura, o POTS apresentou-se como um dos mais indicados para este estudo, pela sua fácil utilização e por apresentar boas qualidades psicométricas. Este instrumento permite avaliar o *teasing*, ou seja, a provocação, por parte de outro, acerca do peso e da aparência física de alguém.

Após a revisão da literatura, colocam-se as seguintes hipóteses:

H1 - Crianças e adolescentes experienciam Insatisfação com a Imagem Corporal;

H2 - O tempo despendido nas redes sociais não influencia a Insatisfação com a Imagem Corporal, isto é, não se encontram diferenças a este nível entre aqueles que despendem mais ou menos tempo nas redes sociais;

H3 - Existe uma relação direta entre Insatisfação com a Imagem Corporal e o facto das crianças e adolescentes serem alvo de *Teasing*, ou seja, de provocações acerca do seu peso e aparência física;

H3.1 - O *Teasing* é uma variável preditora da Insatisfação com a Imagem Corporal;

H4 - A Insatisfação com a Imagem Corporal será superior em raparigas, comparativamente aos rapazes;

H5 - A Insatisfação com a Imagem Corporal será superior em adolescentes, em comparação com crianças;

H6 - A Insatisfação com a Imagem Corporal aumenta consoante a idade do sujeito, ou seja, à medida que o sujeito cresce a insatisfação com o seu corpo será mais elevada;

H6.1 - A idade é uma variável preditora da Insatisfação com a Imagem Corporal;

H7 - A Autoestima é afetada pela presença de Insatisfação com a Imagem Corporal, ou seja, crianças e adolescentes insatisfeitos com a imagem corporal apresentam menor autoestima por comparação com aqueles que não reportam insatisfação;

H8 - A Autoestima permanece estável ao longo da adolescência consoante o ciclo de ensino;

H9 - Existe uma relação negativa entre Autoestima e o facto de ser alvo de *Teasing*;

H9.1 - O *Teasing* é uma variável preditora da Autoestima;

H10 - A Autoestima diminui consoante o tempo despendido nas redes sociais.

III. Metodologia

1. Participantes

Participaram no presente estudo 120 sujeitos, com idades compreendidas entre os 10 e 20 anos, situando-se a média de idades no valor de 13,64 (DP = 2,88). A amostra é constituída por crianças (10-11 anos) e adolescentes (12-20 anos), de ambos os sexos (54,2% raparigas e 45,8% rapazes). Neste estudo, optou-se pela designação de crianças a sujeitos com idades compreendidas entre os 10 e 11 anos, uma vez que estes ainda se encontram no último período da infância, não sendo ainda considerados adolescentes.

Em relação ao ano de escolaridade, os participantes foram distribuídos em três níveis, 2.º Ciclo, que engloba alunos do 5.º ao 6.º ano, 3.º Ciclo, com alunos entre 7.º e 9.º ano e Secundário, do 10.º ao 12.º ano. É possível perceber que o 2.º Ciclo é o nível mais representado na amostra e o Secundário o nível com menor número de sujeitos (Anexo C1). No que diz respeito à área de residência, todos os participantes se encontram a residir numa área rural.

Os participantes foram incluídos no estudo caso preenchessem os seguintes critérios: frequência escolar entre o 5.º e 12.º anos de escolaridade; apresentação do consentimento informado dos Encarregados de Educação; autorização por parte dos sujeitos no início do questionário.

Para assegurar todas as propriedades psicométricas do instrumento traduzido, POTS, foi recolhida uma amostra de 32 sujeitos. A amostra é constituída por 11 crianças e 21 adolescentes, de ambos os sexos. Em relação ao nível de escolaridade, existe uma maior frequência no 3.º Ciclo, em comparação com o Secundário, que apresenta o menor número de sujeitos (Anexo C2).

2. Instrumentos

Questionário Sociodemográfico, construído para recolha de dados pessoais dos participantes, como a idade, sexo, ano de escolaridade. Foram ainda incluídas duas questões relativas ao uso das redes sociais, nomeadamente, “Seleciona as duas redes sociais que mais utilizas”, com seis escolhas possíveis, e “ Por dia, em média, quanto

tempo passas nas redes sociais”, sendo as opções disponíveis “Menos de 1 hora”, “Entre 1 a 2 horas”, “Entre 3 a 5 horas”, “Entre 6 a 8 horas” e “Mais de 8 horas”.

Escala de Silhuetas de Collins (Collins, 1991; Moreira, Simões, Frontini & Canavarro, 2013)

Este instrumento permite avaliar a (in)satisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes. É um questionário pictórico com 5 questões, constituído por uma sequência de sete silhuetas, femininas e masculinas, desenhadas de modo a ilustrar o peso corporal, variando da menos volumosa (1-muito fina) para a mais volumosa (7-obesidade). É pedido ao sujeito que escolha o número da silhueta que mais se parece consigo (imagem corporal “real”) e o número da silhueta que deseja ter (imagem corporal “ideal”). A discrepância entre a imagem corporal “real” e a imagem corporal “ideal” é um indicador da insatisfação com a imagem corporal, ou seja, quanto maior a discrepância maior a insatisfação com a imagem corporal. Pontuações positivas indicam um desejo de perder peso, enquanto que pontuações negativas indicam uma vontade de ganhar peso. É ainda pedido ao participante que indique se considera ser “gordo(a)”, “nem gordo(a) nem magro(a)”, ou “magro(a)” e se deseja “perder peso”, “ganhar peso” ou “manter o peso que tem”.

Deste modo, através do cálculo da discrepância entre figura “real” e figura “ideal”, pontuações de zero indicam que o sujeito se encontra satisfeito com a sua imagem corporal, já pontuações diferentes de zero revelam uma insatisfação com a imagem corporal.

Relativamente às características psicométricas, a escala apresenta um *alpha* de Cronbach de .55, ligeiramente abaixo do ideal de .7, no entanto, em escalas pequenas (com menos de 10 itens), a consistência interna tende a ser inferior ao valor ideal indicado. Torna-se, assim, importante reportar que a média da correlação inter-item apresenta um valor de .39, encontrando-se dentro do intervalo ideal (Briggs & Cheek, 1986). Segundo estes autores, este valor deve, idealmente, encontrar-se entre 0.2 e 0.4.

Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965; Santos & Maia, 2003)

Para avaliar a autoestima, foi utilizada a Escala de Autoestima de Rosenberg. Esta escala, uma das mais utilizadas como forma de avaliar a autoestima global, foi traduzida e adaptada para a população portuguesa por Santos e Maia (2003). É constituída por 10

questões, onde metade dos itens se referem a uma visão positiva de si próprio, por exemplo, “Globalmente, estou satisfeito(a) comigo próprio(a)”, e a outra metade é referente a uma visão autodepreciativa, por exemplo, “Sinto que não tenho muito de que me orgulhar”. Apresenta uma escala de Likert de 4 pontos (0= *Discordo fortemente*; 1= *Discordo*; 2= *Concordo*; 3= *Concordo fortemente*) e a pontuação total é obtida através da soma das pontuações, variando entre 0 e 30, sendo que pontuações elevadas indicam uma autoestima elevada e vice-versa. Neste estudo, é considerada uma autoestima baixa quando a pontuação total é inferior ou igual a 15.

No que respeita às características psicométricas, a escala demonstra bons níveis de consistência interna, apresentando valores de *alpha* de Cronbach entre .84 e .92 (Santos & Maia, 2003). No presente estudo, o α foi de .77, revelando boa consistência interna.

Internet Addiction Test (Young, K., 2011; Pontes, Patrão & Griffiths, 2014)

O *Internet Addiction Test*, validado para a população portuguesa por Pontes et al. (2014), é um instrumento que mede a extensão do envolvimento do sujeito com o computador, permitindo classificar o comportamento aditivo em três categorias, comprometimento leve, moderado e grave. É composto por 20 itens, numa escala de Likert de 5 pontos (0= *Não aplicável* a 5= *Sempre*), sendo que o sujeito deve responder apenas considerando o tempo que utiliza o computador para uso recreacional, ou seja, uso que não seja por motivos educacionais ou académicos. A pontuação total é obtida através da soma das pontuações, sendo que a pontuação máxima é 100 e a mínima 0. Quanto maior a pontuação total, maior o nível de adição.

A nível de características psicométricas, o estudo de validação da escala para a população portuguesa apresenta um valor de *alpha* de Cronbach de .90, indicando uma consistência interna excelente (Pontes et al., 2014). Nesta investigação, obteve-se um valor de *alpha* de Cronbach de .74, demonstrando uma consistência interna boa, uma vez que se encontra acima de .70 (Marôco, 2021).

Perception of Teasing Scale (Thompson et al., 1995)

Para avaliar o *teasing*, ou seja, a provocação geral sobre a aparência de um indivíduo, foi traduzido e adaptado para português europeu o Perception of Teasing Scale, de Thompson, Cattarin, Fowler e Fisher (1995). O instrumento original é composto por

11 questões, numa escala de Likert de 5 pontos de *1=Nunca a 5=Muito frequente*. Após cada questão, é pedido ao participante que avalie de *1=Nada chateado(a) a 5=Muito chateado(a)*, o quão chateado ficou com o acontecimento descrito na pergunta anterior, caso a resposta tenha sido diferente de “1=Nunca”, sendo que essa questão foi traduzida para português como “Se isto aconteceu, o quão chateado(a) ficaste?”.

Este instrumento apresenta duas subescalas, provocação sobre o peso (*Weight-Related Teasing* - WT), dos itens 1 a 6, e provocação relacionada com a competência (*Competency Teasing* - CT), dos itens 7 a 11, não se restringindo assim a avaliar o *teasing* relativo à aparência física, mas também ao referente à competência do sujeito.

É possível obter três pontuações diferentes, a pontuação total e a pontuação relativa a cada subescala, no entanto, no presente estudo, apenas se considerou o *teasing* através da pontuação total, onde pontuações mais altas indicam um maior histórico de provocações, e também, através de uma forma dicotômica, ou seja, questões respondidas com “Nunca” demonstram que o sujeito não foi alvo de *teasing*, enquanto que questões com resposta diferente de “Nunca” indicam existência de *teasing*. Deste modo, sempre que o sujeito pontua 1 na questão, é indicativo de ausência de *teasing*, e sempre que pontua diferente de 1 demonstra ter sido alvo de *teasing*.

Após tradução para português europeu, as questões são:

1. As pessoas gozaram contigo por seres pesado(a);
2. As pessoas fizeram piadas sobre seres demasiado pesado(a);
3. As pessoas riram-se de ti por experimentares desportos porque eras demasiado pesado(a);
4. As pessoas chamaram-te nomes como “gordo(a)”;
5. As pessoas apontaram para ti por estares acima do peso;
6. As pessoas riram-se baixinho sobre o teu peso quando entraste num espaço sozinho(a);
7. As pessoas gozaram contigo repetindo algo que disseste porque acharam que era “estúpido”;
8. As pessoas gozaram contigo por teres medo de fazer algo;

9. As pessoas disseram que tu agias de forma estúpida;
10. As pessoas riram-se de ti porque não percebeste algo;
11. As pessoas provocaram-te por não perceberes uma piada.

A fim de analisar a validade fatorial do instrumento adaptado, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória.

Os 11 itens pertencentes ao POTS foram submetidos a uma Análise de Componentes Principais (ACP) com recurso ao SPSS. Num primeiro momento, procedeu-se à avaliação da adequação dos dados para a análise fatorial. A análise da matriz de correlações revelou a presença de muitos coeficientes iguais ou superiores a 0.3. O valor do índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), igual a 0.77, excedeu o valor mínimo recomendado de 0.6 (Kaiser, 1970, 1974) e o Teste de Esfericidade de Bartlett (Bartlett, 1954) revelou significância estatística, confirmando a fatorabilidade da matriz de correlações.

Posteriormente, a ACP revelou a presença de dois fatores com *eigenvalues* superiores a 1 e que explicavam, respetivamente, 63.41% e 12.71% da variância. A análise do *screeplot* revelou uma inflexão nítida após o segundo componente, e, atendendo ao teste *scree* de Catell (1966) prosseguiu-se a investigação com dois componentes.

Para ajudar a interpretar estes dois componentes, calculou-se uma rotação Varimax (Anexo C3). A solução rodada revelou a presença de uma estrutura simples (Thurstone, 1947), com ambos os componentes a revelarem fortes saturações. A solução bifatorial explicou um total de 76.12% da variância, com um contributo de 46.16% do Componente 1 e de 29.96% do Componente 2.

A interpretação dos dois componentes revelou-se consistente com o instrumento original (Thompson et al., 1995), uma vez que os itens de *teasing* relativo ao peso saturam fortemente no Componente 1 e os itens de *teasing* relativo à competência saturam fortemente no Componente 2. Os resultados desta análise corroboram a utilização dos itens de *teasing* relativo ao peso e dos itens de *teasing* relativo à competência como escalas independentes. O Fator 1, “*Teasing* relativo ao peso”, é composto por 6 itens, com saturação mínima de 0.80 e máxima de 0.91, e possui um *eigenvalue* de 5.08. O Fator 2,

“*Teasing* relativo à competência”, é composto por 5 itens, com saturação mínima de 0.57 e máxima de 0.85, e possui um *eigenvalue* de 3.30.

De forma a compreender se o instrumento traduzido apresenta fiabilidade, ou seja, se o instrumento avalia o construto que propõe medir, foi analisada a consistência interna, através do *alpha* de Cronbach. No instrumento original, os resultados indicam uma boa consistência interna, nomeadamente, na subescala de *teasing* sobre o peso o *alpha* de Cronbach foi de .88 e na subescala de *teasing* sobre competência foi de .84 (Thompson et al., 1995). Na presente investigação, foi, também, alcançada uma excelente consistência interna no geral ($\alpha = .92$) e para ambas as subescalas, tendo sido obtido um *alpha* de Cronbach de .91 em cada uma.

3. Procedimentos

A amostra da presente investigação foi recolhida no Agrupamento de Escolas de Figueira de Castelo Rodrigo, junto dos alunos que frequentavam entre o 5.º e 12.º anos de escolaridade. Foi obtida autorização para a realização da investigação no referido Agrupamento, através da apresentação de um documento explicativo, do âmbito e objetivo do estudo, junto do Diretor e Conselho Pedagógico. Após autorização, e através dos diretores de turma, foram distribuídos pelas turmas a participar no estudo os consentimentos informados para os Encarregados de Educação, onde se expôs o tema da investigação, os objetivos e os princípios éticos e deontológicos que regem a investigação em Psicologia.

A recolha de dados foi feita através de um inquérito elaborado na plataforma Google Forms, através da modalidade online, contudo, embora as respostas tenham sido obtidas de forma online, a recolha ocorreu de forma presencial, tendo o protocolo de investigação sido apresentado aos alunos em contexto de sala de aula, para que assim pudessem ser esclarecidas eventuais dúvidas por parte dos alunos. Foram alvo de estudo alunos que frequentassem entre o 5.º e 12.º ano, com idades compreendidas entre os 10 e 20 anos.

De modo a avaliar as variáveis em causa no estudo, foi realizado um protocolo de investigação que incluía o Questionário Sociodemográfico, a Escala de Silhuetas de Collins (Collins, 1991; Moreira et al., 2013), a Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965; Santos & Maia, 2003), o Internet Addiction Test (Young., 2011; Pontes et al., 2014) e a adaptação do Perception of Teasing Scale (Thompson et al., 1995).

O processo de tradução e adaptação do POTS seguiu os procedimentos indicados e descritos na literatura (Elosua et al., 2014; Muñiz et al., 2013). Em primeiro lugar, foi obtida autorização legal por parte do autor original e, após permissão, procedeu-se, às etapas de tradução e retradução dos itens, com recurso a uma comissão de especialistas, constituída por pessoas com conhecimento de Psicologia e com conhecimento da Língua. Para analisar eventuais problemas de compreensão dos itens, foi recolhida uma amostra de 32 sujeitos, que responderam exclusivamente à proposta de tradução do instrumento, tendo-se concluído que a tradução não suscitou quaisquer dúvidas. Após todas as etapas concluídas, o instrumento foi incluído no protocolo de investigação.

Os princípios éticos inerentes à investigação em Psicologia foram cumpridos, tendo sido garantido o anonimato e confidencialidade das respostas a todos os participantes.

4. Procedimentos estatísticos

Os dados recolhidos foram analisados com recurso ao programa IBM SPSS Statistics (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 27 (IBM SPSS, Chicago, IL, USA).

Para analisar a validade fatorial do instrumento adaptado, POTS, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória, mais especificamente, por uma Análise de Componentes Principais (ACP), sendo os critérios para reter os componentes um *eigenvalue* maior que 1 e o teste *scree* de Catell (1966).

De forma a analisar as características dos sujeitos que constituem a amostra, foram calculadas estatísticas descritivas para as variáveis sociodemográficas e para as variáveis em estudo. Pretendeu-se analisar a fiabilidade dos instrumentos utilizados, através da medida da consistência interna, tendo-se procedido ao cálculo do *alpha* de Cronbach. Segundo a Teoria do Limite Central, a normalidade de distribuição dos dados é assegurada em amostras com mais de 30 sujeitos (Marôco, 2021), uma vez que o presente estudo é constituído por uma amostra considerada elevada ($n = 120$) pressupõe-se a existência de uma distribuição normal.

De modo a explorar a existência de relações significativas entre as variáveis, procedeu-se à análise do Coeficiente de Correlação de *Pearson*. Segundo Cohen (1988),

o coeficiente de correlação é considerado fraco se $r \geq .10$, médio se $r \geq .30$ e forte $\geq .50$. Para investigar os valores preditivos foram utilizadas regressões lineares simples.

Para analisar as diferenças entre dois grupos recorreu-se ao Teste-T para amostras independentes e as diferenças entre três ou mais grupos foram analisadas através da ANOVA *One-Way*. O tamanho do efeito, determinado através do d de Cohen, apresenta três categorias, segundo Cohen (1988), um efeito é considerado pequeno se apresenta valores $\geq .20$, médio com valores $\geq .50$ e grande se o valor for $\geq .80$.

Neste estudo, consideraram-se resultados estatisticamente significativos valores de $p \leq 0,05$.

IV. Resultados

Análises Descritivas

Numa primeira parte deste capítulo, pretende-se reportar as informações descritivas das variáveis e dos dados obtidos nos diferentes instrumentos utilizados.

1. Redes Sociais

Em relação às redes sociais, as mais utilizadas são o Instagram e Tik Tok com, respetivamente, 69 e 68 sujeitos a indicar o seu uso. O sexo feminino apresenta como rede social mais utilizada o Instagram (37 sujeitos), enquanto que o sexo masculino reporta uma maior utilização do Tik Tok (31 sujeitos). Destaca-se que 10 sujeitos indicaram a utilização de apenas uma rede social (Anexo C4).

Analisando o tempo médio, por dia, nas redes sociais, 38.3% dos participantes reportaram despende entre 1 a 2 horas por dia nas redes sociais, 5.8% mais de 8 horas por dia e 11.7% menos de 1 hora por dia (Anexo C5).

2. Insatisfação com a Imagem Corporal

Na Escala de Silhuetas de Collins, relativamente à imagem “real”, a figura 4 foi a mais escolhida para ambos os sexos (29,2% feminino e 38,2% masculino), seguida pela figura 3 para o sexo feminino (26,2%), enquanto que no sexo masculino, as figuras 3 e 5 apresentam a mesma percentagem de respostas (27,3%). Em relação à categoria de idade, a figura mais escolhida pelas crianças foi a figura 3 (38%), enquanto nos adolescentes a figura 4 (28,6%) foi a mais escolhida (Anexo C6).

Relativamente à imagem “ideal”, a figura mais selecionada foi a 4 para ambos os sexos (49,2% e 49,1%), seguida da figura 3 também para ambos os sexos (29,2% e 27,3%). Sobre a categoria de idade, tanto as crianças como os adolescentes escolheram maioritariamente a figura 4 (respetivamente 44% e 52,9%), seguindo-se a figura 3 (40% e 20%) (Anexo C7).

Na questão “Acho que sou”, 66,2% do sexo feminino e 72,7% do sexo masculino responderam “Nem gordo nem magro”, contudo, na questão sobre como gostariam de ser, 58,5% das raparigas revelaram querer perder peso e 47,3% dos rapazes indicaram querer manter o peso que têm. Quando questionados sobre como acham ser, crianças e

adolescentes optaram maioritariamente pela resposta “Nem gordo nem magro (respetivamente 74% e 65,7%). Na pergunta relativa ao como gostavam de ser, metade das crianças respondeu “Manter o peso que tenho”, enquanto que os adolescentes escolheram maioritariamente a resposta “Perder peso” (54,3%).

3. Autoestima

Na Escala de Autoestima de Rosenberg, quanto maior a pontuação do sujeito maior a autoestima e vice-versa. No presente estudo, tal como descrito anteriormente no capítulo da Metodologia, considera-se baixa autoestima a pontuações iguais ou inferiores a 15, assim, considerando-se esta informação, 32,5% dos participantes apresentaram baixa autoestima. Entre os jovens, 32% de crianças e 32,9% de adolescentes demonstraram ter baixa autoestima, e relativamente ao sexo, 43,1% do sexo feminino e 20% do sexo masculino apresentaram pontuações referentes a baixa autoestima.

4. Adição à Internet

O Internet Addiction Test permite categorizar o comportamento aditivo em leve (31-49 pontos), moderado (50-79 pontos) e grave (80-100). Através de análises descritivas, 27,5% dos participantes revelaram não ter um comportamento aditivo em relação à Internet, 48,3% apresentaram um comportamento aditivo leve e 24,2% um comportamento aditivo moderado, sendo que ninguém obteve pontuações ao nível de adição grave. Em relação à adição leve, 37,9% são crianças e 62,1% são adolescentes, sobre o sexo, 48,3% são raparigas e 51,7% são rapazes. Relativamente à adição moderada, 62,1% são do sexo feminino e 37,9% são do sexo masculino e a nível de categoria de idade, 27,6% são crianças e 72,4% são adolescentes.

5. Teasing

O Perception of Teasing Scale permitiu avaliar a existência de *teasing*, uma vez que 84,2% dos participantes reportaram ser alvo de *teasing*. Destes, o sexo feminino encontra-se representado por 58,4% dos participantes e o sexo masculino por 41,6%. Ainda sobre os sujeitos que reportaram ser alvo de *teasing*, 39,6% são crianças e 60,4% são adolescentes. As pontuações totais na escala variam entre 11 e 55 pontos, situando-se a média das pontuações no valor de 20,15 (DP = 10,25).

Análise das Hipóteses em estudo

Nesta segunda parte, pretende-se reportar os resultados relativos às Hipóteses de estudo formuladas.

H1 - Crianças e adolescentes experienciam Insatisfação com a Imagem Corporal.

A Insatisfação com a Imagem Corporal foi calculada subtraindo a imagem “ideal” à imagem “real”, e as pontuações obtidas, na presente investigação, variam entre 4 e -2. Tal como descrito no capítulo anterior, pontuações de zero revelam satisfação com a imagem corporal, enquanto que resultados diferentes de 0 indicam insatisfação com a imagem corporal. Pontuações negativas revelam um desejo de ganhar peso, enquanto que pontuações positivas indicam um desejo de perder peso.

Após realizadas análises descritivas, os resultados indicam que 54,2% dos sujeitos se encontram insatisfeitos com a imagem corporal (valor de discrepância diferente de 0), distribuindo-se da seguinte forma, atendendo ao sexo e à categoria de idade, 58,5% raparigas, 41,5% rapazes, 36,9% crianças e 63,1% adolescentes. A média dos resultados situa-se no valor de 0,48 (DP = 1,06).

Dos sujeitos insatisfeitos com a imagem corporal, 11,7% revelam uma vontade de ganhar peso, enquanto que 42,5% indicam estar insatisfeitos por excesso de peso, ou seja, indicam desejar perder peso (cf. Tabela 1).

Tabela 1. Frequências da Insatisfação com a Imagem Corporal

Imagem “real” - “ideal”	Frequência	Percentagem
-2	3	2.5
-1	11	9.2
0	55	45.8
1	34	28.3
2	11	9.2
3	5	4.2
4	1	0.8
Total	120	100

H2 - O tempo despendido nas redes sociais não influencia a Insatisfação com a Imagem Corporal em crianças e adolescentes, isto é, não se encontram diferenças a este nível entre aqueles que despendem mais ou menos tempo nas redes sociais.

Recorrendo ao teste ANOVA *One-Way* para comparar 5 grupos independentes, procurou-se observar se a Insatisfação com a Imagem Corporal varia de acordo com o tempo despendido, pelos participantes, nas redes sociais.

Como é possível observar na Tabela 2, não existem diferenças estatisticamente significativas nos 5 grupos do tempo despendido nas redes sociais (Grupo 1: menos de 1 hora; Grupo 2: entre 1 a 2 horas; Grupo 3: entre 3 a 5 horas; Grupo 4: entre 6 a 8 horas; Grupo 5: mais de 8 horas) em função da Insatisfação com a Imagem Corporal.

Tabela 2. ANOVA *One-Way* para 5 grupos: Diferenças na Insatisfação com a Imagem Corporal em função do tempo despendido nas redes sociais.

	Menos de 1h (n=14)	Entre 1h a 2h (n=46)	Entre 3h a 5h (n=43)	Entre 6h a 8h (n=10)	Mais de 8h (n=7)	Teste de Levene (Sig.)	ANOVA		
	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>		<i>df</i>	<i>Z</i>	<i>Sig.</i>
ESC	0.43 (0.94)	0.24 (0.90)	0.56 (1.05)	0.70 (1.49)	1.43 (1.27)	.195	4	2.257	.067

$p \leq .05$

H3 - Existe uma relação direta entre Insatisfação com a Imagem corporal e o facto de as crianças e adolescentes serem alvo de *Teasing*, ou seja, de provocações acerca do seu peso e aparência física.

A relação de associação entre insatisfação com a imagem corporal e teasing foi investigada através do Coeficiente de Correlação de *Pearson*. Os resultados evidenciam uma correlação de direção positiva média entre os dois construtos ($r = .376, p < .001$).

H3.1 - O *Teasing* é uma variável preditora da Insatisfação com a Imagem Corporal.

De modo a determinar se o *teasing* prediz a insatisfação com a imagem corporal, procedeu-se a uma regressão linear simples, onde a insatisfação com a imagem corporal corresponde à variável dependente e o *teasing* corresponde à variável independente.

A regressão obtida revela um nível de significância de $p < 001$, indicando que o modelo é estatisticamente significativo, o que confirma que o *teasing* é preditor da insatisfação com a imagem corporal. É, também, possível perceber que o *teasing* explica 18% da insatisfação com a imagem corporal ($R^2 = .18$, $F(1,117) = 125.993$, $p < 001$) (cf. Tabela 3).

Tabela 3. Sumário do modelo de regressão linear simples.

Modelo	R	R ²	T	p
1 ^a	.376	.182	25.993	$p < 001^b$

a. Variável Dependente: Insatisfação com a Imagem Corporal (ESC)

b. Preditor: (Constante): *Teasing* (POTS)

Os coeficientes de regressão, apresentados na Tabela 4, permitem avaliar a força/magnitude da relação entre variáveis, e, através dos valores de Beta (β), é possível observar o quanto a variável independente (*teasing*) contribui na explicação da variável dependente (insatisfação com a imagem corporal). Analisando os coeficientes de regressão, pode-se concluir que o *teasing* exerce valor preditivo, positivo e com significância estatística na insatisfação com a imagem corporal ($\beta = .43$, $p < 001$).

Tabela 4. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.

Modelo	B	Beta	T	p
(Constante) ^a	-.37		-1.922	$p = .05^b$
POTS	.04	.43	5.098	$p < 001^b$

a. Variável dependente: Insatisfação com a Imagem Corporal (ESC)

b. Predito: (Constante): *Teasing* (POTS)

H4 - A Insatisfação com a Imagem Corporal será superior em raparigas, comparativamente aos rapazes.

Para determinar se a insatisfação com imagem corporal varia de acordo com o sexo, procedeu-se ao Teste-T para comparar dois grupos independentes. A amostra foi dividida em dois grupos (Grupo 1: sexo masculino; Grupo 2: sexo feminino).

O teste de Levene indica que as variâncias são homogéneas, apresentando um nível de significância $p > .05$. Contudo, não foram encontradas diferenças significativas na Escala de Silhuetas de Collins entre o sexo masculino ($M = .38$, $DP = .991$) e o sexo feminino ($M = .57$, $DP = 1.118$; $t(118) = -.964$, $p = .337$) (cf. Tabela 5).

Tabela 5. Teste-T, para amostras independentes: Insatisfação com a Imagem Corporal em função do sexo.

	Sexo Masculino (n = 55)	Sexo Feminino (n = 65)	Teste de Levene (Sig.)	T	df	Sig. (2tailed)
	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>				
ESC	.38 (.991)	.57 (1.118)	.426	-.964	118	.337

$p \leq .05$

H5 - A Insatisfação com a Imagem Corporal será superior em adolescentes, em comparação com crianças.

Recorreu-se ao Teste-T para comparar dois grupos independentes, de modo a determinar se a insatisfação com a imagem corporal varia de acordo com a categoria de idade dos sujeitos. A amostra dividiu-se em dois grupos, nomeadamente, Grupo 1: crianças e Grupo 2: adolescentes.

O teste de Levene confirmou a homogeneidade das variâncias, uma vez que apresenta um nível de significância $p > .05$. Tal como se pode observar na Tabela 6, a relação entre sexo e a Escala de Silhuetas de Collins revela-se estatisticamente significativa entre o Grupo 1 ($M = .26$, $DP = 1.026$) e o Grupo 2 ($M = .64$, $DP = 1.064$; $t(118) = -1.972$, $p = .05$). O tamanho do efeito, calculado através do d de Cohen, apresenta um efeito pequeno (.36).

Tabela 6. Teste-T, para amostras independentes: Insatisfação com a Imagem Corporal em função da categoria de idade.

	Crianças (n = 50)	Adolescentes (n = 70)	Teste de Levene (Sig.)	T	df	Sig. (2tailed)
	M (DP)	M (DP)				
ESC	.26 (1.026)	.64 (1.064)	.330	-1.972	118	.05

$p \leq .05$

H6 - A Insatisfação com a Imagem Corporal aumenta consoante a idade do sujeito, ou seja, à medida que o sujeito cresce a insatisfação com o seu corpo será mais elevada.

Recorreu-se ao Coeficiente de Correlação de *Pearson* para estudar a relação de associação entre insatisfação com a imagem corporal e a idade. A análise revelou uma correlação positiva fraca entre as duas variáveis ($r = .197$, $p = .031$).

H6.1 - A idade é uma variável preditora da Insatisfação com a Imagem Corporal.

Com recurso a uma regressão linear simples, procurou-se determinar se a idade prediz a insatisfação com a imagem corporal. Deste modo, a insatisfação com a imagem corporal corresponde à variável dependente e a idade representa a variável independente.

Verificou-se, através do resumo da regressão obtida (cf. Tabela 7), que o modelo é estatisticamente significativo, explicando 4,6% da insatisfação com a imagem corporal ($R^2 = .046$, $F(1,117) = 5.539$, $p = .020$). Isto confirma que a idade é preditora da insatisfação com a imagem corporal.

Tabela 7. Sumário do modelo de regressão linear simples.

Modelo	R	R ²	T	p
1 ^a	.214	.046	5.589	$p = 0.20^b$

a. Variável Dependente: Insatisfação com a Imagem Corporal (ESC)

b. Preditor: (Constante): Idade

Através da análise dos coeficientes de regressão (cf. Tabela 8), é possível concluir que a idade exerce valor preditivo, positivo e com significância estatística significativo

na insatisfação com a imagem corporal ($\beta = .21$, $p = .020$), contribuindo, assim, na explicação da variável dependente (insatisfação com a imagem corporal).

Tabela 8. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.

Modelo	B	Beta	T	p
(Constante) ^a	-.567		-1.285	p= .201
POTS	.075	.214	2.364	p= .020 ^b

a. Variável dependente: Insatisfação com a Imagem Corporal (ESC)

b. Predito: (Constante): Idade

H7 - A Autoestima é afetada pela presença de Insatisfação com a Imagem Corporal, ou seja, crianças e adolescentes insatisfeitos com a imagem corporal apresentam menor autoestima por comparação com aqueles que não reportam insatisfação.

Recorreu-se a um Teste-T para comparar dois grupos independentes (Grupo 1: satisfação com a imagem corporal e Grupo 2: insatisfação com a imagem corporal). Através do teste de Levene, é possível verificar que as variâncias são homogêneas (nível de significância de $p > .05$).

A análise evidencia diferenças estatisticamente significativas na Escala de Silhuetas de Collins entre o sujeitos satisfeitos com a imagem corporal ($M = 20.18$, $DP = 5.088$) e sujeitos insatisfeitos com a imagem corporal ($M = 15.85$, $DP = 6.040$; $t(118) = 4.208$, $p < .001$) (cf. Tabela 9). Através do d de Cohen, é demonstrado um efeito moderado (.78). perto de um efeito grande.

Tabela 9. Teste-T, para amostras independentes: Autoestima em função da Insatisfação com a Imagem Corporal

	Satisfação com Imagem Corporal (n = 55)	Insatisfação com Imagem Corporal (n = 65)	Teste de Levene (Sig.)	T	df	Sig. (2tailed)
	M (DP)	M (DP)				
ESC	20.18 (5.088)	15.85 (6.040)	.481	4.208	118	p<.001

$p \leq .05$

H8 - A Autoestima permanece estável ao longo da adolescência consoante o ciclo de ensino.

De forma a observar se a autoestima se mantém estável ao longo da adolescência, procedeu-se ao Teste-T para comparar dois grupos independentes (Grupo 1: sujeitos que frequentam o 3.º Ciclo e Grupo 2: sujeitos que frequentam o Secundário).

O teste de Levene revela homogeneidade das variâncias (nível significativo de $p > .05$), contudo, a análise efetuada demonstra ausência de diferenças significativas na Escala de Autoestima de Rosenberg entre o grupo de sujeitos do 3.º Ciclo ($M = 17.03$, $DP = 5.892$) e o grupo de sujeitos do Secundário ($M = 17.38$, $DP = 6.742$; $t(66) = -.230$, $p = .819$) (cf. Tabela 10).

Tabela 10. Teste-T, para amostras independentes: Autoestima em função do ano de escolaridade dos adolescentes

	3.º Ciclo (n = 39)	Secundário (n = 29)	Teste de Levene (Sig.)	T	df	Sig. (2tailed)
	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>				
ESC	17.03 (5.892)	17.38 (6.742)	.431	-.230	66	.819

$p \leq .05$

H9 - Existe uma relação negativa entre Autoestima e o facto de ser alvo de Teasing.

A relação entre autoestima e o facto de crianças e adolescentes serem alvo de *teasing* foi analisada com recurso ao Coeficiente de Correlação de *Pearson*. Os resultados obtidos demonstram uma correlação de sentido negativa média entre as duas variáveis ($r = -.470$, $p < .001$).

H9.1 - O Teasing é uma variável preditora da Autoestima.

Recorreu-se a uma regressão linear simples, onde a autoestima corresponde à variável dependente e o *teasing* à variável independente.

O resumo da regressão obtida demonstra que o *teasing* é preditor da autoestima, uma vez que é apresentado um nível de significância de $p < .001$, indicando que o modelo

é estatisticamente significativo. É possível observar, através da Tabela 11, que o *teasing* explica 22% da autoestima ($R^2 = .22$, $F(1,118) = 33.504$, $p < 001$).

Tabela 11. Sumário do modelo de regressão linear simples.

Modelo	R	R ²	T	p
1 ^a	.470	.221	33.504	p < 001 ^b

a. Variável Dependente: Autoestima (EAR)

b. Preditor: (Constante): *Teasing*

A análise dos coeficientes permitiu, através dos valores de Beta (β), observar a contribuição do *teasing* na explicação da autoestima (cf. Tabela 12). Verificou-se que o *teasing* exerce valor preditivo, negativo e estatisticamente significativo na autoestima ($\beta = -.47$, $p < 001$).

Tabela 12. Coeficientes de regressão obtidos para a variável dependente Insatisfação com a Imagem Corporal.

Modelo	B	Beta	T	p
(Constante) ^a	23.384		21.751	p < 001 ^b
POTS	-.275	-.470	-5.788	p < 001 ^b

a. Variável dependente: Autoestima (EAR)

b. Predito: (Constante): *Teasing*

H10 - Autoestima diminui consoante o tempo despendido nas redes sociais

De modo a observar se a autoestima varia de acordo com o tempo que crianças e adolescentes despendem nas redes sociais, procedeu-se ao teste ANOVA *One-Way* para comparar 5 grupos independentes. Os sujeitos foram divididos em 5 grupos, nomeadamente, grupo 1: menos de 1 hora ($M = 20.93$, $DP = 4.891$); grupo 2: entre 1 a 2 horas ($M = 20.13$, $DP = 5.040$); grupo 3: entre 3 a 5 horas ($M = 16.37$, $DP = 5.956$); grupo 4: entre 6 a 8 horas ($M = 12.10$, $DP = 5.301$) e grupo 5: mais de 8 horas ($M = 13.71$, $DP = 5.469$).

O teste de Levene indica que as variâncias são homogêneas, apresentando um nível de significância de $p > .05$. A ANOVA demonstra que existe uma diferença estatisticamente significativa na autoestima para os 5 grupos, $F(4,115) = 7.801$, $p < 001$)

(cf. Tabela 13). A magnitude do efeito, calculada através do eta quadrado (η^2), foi de .21, apresentado, segundo Cohen (1988), um efeito de magnitude elevada.

Comparações post-hoc, calculadas através do teste HSD de Tukey, indicam que o grupo 1 se diferencia estatisticamente dos grupos 4 ($p = .001$) e 5 ($p = .038$); o grupo 2 é estatisticamente diferente do grupo 3 ($p = .012$), do grupo 4 ($p < .001$) e grupo 5 ($p = .034$); o grupo 3 apenas difere estatisticamente do grupo 2 ($p = .012$).

Tabela 13. ANOVA *One-Way* para 5 grupos: Diferenças na Autoestima em função do tempo despendido nas redes sociais.

	Menos de 1h (n=14)	Entre 1h a 2h (n=46)	Entre 3h a 5h (n=43)	Entre 6h a 8h (n=10)	Mais de 8h (n=7)	<i>Teste de Levene (Sig.)</i>	<i>ANOVA</i>		
	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>	<i>M (DP)</i>		<i>df</i>	<i>Z</i>	<i>Sig.</i>
ESC	20.93 (4.891)	20.13 (5.040)	16.37 (5.956)	12.10 (5.301)	13.71 (5.469)	.928	4	7.801	p<.001

$p \leq .05$

V. Discussão

Um dos principais objetivos do presente estudo era analisar a insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes numa amostra da população portuguesa e explorar a sua relação com a utilização das redes sociais, com o *teasing* e com a autoestima. Assim, foi realizado um estudo não experimental transversal onde se avaliou um grupo de crianças e adolescentes portugueses.

Os resultados obtidos revelam que a insatisfação com a imagem corporal se relaciona com o *teasing* e com a autoestima, no entanto, não se verificou uma relação com o uso de redes sociais, mais concretamente, com o tempo despendido nestas. Também se observou que o *teasing* é preditor tanto da insatisfação com a imagem corporal como da autoestima, em crianças e adolescentes entre os 10 e 20 anos de idade.

O segundo grande objetivo do estudo era realizar uma adaptação transcultural do instrumento Perception of Teasing Scale (POTS), uma vez que não se encontravam disponíveis para a população portuguesa instrumentos validados para avaliar o *teasing* nas presentes faixas etárias. A análise da validade fatorial revelou resultados semelhantes ao instrumento original e a análise da consistência interna evidenciou uma consistência excelente, demonstrando, assim, que a escala apresenta boas qualidades psicométricas, podendo ser utilizada no presente estudo.

A análise da consistência interna dos instrumentos aplicados, nomeadamente, Escala de Silhuetas de Collins (ESC), Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) e Internet Addiction Test (IAT) permitiu verificar a sua adequabilidade para avaliar os construtos que propõem medir. Os resultados encontrados vão ao encontro dos obtidos nos estudos de validação das respetivas escalas para a população portuguesa (Moreira, Simões, Frontini & Canavarro, 2013; Pontes, Patrão & Griffiths, 2014; Santos & Maia, 2003).

A insatisfação com o próprio corpo e aparência física encontra-se presente na literatura, com diversos estudos a revelar que crianças (Clark & Tiggemann, 2006) e adolescentes (Voelker et al., 2015) experienciam este sentimento de insatisfação. Os resultados do presente estudo vão ao encontro desta realidade, verificando a existência de insatisfação com a imagem corporal nestas faixas etárias (H1).

A utilização das redes sociais e, conseqüente, influência na insatisfação com o corpo e aparência tem dividido a literatura em duas posições diferentes. Enquanto alguns estudos apresentam resultados que confirmam esta relação (Carter et al., 2017; Lira et al., 2017), outros autores defendem que a simples exposição e o tempo de utilização das redes sociais não exerce influência na insatisfação com a imagem corporal dos jovens (Kleemans et al., 2018; Mills et al., 2017). De facto, os resultados obtidos neste estudo corroboram esta última posição, tendo-se verificado que o tempo despendido nas redes sociais não influencia a insatisfação com a imagem corporal em crianças e adolescentes (H2). Mesmo não se estabelecendo esta relação, as redes sociais demonstraram ser um hábito na vida dos jovens. Embora a grande percentagem indique que despende entre 1 a 2 horas por dia, em média, nas redes sociais, uma percentagem preocupante revela passar mais de 8 horas em frente ao ecrã, na utilização destas aplicações sociais. Através do instrumento Internet Addiction Test foi possível verificar que quase metade dos jovens da amostra apresenta um comportamento aditivo leve em relação à internet e outra percentagem considerativa apresenta, já, um comportamento aditivo moderado. Estes dados revelam-se alarmantes, demonstrando a realidade dos jovens, que despendem horas a fio diante de um telemóvel, *tablet* ou computador, nas redes sociais ou noutras plataformas digitais, cada vez mais cedo na vida.

A relação entre insatisfação com a imagem corporal e *teasing* (H3) foi confirmada, semelhante ao reportado nos estudos de Menzel et al. (2010) e Thompson et al. (1999). Além da relação entre as variáveis, foi verificado que o *teasing* é uma variável preditora da insatisfação com a imagem corporal em crianças e adolescentes (H3.1). Assim, podemos inferir que quanto maior o histórico de *teasing* maior a insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes.

As diferenças entre sexos na insatisfação com a imagem corporal foram alvo de estudo. De acordo com a literatura, o sexo feminino demonstra sofrer uma maior influência no que respeita à imagem corporal, resultando numa maior insatisfação com a imagem corporal em raparigas e mulheres, em comparação com o sexo masculino (Phares et al., 2004; Ratnasari et al., 2021; Simões, 2014). Contudo, a hipótese respeitante às diferenças de sexo na insatisfação com a imagem corporal (H4) não se verificou, não tendo sido encontradas diferenças significativas entre o sexo feminino e o sexo masculino, semelhante ao ocorrido em estudos como, por exemplo, Côttes et al. (2013) e

Marques et al. (2016). O facto do tema da imagem corporal ser mais investigado no sexo feminino, não existindo tantos estudos que incluem ou apenas se baseiam no sexo masculino, pode ser uma das razões para os resultados obtidos que vão ao encontro de outras investigações que demonstram que os rapazes e homens também se sentem insatisfeitos com a sua imagem corporal. Alguns autores referem, até, que os homens se sentem tão insatisfeitos relativamente à imagem corporal como as mulheres (Drewnowski & Yee, 1987; Furnham et al., 2002). Outra possível explicação para este resultado passa pela crescente pressão sociocultural sobre a imagem corporal de rapazes, onde o desejo de musculatura é vinculado pela sociedade, levando, conseqüentemente, à insatisfação com a imagem corporal (Jones & Crawford, 2006; McCreary & Sasse, 2000).

Em relação à hipótese 5, relativa à insatisfação com a imagem corporal ser superior em adolescentes comparativamente às crianças (H5), foi confirmada, encontrando-se diferenças significativas entre os dois grupos. Embora se tenha corroborado, neste estudo, que crianças também experienciam insatisfação com o corpo, este resultado indica que esta se encontra mais presente nos adolescentes, indo ao encontro de estudos anteriores (Caccavale et al., 2012; Simões, 2014), onde também adolescentes demonstraram experienciar um maior nível de insatisfação com o corpo do que crianças.

A idade tem sido relatada, em vários estudos, como uma variável importante na insatisfação com a imagem corporal (Fortes et al., 2013; Wang et al., 2019). De facto, neste estudo, confirmou-se a existência de uma relação, ainda que fraca, entre a insatisfação que o sujeito sente relativamente ao corpo e a sua idade (H6). Foi, também, verificado que a idade é uma variável preditora da insatisfação com a imagem corporal (H6.1), assim, quanto mais velho se torna o sujeito, maior o nível de insatisfação com o seu corpo e aparência física. Estes resultados corroboram a linha de estudos que defende que a insatisfação com a imagem corporal tende a aumentar consoante as etapas do ciclo vital (Bucchianeri et al., 2013; Ricciardelli & McCabe, 2001).

No que concerne à hipótese sobre a autoestima ser afetada pela presença da insatisfação com a imagem corporal (H7), as diferenças significativas encontradas vão ao encontro de outros estudos, como Gilliland et al. (2007) ou Mahmoud et al. (2018), que, também nas suas investigações, a insatisfação com a imagem corporal revelou ser um fator de risco para a baixa autoestima.

A trajetória da autoestima durante a adolescência é algo que não reúne consenso na literatura. Enquanto alguns autores defendem que a autoestima diminui na adolescência (Robins et al., 2002), em contrapartida, outros sustentam a ideia de que esta aumenta ao longo dessa fase vital e continua a crescer ligeiramente durante a vida adulta (Erol & Orth, 2011). Neste estudo, verificou-se que a autoestima permanece estável durante a adolescência (H8), resultado idêntico ao reportado pelos autores Birkeland et al. (2012) e Steinberg e Morris (2001), que defendem que a autoestima permanece relativamente estável ao longo do período da adolescência.

O *teasing*, ocorrência comum na vida dos jovens, apresenta um risco para o bem-estar emocional e funcionamento psicossocial, estando associado à insatisfação com a imagem corporal, perturbações alimentares e baixa autoestima (Eisenberg et al., 2003; Eisenberg et al., 2006; Thompson et al., 1995). No presente estudo, revelou-se a existência de uma relação negativa entre o *teasing* e a autoestima (H9), confirmando-se, também, que o *teasing* é uma variável preditora da autoestima (H9.1). Assim, podemos afirmar que quanto maior o histórico de *teasing* menor a autoestima de crianças e adolescentes.

A influência da internet no bem-estar psicológico encontra-se bem presente na literatura, com diversos estudos sobre o tema (por exemplo, Armstrong et al., 2000), tendo surgido, mais recentemente, uma nova variável de investigação, as redes sociais. Investigações sobre as redes sociais têm estudado o impacto na saúde mental, demonstrando que estas podem afetar a imagem corporal e a autoestima (Harrison & Hefner, 2014). Em linha com o descrito na literatura, verificou-se que a autoestima diminui consoante o tempo despendido nas redes sociais (H10), tendo-se encontrado diferenças estatisticamente significativas. Segundo Reategui e Palmer (2017), a exposição às redes sociais leva à comparação social, que, por sua vez, afeta de uma forma negativa a autoestima e a autoperceção que o indivíduo tem de si mesmo.

VI. Conclusão

A principal finalidade deste estudo era investigar a insatisfação com a imagem corporal de crianças e adolescentes e estudar a sua relação com as redes sociais, *teasing* e autoestima. Este objetivo foi cumprido, tendo-se verificado, de facto, a existência de insatisfação com a imagem corporal nos jovens e uma associação entre autoestima e insatisfação com a imagem corporal. O *teasing*, não só apresentou uma relação com a insatisfação com a imagem corporal e com a autoestima, como também se revelou preditor destas variáveis. Embora as redes sociais não tenham revelado uma relação com a insatisfação com a imagem corporal, foi possível perceber que estas são um elemento importante na vida dos mais novos.

Outro objetivo foi a adaptação transcultural da escala Perception of Teasing Scale, que surgiu como uma forma de ultrapassar a limitação da inexistência de instrumentos para avaliar o *teasing* validados para a população portuguesa.

Embora relevante, este estudo apresenta algumas limitações que importam mencionar. O facto do estudo se basear em autorrelatos dos participantes constitui um ponto fraco, pois não é possível averiguar a exatidão das respostas das crianças e adolescentes. A aplicação dos questionários também pode ser considerada um ponto limitador, uma vez que esta ocorreu em contexto de sala de aula, onde os participantes estão sujeitos a influências dos pares e do ambiente. Outra limitação do estudo prende-se com o facto da insatisfação com a imagem corporal ter sido avaliada apenas através das perceções do indivíduo acerca do seu corpo, não se tendo avaliado medidas objetivas, como o Índice de Massa Corporal (IMC). Também o facto da Escala de Silhuetas de Collins apenas permitir avaliar o desejo de ganhar ou perder peso, não considerando o desejo de musculatura, é considerado uma limitação, pois enquanto a sociedade valoriza a magreza para o sexo feminino, para os rapazes e homens a pressão recai sobre ter um corpo musculado, daí ser importante avaliar, também, o desejo de corpo musculado.

Apesar de se verificarem relações e associações entre as variáveis, é necessária precaução na interpretação dos resultados, pois os dados foram obtidos de uma forma transversal, num único momento.

Consideramos que seria importante, em investigações futuras, a amostra englobar um maior número de participantes, de diferentes zonas geográficas e com faixas etárias mais alargadas, ou seja, incluir crianças mais novas, bem como utilizar medidas mais objetivas (por exemplo, o IMC). Tal contribuirá para um melhor conhecimento e uma melhor compreensão acerca da (in)satisfação dos nossos jovens em relação à sua imagem corporal. Outro aspeto de suma importância seria incentivar o debate sobre esta temática nas escolas, desenvolvendo, também, estratégias de promoção socioemocionais neste sentido.

Referências Bibliográficas

- Alebachew, F., & Ashagrie, M. (2017). The Body-Image Concept Analysis of Youth and Adolescent. *American Journal of Biomedical and Life Sciences*, 5(6), 130–134. <https://doi.org/10.11648/j.ajbls.20170506.14>
- Almenara, C. A., & Ježek, S. (2015). The Source and Impact of Appearance Teasing: An Examination by Sex and Weight Status Among Early Adolescents From the Czech Republic. *Journal of School Health*, 85(3), 163–170. <https://doi.org/10.1111/josh.12236>
- Alves, D., Pinto, M., Alves, S., Mota, A., & Leirós, V. (2009). Cultura e imagem corporal. *Motricidade*, 5. [https://doi.org/10.6063/motricidade.5\(1\).184](https://doi.org/10.6063/motricidade.5(1).184)
- Armstrong, L., Phillips, J. G., & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53(4), 537–550. <https://doi.org/10.1006/ijhc.2000.0400>
- Baldwin, S. A., & Hoffmann, J. P. (2002). The Dynamics of Self-Esteem: A Growth-Curve Analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(2), 101–113. <https://doi.org/10.1023/A:1014065825598>
- Banfield, S. S., & McCabe, M. P. (2002). An evaluation of the construct of body image. *Adolescence*, 37(146), 373–393.
- Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various chi square approximations. *Journal of the Royal Statistical Society*, 16(2), 296–298.
- Battle, J. (1972). *The effects of a tutoring program on the self-esteem and academic achievement of elementary students*.
- Białecka-Pikul, M., Stępień-Nycz, M., Sikorska, I., Topolewska-Siedzik, E., & Ciecuch, J. (2019). Change and Consistency of Self-Esteem in Early and Middle Adolescence in the Context of School Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(8), 1605–1618. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01041-y>
- Birbeck, D., & Drummond, M. J. N. (2005). Interviewing, and listening to the voices of, very young children on body image and perceptions of self. *Early Child Development and Care*, 176(6), 579–596. <https://doi.org/10.1080/03004430500131379>

- Birkeland, M. S., Melkevik, O., Holsen, I., & Wold, B. (2012). Trajectories of global self-esteem development during adolescence. *Journal of Adolescence*, 35, 43–54. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2011.06.006>
- Bizarro, L. (2001). A avaliação do bem-estar psicológico na adolescência. *Revista Portuguesa de Psicologia*, 35, 81–116.
- Briggs, S. R., & Cheek, J. M. (1986). The role of factor analysis in the development and evaluation of personality scales. *Journal of Personality*, 54, 106–148.
- Brixval, C. S., Rayce, S. L. B., Rasmussen, M., Holstein, B. E., & Due, P. (2011). Overweight, body image and bullying - an epidemiological study of 11- to 15-years olds. *The European Journal of Public Health*, 22, 126–130.
- Brown, B. B., Mory, M. S., & Kinney, D. (1994). Casting adolescent crowds in a relational perspective: Caricature, channel, and context. In R. Montemayor, G. R. Adams, & T. P. Gullotta (Eds.), *Personal relationships during adolescence* (pp. 123–167). Sage Publications, Inc.
- Bucchianeri, M. M., Arikian, A. J., Hannan, P. J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: Findings from a 10-year longitudinal study. *Body Image*, 10, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.09.001>
- Caccavale, L. J., Farhat, T., & Iannotti, R. J. (2012). Social engagement in adolescence moderates the association between weight status and body image. *Body Image*, 9(2), 221–226. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.01.001>
- Carter, A., Forrest, J. I., & Kaida, A. (2017). Association Between Internet Use and Body Dissatisfaction Among Young Females: Cross-Sectional Analysis of the Canadian Community Health Survey. *Journal of Medical Internet Research*, 19(2), 1–11. <https://doi.org/10.2196/jmir.5636>
- Cash, T. F., & Szymanski, M. L. (1995). The Development and Validation of the Body-Image Ideals Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 64(3), 466–477.
- Catell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1, 245–276.

- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, *55*, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Clark, L., & Tiggemann, M. (2006). Appearance Culture in Nine- to 12-Year-Old Girls: Media and Peer Influences on Body Dissatisfaction. *Social Development*, *15*(4), 628–643. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2006.00361.x>
- Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral science* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Collins, M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *International Journal of Eating Disorders*, *10*, 199-208.
- Coopersmith, S. (1959). A method for determining types of self-esteem. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *59*, 87–94.
- Côrtes, M. G., Meireles, A. L., Friche, A. A. L., & Xavier, C. C. (2013). O uso de escalas de silhuetas na avaliação da satisfação corporal de adolescentes: revisão sistemática da literatura. *Cadernos de Saúde Pública*, *29*, 427–444. <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2013000300003>
- Couto, D. (2021). Imagem corporal, uma perspectiva lifespan: Breve revisão narrativa. *Revista Portuguesa de Psicologia Da Aparência*, *1*, 23–39. <https://doi.org/10.52014/rppa.v1.i1.2021.16>
- Croll, J. (2005). Body Imagem and Adolescents. In *Guidelines for adolescent nutrition services* (pp. 155–166). Minneapolis, MN: Center for Leadership, Education and Training in Maternal and Child Nutrition.
- Davison, K. K., Markey, C. N., & Birch, L. L. (2000). Etiology of body dissatisfaction and weight concerns among 5-year-old girls. *Appetite*, *35*(2), 143–151. <https://doi.org/10.1006/appe.2000.0349>
- Drewnowski, A., & Yee, D. K. (1987). Men and Body Image: are males satisfied with their body weight? *Psychosomatic Medicine*, *49*(6), 626–634. <https://doi.org/10.1097/00006842-198711000-00008>

- Duarte, M. A., Voser, R. C., Hernández, J. A. E., & Goulart, C. K. L. S. (2018). A insatisfação corporal na infância e no início da adolescência. *Pensar a Prática*, *21*, 53–70. <https://doi.org/10.5216/rpp.v21i1.42899>
- Duchesne, A.P., Dion, J., Lalande, D., Bégin, C., Émond, C., Lalande, G., & McDuff, P. (2017). Body dissatisfaction and psychological distress in adolescents: Is self-esteem a mediator? *Journal of Health Psychology*, *22*(12), 1563–1569. <https://doi.org/10.1177/1359105316631196>
- Dumith, S. D. C., Menezes, A. M. B., Bielemann, R. M., Petresco, S., Silva, I. C. M., Linhares, R. S., Amorim, T. C., Duarte, D. V., Araújo, C. L. P., & Santos, J. V. (2012). Insatisfação corporal em adolescentes: um estudo de base populacional. *Ciência & Saúde Coletiva*, *17*, 2499–2505.
- Eisenberg, M. E., Neumark-Sztainer, D., & Paxton, S. J. (2006). Five-year change in body satisfaction among adolescents. *Journal of Psychosomatic Research*, *61*(4), 521–527. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2006.05.007>
- Eisenberg, M. E., Neumark-Sztainer, D., & Story, M. (2003). Associations of weight-based teasing and emotional well-being among adolescents. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, *157*(8), 733–738. <https://doi.org/10.1001/archpedi.157.8.733>
- Elosua, P., Mujika, J., Almeida, L. S., & Hermsilla, D. (2014). Procedimientos analítico-racionales em la adaptación de tests. Adaptación al español de la batería de pruebas de razonamiento. *Revista Latinoamericana de Psicología*, *46*(2), 117-126.
- Erol, R. Y., & Orth, U. (2011). Self-Esteem Development from Age 14 to 30 Years: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, *101*(3), 607–619. <https://doi.org/10.1037/a0024299>
- Espinoza, G., & Juvonen, J. (2011). The Pervasiveness, Connectedness, and Intrusiveness of Social Network Site Use Among Young Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*(12), 705–709. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0492>
- Fortes, L. S., Conti, M. A., Almeida, S. S., & Ferreira, M. E. C. (2013). Insatisfação corporal em adolescentes: uma investigação longitudinal. *Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo)*, *40*, 167–171. <https://doi.org/10.1590/S0101-60832013000500001>

- Francisco, R., Narciso, I., & Alarcão, M. (2012). (In)Satisfação com a imagem corporal em adolescentes e adultos portugueses: Contributos para o processo de validação da Contour Drawing Rating Scale. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico e Avaliação Psicológica*, *1*(34), 61-88.
- Furnham, A., Badmin, N., & Sneade, I. (2002). Body Image Dissatisfaction: Gender Differences in Eating Attitudes, Self-Esteem, and Reasons for Exercise. *The Journal of Psychology*, *136*(6), 581–596.
- Gilliland, M. J., Windle, M., Grunbaum, J. A., Yancey, A., Hoelscher, D., Tortolero, S. R., & Schuster, M. A. (2007). Body image and children's mental health related behaviors: Results from the healthy passages study. *Journal of Pediatric Psychology*, *32*, 30–41. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsl008>
- Gleason, J. H., Alexander, A. M., & Somers, C. L. (2000). Later adolescents reactions to three types of childhood teasing: relations with self-esteem. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, *28*(5), 471–479.
- Gonçalves, V. O., & Martínez, J. P. (2014). Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia. *Comunicação & Informação*, *17*(2), 139–154. <https://doi.org/10.5216/31792>
- Grogan, S. (1999). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. Routledge.
- Hanna, E., Ward, L. M., Seabrook, R. C., Jerald, M., Reed, L., Giaccardi, S., & Lippman, J. R. (2017). Contributions of Social Comparison and Self-Objectification in Mediating Associations Between Facebook Use and Emergent Adults' Psychological Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *20*(3), 172–179. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0247>
- Harrison, K., & Hefner, V. (2014). Virtually Perfect: Image Retouching and Adolescent Body Image. *Media Psychology*, *17*(2), 134–153.
- Harter, S., Waters, P., & Whitesell, N. R. (1998). Relational Self-Worth: Differences in Perceived Worth as a Person across Interpersonal Contexts among Adolescents. *Child Development*, *69*(3), 756–766. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.1998.tb06241.x>

- Ho, S. S., Lee, W. J., & Liao, Y. (2016). Social Network Sites, Friends, and Celebrities: The Roles of Social Comparison and Celebrity Involvement in Adolescents' Body Image Dissatisfaction. *Social Media+ Society*, 2(3), 1–11.
- Jones, D. C., & Crawford, J. K. (2006). The Peer Appearance Culture During Adolescence: Gender and Body Mass Variations. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(2), 243–255.
- Kaiser, H. F. (1970). A second generation Little Jiffy. *Psychometrika*, 35, 401–415.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31–36.
- Keery, H., Van den Berg, P., & Thompson, J. Kevin. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1(3), 237–251. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.03.001>
- Keltner, D., Capps, L., Kring, A. M., Young, R. C., & Heerey, E. A. (2001). Just teasing: A conceptual analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*, 127(2), 229–248.
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48, 331–339.
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschutz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21, 93–110.
- Lacroix, E., Atkinson, M. J., Garbett, K. M., & Diedrichs, P. C. (2022). One size does not fit all: Trajectories of body image development and their predictors in early adolescence. *Development and Psychopathology*, 34, 285–294.
- Lai, C.M., Mak, K.K., Pang, J. S., Fong, S. S. M., Ho, R. C. M., & Guldan, G. S. (2013). The associations of sociocultural attitudes towards appearance with body dissatisfaction and eating behaviors in Hong Kong adolescents. *Eating Behaviors*, 14(3), 320–324.
- Lira, A. G., Ganen, A. P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. S. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66(3), 164–171. <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>
- Mahmoud, S. A., Ali, S. A., & Sorour, A. S. (2018). Counselling program for acceptance of body image and its effect on self-esteem among adolescent girls. *Zagazig Nursing Journal*, 14, 203–220. <https://doi.org/10.21608/znj.2018.37988>

- Marôco, J. (2021). *Análise Estatística com o SPSS Statistics* (8ª ed.). Lisboa: ReportNumber.
- Marques, M. I., Pimenta, J., Reis, S., Ferreira, L. M., Peralta, L., Santos, M. I., Santos, S., & Santos, E. (2016). (In)Satisfação com a imagem corporal na adolescência. *Revista Nascer E Crescer*, 25(4), 217–221.
- Matera, C., Nerini, A., & Stefanile, C. (2013). The role of peer influence on girls' body dissatisfaction and dieting. *European Review of Applied Psychology*, 63(2), 67–74.
- McCreary, D. R., & Sasse, D. K. (2000). An exploration of the drive for muscularity in adolescent boys and girls. *Journal of American College Health*, 48(6), 297–304.
- Menzel, J. E., Schaefer, L. M., Burke, N. L., Mayhew, L. L., Brannick, M. T., & Thompson, J. K. (2010). Appearance-related teasing, body dissatisfaction, and disordered eating: A meta-analysis. *Body Image*, 7(4), 261–270.
- Mills, J. S., Shannon, A., & Hogue, J. (2017). Beauty, Body Image, and the Media. *Perception of Beauty*, 145–157. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68944>
- Moksnes, U. K., & Espnes, G. A. (2013). Self-esteem and life satisfaction in adolescents—gender and age as potential moderators. *Quality of Life Research*, 22(10), 2921–2928.
- Muñiz, J, m Elosua, P., & Hambleton, R. K. (2013). Directrices para la traducción y adaptación de los tests: segunda edición. *Psicothema*, 25(2), 151-157.
- Nazaré, B., Moreira, H., & Canavarro, M. C. (2010). Uma perspectiva cognitivo-comportamental sobre o investimento esquemático na aparência: Estudos psicométricos do Inventário de Esquemas sobre a Aparência – Revisto (ASI-R). *Laboratório de Psicologia*, 8.
- Pallant, J. (2011). *SPSS Survival Manual: A step by step guide to data analysis using SPSS*. (4th ed.). Allen & Unwin, Berkshire.
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2013). *Desenvolvimento Humano* (12th ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Phares, V., Steinberg, A. R., & Thompson, J. K. (2004). Gender Differences in Peer and Parental Influences: Body Image Disturbance, Self-Worth, and Psychological Functioning in Preadolescent Children. *Journal of Youth and Adolescence*, 33(5), 421–429.
- Pinheiro, A. P., & Giugliani (2006). Who are the children with adequate weight who feel fat? *Jornal de Pediatria*, 82(3), 232–235. <https://doi.org/10.2223/JPED.1477>

- Pontes, H. M., Patrão, I. M., & Griffiths, M. D. (2014). Portuguese validation of the Internet Addiction Test: An empirical study. *Journal of Behavioral Addictions, 3*(2), 107-114.
- Ratnasari, S. E., Pratiwi, I., & Wildannisa, H. (2021). Relationship between body image and social anxiety in adolescent women. *European Journal of Psychological Research, 8*, 65–72.
- Reategui, A. S. L., & Palmer, R. (2017). Unfiltered: The Effect of Media on Body Image Dissatisfaction. *International Journal of Social Science and Humanity, 7*(6), 367–372.
- Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2001). Children's body image concerns and eating disturbance: A review of the literature. *Clinical Psychology Review, 21*(3), 325–344.
- Richter, A., & Ridout, N. (2011). Self-esteem moderates affective reactions to briefly presented emotional faces. *Journal of Research in Personality, 45*(3), 328–331.
- Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Tracy, J. L., Gosling, S. D., & Potter, J. (2002). Global self-esteem across the life span. *Psychology and Aging, 17*(3), 423–434.
- Rodríguez-Camacho, D. F., & Alvis-Gomez, K. M. (2015). Generalidades de la imagen corporal y sus implicaciones en el deporte. *Revista de La Facultad de Medicina, 63*(2), 279–287.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton university press.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem: Different concept, diferente outcomes. *American Sociological Review, 60*, 141-156.
- Santos, P. J., & Maia, J. (2003). Análise Factorial Confirmatória e Validação Preliminar de uma versão portuguesa da Escala de Auto-Estima de Rosenberg. *Psicologia: teoria, investigação e prática, 2*, 253-268.
- Schwartz, D. J., Phares, V., Tantleff-Dunn, S., & Thompson, J. K. (1999). Body image, psychological functioning, and parental feedback regarding physical appearance. *International Journal of Eating Disorders, 25*(3), 339–343.
- Silva, A. F., Moraes, M. S., Martins, P. C., Pereira, E. V., Farias, J. M., & Silva, D. A. S. (2020). Prevalence of body image dissatisfaction and association with teasing behaviors and body weight control in adolescents. *Motriz: Revista de Educação Física, 26*.

- Simões, A. F. S. (2014). Avaliação da (in)satisfação com a Imagem Corporal: Estudo de validação da Escala de Silhuetas de Collins para crianças e adolescentes Portugueses [Tese de mestrado não publicada]. Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Slater, A., & Tiggemann, M. (2011). Gender differences in adolescent sport participation, teasing, self-objectification and body image concerns. *Journal of Adolescence*, 34(3), 455–463. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2010.06.007>
- Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: Where do we go from here? *Body Image*, 1, 15–28. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00008-1)
- Spiel, E. C., Paxton, S. J., & Yager, Z. (2012). Weight attitudes in 3- to 5-year-old children: Age differences and cross-sectional predictors. *Body Image*, 9(4), 524–527.
- Steinberg, L., & Morris, A. (2001). Adolescent Development. *Journal of Cognitive Education and Psychology*, 2, 55–78. <https://doi.org/10.1891/194589501787383444>
- Thompson, J. K., Cattarin, J., Fowler, B., & Fisher, E. (1995). The Perception of Teasing Scale (POTS): A Revision and Extension of the Physical Appearance Related Teasing Scale (PARTS). *Journal of Personality Assessment*, 65, 146–157.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Thurstone, L. L. (1947). *Multiple factor analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tomas-Aragones, L., & Marron, S. E. (2016). Body Image and Body Dysmorphic Concerns. *Acta Derm Venereol*, 47–50. <https://doi.org/10.2340/00015555-2368>
- Tsang, W. Y. (2017). Exploring the Relationships Among Peer Influence, Media Influence, Self-esteem, and Body Image Perception. *New Ecology for Education — Communication X Learning*, 237–250. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4346-8_20
- Uchôa, F. N. M., Uchôa, N. M., Daniele, T. M. C., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F., Aranha, A. C. M., & Alves, N. (2019). Influence of the Mass Media and Body Dissatisfaction on the Risk in Adolescents of Developing Eating Disorders. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1508.
- Voelker, D., Reel, J. J., & Greenleaf, C. (2015). Weight status and body image perceptions in adolescents: current perspectives. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, 6, 149–158. <https://doi.org/10.2147/AHMT.S68344>

- Vries, D. A., Vossen, H. G. M., & van der Kolk – van der Boom, P. (2019). Social Media and Body Dissatisfaction: Investigating the Attenuating Role of Positive Parent–Adolescent Relationships. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(3), 527–536.
- Wang, S. B., Haynos, A. F., Wall, M. M., Chen, C., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2019). Fifteen-year prevalence, trajectories, and predictors of body dissatisfaction from adolescence to middle adulthood. *Clinical Psychological Science*, 7(6), 1403–1415.
- Williamson, S., & Delin, C. (2001). Young children’s figural selections: Accuracy of reporting and body size dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders*, 29, 80–84.
- Wood, K. C., Becker, J. A., & Thompson, J. K. (1996). Body image dissatisfaction in preadolescent children. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 17, 85–100.
- Yoh, E. (2018). Teasing from Parents and Siblings about Appearance Affecting Body Satisfaction and Self-Esteem of Middle School Students. *Fashion, Industry and Education*, 16(2), 17–29. <https://doi.org/10.7741/fie.2018.16.2.017>
- Young, K. (2011). *Internet Addiction Test (IAT)*. Stoelting, 2016.

Anexos

Anexo A - Pedidos de Autorização para recolha de dados



Ex.^{mo} Senhor Diretor

Vimos contactá-lo no âmbito de um projeto de investigação de tese de Mestrado em Psicologia da Educação, Desenvolvimento e Aconselhamento, da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra (FPCE-UC). Esta investigação, realizada pela mestranda Ana Gabriel Reigado, sob a orientação da Professora Doutora Maria da Luz Vale Dias, irá incidir no tema **Insatisfação com a Imagem Corporal de crianças e adolescentes**.

Pretende-se estudar a influência do appearance teasing e das redes sociais na insatisfação com a imagem corporal das crianças e jovens, entre os 5.º e 12.º anos de escolaridade, pelo que será necessário que os participantes respondam a um inquérito.

Serão respeitados os princípios éticos e deontológicos da investigação em Psicologia, segundo a Ordem dos Psicólogos Portugueses e a Associação Americana de Psicologia.

São, também, respeitadas as regras da Comissão Nacional de Proteção de Dados. Assim:

- Todas as respostas recolhidas serão tratadas de forma anónima e confidencial - será gerado um código numérico associado ao protocolo de cada sujeito e os seus dados de identificação só lhe será associados para efeitos de acesso ao consentimento informado dado ou para cruzar com dados do mesmo sujeito recolhidos em momentos diferentes.
- Os resultados são avaliados globalmente tendo em conta as respostas de todos os sujeitos e nunca individualmente.
- Em qualquer momento do estudo o sujeito pode desistir e deixar de participar.
- Podem ser colocadas perguntas sobre o estudo à investigadora que o desenvolve.
- Uma vez recolhidos os dados, o sujeito tem direito ao seu acesso, retificação, atualização ou apagamento.
- Os dados serão utilizados exclusivamente para fins de investigação científica e serão conservados apenas pela equipa de investigação.

Neste âmbito, pedimos o seu consentimento para que os alunos da instituição que dirige possam ser contactados para, após obtido o consentimento dos seus encarregados de educação, participar nesta investigação, respondendo a um questionário (em papel ou on-line).

Os resultados e conclusões obtidas poderão ser, posteriormente, enviadas à instituição, caso assim desejado, para uma reflexão sobre a temática e contexto atual.

Desde já disponibilizamo-nos para responder a qualquer questão sobre o estudo,

Agradecendo antecipadamente toda a atenção dispensada, ficamos na expectativa da sua melhor colaboração e autorização,

Com os melhores cumprimentos,

Figueira de Castelo Rodrigo, 5 de maio de 2022.

Maria da Luz Vale Dias (orientadora e docente da FPCE-UC)

Ana Gabriel Reigado (anacr94@gmail.com)

P'la Equipa de investigação,

Ana Cristina Gabriel Reigado

Consentimento Informado

Caro(a) Encarregado(a) de Educação,

Vimos contactá-lo no âmbito de um projeto de investigação de tese de Mestrado em Psicologia da Educação, Desenvolvimento e Aconselhamento, da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra (FPCE-UC). Esta investigação, realizada pela mestranda Ana Gabriel Reigado, sob a orientação da Professora Doutora Maria da Luz Vale-Dias, tem como tema a **Insatisfação com a Imagem Corporal de crianças e adolescentes**.

Pretende-se estudar a influência do appearance teasing e das redes sociais na insatisfação com a imagem corporal das crianças e jovens, entre os 5.º e 12.º anos de escolaridade, pelo que os participantes irão responder a um inquérito.

Este estudo rege-se pelos princípios éticos e deontológicos da investigação em Psicologia segundo a Ordem dos Psicólogos Portugueses e a Associação Americana de Psicologia.

São, também, respeitadas as regras da Comissão Nacional de Proteção de Dados. Assim:

- Todas as respostas recolhidas serão tratadas de **forma anónima e confidencial** - será gerado um código numérico associado ao protocolo de cada sujeito e os seus dados de identificação só lhe será associados para efeitos de acesso ao consentimento informado dado ou para cruzar com dados do mesmo sujeito recolhidos em momentos diferentes.
- Os resultados são avaliados globalmente tendo em conta as respostas de todos os sujeitos e nunca individualmente.
- Em qualquer momento do estudo o sujeito pode desistir e deixar de participar.
- Podem ser colocadas perguntas sobre o estudo à investigadora que o desenvolve.
- Uma vez recolhidos os dados, o sujeito tem direito ao seu acesso, retificação, atualização ou apagamento.
- Os dados serão utilizados exclusivamente para fins de investigação científica e serão conservados apenas pela equipa de investigação.

Neste âmbito, pedimos o seu consentimento para que o/a seu/sua filho/filha possa participar nesta investigação, respondendo a um questionário (em papel ou on-line).

Os resultados e conclusões obtidas poderão ser, posteriormente, enviadas à instituição, caso assim desejado, para uma reflexão sobre a temática e contexto atual.

Desde já disponibilizamos-nos para responder a qualquer questão sobre o estudo.

Agradecendo antecipadamente toda a atenção dispensada, ficamos na expectativa da sua melhor colaboração,

Com os melhores cumprimentos.

Figueira de Castelo Rodrigo, 6 de maio de 2022

Maria da Luz Vale Dias (orientadora e docente da FPCE-UC)

Ana Gabriel Reigado (anacgr94@gmail.com)

P'la Equipa de investigação,

Ana Cristina Gabriel Reigado

Eu, _____ (nome do encarregado/a de educação), declaro que tomei conhecimento das informações relativas ao estudo e que autorizo o meu/minha educando/a _____ (nome do aluno/a) a participar.

Assinatura do Encarregado/a de Educação

Anexo B - Instrumentos

Anexo B1

Questionário Sociodemográfico

Por favor, responde às questões que se seguem de acordo com o que se aplica às tuas condições de vida. Todos os dados são anónimos e confidenciais.

ID: _____

Data: __/__/____

1. Idade: _____
2. Data de nascimento: __/__/____
3. Sexo: Feminino Masculino Outro
4. Naturalidade: _____
5. Nacionalidade: _____
6. Em que meio habitas: Meio rural Meio urbano
7. Ano de escolaridade: Entre 5.º e 6.º Entre 7.º e 9.º Entre 10.º e 12.º
8. Já reprovaste de ano? Sim Não
- 8.1. Se sim, em qual/quais ano(s)? Entre 1.º e 4.º ano Entre 5.º e 6.º ano
 Entre 7.º e 9.º ano Entre 10.º e 12.º ano
9. Estrutura Familiar (com quem vives): Mãe Pai Irmão(s)
 Avós Tios Outro: _____
10. Número de irmãos: Não tenho 1 2 3 ou mais
- 10.1. Idade dos irmãos: Entre menos de 1 ano a 11 anos Entre 12 a 17 anos
 Entre 18 a 23 anos Acima de 23 anos
11. Idade da Mãe: _____
12. Idade do Pai: _____
13. Selecciona as 2 redes sociais que mais utilizas. Facebook Twitter Tik Tok
 Instagram Snapchat Youtube
- 13.1. Por dia, em média, quanto tempo passas nas redes sociais?
- Menos de 1h Entre 1h a 3h Entre 4h a 6h
 Entre 7h a 8h Mais de 8h

14. Perdeste alguém próximo devido à pandemia COVID-19? Sim Não

15. Considerando a informação sobre o conflito de guerra na Europa, diz o quanto isto te preocupa:

0- Nada 1- Pouco 2- Moderadamente
 3- Bastante 4 - Exageradamente

Acerca da Mãe, indica:

16. Estado Civil: Solteira Casada Divorciada
 Viúva União de Facto

17. Habilitações Literárias (nível de ensino concluído):

4.º ano ou menos 9.º ano 12.º ano
 Licenciatura Mestrado Doutoramento

18. Profissão: _____

19. Situação Profissional:

Desempregada e não está à procura de emprego (incluindo situação de reforma, incapacidade, doméstica, etc.)

Desempregada e está à procura de emprego

Empregada a tempo parcial

Empregada a tempo inteiro

Outra: _____

Acerca do Pai, indica:

20. Estado Civil: Solteiro Casado Divorciado
 Viúvo União de Facto

21. Habilitações Literárias (nível de ensino concluído):

4.º ano ou menos 9.º ano 12.º ano
 Licenciatura Mestrado Doutoramento

22. Profissão: _____

23. Situação Profissional:

Desempregado e não está à procura de emprego (incluindo situação de reforma, incapacidade, doméstico, etc.)

Desempregado, à procura de emprego

Empregado a tempo parcial

Empregado a tempo inteiro

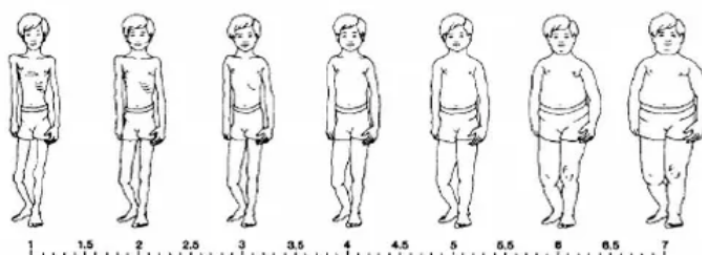
Outra: _____

Anexo B2

Escala de Silhuetas de Collins para crianças e adolescentes

(Collins, E., 1991; versão portuguesa Moreira, H., Simões, A., Frontini, R. e Canavarro, M., 2013)

Por favor, olha para as figuras apresentadas em baixo para responderes às perguntas que te vão ser apresentadas.



Para responderes, deves escolher um número, de 1 a 7, e colocar no espaço à frente de cada pergunta.

1. Qual destas imagens se parece mais contigo?	Nº ____
2. Qual destas imagens mostra a forma como gostavas de ser?	Nº ____
3. Qual destas imagens mostra a forma como achas que um menino ou uma menina da tua idade deve ser?	Nº ____

Para cada pergunta, coloca um X na resposta que descreve o que tu pensas.

Acho que sou... (escolhe uma resposta)	Magro	
	Nem gordo nem magro	
	Gordo	
Eu gostava de... (escolhe uma resposta)	Perder peso	
	Ganhar peso	
	Manter o peso que tenho	

Anexo B3

Escala de Auto-Estima de Rosenberg

(Rosenberg, M., 1989; versão portuguesa Pechorro, P., Marôco, J., Poiares, C. e Vieira, R., 2011)

Segue-se uma lista de afirmações que dizem respeito ao modo como te sentes acerca de ti próprio(a). À frente de cada uma delas assinala com uma cruz (X), na respetiva coluna, a opção de resposta que melhor te descreve.

	Discordo fortemente	Discordo	Concordo	Concordo fortemente
1. Globalmente, estou satisfeito(a) comigo próprio(a).				
2. Por vezes penso que não sou bom/boa em nada.				
3. Sinto que tenho algumas qualidades.				
4. Sou capaz de fazer as coisas tão bem como a maioria das pessoas.				
5. Sinto que não tenho muito de que me orgulhar.				
6. Por vezes sinto-me, de facto, um(a) inútil.				
7. Sinto-me uma pessoa de valor, pelo menos tanto quanto a generalidade das pessoas.				
8. Gostaria de ter mais respeito por mim próprio(a).				
9. Bem vistas as coisas, inclino-me a sentir que sou um(a) falhado(a).				
10. Adoto uma atitude positiva para comigo.				

Anexo B4

Internet Addiction Test

(Young, K., 2011; versão portuguesa Pontes, H., Patrão, I. e Griffiths, M., 2014)

As perguntas que se seguem irão avaliar alguns dos teus hábitos em relação ao uso do da Internet. Por isso, ao responder às perguntas deves ter em consideração SOMENTE o tempo que passas online por MOTIVOS RECREACIONAIS ou DIVERSÃO, e não o tempo gasto na Internet com trabalhos escolares ou laborais.

Assinala a resposta que melhor se aplica a ti, numa escala de 0- Não aplicável a 5- Sempre. Se uma afirmação não se aplicar de todo a ti, assinala a resposta 0-Não aplicável. Por favor responde a todas as questões!

	0 - Não Aplicável	1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Ocasionalmente	4 - Várias Vezes	5 - Sempre
1. Ficas online mais tempo do que pretendias?						
2. Deixas de fazer as tarefas em casa para poderes ficar mais tempo online?						
3. Preferes a excitação da Internet à intimidade com o teu(tua) namorado(a)?						
4. Crias novas relações com os outros utilizadores online?						
5. As outras pessoas se queixam em relação à quantidade de tempo que passas online?						
6. As tuas notas ou trabalhos escolares são prejudicados devido à quantidade de tempo que passas online?						
7. Verificas o teu e-mail (ou sites como o Facebook ou Twitter) antes de fazeres qualquer outra coisa que precisas?						
8. O teu desempenho ou produtividade no trabalho são						

prejudicados por causa da Internet?						
9. Te tornas defensivo(a) ou guardas segredo quando alguém te pergunta o que estás a fazer online?						
10. Bloqueias pensamentos perturbadores sobre a tua vida com pensamentos calmantes da Internet?						
11. Dás por ti a pensar sobre quando irás estar online novamente?						
12. Receias que a vida sem Internet seria chata, vazia e sem graça?						
13. É que explodes, gritas ou ficas irritado(a) quando alguém te incomoda quando estás online?						
14. Perdes o sono por estares online até tarde durante a noite?						
15. Te sentes preocupado(a) com a Internet quando estás desconectado(a) ou fantasias estar online?						
16. Dás por ti a dizer “só mais alguns minutos” quando estás online?						
17. Tentas reduzir a quantidade de tempo que passas online e não consegues?						
18. Tentas esconder a quantidade de tempo que passaste online?						
19. Preferes ficar mais tempo online do que ir sair com outras pessoas?						
20. É que te sentes deprimido(a), mal-humorado(a) ou nervoso(a) quando estás desconectado(a) e deixas de estar assim quando entras online novamente?						

Anexo B5

Perception of Teasing Scale

Thompson, J. K., Cattarin J., Fowler, B. & Fisher, E. (1995)

Primeiro, para cada questão avalia com que frequência achas que foste provocado, usando a escala 1- Nunca, 2- Quase nunca, 3- Às vezes, 4- Frequente ou 5- Muito frequente.

Depois, caso não tenhas respondido “1- Nunca”, avalia o quão chateado(a) ficaste na situação numa escala de 1- Nada chateado(a), 2- Quase nada chateado(a), 3- Um pouco chateado(a), 4-Moderadamente chateado(a) ou 5- Muito chateado(a).

	1 - Nunca	2 - Quase Nunca	3 - Às vezes	4 - Frequente	5 - Muito frequente
1. As pessoas gozaram contigo por seres pesado(a).					
2. As pessoas fizeram piadas sobre seres demasiado pesado(a).					
3. As pessoas riram-se de ti por experimentares desportos porque eras demasiado pesado(a).					
4. As pessoas chamaram-te nomes como “gordo(a)”.					
5. As pessoas apontaram para ti por estares acima do peso.					
6. As pessoas riram-se baixinho sobre o teu peso quando entraste num espaço sozinho(a).					
7. As pessoas gozaram contigo repetindo algo que disseste porque acharam que era “estúpido”.					
8. As pessoas gozaram contigo por teres medo de fazer algo.					
9. As pessoas disseram que tu agias de forma estúpida.					
10. As pessoas riram-se de ti porque não percebeste algo;					
11. As pessoas provocaram-te por não perceberes uma piada.					

Anexo C - Tabelas

Tabela C1. Características gerais da amostra.

	N	%
Género		
Feminino	65	54,2
Masculino	55	45,8
Categoria de idade		
Criança	50	41,7
Adolescentes	70	58,3
Nível de Escolaridade		
2.º Ciclo	52	43,3
3.º Ciclo	39	32,5
Secundário	29	24,2

Tabela C2. Características da amostra reduzida para adaptação do POTS.

	N	%
Género		
Feminino	14	43,8
Masculino	18	56,3
Categoria de idade		
Criança	11	34,4
Adolescentes	21	65,6
Nível de Escolaridade		
2.º Ciclo	11	34,4
3.º Ciclo	14	43,8
Secundário	7	21,9

Tabela C3. Rotação Varimax da Solução Bifatorial para os Itens do POTS.

Item	Componente 1	Componente 2
	<i>Teasing</i> relativo	<i>Teasing</i> relativo
	ao peso	à competência
4. As pessoas chamaram-te nomes como “gordo(a)”.	0.91	
3. As pessoas riram-se de ti por experimentares desportos porque eras demasiado pesado(a).	0.91	
1. As pessoas gozaram contigo por seres pesado(a).	0.87	
5. As pessoas apontaram para ti por estares acima do peso.	0.86	
2. As pessoas fizeram piadas sobre seres demasiado pesado(a).	0.85	
6. As pessoas riram-se baixinho sobre o teu peso quando entraste num espaço sozinho(a).	0.80	
7. As pessoas gozaram contigo repetindo algo que disseste porque acharam que era “estúpido”.		0.85
11. As pessoas provocaram-te por não perceberes uma piada.		0.79
9. As pessoas disseram que tu agias de forma estúpida.		0.73
10. As pessoas riram-se de ti porque não percebeste algo.		0.73
8. As pessoas gozaram contigo por teres medo de fazer algo.		0.57
% de variância explicada	46.16%	29.96%

Tabela C4. Redes Sociais utilizadas.

	Feminino	Masculino	Total
Tik Tok	37	31	68
Instagram	42	27	69
Twitter	9	5	14
Snapchat	15	8	23
Youtube	21	29	50
Facebook	2	4	6

Tabela C5. Tempo nas Redes Sociais.

	N	%
Menos de 1h	14	11.7
Entre 1h a 2h	46	38.3
Entre 3h a 5h	43	35.8
Entre 6h a 8h	10	8.3
Mais de 8h	7	5.8
Total	120	100

Tabela C6. Percentagens relativas à imagem “real”.

	Figuras						
	1	2	3	4	5	6	7
Sexo							
Feminino	0,0	3,1	26,2	29,2	24,6	15,4	1,5
Masculino	0,0	1,8	27,3	38,2	27,3	5,5	0,0
Categoria de idade							
Criança	0,0	4,0	38,0	32,0	22,0	4,0	0,0
Adolescente	0,0	1,4	18,6	34,3	28,6	15,7	1,4

Tabela C7. Percentagens relativas à imagem “ideal”.

	Figuras						
	1	2	3	4	5	6	7
Sexo							
Feminino	0.0	7.7	29.2	49.2	12.3	1.5	0.0
Masculino	0.0	9.1	27.3	49.1	14.5	0.0	0.0
Categoria de idade							
Criança	0.0	6.0	40.0	44.0	10.0	0.0	0.0
Adolescente	0.0	10.0	20.0	52.9	15.7	1.4	0.0