

FLÁVIO MANUEL VIDA LARGA JERÓNIMO

**OS MEDIA E A SUA RELAÇÃO COM OS OBJETIVOS
E MOTIVAÇÕES PARA O EXERCÍCIO E A IMAGEM
CORPORAL**

Orientadora: Professora Doutora Eliana Cristina Veiga Carraça

Coorientadora: Professora Doutora Marlene Nunes Silva

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Faculdade de Educação Física e Desporto

Lisboa

2022

FLÁVIO MANUEL VIDA LARGA JERÓNIMO

**O IMPACTO DOS MEDIA NOS OBJETIVOS E
MOTIVAÇÕES PARA O EXERCÍCIO E NA IMAGEM
CORPORAL**

Dissertação defendida em provas públicas para a obtenção do grau de Mestre em Exercício e Bem-Estar, no Curso de Mestrado em Exercício e Bem-Estar, especialização em Exercício, Nutrição e Saúde, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, no dia 23/02/2022, com o Despacho de Nomeação de Júri nº 15/2022, com a seguinte composição:

Presidente: Professora Doutora Inês Chaparro Roque dos Santos Telo Rasquilha

Arguente: Professor Doutor António João Labisa da Silva Palmeira

Orientadora: Professora Doutora Eliana Cristina Veiga Carraça

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Faculdade de Educação Física e Desporto

Lisboa

2022

Agradecimentos

É de real importância e honra que presto as devidas homenagens e agradecimentos, dedicando este trabalho a todas as pessoas que considero importantes e que tiveram grande contributo para esta etapa do meu percurso académico. Portanto, desta forma, AGRADEÇO:

- Aos meus pais, irmão e avós, por terem sido maravilhosos comigo, e que com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse a esta etapa da minha vida, estando sempre presentes;

- À minha orientadora, a Professora Doutora Eliana Cristina Veiga Carraça e Coorientadora Professora Doutora Marlene Nunes Silva, pelos ensinamentos, paciência e confiança ao longo deste percurso;

- Aos meus amigos(as) e colegas pelo convívio, pela compreensão e sobretudo pela amizade e apoio.

- A todos os professores do mestrado em Exercício e Bem-Estar, que foram tão importantes no meu percurso académico e no desenvolvimento desta dissertação de mestrado;

- A todos os professores com quem me cruzei ao longo do meu percurso académico e que de alguma forma contribuíram para estar aqui hoje.

Neste momento, quero expressar a minha gratidão pela paciência, pelo incentivo, pela força e principalmente pelo carinho. Quero dizer que valeu a pena ter experienciado todo o processo.

A Todos(as) o meu Obrigado!

Resumo Geral

Objetivo: Analisar o impacto dos media e a sua relação com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal.

Método: Numa primeira fase foi elaborada uma revisão rápida e sistemática de literatura com base em estudos experimentais e observacionais que analisou a relação da exposição dos indivíduos ao conteúdo fitspiration com a imagem corporal e variáveis associadas (e.g. tendência de comparação de aparência e humor). A pesquisa foi realizada nas bases de dados PubMed e PsycINFO, e teve como referência o modelo PICOS. Realizou-se uma pesquisa dos estudos publicados entre Janeiro de 2000 e Fevereiro de 2021. Na segunda fase foi elaborado um estudo observacional transversal, integrado na fase piloto do projeto LUSÓFONAtiva, em estudantes do Ensino Superior ($n=326$). A exposição, literacia e pressão dos media, objetivo e motivações para a prática de exercício e imagem corporal foram avaliadas através de questionário online na plataforma Qualtrics. Conduziram-se análises de correlação de Spearman.

Resultados: Na revisão rápida sistemática de literatura foram incluídos 9 artigos que cumpriram os critérios de elegibilidade. Os resultados demonstraram que a exposição à “fitspiration” levou a um aumento da insatisfação corporal, do humor geral negativo e da tendência de comparação de aparência entre os indivíduos. No estudo empírico, a literacia dos media associou-se a uma menor internalização do ideal de corpo atlético. A pressão dos media associou-se positivamente aos objetivos extrínsecos para o exercício, às motivações controladas para o exercício, a uma maior internalização do ideal de corpo atlético e a uma imagem corporal negativa. A literacia e a pressão dos media não se associaram com o tempo nas redes sociais e tempo de exposição aos ecrãs.

Conclusões: A fitspiration é vista como uma nova e prolífica tendência a nível digital, realçada como benéfica para a saúde. No entanto, está associada a uma imagem corporal negativa, especialmente nas populações mais jovens que se encontram mais expostas a este conteúdo. Uma maior literacia dos media poderá ser protetora, ao atenuar o efeito negativo da pressão dos media para alcançar os ideais de corpo atlético, nomeadamente sobre a internalização destes ideais corporais. É necessária uma maior compreensão dos efeitos destes novos fenómenos mediáticos, bem como das relações entre os construtos em análise.

Palavras-chave: Comparação de aparência, Exercício Físico, Fitspiration, Imagem corporal, Inspiração fitness, Literacia aos Media, Motivação, Objetivos, Pressão dos Media, Teoria da Autodeterminação

Abstract

Aim: Analyze the relationship between media and goals and motivations for exercise and body image.

Method: In the first phase, a rapid systematic literature review was prepared based on experimental and observational studies that examined the relationship between individuals' exposure to fitspiration content and body image and associated variables (e.g. appearance comparison tendency and mood). The search was conducted in PubMed and PsycINFO and was based on the PICOS model. A research was conducted for studies published between January 2000 and February 2021. In the second phase, a cross-sectional observational study involving higher education students ($n=326$) was conducted as part of the pilot phase of the LUSÓFONAtiva project. Media exposure, media literacy and pressure, goals and motivations for exercise, and body image were assessed using an online questionnaire on the Qualtrics platform. Spearman correlation analyses were conducted.

Results: In the systematic review, nine articles met the eligibility criteria and were included. Results showed that exposure to "fitspiration" increased body dissatisfaction, negative mood, and the tendency to compare appearance among individuals. In the cross-sectional observational study, media literacy was associated with lower internalization of the athletic body ideal. Media pressure was positively associated with extrinsic exercise goals, controlled exercise motivations, internalization of the athletic body ideal, and negative body image. Media literacy and media pressure were not associated with time on social media and exposure to screens.

Conclusions: Fitspiration has been seen as a new and prolific digital trend, considered beneficial for health. However, it is associated with negative body image, especially in younger populations that are more exposed to this content. Increased media literacy may be protective by mitigating the negative effect of media pressure to achieve athletic body ideals, particularly by reducing the internalization of these body ideals. A better understanding is needed of the effects of these new media phenomena, as well as the relationships between the constructs under analysis.

Keywords: Appearance Comparison, Body Image, Fitness inspiration, Fitspiration, Goals, Media literacy, Media pressure, Motivation, Physical Exercise, Self-determination theory

Abreviaturas

BAS-2 - Body Appreciation Scale-2

BREQ-3 - Behavioral Regulation in Exercise Questionnaire- 3

EPHPP - Effective Public Health Practice Project

GCEQ - Goal Content for Exercise Questionnaire

IMC - Índice de Massa Corporal

MAQ - Media Attitudes Questionnaire

PRISMA - Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses

QEM - Questionário de Exposição aos Media

SATAQ-4 - Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-4

TAD - Teoria da Autodeterminação

Índice geral

Introdução Geral	10
Referências	12
Método Geral.....	14
Referências	15
Capítulo 1 - Efeitos do conteúdo Fitspiration na Imagem Corporal – Uma revisão rápida sistemática da literatura	16
Resumo.....	16
1. Introdução	18
1.1. Fitspiration e os Media	19
1.2. Fitspiration e a Insatisfação Corporal.....	20
1.3. GAP no conhecimento.....	21
2. Objetivo.....	21
3. Método	22
3.1. Critérios de elegibilidade.....	22
3.2. Estratégia de pesquisa e seleção dos estudos	22
3.3. Extração de dados.....	23
3.4. Síntese de dados	23
3.5. Avaliação da Qualidade dos estudos	23
4. Resultados	23
4.1. Seleção dos estudos	23
4.2. Características dos estudos	25
4.3. Avaliação da Qualidade dos estudos	27
4.4. Principais Resultados	27
5. Discussão.....	30
6. Conclusões Finais.....	31
Referências.....	32
Capítulo 2 - Os media e os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal	36
Resumo.....	36
1. Introdução	37
1.1 Imagem Corporal.....	38
1.2. Os Media e a Imagem Corporal	40
1.3. Exercício e Imagem Corporal.....	42
1.3.1 Objetivos para o exercício	43

1.3.2. Motivações para o exercício.....	45
1.4. Presente Estudo	48
2. Objetivo.....	48
3. Método	49
3.1. Desenho do estudo.....	49
3.2. Amostra/Participantes	50
3.3. Medidas	50
3.3.1. Sociodemográficas.....	50
3.3.2. Exposição aos media.....	50
3.3.3. Avaliação da Literacia dos media.....	50
3.3.4. Avaliação da Pressão dos media.....	51
3.3.5. Avaliação dos objetivos para a prática de exercício	51
3.3.6. Motivações para o Exercício	51
3.3.7. Internalização do Ideal de Corpo Atlético	52
3.3.8. Imagem Corporal /Apreciação Corporal	52
3.4. Procedimento.....	52
3.5. Análise estatística	53
4. Resultados	53
5. Discussão.....	55
6. Implicações futuras	58
7. Conclusões Finais.....	59
Referências.....	60
Discussão Geral	68
Conclusão Finais.....	70
Referências	71
ANEXOS	73

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Tabela Síntese dos instrumentos que analisam a exposição aos media.....	25
Tabela 2 - Tabela Síntese dos instrumentos que analisam a Apreciação corporal, Insatisfação Corporal, Humor Geral e Comparação da aparência física	26
Tabela 3 - Tabela Síntese avaliação da qualidade dos estudos	27
Tabela 4 - Tabela Síntese de análise do impacto do conteúdo fitspiration na Satisfação Corporal	28
Tabela 5 - Tabela Síntese de análise da exposição ao conteúdo fitspiration e a tendência de comparação de aparência dos indivíduos	29
Tabela 6 - Tabela Síntese de análise do impacto do conteúdo fitspiration no Humor geral dos indivíduos	29
Tabela 7 – Características Sócio demográficas da amostra	53
Tabela 8 – Tabela de associações entre a literacia e pressão dos media, com as variáveis: objetivo e motivações para o Exercício, apreciação corporal, internalização do ideal de corpo atlético, tempo nas redes sociais e tempo de exposição aos ecrãs	54
Tabela 9 - Síntese dos estudos incluídos (revisão sistemática).....	73

Índice de Figuras

Figura 1- Pesquisa na base de dados (Modelo PICOS)	22
Figura 2 - Diagrama de flowchart dos estudos	24
Figura 3 - Continuum da teoria da autodeterminação (Adaptado de Ryan e Deci, 2000).....	46
Figura 4 - Modelo Lógico Geral.....	48
Figura 5 - Desenho do estudo	49

Introdução Geral

A imagem corporal define-se como a perceção que o individuo faz da sua aparência corporal, bem como dos pensamentos e sentimentos que resultam dessa perceção (Cash, 2004; Tiggemann, 2004). Uma imagem corporal positiva é fundamental para o bem-estar físico e mental do individuo, dado que uma imagem corporal negativa se associa a ações negativas para a saúde (e.g. stress emocional, depressão, estratégias drásticas para atingir a aparência e peso desejado) (Campbell & Hausenblas, 2009; Fletcher, 2009).

Os dados de insatisfação corporal são preocupantes. De acordo com o estudo de Fallon, Harris e Johnson (2014) realizado nos Estados Unidos que contou com 1893 participantes, a prevalência de insatisfação corporal em mulheres situou-se entre 13,4 % e 31,8 %, enquanto nos homens variou entre 9,0 % e 28,4 %. Resultados semelhantes foram observados por Frederick, Peplau e Lever (2006) em 52677 adultos com idades compreendidas entre os 18-65 anos, em que apenas 33 % das mulheres e 50 % dos homens estavam satisfeitos com o seu corpo. Já em Portugal, o estudo de Francisco, Narciso e Alarcão (2012), em 1423 indivíduos (594 adolescentes e 829 adultos), provenientes de diversas zonas geográficas, mostrou que apenas 29,0 % das jovens do sexo feminino e 38,7 % dos jovens do sexo masculino se encontravam satisfeitos com a sua imagem corporal; nos adultos apenas 15,6 % das mulheres e 20,9 % dos homens gostavam da sua imagem corporal. Na amostra total, apenas 26,5 % dos participantes estão satisfeitos com a sua imagem corporal.

Na sociedade atual tem prosperado o ideal atlético, onde emergem os corpos magros e tonificados, que estão socialmente associados à felicidade, sucesso e aceitabilidade social (McCreary & Sasse, 2000; Bordo & Heywood, 2004). Já o excesso de peso é frequentemente associado a traços negativos de personalidade, que contemplam a preguiça, desânimo e descontrolo psicológico (McCreary & Sasse, 2000).

A perceção da imagem corporal dos indivíduos é amplamente influenciada pelos media, que exercem uma influência nos ideais socioculturais associados à aparência corporal (Groesz, Levine, & Murnen, 2002; Perloff, 2014). Estes ideais demonstram implicações negativas na imagem corporal dos indivíduos (Levine & Murnen, 2009). As indústrias (e.g. alimentar, dietética, de fitness, entre outras) promovem o perfil de imagem corporal perfeita nos diversos meios de comunicação. Estas entidades conjuntamente com famílias, amigos e escolas, formam uma "rede sociocultural" que pode promover a obsessão pela imagem corporal perfeita (Levine & Smolak, 1996). Os indivíduos que avaliam a sua própria aparência corporal comparando-a com os ideais culturais de imagem corporal apresentados nos media,

invariavelmente, apresentam uma imagem corporal negativa (Strahan, Wilson, Cressman, & Buote, 2006).

No passado, estas influências e pressões sobre a imagem corporal ocorriam nos media mais tradicionais (e.g. televisão, revistas e filmes). No entanto, na nova era digital, os serviços de media focados nas redes sociais são agora mais populares do que os formatos de media mais tradicionais (Bair, Kelly, Serdar, & Mazzeo, 2012). Estes novos media facilitam a propagação de comportamentos e tendências (Stein, Krause, & Ohler, 2021), como por exemplo o conteúdo *fitspiration* (uma junção de “fit” com “inspiração”) (Boepple & Thompson, 2016), que se baseia na disseminação de imagens e citações inspiradoras destinadas à promoção de uma vida saudável e dos comportamentos associados, tais como o exercício e a dieta (Boepple & Thompson, 2016; Jong & Drummond, 2016). Porém, o uso dos novos media está associado com maiores preocupações com a imagem corporal por parte dos utilizadores (Fardouly & Vartanian, 2015).

Apesar dos benefícios para o bem-estar físico e psicológico do exercício físico estarem bem descritos, estes benefícios na imagem corporal podem ser limitados em indivíduos que praticam exercício com objetivos extrínsecos (focados na aparência corporal). Os motivos de prática de exercício físico com foco na aparência associam-se frequentemente a uma imagem corporal negativa (Fuller-Tyszkiewicz, Dias, Krug, Richardson, & Fassnacht, 2018). Igualmente, as motivações autónomas para a prática de exercício físico (isto é, por razões mais internas e coerentes com os valores do indivíduo) estão associadas a comportamentos mais saudáveis e a uma imagem corporal positiva, por outro lado, resultados negativos derivam de motivações controladas (isto é, derivadas de um sentimento de pressão), não havendo manutenção do comportamento a longo prazo. As motivações controladas associam-se a uma imagem corporal negativa (Markland & Ingledew, 2007; Thøgersen-Ntoumani & Ntoumanis, 2006).

Esta dissertação de mestrado contribui para o crescendo de literatura sobre os media e a imagem corporal. Em particular, começa por rever a evidência existente sobre a relação entre o conteúdo da *Fitspiration*, nova tendência dos media digitais, e a imagem corporal, recorrendo a uma revisão rápida e sistemática da literatura. Em seguida, analisa a associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal, por intermédio de um estudo observacional transversal com uma amostra de estudantes do ensino superior.

Referências

- Bair, C., Kelly, N., Serdar, K., & Mazzeo, S. (2012). Does the internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviours*, 13, 398–401. <https://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2012.06.003>
- Boepple, L., & Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *The International journal of eating disorders*, 49(1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- Bordo, S., Heywood, L. (2004). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body, 10th anniversary edition*. California: University of California Press.
- Campbell, A., & Hausenblas, H. A. (2009). Effects of Exercise Interventions on Body Image: a meta-analysis. *Journal of Health Psychology*, 14(6), 780–793. <https://doi.org/10.1177/1359105309338977>
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1, 1–5. [https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1)
- Fallon, E. A., Harris, B. S., & Johnson, P. (2014). Prevalence of body dissatisfaction among a United States adult sample. *Eating Behaviors*, 15(1), 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.11.007>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Fletcher, B. (2009). A Bridge between the Mind and Body: The Effects Of Massage On Body Image State. *Undergraduate Review*, 5(1). Retrieved from https://vc.bridgew.edu/undergrad_rev/vol5/iss1/13
- Francisco, R., Narciso, I., & Alarcão, M. (2012). (In)Satisfação com a imagem corporal em adolescentes e adultos portugueses: Contributo para o processo de validação da Contour Drawing Rating Scale. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico e Avaliação Psicológica*, 34(34), 61–88. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/4596/459645438003/>
- Frederick, D. A., Peplau, L. A., & Lever, J. (2006). The swimsuit issue: Correlates of body image in a sample of 52,677 heterosexual adults. *Body image*, 3(4), 413–419. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.08.002>
- Fuller-Tyszkiewicz, M., Dias, S., Krug, I., Richardson, B., & Fassnacht, D. (2018). Motive- and appearance awareness-based explanations for body (dis)satisfaction following exercise in daily life. *British journal of health psychology*, 23(4), 982–999. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12334>
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. *The International journal of eating disorders*, 31(1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- Jong, S. T., & Drummond, M. J. N. (2016). Exploring online fitness culture and young females. *Leisure Studies*, 35, 758–770. <https://dx.doi.org/10.1080/02614367.2016.1182202>
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2009). Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders: A critical review of evidence for a causal link between

- media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28, 9–42. <https://dx.doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>
- Levine, M. P., & Smolak, L. (1996). *Media as a context for the development of disordered eating*. In L. Smolak, M. P. Levine, & R. Striegel-Moore (Eds.), *The developmental psychopathology of eating disorders: Implications for research, prevention, and treatment* (1st ed., pp. 235–257). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Markland, D., & Ingledew, D.K. (2007). Exercise participation motives: A self-determination theory perspective. *Self-determination theory in exercise and sport*, 23–34.
- McCreary, D. R., & Sasse, D. K. (2000). An exploration of the drive for muscularity in adolescent boys and girls. *Journal of American college health: J of ACH*, 48(6), 297–304. <https://doi.org/10.1080/07448480009596271>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363–377. <https://dx.doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Stein, J. P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3, 211–227. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.004>
- Thøgersen-Ntoumani, C., & Ntoumanis, N. (2006). The role of self-determined motivation in the understanding of exercise-related behaviours, cognitions and physical self-evaluations. *Journal of Sports Sciences*, 24(4), 393–404. <https://doi.org/10.1080/02640410500131670>
- Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 1, 29–41. [https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00002-0](https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00002-0)

Método Geral

Esta dissertação é composta por uma revisão sistemática e rápida da literatura e por um estudo empírico, com um desenho observacional transversal.

A revisão sistemática e rápida de literatura utilizou a metodologia PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Page et al., 2020). A pesquisa de estudos para esta revisão partiu de uma pergunta estruturada de acordo com a estratégia PICOS. De seguida, realizou-se uma pesquisa dos estudos publicados entre Janeiro de 2000 e Fevereiro de 2021 nas bases de dados eletrónicas Pubmed e PsycINFO. Estabeleceu-se como critérios de inclusão os estudos terem de analisar a relação entre a exposição ao conteúdo fitspiration e a imagem corporal, ou variáveis associadas (ex. tendência de comparação de aparência, objetivos e motivos para o exercício, humor geral, etc.).

Os títulos, resumos e referências de potenciais artigos foram revistos, de forma a identificar os estudos que respondiam aos critérios de elegibilidade. Foi desenvolvido um documento para extração de dados de acordo com os pressupostos do PRISMA (Page et al., 2020). A qualidade dos estudos selecionados foi avaliada através de uma adaptação do Quality Assessment Tool for Quantitative Studies do Effective Public Health Practice Project (EPHPP) (Thomas et al., 2004) já aplicado e validado por (Teixeira et al., 2015).

O estudo empírico, de desenho observacional transversal, foi composto por uma amostra de estudantes do ensino superior, integrando a etapa piloto do projeto LUSÓFONAtiva. A amostra foi constituída por um total de 326 estudantes do Ensino Superior. Os participantes foram recrutados obedecendo aos seguintes critérios de inclusão: (i) participação voluntária; (ii) serem estudantes do ensino superior; (iii) terem idade compreendida entre 18 e 65 anos. Já os critérios de exclusão incluíram: (i) idade inferior a 18 anos; (ii) idade superior a 65 anos; (iii) recusa de participação no estudo. Todos os participantes leram e assinaram um consentimento informado sobre o estudo. O estudo foi desenvolvido em diversas etapas, sendo elas: Recrutamento (integrado na amostra do projeto LUSÓFONAtiva); Aplicação de questionários online através plataforma Qualtrics (através de link); Análise dos dados recolhidos. A recolha de dados decorreu entre Fevereiro e Março de 2021. Os dados foram compilados numa base de dados em Microsoft Excel e analisados e tratados com o programa IBM SPSS statistics versão 26. O estudo avaliou diversas variáveis, entre as quais: (i) Sociodemográficas; (ii) Exposição aos media; (iii) Literacia dos media; (iv) Pressão dos media; (v) Objetivos para a prática de exercício; (vi) Motivações para o Exercício; (vii) Internalização do Ideal de Corpo Atlético; (viii) Imagem Corporal/Apreciação Corporal. Para a avaliação das variáveis descritas,

utilizaram-se itens/indicadores de instrumentos validados. Efetuou-se uma análise estatística descritiva e inferencial. Na análise estatística descritiva das variáveis utilizaram-se medidas de tendência central (média), medidas de dispersão (desvio padrão, valor máximo e mínimo) e frequências. Aplicou-se ainda o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov. Na análise inferencial utilizou-se o teste de correlação de Spearman, não paramétrico, considerando como nível de significância estatística um alfa de 0,05. A magnitude da correlação (e.g. força das associações encontradas) determinou-se considerando os valores de corte de cohen (Cohen, 1992).

Referências

- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. doi:10.1037/0033-2909.112.1.155
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic reviews*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Teixeira, P. J., Carraca, E. V., Marques, M. M., Rutter, H., Oppert, J. M., De Bourdeaudhuij, I., Lakerveld, J., & Brug, J. (2015). Successful behavior change in obesity interventions in adults: a systematic review of self-regulation mediators. *BMC Med*, 13, 84. <https://doi.org/10.1186/s12916-015-0323-6>
- Thomas, B. H., Ciliska, D., Dobbins, M., & Micucci, S. (2004). A process for systematically reviewing the literature: providing the research evidence for public health nursing interventions. *Worldviews on evidence-based nursing*, 1(3), 176–184. <https://doi.org/10.1111/j.1524-475X.2004.04006.x>

Capítulo 1 - Efeitos do conteúdo Fitspiration na Imagem Corporal – Uma revisão rápida sistemática da literatura

Resumo

Background: Fitspiration (também conhecido como “fitspo”) visa inspirar os indivíduos a praticarem exercício físico e terem hábitos saudáveis, mas pesquisas emergentes indicam que a exposição pode impactar na imagem corporal.

Objetivo: O propósito desta revisão rápida sistemática de literatura consistiu na pesquisa de estudos que analisassem a relação entre a exposição dos indivíduos ao conteúdo fitspiration e a Imagem Corporal e variáveis associadas (e.g. tendência de comparação de aparência, objetivos e motivos para o exercício físico e humor).

Métodos: Realizou-se uma pesquisa nas bases de dados eletrónicas Pubmed e PsycINFO e uma pesquisa manual de artigos científicos, através de um conjunto de palavras-chave, seguindo o pressuposto do modelo PICOS. Foram seleccionados os estudos que analisassem a relação entre a exposição ao conteúdo fitspiration e a imagem corporal, ou variáveis associadas. A qualidade dos estudos seleccionados foi avaliada através de uma adaptação validada do Quality Assessment Tool for Quantitative Studies do EPHPP.

Resultados: Identificou-se 47 potenciais artigos. Após exclusão de duplicados e seleção de acordo com critérios de elegibilidade, foram incluídos 9 artigos na presente revisão rápida sistemática de literatura. Todos os estudos incluídos analisaram a relação entre as fitspiration e a Imagem Corporal, 5 dos estudos inclusos analisaram ainda a exposição ao conteúdo fitspiration e a tendência de comparação de aparência, 6 dos estudos analisaram o impacto do conteúdo fitspiration no humor geral dos indivíduos. Apenas 1 estudo analisou as ligações entre a frequência de visualização do conteúdo fitspiration com os motivos para o exercício físico. Na generalidade, a exposição a imagens de “fitspiration” levou a um aumento da insatisfação corporal, do humor geral negativo e da tendência de comparação de aparência entre os indivíduos. Os motivos e objetivos para a prática de exercício físico foram alicerçados à aparência física, dando os indivíduos menos importância à saúde e bem-estar.

Discussão: A fitspiration é vista como uma nova e prolífica tendência a nível digital, que está associada a uma imagem corporal negativa, onde são as populações mais jovens que se encontram mais expostas a este conteúdo, através dos novos media (e.g. redes sociais e websites). A maior parte dos estudos incluídos possui amostras de idade jovem, o que limita a extrapolação das conclusões para as idades adultas e idosas. O facto de grande parte dos estudos serem realizados em indivíduos do género feminino também é um fator limitador de análise.

Flávio Jerónimo, Os media e a sua relação com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal

São indispensáveis mais estudos que explorem ambos os géneros e faixas etárias mais avançadas.

Palavras-chave: Comparação de aparência, exercício físico, fitspiration, humor, imagem corporal, inspiração fitness, media social e motivos para o exercício

1. Introdução

Historicamente, nos países ocidentais, colocou-se um grande foco no conceito de imagem corporal, onde a importância da aparência física ficou ligada à atratividade (Grogan, 2016). A imagem corporal define-se como a percepção que o indivíduo faz da sua aparência corporal, bem como dos pensamentos e sentimentos que resultam dessa percepção (Cash, 2004; Tiggemann, 2004). A forma corporal e o peso mostram-se como fatores de controlo do indivíduo, e estão no cerne da insatisfação corporal e transtornos alimentares (Tiggemann & Rothblum, 1997). Os media (e.g. revistas, redes sociais, websites, televisão e jornais) têm imposto modelos de comportamento, que transmitem conceitos sociais de ideais corporais que os indivíduos tendem a seguir (Boepple & Thompson, 2016). As pesquisas demonstram que os media têm uma influência significativa nos ideais socioculturais relativos ao corpo, influenciando as percepções da imagem corporal (Groesz, Levine, & Murnen, 2002; Perloff, 2014). Dada à ênfase da aparência e a importância da atratividade nas sociedades, os media idealizam imagens com um alcance de um perfil estético, que pode ter implicações negativas na imagem corporal dos indivíduos (Levine & Murnen, 2009). O perfil exposto nos media é o ‘ideal atlético’, que se caracteriza por magreza e muscularidade visível, incluindo uma parte superior do corpo mais musculosa, abdômen tonificado e parte inferior do corpo firme. Estas ideologias têm ganho popularidade nos mais diversos media atuais (Boepple, Ata, Rum, & Thompson, 2016).

Constata-se um crescendo de imagens de fitness e frases motivacionais nos media para cativar os indivíduos (Boepple & Thompson, 2016). A popularidade do ‘ideal atlético’, faz parte de um movimento global, conhecido como fitspiration (uma junção de “fit” com “inspiração”) (Boepple & Thompson, 2016). A fitspiration consiste em imagens e citações inspiradoras destinadas a uma vida saudável, que salienta a importância do exercício e dieta para melhorar a saúde e a aptidão física (Boepple & Thompson, 2016; Jong & Drummond, 2016).

Os números desta tendência são crescentes. Uma pesquisa efetuada em dezembro de 2016 do hashtag “#fitspiration” na rede social Instagram retornou perto de 10 milhões de fotos. Uma leitura das imagens sob a hashtag de fitspiration mostra dois tipos distintos de corpo ideal, um caracterizado por um ideal atlético (e.g. corpo magro, pouco gordura corporal e aparência atlética tonificada / muscular) e o outro como um corpo musculoso (Robinson et al., 2017).

A fitspiration surge vários anos após a tendência thinspiration que era caracterizada por corpos magros como ideal de imagem corporal (Tiggemann, Churches, Mitchell, & Brown,

2018). A fitspiration, trouxe corpos abertamente ajustados (ou seja, corpos magros com muscularidade visível), porém estas imagens atléticas ideais são vistas como saudáveis, devido ao foco na promoção de fitness, mas este ideal de corpo permanece difícil de alcançar pelos indivíduos (Boepple & Thompson, 2016; Ramme, Donovan, & Bell, 2016).

1.1. Fitspiration e os Media

A insatisfação corporal é geralmente atribuída a fatores socioculturais, sendo os media considerados uma força poderosa e penetrante (Tiggemann, 2011). O conteúdo da Fitspiration é amplamente divulgado na Internet em diversas plataformas de media (e.g. Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Pinterest e Snapchat). Serviços de redes sociais, como Facebook, Snapchat e Instagram são sites baseados na Internet que permitem aos usuários criar perfis públicos ou privados, formar redes de ‘amigos’ ou ‘seguidores’, e compartilhar, visualizar e comentar sobre o conteúdo gerado pelo usuário (Perloff, 2014). Os serviços de media focados nas redes sociais são agora mais populares do que os formatos convencionais de media (e.g. revistas e televisão) (Bair, Kelly, Serdar, & Mazzeo, 2012). Constatou-se que o uso destes novos media está associado com maiores preocupações com a imagem corporal por parte dos utilizadores (Fardouly & Vartanian, 2015).

Este tipo de media facilita a propagação de diversos comportamentos, tornando mais fácil para os modelos de comportamento transmitirem conceitos sociais de ideais corporais (Stein, Krause, & Ohler, 2021). Inicialmente, a pesquisa sobre o impacto destes media na imagem corporal foi focada no uso do Facebook, já que foi das primeiras plataformas de media social. A pesquisa realizada mostrou que não é apenas o volume de tempo que um indivíduo passa no Facebook, mas a quantidade de tempo gasto em atividades relacionadas com fotos que se correlaciona com as preocupações com a imagem corporal (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, & Halliwell, 2015). Este estudo de Fardouly et al. (2015) demonstra ainda que a exposição ao Facebook se associou a humor negativo e imagem corporal negativa entre mulheres, ressaltando ainda a tendência de comparação de aparência.

Recentemente, outras redes sociais, colocaram maior ênfase nas atividades relacionadas com fotos (ou seja, compartilhar e “curtir” fotos / vídeos) (Limniou, Mahoney, & Knox, 2021). Uma destas redes sociais é o Instagram, onde as imagens são geralmente denotadas e pesquisáveis por hashtags específicos (frases curtas e pesquisáveis precedidas do símbolo #). Um hashtag proeminente, #fitspiration ou #fitspo, para abreviar, atualmente retorna mais de 65 milhões de postagens no Instagram. Consoante o uso desta plataforma, a frequência

de postagem e o tempo despendido pelo indivíduo a ver fotos estão positivamente correlacionados com as preocupações com a imagem corporal, por parte do indivíduo (Holland & Tiggemann, 2016).

O conteúdo de fitspiration visa motivar os indivíduos para um estilo de vida mais saudável por meio da prática de exercícios e alimentação saudável (Tiggemann & Zaccardo, 2018). São muitos os “influenciadores” e modelos que exibem fotos inspiradoras, junto com textos motivacionais e sugestões de alimentos saudáveis (Carrotte, Prichard, & Lim, 2017). Em teoria, o conteúdo fitspiration tem o potencial de influenciar positivamente e promover a saúde e o bem-estar dos indivíduos por intermédio do exercício físico e saúde. Indivíduos que seguem esta tendência relatam que se inspiram a serem fisicamente ativos e a terem uma alimentação saudável (Raggatt et al., 2018). No entanto, estas análises levantam algumas preocupações, nomeadamente com a imagem corporal dos indivíduos (Carrotte, Prichard, & Lim, 2017).

1.2. Fitspiration e a Insatisfação Corporal

Os efeitos da representação dos media na imagem corporal são comumente atribuídos ao processo de comparação social, pelo qual existem comparações avaliativas entre a aparência física do indivíduo e a aparência idealizada nos media (Want, 2009). Os indivíduos que avaliam a sua própria aparência comparando-a com os ideais culturais de beleza apresentados nos media, quase invariavelmente, apresentam insatisfação com a aparência e corpo (Strahan, Wilson, Cressman, & Buote, 2006).

Cerca de 25% dos seguidores de fitspiration relatam descontentamento quando se comparam com a aparência e aptidão geral dos indivíduos nas imagens. Apesar das intenções aparentemente positivas e da popularidade da fitspiration, o conteúdo fitspiration pode ser simplesmente outra forma de causar um impacto negativo na relação dos indivíduos com os seus corpos (Raggatt et al., 2018). A grande preocupação da exposição à fitspiration incide na influência sobre a autoestima das gerações mais jovens, destacando a influência que a idade tem sobre o uso das redes sociais (Kelley, Neufeld, & Musher-Eizenman, 2010). A evidência demonstra que os adultos mais velhos relatam uma tendência mais baixa para a comparação da aparência do que os jovens adultos. Além disso, identificou-se que os jovens adultos usam os media mais frequentemente do que adultos mais velhos (Cha, 2010).

Estudos demonstraram que a exposição aguda a imagens de fitspiration pode causar aumentos de insatisfação corporal e humor negativo em mulheres (Prichard, McLachlan, Lavis, & Tiggemann, 2017; Robinson et al., 2017).

As imagens de *fitspiration* normalmente exibem apenas um tipo de corpo, um corpo tipo magro e musculado (Tiggemann & Zaccardo, 2018), onde uma grande proporção do conteúdo promove exercícios com foco na aparência e não na saúde (Carrotte, Prichard, & Lim, 2017). As evidências sugerem que mulheres jovens usam razões relacionadas à aparência como motivação para praticar exercícios, em vez de razões relacionadas com saúde (Prichard & Tiggemann, 2005; Prichard & Tiggemann, 2008).

A teoria da comparação social propõe que os indivíduos se comparem aos outros para determinar o seu próprio valor (Festinger, 1954). O Modelo de Influência Tripartite é uma abordagem teórica desenvolvida por muitas das variáveis que influenciam a imagem corporal. O modelo sugere que o desenvolvimento da imagem corporal surge de três influências formativas: pais, pares e media; e é mediado por dois fatores, comparação excessiva de aparência e internalização de ideais culturais (Keery, Berg, & Thompson, 2004). Este modelo encontra um forte suporte empírico na literatura, explicando como as pressões socioculturais se relacionam com as perturbações da imagem corporal (Keery, Berg, & Thompson, 2004).

Tiggemann e Zaccardo (2015) demonstraram que o efeito da visualização de postagens de *fitspiration* sobre a insatisfação corporal é mediado por comparações de aparência que podem ser prejudiciais para a imagem corporal, pois os indivíduos comparam a sua própria aparência aos corpos idealizados nessas imagens. O género pode desempenhar um papel importante na *fitspiration*, tanto em termos da probabilidade de exposição quanto do impacto potencial dessas exposições. Também os indivíduos do género masculino, ambicionam um corpo masculino ideal como magro e musculoso (Talbot, Smith, Cass, & Griffiths, 2019).

1.3. GAP no conhecimento

Dada a inexistência de revisões sistemáticas sobre a exposição dos indivíduos ao conteúdo *fitspiration* e a influência sobre a imagem corporal e variáveis associadas (e.g. tendência de comparação de aparência, humor e motivações), este estudo mostra-se de maior necessidade para compilação e revisão dos estudos existentes até ao momento, com o fim de se obter uma conclusão do real impacto do conteúdo *fitspiration*.

2. Objetivo

O objetivo desta revisão rápida sistemática de literatura foi analisar a relação entre a exposição dos indivíduos ao conteúdo *fitspiration* e a Imagem Corporal e variáveis associadas

(e.g. tendência de comparação de aparência, objetivos e motivos para o exercício físico e humor).

3. Método

Esta revisão rápida sistemática de literatura foi realizada seguindo os pressupostos da Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (Page et al., 2020).

3.1. Critérios de elegibilidade

A pesquisa de estudos para esta revisão rápida sistemática de literatura partiu de uma pergunta de acordo com a estratégia PICOS. Para serem incluídos, os estudos tinham de analisar a relação entre a exposição ao conteúdo fitspiration e a imagem corporal, ou variáveis associadas (ex. tendência de comparação de aparência, objetivos e motivos para o exercício, humor, etc.). Não foram impostas restrições relativas ao desenho do estudo.

3.2. Estratégia de pesquisa e seleção dos estudos

Realizou-se uma pesquisa dos estudos publicados entre Janeiro de 2000 e Fevereiro de 2021, que foi realizada através de bases de dados eletrónicas (Pubmed e PsycINFO). A data de pesquisa dos estudos deve-se ao facto da investigação na área da imagem corporal e dos media estar sempre em desenvolvimento, de acordo com os novos conceitos que vão emergindo. As pesquisas incluíram várias combinações de três conjuntos de quatro temáticas, com base no PICOS (Figura 1).

Figura 1

Pesquisa na base de dados (Modelo PICOS)

#1 Adolescent OR Teenager OR Adult OR Exercisers OR Young Adult
#2 Fitspiration OR Fitspo OR Fitness inspiration
#3 Motivation OR Body image OR Body Dissatisfaction OR Body Satisfaction OR Body Appreciation OR Goals OR Motives OR Self-Determination OR Autonomous OR Intrinsic OR Extrinsic
#4 1 AND 2 AND 3

3.3. Extração de dados

Os títulos, resumos e referências de potenciais artigos foram revistos por um autor, de forma a identificar os estudos que respondiam aos critérios de elegibilidade. Os relevantes para esta revisão foram totalmente lidos. Estudos duplicados foram eliminados.

Foi desenvolvido um documento para extração de dados de acordo com o relatório do PRISMA (Page et al., 2020). Esta compilação de dados inclui informação sobre detalhes do estudo (autor, ano, país de publicação, afiliação e fundos), participantes (Idade, género, peso e índice de massa corporal), desenho do estudo, resultados de interesse, duração da intervenção e respetivas características quando existente, instrumentos e análise estatística.

3.4. Síntese de dados

Esta revisão analisou a associação dos efeitos do conteúdo Fitspiration na Imagem Corporal. Os resultados encontram-se na Tabela 9 (*consultar anexo I*), organizados por outcomes, desenho de estudo e, para cada um, por ordem alfabética.

3.5. Avaliação da Qualidade dos estudos

A qualidade dos estudos selecionados foi avaliada através de uma adaptação do Quality Assessment Tool for Quantitative Studies do Effective Public Health Practice Project (EPHPP) (Thomas et al., 2004) já aplicado e validado por (Teixeira et al., 2015). Esta ferramenta permite a avaliação de estudos experimentais e observacionais, presentes em oito domínios: A) representatividade - viés de seleção, B) desenho estudo, C) fatores de confusão, D) ocultação/blinding, E) recolha de dados, F) análise de dados, G) reporting e H) representatividade - exclusões/desistências. Cada domínio é avaliado em Forte (baixo risco viés, boa qualidade metodológica), moderado ou baixo (elevado risco de viés, baixa qualidade metodológica), sendo a avaliação final determinada de acordo com as avaliações de cada domínio.

4. Resultados

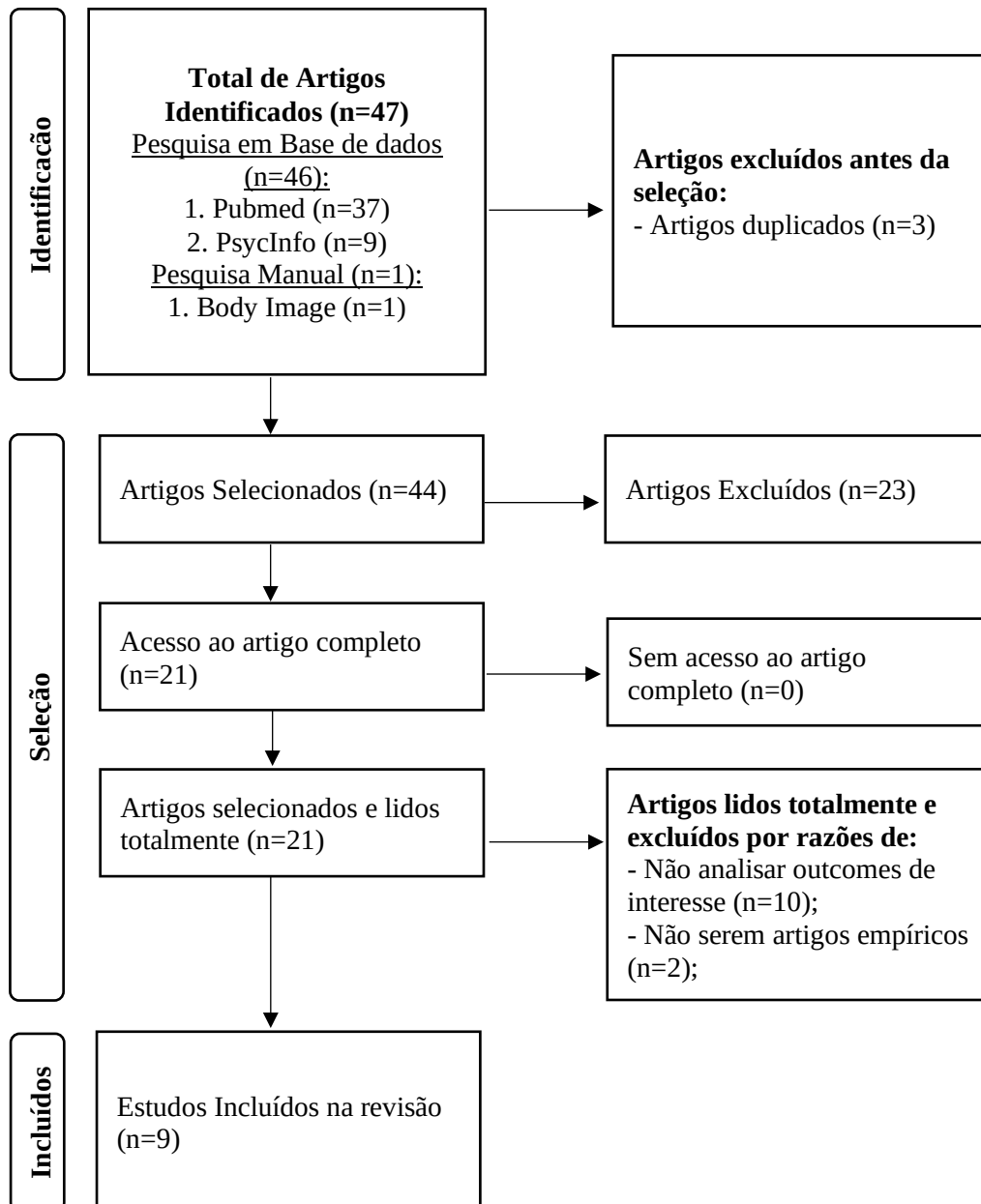
4.1. Seleção dos estudos

A pesquisa da literatura nas bases de dados (Pubmed e PsycInfo) produziu um total de 46 potenciais artigos. Foi identificado mais 1 artigo através do cruzamento de referências, totalizando 47 artigos. Destes 47 artigos, apenas 3 foram excluídos por duplicação. Após uma primeira leitura dos títulos e resumos, 23 artigos foram excluídos, tendo sido avaliado o texto

integral de 21 artigos. Destes 21 artigos, 12 foram excluídos por várias razões (Figura 2). No total apenas 9 dos artigos preencheram os critérios de elegibilidade, tendo sido incluídos na revisão rápida sistemática de literatura.

Figura 2

Diagrama de flowchart dos estudos



4.2. Características dos estudos

A maioria dos estudos identificados são RCT (Randomized Controlled Trial; $n=6$), sendo que os restantes são Estudos Observacionais Transversais ($n=3$).

Relativamente às amostras dos estudos analisados, os mesmos foram realizados em indivíduos do género feminino ($n=5$), em indivíduos do género masculino ($n=2$), ou em ambos os géneros ($n=2$). A média de idades situou-se nos $20\pm0,5$ anos e o Índice de Massa Corporal médio em $22,6\pm0,6$ Kg/m².

A exposição ao conteúdo fitspiration foi avaliado com diversas questões sobre a exposição aos media. Os instrumentos estão descritos na tabela 1.

Tabela 1

Tabela Síntese dos instrumentos que analisam a exposição aos media

Variável	Instrumentos	Número de estudos
Exposição aos Media	Questões sobre uso do Instagram	($n=3$)
	Questões sobre o uso de media sociais	($n=3$)
	Questões de frequência sobre a consulta de posts de fitspiration	($n=1$)
	Questões sobre o tempo despendido nas medias sociais	($n=4$)

A imagem corporal foi avaliada através dos instrumentos descritos na tabela 2, que contempla a avaliação da satisfação corporal, do humor geral e a comparação social da aparência física, que podem contribuir para uma imagem corporal negativa.

Tabela 2

Tabela Síntese dos instrumentos que analisam a Apreciação corporal, Insatisfação Corporal, Humor Geral e Comparação da aparência física

Variável	Instrumentos	Número de estudos
Apreciação corporal	Body Appreciation Scale	(n = 1)
Insatisfação Corporal	Escala Visual Analógica (VAS) <u>Questões:</u> “O quanto satisfeito com o seu peso você se sente agora? ”; “O quanto satisfeito com a sua aparência você se sente agora? ”; “O quanto satisfeito com o formato do seu corpo você se sente agora?”; <u>Dimensões Avaliadas:</u> “Gordura corporal”; “Atração pelo próprio físico”; “Satisfação com o tamanho corporal”; “Satisfação com a forma corporal”; “Insatisfação com o peso”; “Insatisfação com a aparência”;	(n= 6)
	Escala de 6 Pontos Possíveis <u>Questões:</u> “De um modo geral, estou satisfeita com a minha aparência”; “Eu gostaria de mudar muito o seu corpo”; “Eu gostaria de mudar bastante a minha aparência”; “De um modo geral, eu estou satisfeita com meu corpo;	(n = 1)
	Body Esteem Scale for Adolescents and Adults	(n = 1)
	Escala de 5 itens	(n = 1)
	Male Body Attitudes Scale	(n = 1)
Tendência de Comparação da aparência física	State Appearance Comparison Scale	(n = 1)
	Physical Appearance Comparison Scale	(n = 5)
Humor	Escala Visual Analógica (VAS) <u>Questões:</u> “Você sente-se deprimido agora? ”; “O quanto feliz você se sente neste momento?” <u>Dimensões Avaliadas:</u> “Ansiedade”; “depressão”; “felicidade”; “raiva”; “confiança”;	(n= 4)
	Escala de 11 pontos possíveis <u>Questão:</u> “Neste momento como está o seu humor?”	(n = 1)
	Escala de 5 itens	(n = 1)

Foram ainda avaliados os motivos para o exercício através do instrumento (Exercise Motivation Inventory-2), presente em apenas um dos estudos (n=1).

4.3. Avaliação da Qualidade dos estudos

Os resultados gerais da avaliação da qualidade dos estudos podem ser encontrados na Tabela 3. Dos nove estudos analisados, oito estudos foram avaliados com uma qualidade Fraca (n=8) e um classificou-se com uma qualidade moderada (n=1).

Tabela 3

Tabela Síntese da avaliação da qualidade dos estudos

	Study Design	Design	Blinding	Representativeness (selection bias)	Representativeness (withdrawals/drop-outs)	Confounders	Data Collection	Data Analysis	Reporting	Overall rating
Fatt, Fardouly e Rapee (2019)	Estudo Observacional transversal	Moderado	Sem Rating	Fraco	Sem Rating	Fraco	Forte	Forte	Forte	Fraco
Griffiths e Stefanovski (2019)	Estudo Observacional transversal	Moderado	Sem Rating	Fraco	Sem Rating	Forte	Forte	Moderado	Forte	Moderado
Limniou, Mahoney e Knox (2021)	Estudo Observacional transversal	Moderado	Sem Rating	Fraco	Sem Rating	Moderado	Fraco	Forte	Forte	Fraco
Prichard, Kavanagh Mulgrew, Lim e Tiggemann (2020)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Moderado	Forte	Forte	Forte	Fraco
Robinson, Prichard, Nikolaidis, Drummon, Drummon e Tiggemann (2017)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Moderado	Moderado	Forte	Forte	Fraco
Rounds e Stutts (2020)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Forte	Forte	Forte	Fraco
Slater, Varsani e Diedrichs (2017)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Moderado	Forte	Forte	Forte	Fraco
Tiggemann e Zaccardo (2015)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Moderado	Forte	Forte	Forte	Fraco
Yee et al. (2020)	RCT	Forte	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Forte	Forte	Forte	Fraco

4.4. Principais Resultados

A fitspiration trouxe corpos abertamente ajustados (ou seja, corpos magros com muscularidade visível), vistas como saudáveis, porém estas imagens atléticas ideais são difíceis de alcançar pelos indivíduos (Boepple & Thompson, 2016; Ramme, Donovan, & Bell, 2016).

Os resultados demonstram que, na generalidade, a exposição a imagens de “fitspiration” levou a um aumento da insatisfação corporal (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Griffiths & Stefanovski, 2019; Prichard et al., 2020; Yee et al., 2020; Robinson et al., 2017; Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019; Rounds & Stutts, 2020; Slater, Varsani, & Diedrichs, 2017).

Apenas um dos estudos afirma que o conteúdo fitspiration parece não ser prejudicial à satisfação corporal dos indivíduos (Limniou, Mahoney, & Knox, 2021).

Tabela 4

Tabela Síntese de análise do impacto do conteúdo fitspiration na Satisfação Corporal

Estudos	Desenho do estudo	Impacto Positivo	Impacto Neutro	Impacto Negativo
Fatt, Fardouly e Rapee (2019)	Estudo Observacional Transversal			*
Griffiths e Stefanovski (2019)	Estudo Observacional Transversal			*
Limniou, Mahoney e Knox (2021)	Estudo Observacional Transversal	*		
Prichard et al. (2020)	RCT			*
Robinson et al. (2017)	RCT			*
Rounds e Stutts (2020)	RCT			*
Slater, Varsani e Diedrichs (2017)	RCT			*
Tiggemann e Zaccardo (2015)	RCT			*
Yee et al. (2020)	RCT			*

Quatro dos estudos incluídos demonstram o aumento na tendência de comparação de aparência entre indivíduos expostos ao conteúdo fitspiration. Este aumento na tendência de comparação entre o corpo do indivíduo e o idealizado nas imagens fitspiration, consequentemente resultou num aumento da insatisfação corporal do indivíduo (Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019; Robinson et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2015 & Yee et al., 2020). Apenas o estudo de Slater, Varsani e Diedrichs (2017) demonstra que a visualização de uma combinação de imagens de “fitspiration” e citações de auto-compaixão levou a resultados positivos na tendência de comparação de aparência em comparação com a visualização de imagens de “fitspiration”.

Tabela 5

Tabela Síntese de análise da exposição ao conteúdo fitspiration e a tendência de comparação de aparência dos indivíduos

Estudos	Desenho do estudo	Aumentou	Sem Alteração	Diminuiu
Fatt, Fardouly e Rapee (2019)	Estudo Observacional Transversal	*		
Robinson et al. (2017)	RCT	*		
Slater, Varsani e Diedrichs (2017)	RCT			*
Tiggemann e Zaccardo (2015)	RCT	*		
Yee et al. (2020)	RCT	*		

Os resultados no humor geral, transparecem que após uma exposição a imagens de fitspiration, aumenta o humor geral negativo dos indivíduos. Verificou-se na maioria dos estudos, onde existia humor geral negativo uma tendência de insatisfação corporal dos indivíduos. (Limniou, Mahoney, & Knox, 2021; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Prichard et al., 2020; Rounds & Stutts, 2020; Slater, Varsani, & Diedrichs, 2017; Yee et al., 2020). Porém, nem todos os estudos foram concordantes: o estudo de Limniou, Mahoney e Knox (2021), apesar de salientar o aumento do humor geral negativo dos indivíduos expostos ao fitspiration, relata que não acontece um aumento da insatisfação corporal.

Tabela 6

Tabela Síntese de análise do impacto do conteúdo fitspiration no Humor geral dos indivíduos

Estudos	Desenho do estudo	Impacto Positivo	Impacto Neutro	Impacto Negativo
Limniou, Mahoney e Knox (2021)	Estudo Observacional Transversal			*
Prichard et al. (2020)	RCT			*
Rounds e Stutts (2020)	RCT			*
Slater, Varsani e Diedrichs (2017)	RCT	*		
Tiggemann e Zaccardo (2015)	RCT			*
Yee et al. (2020)	RCT			*

Apenas foi encontrado um estudo que explora as ligações entre a frequência de visualização do conteúdo “fitspiration” com os objetivos e motivos para o exercício físico. Os resultados deste estudo descrevem que as relações da interiorização do ideal muscular, transmitidas pela fitspiration, conjuntamente com a tendência de comparação de aparência,

resulta em objetivos e motivos para o exercício físico alicerçados à aparência física, dando o indivíduo menos importância aos motivos relacionados com a saúde e bem-estar (Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019).

5. Discussão

O objetivo geral desta revisão foi analisar o impacto do conteúdo fitspiration na imagem corporal e variáveis associadas (e.g. humor geral e tendências de comparação de aparência). A fitspiration é, por definição, projetada para ser inspiradora e motivadora, mas no geral, os resultados sugerem que a tendência de inspiração pode ser de fraco valor para os indivíduos.

Esta revisão identificou que a exposição a imagens de fitspiration resulta numa maior insatisfação corporal, não sendo benigna para os indivíduos (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Prichard et al., 2020; Yee et al., 2020). Este achado pode ser explicado, pelo fato das imagens de fitspiration fazerem referência ou implicarem a necessidade de autocontrolo e causarem desconforto para os indivíduos alcançarem os seus objetivos corporais (Boepple & Thompson, 2016). A visualização de imagens fitspiration nos media associa-se a uma maior internalização do ideal muscular, que reflete uma maior tendência de comparação da aparência nos indivíduos, que resulta numa maior insatisfação corporal (Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019; Robinson et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Yee et al., 2020). No que concerne o humor geral dos indivíduos, quando expostos a imagens de fitspiration, percebe-se um humor geral negativo, após exposição a este conteúdo. Porém são necessários estudos mais específicos, que investiguem o humor relativo à imagem corporal dos indivíduos expostos à fitspiration.

Os resultados sumários indicam assim, que a fitspiration tem um efeito negativo sobre a imagem corporal dos indivíduos (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Griffiths & Stefanovski, 2019; Prichard et al., 2020; Yee et al., 2020; Robinson et al., 2017; Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019; Rounds & Stutts, 2020; Slater, Varsani, & Diedrichs, 2017).

Desta forma, percebe-se que os indivíduos que visualizam conteúdo fitspiration estão mais propícios a reportar uma imagem corporal negativa, e note-se que são as populações mais jovens (e.g. adolescentes e jovens adultos) que estão mais expostos ao conteúdo fitspiration, através dos novos media (e.g. redes sociais e websites). A promoção de mudanças na dieta ou exercícios, por indivíduos que partilham conteúdo fitspiration, podem ter consequências adversas, como o exercício excessivo e a alimentação desordenada, que são frequentemente estimulados por opções baseadas na aparência (Rounds & Stutts, 2020; Yee et al., 2020).

Esta revisão tem importantes implicações teóricas, pois contribui para o crescendo de literatura sobre os novos media e a imagem corporal. Em particular, destaca a inspiração física como uma nova e prolífica tendência a nível digital, que está associada a perturbações na imagem corporal. O que se torna claro, é que embora o conteúdo de *fitspiration* seja voltado para inspirar os indivíduos a atingirem boa forma e saúde, esta parece, na realidade, estar mais intimamente ligada a motivações e inspirações focadas apenas na aparência (Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Uma das formas de amenizar o efeito negativo do conteúdo *fitspiration*, parecem ser as citações de auto-compassão, que parecem servir como uma via para atenuar o impacto negativo da *fitspiration* e dos media sobre a satisfação corporal dos indivíduos (Slater, Varsani, & Diedrichs, 2017). Esta parece ser uma solução que merece mais investigação.

Sendo a primeira revisão rápida sistemática de literatura a analisar o impacto das imagens *fitspiration* na imagem corporal, fica clara a necessidade de novos estudos sobre o tema. A maior parte dos estudos incluídos possui amostras de idade jovem, o que limita a extrapolação das conclusões para as idades adultas e idosas. O facto de grande parte dos estudos serem efetuados em indivíduos do género feminino também é um fator limitador de análise. Existe uma necessidade de mais estudos que abordem ambos os géneros para analisar de forma mais conclusiva a diferença entre géneros. Dada a popularidade da *fitspiration* e a natureza difusa dos media, também é necessária pesquisa que analise aspetos específicos da inspiração física que podem levar a experiências positivas. Similarmente, seria importante realizarem-se estudos que procurem estudar os mecanismos de ação da *fitspiration* sobre a imagem corporal, como por exemplo o seu impacto sobre os objetivos e motivações para o exercício, para a gestão do peso, alimentação, entre outros. Serão necessários estudos de melhor qualidade para dar mais robustez aos achados.

6. Conclusões Finais

Os modelos socioculturais vigentes têm efeitos sobre a imagem corporal, que se estendem às novas tendências de exposição presentes nos novos media, como é o caso da *fitspiration*. O conteúdo *fitspiration*, contribui para o aumento da tendência de comparação de aparência entre os indivíduos e aumento do humor negativo dos indivíduos em relação aos seus corpos. Este conteúdo parece ser suficientemente persuasivo, para estimular mudanças nas perceções dos indivíduos em relação aos seus corpos, levando a uma insatisfação corporal generalizada dos indivíduos expostos.

Referências

- Bair, C., Kelly, N., Serdar, K., & Mazzeo, S. (2012). Does the internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviours*, 13, 398–401. <https://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2012.06.003>
- Boepple, L., & Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *The International journal of eating disorders*, 49(1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- Boepple, L., Ata, R. N., Rum, R., & Thompson, J. K. (2016). Strong is the new skinny: A content analysis of fitspiration websites. *Body Image*, 17, 132–135. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.001>
- Carrotte, R. E., Prichard, I., & Lim, C. M. S. (2017). Fitspiration on social media: A content analysis of gendered images. *Journal of Medical Internet Research*, 19, e95. <https://dx.doi.org/10.2196/jmir.6368>
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1, 1–5. [https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1)
- Cha, J. (2010). Factors affecting the frequency and amount of social networking site use: Motivations, perceptions, and privacy concerns. *First Monday*, 15(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v15i12.2889>
- Fardouly, J., & Vartanian L.R. (2016) Social media and body image concerns: current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9: 1–5.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2017). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, <https://dx.doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Fatt, S. J., Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). #malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New Media & Society*, 146144481882106. <https://doi.org/10.1177/1461444818821064>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140. <https://dx.doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Griffiths, S., & Stefanovski, A. (2019). Thinspiration and fitspiration in everyday life: An experience sampling study. *Body image*, 30, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.002>
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. *The International journal of eating disorders*, 31(1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>

- Grogan, S. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children (Third edition)*. London: Routledge.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. [10.1016/j.bodyim.2016.02.008](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008).
- Jong, S. T., & Drummond, M. J. N. (2016). Exploring online fitness culture and young females. *Leisure Studies*, 35, 758–770. <https://dx.doi.org/10.1080/02614367.2016.1182202>
- Keery, H., Berg, P., & Thompson, J. K. (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>
- Kelley, C. C., Neufeld, J. M., & Musher-Eizenman, D. R. (2010). Drive for thinness and drive for muscularity: opposite ends of the continuum or separate constructs?. *Body image*, 7(1), 74–77. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.09.008>
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2009). Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28, 9–42. <https://dx.doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>
- Limniou, M., Mahoney, C., & Knox, M. (2021). Is Fitspiration the Healthy Internet Trend It Claims to Be? A British Students' Case Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, 1837. [10.3390/ijerph18041837](https://doi.org/10.3390/ijerph18041837).
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic reviews*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363–377. <https://dx.doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Prichard, I., & Tiggemann, M. (2005). Self-objectification, body image and reasons for exercise. *Australian Journal of Psychology*, 57, 245-245.
- Prichard, I., & Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role of reasons for exercise. *Psychology of Sport and Exercise*, 9, 855–866. <https://dx.doi.org/10.1016/j.psychsport.2007.10.005>
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S. C., & Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body Image*, 33, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>
- Prichard, I., McLachlan, A. C., Lavis, T., & Tiggemann, M. (2017). The Impact of Different Forms of #fitspiration Imagery on Body Image, Mood, and Self-Objectification among Young Women. *Sex Roles*, 78(11-12), 789–798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>

- Raggatt, M., Wright, C. J. C., Carrotte, E., Jenkinson, R., Mulgrew, K., Prichard, I., . . . & Lim, M. S. C. (2018). "I aspire to look and feel healthy like the posts convey": Engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC Public Health*, 18, 1002. <https://dx.doi.org/10.1186/s12889-018-5930-7>
- Ramme, R. A., Donovan, C. L., & Bell, H. S. (2016). A test of athletic internalisation as a mediator in the relationship between sociocultural influences and body dissatisfaction in women. *Body Image*, 16, 126–132. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.01.002>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Rounds, E. G., & Stutts, L. A. (2020). The Impact of Fitspiration Content on Body Satisfaction and Negative Mood: An Experimental Study. *Psychology of Popular Media. Advance online publication*, <https://dx.doi.org/10.1037/ppm0000288>
- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3, 211–227. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.004>
- Talbot, D., Smith, E., Cass, J., & Griffiths, S. (2019). Development and validation of the New Somatomorphic Matrix–Male: A figural rating scale for measuring male actual–ideal body discrepancy. *Psychology of Men & Masculinities*, 20(3), 356–367. <https://doi.org/10.1037/men0000165>
- Teixeira, P. J., Carraca, E. V., Marques, M. M., Rutter, H., Oppert, J. M., De Bourdeaudhuij, I., Lakerveld, J., & Brug, J. (2015). Successful behavior change in obesity interventions in adults: a systematic review of self-regulation mediators. *BMC Med*, 13, 84. <https://doi.org/10.1186/s12916-015-0323-6>
- Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 1, 29–41. [https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00002-0](https://dx.doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00002-0)
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed, pp. 12–19). New York: Guilford.
- Tiggemann, M., & Rothblum, E. D. (1997). Gender differences in internal beliefs about weight and negative attitudes towards self and others. *Psychology of Women Quarterly*, 21(4), 581–593. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00132.x>

- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: The effect of Fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144515000893>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23, 1003–1011. <http://dx.doi.org/10.1177/1359105316639436>
- Tiggemann, M., Churches, O., Mitchell, L., & Brown, Z. (2018). Tweeting weight loss: A comparison of #thinspiration and #fitspiration communities on Twitter. *Body Image*, 25, 133–138. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.03.002>
- Thomas, B. H., Ciliska, D., Dobbins, M., & Micucci, S. (2004). A process for systematically reviewing the literature: providing the research evidence for public health nursing interventions. *Worldviews on evidence-based nursing*, 1(3), 176–184. <https://doi.org/10.1111/j.1524-475X.2004.04006.x>
- Want, S. C. (2009). Meta-analytic moderators of experimental exposure to media portrayals of women on female appearance satisfaction: Social comparison as automatic processes. *Body Image*, 6, 257–269. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.07.008>
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men’s body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107. <https://doi:10.1016/j.bodyim.2020.08.008>

Capítulo 2 - Os media e os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal

Resumo

Background: A pressão dos media, incute um ideal corporal atlético (corpo magro e tonificado) que pode influenciar os objetivos e motivações para uma prática de exercício físico focada na aparência corporal, bem como criar uma imagem corporal negativa. A literacia mediática, isto é, o pensamento crítico sobre os media mostra-se como uma abordagem promissora para a prevenção de uma imagem corporal negativa.

Objetivo: Analisar a associação da exposição, literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal.

Métodos: Estudo observacional transversal, integrado na fase piloto do projeto LUSÓFONAtiva, com 326 estudantes do Ensino Superior (55,8% mulheres; 43,3% homens; média de idades: $21,8 \pm 3,59$ Anos). A exposição, literacia e pressão dos media, os objetivos e motivações para o exercício, e a imagem corporal foram avaliadas através de um questionário online realizado em Qualtrics. Para testar as associações conduziram-se testes de correlação de Spearman.

Resultados: A literacia dos media associou-se a uma menor internalização do ideal de corpo atlético ($\rho = -,21$; $p < 0.01$). A pressão exercida pelos media associou-se positivamente aos objetivos extrínsecos para o exercício (orientados para a aparência corporal), a motivações controladas para o exercício e a uma maior internalização do ideal de corpo atlético.

Discussão: Uma maior literacia dos media mostra um impacto positivo na redução da internalização do ideal de corpo atlético, parecendo de alguma forma atenuar o efeito prejudicial, de pressão dos media, que mostrou estar positivamente relacionado com os objetivos extrínsecos (focados na aparência) e motivações controladas para o exercício e com a internalização do ideal de corpo atlético, contribuindo para uma imagem corporal negativa dos indivíduos. É necessária uma maior compreensão das relações entre estes construtos, bem como dos efeitos dos novos media, ainda mais disseminados.

Palavras-chave: Exercício Físico, Imagem corporal, Literacia aos Media, Motivação, Objetivos, Pressão dos Media, Teoria da Autodeterminação

1. Introdução

Nas sociedades ocidentais neste século XXI tem prosperado a magreza, geralmente associada à felicidade, sucesso, juventude e aceitabilidade social (McCreary & Sasse, 2000), sendo o excesso de peso visto como pouco atraente aos olhos da sociedade e frequentemente associado a características negativas como preguiça, desânimo e descontrolo psicológico (McCreary & Sasse, 2000). Contruíram-se assim, diversos ideais de corpo perfeito para cada género. Nas mulheres, o corpo ideal é o magro, nos homens, o ideal é de magro a moderado e com musculosidade (Grogan, 2016).

No final do século passado, o excesso de massa gorda nos homens e mulheres, passou a estar ligado a uma baixa moralidade, refletindo a inadequação pessoal. Este conceito tem continuado no século XXI, onde o exterior e a aparência do corpo é vista como um símbolo de ordem ou de desordem pessoal. O corpo musculado e tonificado tornou-se um símbolo de força de vontade, energia e controlo por parte do indivíduo, sendo visto como uma representação de sucesso. Porém, a maioria dos indivíduos não tem corpos magros e tonificados naturalmente, tendo de estar constantemente a recorrer a estratégias de exercício físico e dieta de modo a conformar-se aos ideais atuais (Bordo & Heywood, 2004). Não espanta, por isso, que os números relativos à prevalência de insatisfação corporal nas sociedades ocidentais sejam preocupantes. A insatisfação corporal é definida, como uma atitude negativa do indivíduo, em relação à própria aparência física resultante de uma discrepância percebida entre a imagem corporal real (e.g. perceções, pensamentos e sentimentos) em comparação ao ideal do corpo desejado (Cash, 1990).

No estudo de Fallon, Harris e Johnson (2014) realizado nos Estados Unidos que contou com 1 893 participantes, a prevalência de insatisfação corporal em mulheres situou-se entre 13,4 % e 31,8 %, enquanto nos homens variou entre 9,0 % e 28,4 %. Resultados semelhantes foram observados por Frederick, Peplau e Lever (2006) em 52 677 adultos com idades compreendidas entre os 18-65 anos, em que apenas 33 % das mulheres e 50 % dos homens estavam satisfeitos com o seu corpo. Já em Portugal, o estudo de Francisco, Narciso e Alarcão (2012), em 1 423 indivíduos (594 adolescentes e 829 Adultos), proveniente de diversas zonas geográficas, mostrou que apenas 29,0 % das jovens do sexo feminino e 38,7 % dos jovens do sexo masculino se encontravam satisfeitos com a sua imagem corporal; nos adultos apenas 15,6 % das mulheres e 20,9 % dos homens gostavam da sua imagem corporal. Na amostra total, apenas 26,5 % dos participantes estavam satisfeitos com a sua imagem corporal. As conclusões

deste estudo revelaram adolescentes mais satisfeitos que os adultos, e por sua vez, homens mais satisfeitos que mulheres.

A insatisfação corporal está associada a ações negativas para a saúde, tais como o recurso a estratégias radicais para atingir uma imagem corporal desejada, entre as quais exercício físico excessivo, restrições alimentares excessivas, desenvolvimento de desordens alimentares e adoção de hábitos tabágicos (Campbell & Hausenblas, 2009; Fletcher, 2009). Por outro lado, a satisfação corporal é benéfica para a saúde em vários aspetos, desde a aceitação pessoal, aceitação e admiração pelo próprio corpo, capacidade de manter o peso, aumento da confiança, melhoria da capacidade de relacionamento com os outros (e.g. amigos, familiares ou o conjugue) (Tylka & Wood-Barcalow, 2015). As pressões exercidas pelos media e pela sociedade em geral (e.g. família ou amigos) para apresentar determinada aparência física, estão associadas ao desenvolvimento de uma imagem corporal negativa (Braun, Park, & Gorin, 2016; Fletcher, 2009; Tylka & Homan, 2015).

1.1 Imagem Corporal

A imagem corporal é considerada como uma construção multidimensional que se refere à perceção subjetiva e experiências atitudinais do individuo sobre o próprio corpo, particularmente a aparência física (Cash, 1990; Cash & Pruzinsky, 2002).

Muita da investigação contemporânea sobre a imagem corporal deriva de uma perspetiva que conceptualiza a imagem corporal como um processo de aprendizagem social-cognitiva, incluindo assim a mediação cognitiva de emoções e comportamentos. O modelo cognitivo-comportamental de Cash defende que tanto os eventos históricos como os de proximidade moldam e sustentam as atitudes e experiências corporais dos indivíduos (Cash & Pruzinsky, 2002). As influências históricas incluem uma socialização cultural relativa aos valores e padrões de aparência física, experiências em interações e comunicação com outros, características físicas reais e dimensões de personalidade. Estas influências condicionam o desenvolvimento da imagem corporal dos indivíduos. Tais fatores de desenvolvimento moldam as atitudes relativas à imagem corporal, que segundo Cash, Melnyk e Hrabosky (2004), dividem-se em duas dimensões (avaliativa e investimento).

A dimensão avaliativa diz respeito a avaliações cognitivas e emoções associadas sobre a aparência, incluindo discrepâncias auto ideais e avaliações de satisfação/insatisfação corporal. Esta dimensão refere-se assim às discrepâncias entre a imagem corporal real e ideal (Cash, Melnyk, & Hrabosky, 2004).

A dimensão de investimento refere-se ao grau de importância cognitiva-comportamental que os indivíduos atribuem ao seu corpo e à medida em que a aparência do corpo define o seu sentido sobre si próprio. Reflete um investimento disfuncional na aparência a fim de regular avaliações e emoções da imagem corporal, em oposição a uma valorização e gestão mais adaptativa da própria aparência (Cash, Melnyk, & Hrabosky, 2004).

A dimensão de investimento, foca-se sobretudo na aparência, englobando várias facetas, que incluem uma preocupação excessiva com a imagem e aparência do corpo e pensamentos distorcidos sobre a importância da aparência (Cash & Pruzinsky, 2002).

A imagem corporal define-se assim, como uma construção multifacetada; no entanto, o conceito de imagem corporal é simplificado muitas das vezes pela cultura popular e pelos profissionais de saúde (Cash, 2012). Numa análise mais aprofundada, a literatura relativa à imagem corporal foi dominada por um foco na imagem corporal negativa, desconsiderando-se a existência de uma possível imagem corporal positiva.

Os aspetos positivos da imagem corporal, denominados como imagem corporal positiva, definem-se pelo respeito e volúpia do indivíduo pelo próprio corpo, que permite apreciar a beleza e funcionalidade do mesmo, aceitar e/ou admirá-lo, sentindo-se confortável, confiante e satisfeito com o seu corpo. Assim a imagem corporal positiva visa a ênfase mais nas qualidades do que nos defeitos, de forma a internalizar a informação positiva e rejeitar a negativa, promovendo-se assim a saúde e o bem-estar do indivíduo (Wood-Barcalow, Tylka, & Augustus-Horvath, 2010). Já a imagem corporal negativa, é um constructo definido como um reportar persistente de insatisfação, preocupação e angústia relacionado com a aparência física do indivíduo (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999; Cash & Pruzinsky, 2002). Trata-se de um constructo baseado na aparência, na medida em que é identificado como um fator de risco para algumas condições clínicas (e.g. depressão, ansiedade, distúrbios alimentares e tendências obsessivo-compulsivas) (Stice, Marti, & Durant, 2011; Cash & Pruzinsky, 2002). Muitos investigadores definem a imagem corporal usando uma medida singular (e.g. insatisfação corporal), facto que é parcialmente um produto de conceptualização limitada da imagem corporal de forma unidimensional, o que, por sua vez, limita a medição da mesma. Resultados de medição limitados, na melhor das hipóteses, fornece uma compreensão incompleta da imagem corporal e das suas implicações; na pior das hipóteses, distorce a nossa compreensão do funcionamento da imagem corporal (Cash & Pruzinsky, 2002).

A pesquisa tem-se centrado, no alívio dos sintomas da imagem corporal negativa, esquecendo-se de considerar como promover uma imagem positiva, o que limita o campo de

atuação, dificultando a compreensão da imagem corporal no seu todo (Smolak & Cash, 2011). A construção da imagem corporal depende de vários fatores, tais como da cultura, pressões sociais, experiências interpessoais e personalidade (Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

1.2. Os Media e a Imagem Corporal

Um dos elementos que mais influência tem sobre a imagem corporal dos indivíduos são os media. As diversas indústrias (e.g. alimentar, dietética e de fitness) ajudadas pelos media, abraçam mensagens de independência, onde a perfeição e autocontrolo, é imposto ao indivíduo para alcançar um corpo esbelto. O inverso, destes ideais estão ligados à preguiça, indignidade, falta de controlo, e falha moral do indivíduo (Wolf, 1992). Para os indivíduos mais vulneráveis, a internalização do ideal de beleza leva os indivíduos a estimar a diferença entre o seu próprio corpo e o ideal de corpo perfeito transmitido através dos media, desencadeando insatisfação corporal, quando este ideal não pode ser alcançado (Lawler & Nixon, 2011). Os familiares e amigos espelham frequentemente e amplificam estas mensagens de exposição aos media, que frequentemente assumem a forma de recompensas e punições que incitam ao corpo ideal (Wolf, 1992).

As mensagens dos media são fortes transmissores das pressões relativas à imagem corporal, e são disseminadas pelos diversos media (e.g. filmes, revistas, e televisão popular) (Stice & Shaw, 1994). Os estudos que analisaram a pressão e o impacto dos media na imagem corporal, indicaram que o aumento da exposição à aparência idealizada pelos media, resultou numa maior insatisfação corporal dos indivíduos, tanto no género feminino como masculino (Slevec & Tiggemann, 2011; Blond, 2008; Knauss, Paxton, & Alsaker, 2007). As imagens e mensagens apresentadas pelos media, exercem assim, um papel de pressão na sociedade sobre a aparência física ideal para os indivíduos (e.g. mulheres e homens), sendo um fator de risco para a imagem corporal negativa, distúrbios alimentares e problemas de saúde mental (Benowitz-Fredericks, Garcia, Massey, Vasagar, & Borzekowski, 2012).

No entanto, a media não é a única responsável pela manifestação de problemas alimentares, imagem corporal negativa e baixa autoestima dos indivíduos. As indústrias financiam o retrato de imagens nos meios de comunicação, especialmente em termos de peso e obsessão corporal. Estas entidades em conjunto com famílias, amigos e escolas, formam uma "rede sociocultural" que pode criar e promover a obsessão pelo corpo perfeito (Levine & Smolak, 1996). É apresentado ao consumidor imagens que contêm instruções sobre o estilo de vida e identidade que transmitem ideologias de mercado (e.g. “parecer isto”, “agir desta forma”,

“querer estas coisas”, “aspirar a este tipo de coisas no estilo de vida”) (Arnould & Thompson, 2005). Embora haja diversas nuances nas imagens idealizadas, variam em torno de temas proeminentes, como "boa vida" e "corpo perfeito". O consumo em massa por uma obsessão com "ter e ser", virou um culto, onde a beleza é o mais importante (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999; Pope, Phillips, & Olivardia, 2000).

A preocupação com o corpo perfeito é comum a ambos os géneros, sendo que nos homens o corpo bem tonificado, com uma parte superior em forma de “*V-shaped*”, tornou-se tão musculoso que é inatingível para a maioria dos homens. Já o ideal de magreza tornou-se o objetivo de corpo a atingir pelas mulheres (Pope et al., 2000; Rohlinger, 2002). O processo através do qual a publicidade influencia o indivíduo é subtil, ninguém acredita que os anúncios são reais num sentido literal, e que farão alguém transformar-se num supermodelo ou celebridade. Além disso, as respostas à publicidade nem sempre são deliberadas, mas pode ser automático. Por exemplo, a exposição a anúncios com modelos femininas magras faz com que certos grupos de mulheres se sintam mais ansiosas sobre os seus próprios corpos, mesmo quando vêm estas imagens apenas de forma rápida e não prestam muita atenção (Brown & Dittmar, 2005).

No passado esta influência e pressão sobre a imagem corporal ocorria nos media mais tradicionais (e.g. televisão, revistas e filmes). No entanto, na nova era digital, em que os media mudaram drasticamente para computadores e dispositivos digitais as tendências de moda, dieta e exercício físico estão em constante atualização, tendo aumentado a dependência de atividades mediadas pela Internet. As formas de comunicação eletrónica, tais como aplicações e websites (e.g. Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, Twitter), utilizadas para criar comunidades online para partilhar conteúdos como informação, mensagens pessoais, fotografias, artigos e vídeos estão cada vez mais presentes (Derenne & Beresin, 2018).

A educação para a literacia mediática, isto é, para o pensamento crítico sobre mensagens citadas nos media mostra-se como uma abordagem promissora para a prevenção da imagem corporal negativa e dos fatores de risco associados a hábitos de exercício desordenados e a desordens alimentares. A literacia dos media tem o potencial de reduzir a credibilidade e influência persuasiva destas mensagens nos indivíduos (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999). Em consonância com as teorias socioculturais sobre o desenvolvimento da insatisfação corporal, a exposição aos meios de comunicação exerce pressões para o individuo atingir uma determinada aparência ideal. (Thompson et al., 1999). No entanto, as capacidades para resistir à influência persuasiva dos meios de comunicação e à pressão,

impedem a internalização do ideal de magreza e comparação da aparência, evitando-se a imagem corporal negativa e hábitos desordenados em relação à aparência (McLean, Paxton, & Wertheim, 2013). Neste sentido, o pensamento crítico acerca das mensagens dos media reflete uma compreensão da finalidade dos meios de comunicação social, incluindo que valores e pontos de vista são retratados em mensagens, que podem ter impacto nas atitudes e comportamentos dos indivíduos (Primack et al., 2006).

No entanto os media não possuem apenas aspetos negativos, a investigação tem demonstrado que os media são úteis, caso se centrem na construção de comunidades e promovam as interações sociais de apoio (Walker, et al., 2015). No entanto, também é descrito, quando usadas para comparação entre indivíduos, a frequência da utilização dos media tem sido ligada ao aumento das taxas de depressão, ansiedade, imagem corporal negativa e comportamentos de desordem alimentar (Smith, Hames, & Joiner, 2013).

1.3. Exercício e Imagem Corporal

O exercício físico praticado com regularidade está intimamente relacionado à obtenção ou à manutenção de um estado harmónico do sistema físico e psicológico do ser humano, tornando-se um instrumento fundamental nos programas voltados à promoção da saúde, proporcionando inúmeros benefícios, tanto físicos como psicológicos (Pate et al., 1995). A natureza das associações observadas na literatura entre o exercício e a imagem corporal ainda não é clara, mostrando resultados contraditórios. Existem estudos que sugerem que os indivíduos que praticam exercício apresentam uma imagem corporal positiva após a sua prática, em comparação com indivíduos sedentários, provavelmente resultado das melhorias na forma corporal. Este efeito benéfico é reconhecido em ambos os géneros, principalmente nas mulheres, uma vez que apresentam mais frequentemente perturbações da imagem corporal (Campbell & Hausenblas, 2009; Hausenblas & Fallon, 2006).

Porém nem todas as associações entre o exercício físico e a imagem corporal se mostram positivas. Um estudo que examinou uma população geral de praticantes de exercício físico, constatou que entre jovens mulheres, a frequência de exercício foi positivamente associada com uma imagem corporal negativa (Tiggemann & Williamson, 2000). Dois outros estudos também identificaram que o exercício, pode estar associado ao aumento da insatisfação corporal e a uma imagem corporal negativa (Martin Ginis, Jung, & Gauvin, 2003; Martin Ginis, Prapavessis, & Haase, 2008). Especificamente, de acordo com o estudo de Martin Ginis, Prapavessis e Haase (2008), em que se analisou o impacto da observação de vídeos de exercício

sobre a imagem corporal das mulheres, constatou-se que quanto maior for a discrepância percebida entre o indivíduo participante no exercício e o vídeo do instrutor, maior a insatisfação corporal relatada e a imagem corporal negativa percebida, após o exercício. Já o estudo realizado por Martin Ginis, Jung e Gauvin (2003), identificou que as mulheres com maior preocupação com a imagem corporal, tiveram um aumento da ansiedade do pré-exercício ao pós-exercício, sugerindo a importância de examinar a perturbação da imagem corporal como um potencial moderador do impacto do exercício na imagem corporal negativa e na insatisfação corporal.

A explicação para estes efeitos negativos não é clara, mas é possível que uma imagem corporal negativa possa funcionar como uma barreira à participação no exercício físico, podendo estar associada a uma ansiedade fisiológica social e à avaliação física negativa feita pelo indivíduo (Schuler et al., 2004; Focht & Hausenblas, 2004). Outra explicação possível para os efeitos inconsistentes do exercício na imagem corporal, relaciona-se com os objetivos e motivações que os indivíduos têm para realizar o exercício (Markland & Ingledew, 2007).

1.3.1 Objetivos para o exercício

A teoria da autodeterminação (TAD), centra-se nos objetivos gerais da vida pessoal dos indivíduos, usando uma dicotomia intrínseca *versus* extrínseca para diferenciar conteúdos aspiracionais e objetivos. Estes objetivos relacionam-se com a componente cognitiva, afetiva e comportamental, devido à interação entre a satisfação e a frustração de três necessidades psicológicas básicas inatas: a autonomia, competência e relacionamento positivo (Kasser & Ryan, 1996; Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017). A autonomia diz respeito a sentimentos de volição ou autodeterminação para uma atividade. A competência refere-se ao sentimento de eficácia dentro do próprio ambiente, reforçado pelo domínio de resultados valorizados. Finalmente, o relacionamento positivo reflete sentimentos de filiação ou ligação com outros dentro de um determinado contexto social (Baumeister & Leary, 1995; Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017). Objetivos de autoaceitação, afiliação, contribuição comunitária e saúde/aptidão física existem em concordância com as tendências de crescimento inatas humanas propostas dentro da TAD. Define-se assim os objetivos como as metas que o indivíduo pretende alcançar (Sebire, Standage, & Vansteenkiste, 2009). Os Objetivos podem ser intrínsecos ou extrínsecos. Os objetivos intrínsecos revelam, de acordo com Deci e Ryan (2000) os melhores resultados na obtenção e manutenção do bem-estar e do desempenho, por satisfazerem as necessidades psicológicas básicas (autonomia, competência e relacionamento).

O mesmo é constatado por Sebire, Standage e Vansteenkiste (2009), controlando sujeitos orientados para objetivos intrínsecos, alcançando melhores níveis de performance bem como de filiação à tarefa. Os efeitos positivos dos objetivos intrínsecos para o exercício, centram-se no aumento da autoestima física, diminuição da ansiedade e bem-estar psicológico, mediados pela satisfação das necessidades psicológicas básicas dos praticantes (Sebire, Standage & Vansteenkiste, 2009). Em contraste, os objetivos extrínsecos refletem-se na procura de fama, de uma aparência atraente, e no sucesso financeiro. Estes objetivos referenciados externamente são dependentes da aprovação ou análise de outros. Como tal, pressupõe-se que levem à insatisfação das necessidades psicológicas básicas sendo, consequentemente, considerados como um obstáculo ao desenvolvimento humano (Williams, Cox, Hedberg, & Deci, 2000; Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017). Os objetivos extrínsecos apresentam consequências na autovalorização, onde os indivíduos ficam mais preocupados em fazer mais progressos em direção a este tipo de objetivos, envolvendo-se num processo de comparações sociais, que podem trazer frustração (Vansteenkiste, Matos, Lens, & Soenens, 2007). Este tipo de objetivo associa-se ainda a uma baixa satisfação de vida, autoestima e mais propensão para a depressão e ansiedade, pior qualidade das relações e comportamento menos cooperativo (McHoskey, 1999; Vansteenkiste, Duriez, Simons, & Soenens, 2006).

Os benefícios físicos e psicológicos do exercício estão bem estabelecidos, porém as descobertas indicam que estes benefícios na imagem corporal podem ser limitados, em indivíduos que praticam exercício por razões relacionadas com a aparência ou outros objetivos extrínsecos. Os motivos de prática de exercício físico com foco na aparência estão associados a menores ganhos de satisfação corporal após o exercício (Fuller-Tyszkiewicz, Dias, Krug, Richardson, & Fassnacht, 2018).

Em 1992, foi estudada a relação entre os vários motivos para o exercício e perturbações alimentares, imagem corporal negativa e autoestima. Constatou-se que a realização de exercício com objetivo de aparência e tonificação muscular, foi associada ao desejo de magreza e a uma imagem corporal negativa. Os objetivos relacionados com a aparência foram positivamente associados a uma imagem corporal negativa (McDonald e Thompson, 1992). O estudo de Tiggemann e Williamson (2000), que examinou a relação entre a frequência de prática e motivos para o exercício com o bem-estar psicológico, constatou que a realização de exercício com os motivos de controlo do peso e tonificação muscular encontrou-se associada a uma imagem corporal negativa.

Outro estudo de Tiggemann e Williamson (2000), que avaliou 252 Indivíduos (143 Mulheres e 109 Homens), com o objetivo de analisar a relação entre a frequência e objetivos para o exercício com o bem-estar psicológico dos indivíduos. As conclusões deste estudo demonstraram que a realização de exercício para controlo do peso e tonificação muscular encontra-se associada a uma imagem corporal negativa.

Um estudo mais recente de De Bruin, Woertman, Bakker e Oudejans (2009), que contou com 140 mulheres, e analisou a relação entre os motivos para a prática de exercício físico e perturbações alimentares e imagem corporal, mostrou que o peso corporal como motivo para a realização do exercício está relacionado com uma imagem corporal negativa, controlo de peso excessivo e dieta restritivas. Já o estudo de Homan e Tylka (2014), que analisou a relação entre a frequência do exercício e a imagem corporal, constatou que indivíduos cujo a aparência era o motivo para a prática de exercício, reportaram uma maior insatisfação com o seu corpo.

1.3.2. Motivações para o exercício

A motivação é o fator que precede e acompanha a mudança comportamental. Dosil, define a motivação como uma variável psicológica que move o indivíduo face à realização, orientação, manutenção ou abandono de um comportamento (e.g. atividade física, exercício físico ou desporto) (Dosil, 2008). Entende-se assim a motivação como uma associação cognitiva que o sujeito faz das diferentes situações com que se depara e que tem em conta, todos os fatores que cada uma dessas situações acarreta, sejam estes fatores individuais, coletivos ou ambientais (Duda & Balaguer, 2007; Guillet, Sarrazin, Fontayne, & Brustad, 2006).

A TAD tem vindo a responder às questões relacionadas com as motivações. Esta teoria explica que os comportamentos podem ser extrinsecamente motivados ou intrinsecamente motivados, dependendo da extensão com que estão autodeterminados (Deci & Ryan, 2002). Quando um comportamento é realizado com o objetivo de receber recompensas ou por pressões de outros ou do próprio, a motivação é extrínseca e controlada. Pelo contrário quando o comportamento é realizado pelos benefícios que produz ou por ser coerente com os valores do indivíduo, a motivação é autónoma (Deci & Ryan, 2002).

Neste contexto a TAD está organizada num *continuum*, onde a *amotivação*, reflete um estado em que o individuo não tem ainda a intenção de realizar o comportamento, não havendo nenhum tipo de regulação, seja externa ou interna. Nesse caso, o indivíduo não entende motivos para adesão ou continuação numa prática de exercício físico. De seguida, surgem as motivações

extrínsecas, começando pela regulação externa. Nesta, o comportamento é motivado em função de alguma demanda externa, como por exemplo, castigos ou recompensas. Na sequência, está a *regulação introjetada*, que se diferencia da regulação externa, por se tratar de recompensas e punições internas, autoimpostas, havendo sentimento de obrigação, ansiedade e orgulho. Estes dois tipos de motivações extrínsecas consideram-se controladas. Uma forma mais autónoma de motivação, é a *regulação identificada*, onde o comportamento é regulado mais internamente, pois o indivíduo considera-o importante e aprecia os resultados e benefícios da participação da atividade. Percebemos esta situação quando um indivíduo que pratica exercício por saber dos benefícios para a sua saúde, ainda que o comportamento em si não seja de todo do seu agrado. Na regulação integrada, há coerência entre o comportamento, os objetivos e valores pessoais. É a forma de motivação extrínseca mais autónoma, embora o foco ainda esteja “nos benefícios pessoais advindos da realização da atividade”. Por fim, a *motivação intrínseca*, é um processo caracterizado pela escolha pessoal, satisfação e prazer do indivíduo. Assim, as regulações para esse tipo de tarefa são totalmente internas, não havendo um fim além da própria prática (Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017).

A TAD introduz o conceito de necessidades psicológicas básicas, como foco central para a compreensão dos tipos/qualidades de motivação do indivíduo que se desenvolvem. As formas mais autodeterminadas (e.g. autónomas) de regulação comportamental estão diretamente relacionadas com a satisfação das necessidades psicológicas básicas de autonomia, competência e relacionamento positivo (Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017). A satisfação das necessidades psicológicas básicas resulta em sentimentos aumentados de vitalidade, bem-estar e saúde psicológica, bem como no desenvolvimento de motivações mais autónomas (Ryan & Deci, 2002).

Figura 3

Continuum da teoria da autodeterminação (Adaptado de Ryan e Deci, 2000)

Comportamento	← Não Autodeterminado → Autodeterminado →					
Tipo de Motivação	Amotivação	Motivação Extrínseca				Motivação Intrínseca
Tipo de Regulação	Ausência de Regulação	Externa	Introjetada	Identificada	Integrada	Intrínseca
Processos Associados	Ausência de: Competência, Contingência, Intenção	Obrigação externa. Presença de: Recompensas externas e/ou Punições	Pressão interna. Aprovação social. Envolvimento para o ego	Valorização consciente. Importância pessoal	Síntese de regulações identificadas/conscientes	Interesse, Divertimento, Prazer, Satisfação
Locus de Causalidade	Impessoal	Externo	Relativamente externo	Relativamente interno	Interno	Interno

A qualidade da motivação assume um papel central na adoção e manutenção do comportamento de atividade física e exercício físico (Teixeira et al., 2012), sendo que os profissionais podem criar ambientes favoráveis ao desenvolvimento de uma motivação mais autónoma. A qualidade da motivação constitui um melhor preditor dos resultados comportamentais, do que a quantidade da motivação. Pelo contrário, se os contextos dificultam a satisfação das necessidades psicológicas básicas, a qualidade da motivação piora, o que se traduz em resultados negativos (Deci & Ryan, 2008; Vansteenkiste et al., 2009).

O estudo levado a cabo por Markland e Ingledew (2007), analisou a motivação para o exercício e a relação entre a imagem corporal e a participação no exercício físico. Previa-se assim que discrepâncias entre a massa corporal e o tamanho corporal estariam relacionadas com a autonomia, dadas as pressões para corresponder aos padrões culturalmente transmitidos de um físico ideal. Concluiu-se neste estudo, que uma motivação não autónoma para o exercício físico mostrou uma relação com a imagem corporal negativa. Já o estudo de Thøgersen-Ntoumani e Ntoumanis (2006), analisou a relação entre as motivações para comportamentos relacionados com o exercício físico, cognições e autoavaliações físicas. Os resultados do estudo demonstraram que a motivação intrínseca foi associada a menor ansiedade com a aparência, melhor autoestima física e maior probabilidade de manter exercício. Posteriormente Thøgersen-Ntoumani e Ntoumanis (2007), realizaram outro estudo em que analisaram a relação entre a motivação para o exercício e a ansiedade física social, desejo de magreza e insatisfação corporal, de acordo com a idade e IMC. Foi identificada uma motivação mais controlada, positivamente associada a uma ansiedade física social, desejo de magreza e insatisfação corporal. Uma motivação mais intrínseca foi positivamente associada a melhorias da imagem corporal.

Castonguay, Pila, Wrosch e Sabiston (2015) analisaram associações entre as emoções de vergonha, culpa, orgulho, motivação e comportamento auto consciente do corpo entre os adultos. As regulações da motivação (externa, introjetada, identificada, intrínseca) foram examinadas como possíveis mediadores entre cada uma das emoções auto conscientes relacionadas com o corpo e o comportamento relativo ao exercício. O estudo mostrou que a motivação menos autodeterminada relacionou-se com imagem corporal negativa.

Desta forma a qualidade das motivações para o exercício, pode influenciar a imagem corporal, sendo que as motivações de melhor qualidade (ou seja, autónomas) parecem resultar numa imagem corporal mais saudável (Markland & Ingledew, 2007; Panão & Carraça, 2020).

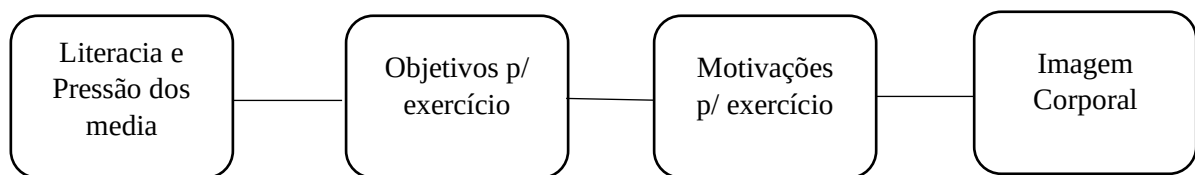
1.4. Presente Estudo

Assim, a literatura anterior forneceu evidência teórica justificativa para alguns dos caminhos descritos na Figura 4.

A media tem vindo a ser usada como uma intervenção para afetar uma variedade de resultados relacionados com o exercício (Williams, Hamm, Shulhan, Vandermeer, & Hartling, 2014). O presente estudo pretende assim averiguar a influência dos media nos objetivos e motivações que o indivíduo tem para a realização de exercício, e consequentemente na imagem corporal.

Figura 4

Modelo Lógico Geral



2. Objetivo

Analisar a associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal. Pretende-se ainda relacionar os objetivos e motivações para o exercício com a imagem corporal.

De acordo com o objetivo, foram formuladas as seguintes hipóteses:

H1: Maior literacia em relação aos media estará associada a objetivos para o exercício intrínsecos;

H2: Maior literacia em relação aos media estará associada a motivações mais autónomas para a prática de exercício físico;

H3: Maior literacia em relação aos media estará associada a uma imagem corporal mais positiva e a menor internalização de ideais corporais;

H4: Maior literacia em relação aos media estará associada a mais tempo nas redes sociais;

H5: Maior literacia em relação aos media estará associada a mais tempo de exposição aos ecrãs;

H6: Maior pressão dos media estará associada a objetivos para o exercício extrínsecos;

H7: Maior pressão dos media estará associada a motivações controladas e amotivação para a prática de exercício físico;

H8: Maior pressão dos media estará associada a uma imagem corporal mais negativa e a maior internalização de ideais corporais;

H9: Maior pressão dos media estará associada a mais tempo nas redes sociais;

H10: Maior pressão dos media estará associada a mais tempo de exposição aos ecrãs.

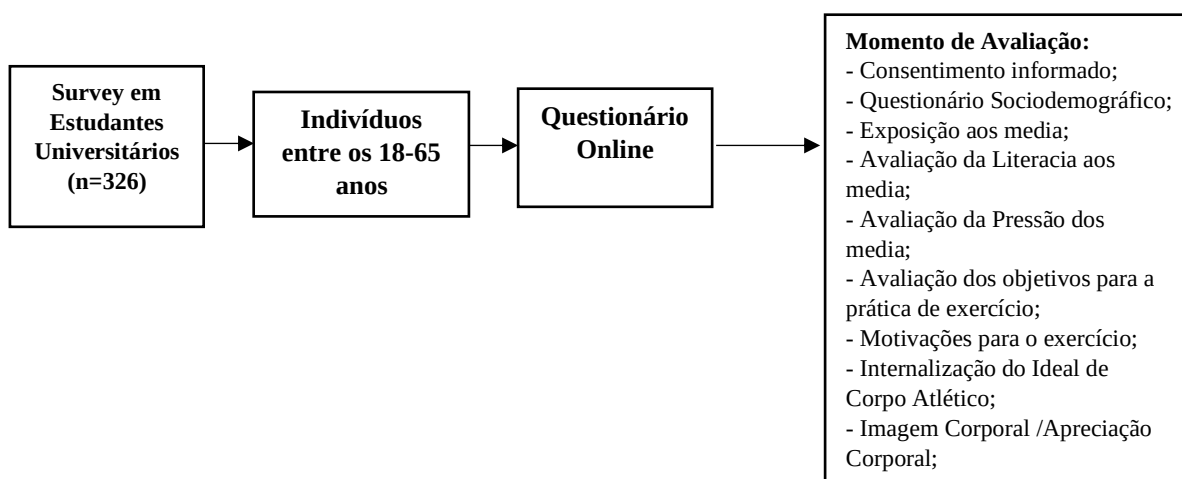
3. Método

3.1. Desenho do estudo

Realizou-se um estudo observacional transversal, composto por uma amostra de estudantes do ensino superior. Este estudo integra a etapa piloto do projeto LUSÓFONAtiva realizada em estudantes do ensino superior, que tem como objetivo a criação de um sistema de vigilância epidemiológica dos comportamentos ligados ao movimento, à alimentação e a intervenção na promoção de estilos de vida mais ativos e saudáveis através da conceção e implementação de uma campanha para a comunidade académica da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, em Lisboa. O projeto investigará os padrões relacionados com o exercício físico, alimentação, literacia física e bem-estar, bem como outros fatores determinantes da saúde, na população mencionada. Neste survey, os participantes serão recrutados online, via amostra de conveniência (com convites com link para o questionário), de acordo com os procedimentos previstos no projeto LUSÓFONAtiva, através da técnica bola de neve (cada participante é convidado a disseminar o link).

Figura 5

Desenho do estudo



3.2. Amostra/Participantes

A amostra foi constituída por um total de 326 participantes, estudantes do Ensino Superior. As idades foram compreendidas entre 18 e 65 anos. Os participantes foram recrutados obedecendo aos seguintes critérios de inclusão: participação voluntária, serem estudantes do ensino superior. Já os critérios de exclusão incluíram idade inferior a 18 anos, idade superior a 65 anos, e a recusa de participação no estudo. Todos os participantes leram e assinaram um consentimento informado sobre o estudo.

3.3. Medidas

3.3.1. Sociodemográficas

Foi aplicado um questionário sociodemográfico com questões pessoais do participante (Idade, sexo, escolaridade, estatura, peso).

3.3.2. Exposição aos media

Utilizou-se indicadores do Questionário de Exposição aos Media (QEM) para avaliar o número médio de horas por dia de exposição aos media em atividades não escolares ou relacionadas com o trabalho. Os indicadores aplicados, foram: “Tempo gasto sentado a ver televisão/computador/tablet, por lazer?”, “Tempo gasto sentado a navegar ou partilhar posts nas redes sociais?” (Utter, Neumark-Sztainer, Jeffery, & Story, 2003; Schmitz et al., 2004; McLean, Paxton, & Wertheim, 2016).

3.3.3. Avaliação da Literacia dos media

Foram usados indicadores do Media Attitudes Questionnaire (MAQ) para avaliar a literacia dos indivíduos em relação às imagens dos media, ou seja, se as imagens dos media são vistas pelo individuo como retratos realistas da realidade social (Irving, DuPen, & Berel, 1998; Irving & Berel, 2001). Este instrumento possui 3 escalas: Realismo, Similaridade e Desejabilidade. Neste estudo utilizou-se 1 indicador da subescala de Realismo (“Habitualmente, as pessoas (na vida real) são tão magras ou musculadas como os modelos que aparecem nos anúncios/média?”). O indicador foi avaliado de acordo com uma escala tipo Likert de 5 pontos (variando entre: 1 - “discordo totalmente” e 5 - “concordo totalmente”). Pontuações mais elevadas refletem uma maior literacia em relação aos media (Irving, DuPen, & Berel, 1998; Irving & Berel, 2001; McLean, Paxton, & Wertheim, 2016).

3.3.4. Avaliação da Pressão dos media

A pressão dos media foi avaliada através da subescala de pressão dos media do Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4) (Schaefer, et al., 2015). O indicador utilizado desta subescala no presente estudo foi “Sinto pressão dos média para melhorar minha aparência”, onde valores mais elevados indicam maior pressão dos media. As respostas são dadas numa escala de Likert de 5 pontos (variando entre: 1 - “Discordo totalmente” e “5 - Concordo Totalmente”).

3.3.5. Avaliação dos objetivos para a prática de exercício

O Goal Content for Exercise Questionnaire (GCEQ) avalia os motivos para a prática de exercício. O questionário avalia 5 tipos de objetivos, 3 intrínsecos (Dimensões: Manutenção da Saúde; Desenvolvimento de Competências; Afiliação Social) e 2 extrínsecos (Dimensões: Imagem e Reconhecimento Social) com um total de 20 indicadores (Sebire, Standage, & Vansteenkiste, 2008). Neste estudo utilizaram-se 5 indicadores (“1 - Para me relacionar com os outros; 2 - Para melhorar a aparência geral do meu corpo; 3 - Para aumentar a minha resistência às doenças; 4 - Para que os outros tenham uma boa impressão de mim; 5 - Para adquirir novas competências ao nível da prática de exercício físico;”). Os indicadores são avaliados de acordo com uma escala tipo Likert 5 pontos (variando entre: 1 - “Nada Importante” e 5 - “Extremamente Importante”). A pontuação foi obtida pelo somatório da cotação dos indicadores de cada dimensão de objetivos (intrínsecos; extrínsecos). Os valores mais altos indicam maior orientação para determinados objetivos.

3.3.6. Motivações para o Exercício

O Behavioral Regulation In Exercise Questionnaire-3 (BREQ-3) baseia-se na TAD e tem o objetivo avaliar as diferentes regulações motivacionais, para a prática de exercícios físicos. O BREQ-3 versão portuguesa é constituído por 6 subescalas (amotivação, regulação externa, regulação introjetada, regulação identificada, regulação integrada e motivação intrínseca) e um total de 18 itens (Cid et al., 2018). No presente estudo foram utilizados 6 indicadores, um representativo de cada tipo de motivação. Os indicadores utilizados foram: “1 - Sinto-me culpado(a) quando não faço exercício”; “2 - Dou valor aos benefícios/vantagens do exercício”; “3 - Penso que fazer exercício é uma perda de tempo”; “4 - Faço exercício porque outras pessoas me dizem para o fazer”; “5 - Considero que fazer exercício é uma parte fundamental daquilo que eu sou”; “6 - Gosto das minhas sessões de exercício”. Os indicadores

foram avaliados de acordo com uma escala tipo Likert 5 pontos (variando entre: 1 - “Discordo totalmente” e 5 – “Concordo totalmente”). A pontuação foi obtida pelo somatório da cotação dos indicadores de cada dimensão de motivações (autónomas; controladas; amotivação).

3.3.7. Internalização do Ideal de Corpo Atlético

O Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4) avalia as atitudes socioculturais em relação à aparência (Schaefer, et al., 2015). O instrumento apresenta 22 itens. Os indicadores utilizados desta escala, foram de 1 Factor (“Internalização – Muscular/Atlético” – indicadores: 6 - Eu passo muito tempo a fazer coisas para ter uma aparência mais atlética; 7 - Eu penso muito em ter uma aparência atlética.”). Os indicadores são avaliados de acordo com uma escala tipo Likert 5 pontos (variando entre: 1 - “Discordo Totalmente” e 5 – “Concordo Totalmente”). Para calcular o score de internalização fez-se o somatório das respostas aos 2 indicadores, sendo que valores mais elevados indicam maior internalização do ideal de corpo atlético.

3.3.8. Imagem Corporal /Apreciação Corporal

O Questionário Body Appreciation Scale-2 avalia os aspetos positivos da imagem corporal (Tylka & Wood-Barcalow, 2015). O questionário é composto por 10 itens. Foram utilizados 3 indicadores deste questionário (“1 - Tenho uma atitude positiva em relação ao meu corpo”; “2 - Estou atento(a) às necessidades do meu corpo”; “3 - Sinto-me confortável no meu corpo”. Os indicadores são avaliados de acordo com uma escala tipo Likert 5 pontos (variando entre: 1 – “Discordo Totalmente” e 5 – “Concordo Totalmente”). Para calcular o score de apreciação corporal fez-se o somatório das respostas aos 3 indicadores. Valores mais elevados indicam uma imagem corporal mais positiva.

3.4. Procedimento

Este estudo foi desenvolvido por diversas etapas, sendo elas:

- i) Recrutamento (integrado na amostra do projeto LUSÓFONAtiva);
- ii) Aplicação de questionários online (através de link);
- iii) Análise dos dados recolhidos.

O recrutamento para este estudo foi feito online, utilizando-se a plataforma Qualtrics. Foi disseminado o link para preenchimento do questionário e consentimento informado (*consultar anexo 2*). Para evitar viés relativo ao perfil dos participantes e garantir a maior

diversidade de amostra, as universidades e estudantes contactados deverão abranger diversos cursos e instituições de ensino. Cumprindo a legislação aplicável em matéria de proteção de dados, tal como referido no consentimento informado, foi assegurado aos participantes que os dados recolhidos são anónimos e confidenciais, e são protegidos de forma segura e acessíveis apenas aos membros da equipa de investigação. A recolha de dados decorreu entre Fevereiro e Março de 2021, de acordo com os procedimentos previstos no projeto LusófoAtiva. Foram recolhidas, no total, 474 respostas.

3.5. Análise estatística

Os dados foram compilados numa base de dados criada em Microsoft Excel e posteriormente analisados e tratados com o programa IBM SPSS statistics versão 26.

Os dados recolhidos foram alvo de análise estatística descritiva e inferencial. Na análise estatística descritiva das variáveis em estudo, utilizaram-se medidas de tendência central (média), medidas de dispersão (desvio padrão, valor máximo e mínimo) e frequências para caracterizar a amostra. Testou-se a normalidade da distribuição das variáveis através do teste Kolmogorov-Smirnov. Após o teste de Kolmogorov-Smirnov, aplicou-se o teste de correlação de Spearman, não paramétrico, considerando como nível de significância estatística um alfa de 0,05. A magnitude da correlação (e.g. força das associações encontradas) determinou-se considerando os seguintes valores de corte: correlação fraca para valores entre 0,10 e 0,29; moderada para valores entre 0,30 e 0,49; forte para valores entre 0,50 e 1 (Cohen, 1992).

4. Resultados

Tabela 7

Características Sócio demográficas da amostra

Caraterísticas Sociodemográficas	Amostra total (N= 326)
Idade	21,8 ± 3,59
IMC (kg/m²)	22,6 ± 3,84
Género (%)	
<i>Feminino</i>	55,8 %
<i>Masculino</i>	43,3 %
Grau Académico (%)	
<i>Licenciatura</i>	73,9 %
<i>Mestrado</i>	20,9 %
<i>Doutoramento</i>	2,1 %

A amostra do presente estudo, após limpeza da base de dados e exclusão dos preenchimentos da fase piloto, foi composta por 326 participantes. As idades dos participantes variaram entre os 18 e 54 anos ($M=21,80$, $DP=3,59$). O IMC médio dos participantes situou-se nos $22,6 \text{ kg/m}^2$ ($DP=3,84$). A amostra contou com 55,8% indivíduos do género feminino ($n=182$) e 43,3% indivíduos do sexo masculino ($n=141$). Sendo a amostra composta por alunos do ensino superior, constatou-se que 241 participantes (73,9%) estavam a frequentar o 1º ciclo de estudos (licenciatura), 68 participantes (20,9%) frequentavam o 2º ciclo de estudos (mestrado) e apenas 7 participantes (2,1%) frequentavam o 3º ciclo (doutoramento).

Tabela 8

Tabela de associações da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício, apreciação corporal, internalização do ideal de corpo atlético, tempo nas redes sociais e tempo de exposição aos ecrãs

	Literacia aos media	Pressão dos media
	<i>rho</i>	<i>rho</i>
Objetivo intrínsecos	-,11	,08
Objetivos extrínsecos	-,15	,32**
Motivações Autónomas Exercício	-,017	-,14*
Motivações Controladas Exercício	-,07	,17*
Amotivação	-,06	,06
Apreciação Corporal	,11	-,34**
Internalização do Ideal de Corpo Atlético	-,21**	,48**
Tempo nas Redes Sociais	-,10	-,02
Tempo de exposição aos ecrãs	-,15	-,11

Legenda: *rho* - Coeficiente de Correlação de Spearman; * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

Verificou-se uma associação significativa da literacia dos media com a internalização do ideal de corpo atlético ($rho = -,21$; $p<0.01$), com uma direção de associação negativa e uma magnitude fraca. Ou seja, acontece uma relação inversa entre estas duas variáveis, estando a maior a literacia dos media associada a menor internalização do ideal de corpo atlético. Não foram encontradas outras associações com a literacia dos media.

Relativamente à pressão dos media, verificou-se uma associação significativa da pressão dos media com os objetivos extrínsecos para a prática de exercício ($rho = ,32$; $p<0.01$), com uma direção de associação positiva e magnitude moderada, o que significa que quanto maior a pressão dos media, maiores os objetivos extrínsecos para a prática de exercício. Identificou-se também uma associação significativa da pressão dos media com as motivações autónomas para o exercício ($rho = -,14$; $p<0.05$), com uma direção de associação negativa e uma

magnitude fraca. Por outro lado, verificou-se uma associação significativa, de magnitude fraca, e no sentido contrário com as motivações controladas para o exercício ($\rho = ,17$; $p < 0.05$). Ou seja, quanto maior a pressão dos media, menores são os níveis de motivações autónomas para o exercício e maiores os níveis de motivações controladas para a prática de exercício.

A pressão dos media mostrou-se associada a uma menor apreciação corporal ($\rho = -,34$; $p < 0.01$) e a uma maior internalização do ideal de corpo atlético ($\rho = ,48$; $p < 0.01$); ambas associações de magnitude moderada. Isto significa que quanto maior a pressão dos media, menor a apreciação corporal do individuo e maior internalização do ideal de corpo atlético.

5. Discussão

O presente estudo teve como objetivo analisar a associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e com a imagem corporal. Através dos resultados obtidos, verificou-se que a literacia dos media se associou a uma menor internalização do ideal de corpo atlético. Já a pressão exercida pelos media associou-se a objetivos extrínsecos para o exercício (orientados para a aparência corporal), a motivações controladas para o exercício, a uma maior internalização do ideal de corpo atlético e a uma imagem corporal negativa.

Os media instilam uma internalização de corpo ideal muita das vezes difíceis de alcançar pelos indivíduos (Stice, Schupak-Neuberg, Shaw, & Stein, 1994; Barlett, Vowels, & Saucier, 2008; Tamplin, McLean, & Paxton, 2018). O impacto negativo dos media sobre a imagem corporal é exercido recorrentemente pelos meios tradicionais (e.g. revistas e jornais) e digitais (e.g. redes sociais e websites) (Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Barlett, Vowels, & Saucier, 2008; Tiggemann & Zaccardo, 2015). A literacia em relação aos media, envolve um pensamento crítico sobre as imagens e mensagens citadas pelos media, e tem-se mostrado uma abordagem promissora com o potencial de reduzir a credibilidade e influência persuasiva dos media, que contribuem para os hábitos desordenados de exercício físico dos indivíduos (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999; McLean, Paxton, & Wertheim, 2016).

O presente estudo vem reforçar, pelo menos em parte, que uma maior literacia aos media parece estar associada a menor internalização dos ideais de corpo atlético. Porém, não se verificaram associações da literacia aos media com as restantes variáveis em análise, nomeadamente com os objetivos intrínsecos e as motivações autónomas para o exercício ou com a apreciação corporal. Também não se observou uma associação da literacia aos media com a exposição aos media (tempo nas redes sociais e tempo de exposição aos ecrãs), o que

contraria os resultados de estudos anteriores, como o de McLean, Paxton e Wertheim (2016) que mostrou que a literacia aos media se associou inversamente com o tempo de exposição aos media. Deste modo, as hipóteses 1, 2, 4 e 5 foram rejeitadas e a hipótese 3 parcialmente aceite. A ausência de associação da literacia aos media com todas estas variáveis pode estar relacionada a uma incompreensão dos participantes sobre as questões aplicadas para avaliar estas variáveis. Outra possível explicação é o presente estudo ser um survey, no qual foram selecionados alguns indicadores de questionários validados para avaliar as variáveis em estudo. Assim, pode ser importante uma análise mais aprofundada dos indicadores utilizados isoladamente, de maneira a garantir a sua fiabilidade, e o seu ajuste ou substituição em estudos futuros. Em resumo, os resultados referentes à literacia aos media sugerem que é necessária uma maior compreensão dos fundamentos teóricos destes construtos, sendo necessária mais investigação empregando a manipulação experimental da literacia mediática e examinando resultados e variáveis adicionais (Primack et al., 2006).

A pressão exercida pelos media está, frequentemente, associada ao aumento das pressões sobre a aparência corporal dos indivíduos o que pode resultar numa imagem corporal negativa (Blond, 2008; Knauss, Paxton, & Alsaker, 2007; Slevec & Tiggemann, 2011). Os media promovem ideais sociais de beleza e atratividade, onde a internalização de corpos atléticos magros e tonificados está associada a uma imagem corporal negativa e a insatisfação corporal (Slevec & Tiggemann, 2011; Blond, 2008; Knauss, Paxton, & Alsaker, 2007; Dye, 2016). Para os indivíduos mais vulneráveis, a internalização do ideal de beleza leva os indivíduos a estimar a diferença entre o seu próprio corpo e o ideal de corpo perfeito disseminado nos mais diversos media (Lawler & Nixon, 2011). Para atingir os ideais de corpo perfeito surgem comportamentos de mudança de padrão alimentar ou exercício com foco na aparência, que demonstram ter consequências adversas, e podem desencadear comportamentos desordenados de exercício físico e ingestão alimentar (Haines, Neumark-Sztainer, Wall, & Story, 2007; Rounds & Stutts, 2020; Yee et al., 2020). E, efetivamente, no presente estudo, a pressão dos media mostrou-se associada a uma maior internalização do ideal de corpo atlético e a uma apreciação corporal negativa, confirmando a hipótese 8.

Este estudo analisou também o impacto da pressão dos media nos objetivos e motivações para o exercício, tendo-se encontrado associações positivas com os objetivos extrínsecos para prática de exercício (orientados para a aparência corporal) e com as motivações controladas para o exercício, mas não com a amotivação para o exercício. Não se verificaram associações da pressão dos media com as variáveis de exposição aos media (tempo nas redes

sociais e tempo de exposição aos ecrãs). Em suma, as hipóteses 6 e 8 foram aceites, a 7 foi parcialmente confirmada e as hipóteses 9 e 10 foram rejeitadas.

A pressão dos media mostrou-se assim associada a objetivos extrínsecos para o exercício, focados principalmente na aparência. A prática de exercício físico cujo motivos estão ligados à aparência corporal, contribuem para uma baixa apreciação corporal, contribuindo para uma imagem corporal negativa, enquanto a prática de exercício com um propósito de saúde se parece relacionar com uma imagem corporal positiva (Tylka & Homan, 2015; Lepage, & Crowther, 2010). Os objetivos extrínsecos impactam negativamente na autovalorização e imagem corporal do indivíduo, ficando estes mais preocupados em progredir em direção a este tipo de objetivos, envolvendo-se em processos de comparações sociais, que podem trazer frustração (Vansteenkiste, Matos, Lens, & Soenens, 2007). Para uma imagem corporal positiva, o exercício deve passar a ser realizado por motivos funcionais (saúde e bem-estar) e não de aparência (Tylka & Homan, 2015). Assim, é importante que os indivíduos percebam o valor e os benefícios do exercício focado na saúde e bem-estar, afastando-se dos objetivos extrínsecos focados na aparência, que podem contribuir para uma imagem corporal negativa (Zhou & Krishnan, 2018).

A pressão dos media neste estudo mostrou-se também associada a motivações controladas para o exercício. A pesquisa tem evidenciado que os efeitos da exposição aos media na imagem corporal são comumente atribuídos ao processo de comparação de aparência e à internalização de um ideal corporal, no qual existem comparações de aparência física, que se associam a uma imagem corporal negativa e resultam em alterações comportamentais para o exercício físico (Want, 2009; Grabe, Ward, & Hyde, 2008). A pressão exercida pelos media na obtenção de determinada imagem corporal, demonstra um impacto negativo sobre o indivíduo, potenciando o foco do exercício na aparência. Este efeito está correlacionado com a redução do bem-estar psicológico e associa-se a uma motivação controlada para o exercício (Pearl, Dovidio, Puhl, & Brownell, 2015). Por sua vez, este tipo de motivação para o exercício está associado a consequências mais negativas na imagem corporal. Markland e Ingledew (2007) verificaram que as motivações controladas para o exercício estavam associadas a maiores discrepâncias na imagem corporal (ideal vs. real), o que resulta, em maior insatisfação corporal. Estas discrepâncias entre a imagem corporal percebida e a idealizada, por sua vez, parecem exercer uma influência negativa sobre a prática de exercício, diminuindo a sensação de que o exercício é uma atividade agradável e promotora de saúde, o que desencadeia motivações controladas para a prática do mesmo (Markland, 2009). Outros estudos mostraram também que

as motivações controladas se associam a maior propensão para sintomas de ansiedade física social (Mullan & Markland 1997; Thøgersen-Ntoumani & Ntoumanis, 2006; Markland, 2009).

A pressão dos media associou-se neste estudo com uma maior internalização do ideal de corpo atlético e consequentemente com uma menor apreciação corporal do indivíduo. Estes resultados consolidam a literatura existente, que defende que a pressão dos media na sociedade promove a internalização do ideal de corpo atlético nos indivíduos, um corpo difícil de atingir, o que se torna um fator de risco para uma imagem corporal negativa e outras consequências adversas (Ramme, Donovan, & Bell, 2016; Slevic & Tiggemann, 2011; Blond, 2008; Knauss, Paxton, & Alsaker, 2007).

A literacia e a pressão dos media não se associaram com as variáveis de exposição aos media, o que pode ser explicado pelo facto de os participantes terem de reportar o número médio de horas por dia de exposição aos media, podendo surgir vieses de memória.

As limitações deste estudo prendem-se com a possível incompreensão dos participantes no que se refere aos conceitos e respetivos indicadores que avaliam a literacia aos media. Seria talvez vantajoso aplicar-se um questionário mais completo e pormenorizado ou realizar uma análise mais profunda e reformulação dos indicadores incluídos. Outra limitação é o desenho deste estudo ser observacional transversal, não permitindo estabelecer relações de causalidade entre as variáveis de interesse. Verificou-se ainda uma inferência de causalidade limitada, segundo os critérios de Hill, dado que a consistência de associações não foi encontrada por outros investigadores e não existe evidência experimental, visto este ser um estudo pioneiro que pondera este conjunto de variáveis, que objetiva a análise da associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal (Hill, 1965).

6. Implicações futuras

Os media facilitam a propagação de comportamentos e tendências, tornando-se mais fácil para os modelos de comportamento transmitirem conceitos de imagem corporal (Stein, Krause, & Ohler, 2021). No entanto, os ideais transmitidos nem sempre são benéficos. O presente estudo revelou que a pressão dos media está associada a objetivos extrínsecos e motivações controladas para o exercício e a uma imagem corporal mais negativa, mas também que a maior literacia aos media pode ser protetora, reduzindo a internalização do ideal de corpo atlético. Será assim interessante explorar-se de que formas se consegue aumentar eficazmente a literacia aos media, atenuando assim os efeitos nefastos dos media.

7. Conclusões Finais

O presente estudo teve como objetivo analisar a associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal. Uma maior literacia aos media associou-se com uma menor internalização do ideal de corpo atlético, enquanto a pressão dos media se associou aos objetivos para o exercício extrínsecos, mais orientados para a aparência corporal, a motivações controladas para o exercício, a uma internalização do ideal de corpo atlético e a uma imagem corporal negativa. Mais estudos serão necessários para aprofundar estes resultados.

Referências

- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31, 868–882.
- Barlett, C. P., Vowels, C. L., & Saucier, D. A. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27, 279–310. <http://dx.doi.org/10.1521/jscp.2008.27.3.279>
- Baumeister, R.F., & Leary, M.R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497–529.
- Benowitz-Fredericks, C. A., Garcia, K., Massey, M., Vasagar, B., & Borzekowski, D. L. G. (2012). Body image, eating disorders, and the relationship to adolescent media use. *Pediatric Clinics of North America*, 59, 693–704.
- Blond, A. (2008). Impacts of exposure to images of ideal bodies on male body dissatisfaction: A review. *Body Image*, 5, 244–250. doi:10.1016/j.bodyim.2008.02.003
- Bordo, S., Heywood, L. (2004). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body, 10th anniversary edition*. California: University of California Press.
- Braun, T. D., Park, C. L., & Gorin, A. (2016). Self-compassion, body image, and disordered eating: A review of the literature. *Body image*, 17, 117–131. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.003>
- Brown, A., & Dittmar, H. (2005). Think 'thin' and feel bad: The role of appearance schema activation, attention level, and thinideal internalisation for young women's responses to ultra-thin media ideals. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, 1088–1113.
- Campbell, A., & Hausenblas, H. A. (2009). Effects of Exercise Interventions on Body Image: a meta-analysis. *Journal of Health Psychology*, 14(6), 780–793. <https://doi.org/10.1177/1359105309338977>
- Cash T. F. (1994). Body-image attitudes: evaluation, investment, and affect. *Perceptual and motor skills*, 78(3 Pt 2), 1168–1170. <https://doi.org/10.2466/pms.1994.78.3c.1168>
- Cash, T. F. (1990). The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images. In Cash, T. F. & Szymanski, M. L. (ed.). *Body images: Development* (1st ed., pp. 51–79). New York: Guilford Press
- Cash, T. F. (2012). *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Massachusetts: Academic Press.
- Cash, T. F., Melnyk, S. E., & Hrabosky, J. I. (2004). The assessment of body image investment: an extensive revision of the appearance schemas inventory. *The International journal of eating disorders*, 35(3), 305–316. <https://doi.org/10.1002/eat.10264>
- Cash, T.F. (2002). The management of body image problems. In C.G. Fairburn & K.D. Brownell (Eds.), *Eating disorders and obesity: A comprehensive handbook* (2nd ed., pp. 599–603). New York: Guilford Press.
- Cash, T.F., & Deagle, III. E.A. (1997). The nature and extent of body-image disturbance in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders*, 22, 107–125

- Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford Press. 38-46 509-516
- Castonguay, A. L., Pila, E., Wrosch, C., & Sabiston, C. M. (2015). Body-Related Self-Conscious Emotions Relate to Physical Activity Motivation and Behavior in Men. *American Journal of Men's Health*, 9(3), 209–221. <https://doi.org/10.1177/1557988314537517>
- Cid, L., Monteiro, D., Teixeira, D., Teques, P., Alves, S., Moutão, J., ... Palmeira, A. (2018). The Behavioral Regulation in Exercise Questionnaire (BREQ-3) Portuguese-version: Evidence of reliability, validity and invariance across gender. *Frontiers in Psychology*, 9(OCT), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01940>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- De Bruin, A. P., Woertman, L., Bakker, F. C., & Oudejans, R. R. D. (2009). Weight-related sport motives and girls' body image, weight control behaviors, and self-esteem. *Sex Roles*, 60(9–10), 628–641. <https://doi.org/10.1007/s11199-008-9562-8>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104_01
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). *Handbook of self-determination research*. New York: University of Rochester Press
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Derenne, J., & Beresin, E. (2018). Body Image, Media, and Eating Disorders-a 10-Year Update. *Academic psychiatry: the journal of the American Association of Directors of Psychiatric Residency Training and the Association for Academic Psychiatry*, 42(1), 129–134. <https://doi.org/10.1007/s40596-017-0832-z>
- Dosil, J. (2008). *Psicología de la actividad física y del deporte*. Madrid: McGraw-Hill.
- Duda, J., & Balaguer, I. (2007). Coach-created motivational climate. *Social psychology in sport*, 117–130
- Dye H. (2016). Does Internalizing Society and Media Messages Cause Body Dissatisfaction, in Turn Causing Disordered Eating?. *Journal of evidence-informed social work*, 13(2), 217–227. <https://doi.org/10.1080/23761407.2015.1024572>
- Fallon, E. A., Harris, B. S., & Johnson, P. (2014). Prevalence of body dissatisfaction among a United States adult sample. *Eating Behaviors*, 15(1), 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.11.007>
- Fletcher, B. (2009). A Bridge between the Mind and Body: The Effects Of Massage On Body Image State. *Undergraduate Review*, 5(1). Retrieved from https://vc.bridgew.edu/undergrad_rev/vol5/iss1/13
- Focht, B. C., & Hausenblas, H. A. (2004). Perceived Evaluative Threat and State Anxiety During Exercise in Women with Social Physique Anxiety. *Journal of Applied Sport Psychology*, 16(4), 361–368. <https://doi.org/10.1080/10413200490517968>

- Francisco, R., Narciso, I., & Alarcão, M. (2012). (In)Satisfação com a imagem corporal em adolescentes e adultos portugueses: Contributo para o processo de validação da Contour Drawing Rating Scale. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico e Avaliação Psicológica*, 34(34), 61–88. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/4596/459645438003/>
- Frederick, D. A., Peplau, L. A., & Lever, J. (2006). The swimsuit issue: Correlates of body image in a sample of 52,677 heterosexual adults. *Body image*, 3(4), 413–419. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.08.002>
- Fuller-Tyszkiewicz, M., Dias, S., Krug, I., Richardson, B., & Fassnacht, D. (2018). Motive- and appearance awareness-based explanations for body (dis)satisfaction following exercise in daily life. *British journal of health psychology*, 23(4), 982–999. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12334>
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 460–476. <https://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children (Third edition)*. London: Routledge.
- Guillet, E., Sarrazin, P., Fontayne, P., & Brustad, R. J. (2006). Understanding Female Sport Attrition in a Stereotypical Male Sport Within the Framework of Eccles's Expectancy–Value Model. *Psychology of Women Quarterly*, 30(4), 358–368. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2006.00311.x>
- Haines, J., Neumark-Sztainer, D., Wall, M., & Story, M. (2007). Personal, behavioral, and environmental risk and protective factors for adolescent overweight. *Obesity*, 15, 2748–2760. <https://doi.org/10.1038/oby.2007.327>
- Hausenblas, H. A., & Fallon, E. A. (2006). Exercise and body image: A meta-analysis. *Psychology & Health*, 21(1), 33–47. <https://doi.org/10.1080/14768320500105270>
- Hill A. B. (1965). The Environment and disease: Association or Causation?. *Proceedings of the Royal Society of Medicine*, 58(5), 295–300.
- Homan, K. J., & Tylka, T. L. (2014). Appearance-based exercise motivation moderates the relationship between exercise frequency and positive body image. *Body image*, 11(2), 101–108. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.01.003>
- Irving, L. M., & Berel, S. R. (2001). Comparison of media-literacy programs to strengthen college women's resistance to media images. *Psychology of Women Quarterly*, 25(2), 103–111. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.00012>
- Irving, L. M., DuPen, J., & Berel, S. (1998). A media literacy program for high school females. *Eating Disorders: The Journal of Treatment & Prevention*, 6(2), 119–132. <https://doi.org/10.1080/10640269808251248>
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further Examining the American Dream: Differential Correlates of Intrinsic and Extrinsic Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280–287. <https://doi.org/10.1177/0146167296223006>
- Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2007). Relationships amongst body dissatisfaction, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body Image*, 4, 353–360. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.06.007>

- Lawler, M., & Nixon, E. (2011). Body dissatisfaction among adolescent boys and girls: the effects of body mass, peer appearance culture and internalization of appearance ideals. *Journal of youth and adolescence*, 40(1), 59–71. <https://doi.org/10.1007/s10964-009-9500-2>
- Levine, M. P., & Smolak, L. (1996). Media as a context for the development of disordered eating. In L. Smolak, M. P. Levine, & R. Striegel-Moore (Eds.), *The developmental psychopathology of eating disorders: Implications for research, prevention, and treatment* (1st ed., pp. 235–257). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lepage, M. L., & Crowther, J. H. (2010). The effects of exercise on body satisfaction and affect. *Body image*, 7(2), 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.12.002>
- Markland, D., & Ingledew, D.K. (2007). Exercise participation motives: A self-determination theory perspective. *Self-determination theory in exercise and sport*, 23-34.
- Markland, D., & Ingledew, D. K. (2007). The relationships between body mass and body image and relative autonomy for exercise among adolescent males and females. *Psychology of Sport and Exercise*, 8(5), 836–853. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2006.11.002>
- Markland, D. (2009). The mediating role of behavioural regulations in the relationship between perceived body size discrepancies and physical activity among adult women. *Hellenic Journal of Psychology*, 6(2), 169–182
- Martin Ginis, K. A., Jung, M. E., & Gauvin, L. (2003). To see or not to see: Effects of exercising in mirrored environments on sedentary women's feeling states and self-efficacy. *Health Psychology*, 22, 354–361.
- Martin Ginis, Prapavessis, & Haase, (2008). The effects of physique-salient and physique non-salient exercise videos on women's body image, self-presentational concerns, and exercise motivation. *Body Image*, 5, 164–172.
- McCreary, D. R., & Sasse, D. K. (2000). An exploration of the drive for muscularity in adolescent boys and girls. *Journal of American college health : J of ACH*, 48(6), 297–304. <https://doi.org/10.1080/07448480009596271>
- McDonald, K., & Thompson, J. K. (1992). Eating disturbance, body image dissatisfaction, and reasons for exercising: Gender differences and correlational findings. *International Journal of Eating Disorders*, 11(3), 289–292. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199204\)11:33.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199204)11:33.0.CO;2-F)
- McHoskey, J. W. (1999). Machiavellianism, intrinsic versus extrinsic goals, and social interest: A self-determination theory analysis. *Motivation and Emotion*, 23(4), 267–283. <https://doi.org/10.1023/A:1021338809469>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2013). Mediators of the relationship between media literacy and body dissatisfaction in early adolescent girls: implications for prevention. *Body image*, 10(3), 282–289. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.01.009>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The measurement of media literacy in eating disorder risk factor research: psychometric properties of six measures. *Journal of Eating Disorders*, 4(1). doi:10.1186/s40337-016-0116-0
- Mullan, E., & Markland, D. (1997). Variations in self-determination across the stages of change for exercise in adults. *Motivation and Emotion*, 21(4), 349–362. <https://doi.org/10.1023/A:1024436423492>

- Panão, I., & Carraça, E. V. (2020). Effects of exercise motivations on body image and eating habits/behaviours: A systematic review. *Nutrition & dietetics: the journal of the Dietitians Association of Australia*, 77(1), 41–59. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12575>
- Pate, R. R., Pratt, M., Blair, S. N., Haskell, W. L., Macera, C. A., Bouchard, C., Buchner, D., Ettinger, W., Heath, G. W., & King, A. C. (1995). Physical activity and public health. A recommendation from the Centers for Disease Control and Prevention and the American College of Sports Medicine. *JAMA*, 273(5), 402–407. <https://doi.org/10.1001/jama.273.5.402>
- Pearl, R. L., Dovidio, J. F., Puhl, R. M., & Brownell, K. D. (2015). Exposure to Weight-Stigmatizing Media: Effects on Exercise Intentions, Motivation, and Behavior. *Journal of health communication*, 20(9), 1004–1013. <https://doi.org/10.1080/10810730.2015.1018601>
- Pope, H. G., Phillips, K. A., & Olivardia, R. (2000). *The Adonis complex: The secret crisis of male body obsession*. New York: Free Press.
- Primack, B. A., Gold, M. A., Switzer, G. E., Hobbs, R., Land, S. R., & Fine, M. J. (2006). Development and validation of a smoking media literacy scale for adolescents. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 160(4), 369–374. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.369>
- Ramme, R. A., Donovan, C. L., & Bell, H. S. (2016). A test of athletic internalization as a mediator in the relationship between sociocultural influences and body dissatisfaction in women. *Body Image*, 16, 126–132. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.01.002>
- Rohlinger, D. A. (2002). Eroticizing men: Cultural influences on advertising and male objectification. *Sex Roles*, 46, 61–74.
- Rounds, E. G., & Stutts, L. A. (2020). The Impact of Fitspiration Content on Body Satisfaction and Negative Mood: An Experimental Study. *Psychology of Popular Media*, <https://dx.doi.org/10.1037/ppm0000288>
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. DOI: 10.1037/11003-066X.55.1.68.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York: The Guilford Press. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Schaefer, L. M., Burke, N. L., Thompson, J. K., Dedrick, R. F., Heinberg, L. J., Calogero, R. M., Bardone-Cone, A. M., Higgins, M. K., Frederick, D. A., Kelly, M., Anderson, D. A., Schaumberg, K., Nerini, A., Stefanile, C., Dittmar, H., Clark, E., Adams, Z., Macwana, S., Klump, K. L., Vercellone, A. C., ... Swami, V. (2015). Development and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4). *Psychological assessment*, 27(1), 54–67. <https://doi.org/10.1037/a0037917>
- Schmitz, K. H., Harnack, L., Fulton, J. E., Jacobs, D. R., Jr, Gao, S., Lytle, L. A., & Van Coevering, P. (2004). Reliability and validity of a brief questionnaire to assess television viewing and computer use by middle school children. *The Journal of school health*, 74(9), 370–377. <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.2004.tb06632.x>
- Schuler, P. B., Broxon-Hutcherson, A., Philipp, S. F., Ryan, S., Isosaari, R. M., & Robinson, D. (2004). Body-shape perceptions in older adults and motivations for exercise. *Perceptual and motor skills*, 98(3 Pt 2), 1251–1260. <https://doi.org/10.2466/pms.98.3c.1251-1260>

- Sebire, S. J., Standage, M., & Vansteenkiste, M. (2008). Development and validation of the goal content for exercise questionnaire. *Journal of sport & exercise psychology*, 30(4), 353–377. <https://doi.org/10.1123/jsep.30.4.353>
- Sebire, S. J., Standage, M., & Vansteenkiste, M. (2009). Examining intrinsic versus extrinsic exercise goals: cognitive, affective, and behavioral outcomes. *Journal of sport & exercise psychology*, 31(2), 189–210. <https://doi.org/10.1123/jsep.31.2.189>
- Slevec, J., & Tiggemann, M. (2011). Media exposure, body dissatisfaction, and disordered eating in middle-aged women: A test of the sociocultural model of disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 35, 617–627. <https://doi.org/10.1177/0361684311420249>
- Smith, A. R., Hames, J. L., & Joiner, T. E. J. (2013). Status update: maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of affective disorders*, 149(1-3), 235–240. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2013.01.032>
- Smolak, L., & Cash, T. F. (2011). Future challenges for body image science, practice, and prevention. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed., pp. 471–478). New York: The Guilford Press.
- Stein, J. P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Stice, E., Marti, C. N., & Durant, S. (2011). Risk factors for onset of eating disorders: Evidence of multiple risk pathways from an 8-year prospective study. *Behaviour Research and Therapy*, 49(10), 622–627. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2011.06.009>
- Stice, Eric, & Shaw, Heather E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 13, 289.
- Tamplin, N. C., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body Image*, 26, 29–37. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.05.003>
- Teixeira, P. J., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Ryan, R. M. (2012). Exercise, physical activity, and self-determination theory: a systematic review. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 9, 78. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-9-78>
- Thøgersen-Ntoumani, C., & Ntoumanis, N. (2006). The role of self-determined motivation in the understanding of exercise-related behaviours, cognitions and physical self-evaluations. *Journal of Sports Sciences*, 24(4), 393–404. <https://doi.org/10.1080/02640410500131670>
- Thøgersen-Ntoumani, C., & Ntoumanis, N. (2007). A self-determination theory approach to the study of body image concerns, self-presentation and self-perceptions in a sample of aerobic instructors. *Journal of Health Psychology*, 12(2), 301–315. <https://doi.org/10.1177/1359105307074267>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. *American Psychological Association*, <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Tiggemann, M., & Williamson, S. (2000). The effect of exercise on body satisfaction and self-esteem as a function of gender and age. *Sex Roles*, 43(1–2), 119–127. <https://doi.org/10.1023/A:1007095830095>

- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Tylka, T. L., & Homan, K. J. (2015). Exercise motives and positive body image in physically active college women and men: Exploring an expanded acceptance model of intuitive eating. *Body Image*, 15, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.003>
- Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). The Body Appreciation Scale-2: item refinement and psychometric evaluation. *Body image*, 12, 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>
- Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118–129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- Utter, J., Neumark-Sztainer, D., Jeffery, R., & Story, M. (2003). Couch potatoes or french fries: are sedentary behaviors associated with body mass index, physical activity, and dietary behaviors among adolescents?. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(10), 1298–1305. [https://doi.org/10.1016/s0002-8223\(03\)01079-4](https://doi.org/10.1016/s0002-8223(03)01079-4)
- Vansteenkiste, M., Duriez, B., Simons, J., & Soenens, B. (2006). Materialistic values and well-being among business students: Further evidence of their detrimental effect. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(12), 2892–2908. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00134.x>
- Vansteenkiste, M., Matos, L., Lens, W., & Soenens, B., (2007). Understanding the impact of intrinsic versus extrinsic goal framing on exercise performance: The conflicting role of task and ego involvement. *Psychology of Sport and Exercise*, 8, 771–794. [10.1016/j.psychsport.2006.04.006](https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2006.04.006)
- Vansteenkiste, M., Sierens, E., Soenens, B., Luyckx, K., & Lens, W. (2009). Motivational Profiles From a Self-Determination Perspective: The Quality of Motivation Matters. *Journal of Educational Psychology*, 101(3), 671–688. <https://doi.org/10.1037/a0015083>
- Walker, M., Thornton, L., De Choudhury, M., Teevan, J., Bulik, C. M., Levinson, C. A., & Zerwas, S. (2015). Facebook Use and Disordered Eating in College-Aged Women. *The Journal of adolescent health: official publication of the Society for Adolescent Medicine*, 57(2), 157–163. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2015.04.026>
- Want, S. C. (2009). Meta-analytic moderators of experimental exposure to media portrayals of women on female appearance satisfaction: Social comparison as automatic processes. *Body Image*, 6, 257–269. [dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.07.008](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.07.008)
- Williams, G., Hamm, M. P., Shulhan, J., Vandermeer, B., & Hartling, L. (2014). Social media interventions for diet and exercise behaviours: a systematic review and meta-analysis of randomised controlled trials. *BMJ Open*, 4(2), e003926. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-003926>
- Williams, G.C., Cox, E.M., Hedberg, V.A., & Deci, E.L. (2000). Extrinsic life goals and health-risk behaviors in adolescents. *Journal of Applied Social Psychology*, 30, 1756–1771.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I Like My Body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body image*, 7(2), 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>

- Wolf, Naomi (1992). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: William Morrow and Company, 29
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men's body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107. <https://doi:10.1016/j.bodyim.2020.08.008>
- Zhou, X., & Krishnan, A. (2018). What Predicts Exercise Maintenance and Well-Being? Examining The Influence of Health-Related Psychographic Factors and Social Media Communication. *Health Communication*, 1–9. <https://doi:10.1080/10410236.2018.1428851>

Discussão Geral

A primeira parte deste trabalho incidiu numa revisão rápida de literatura que analisou o impacto do conteúdo *fitspiration* na imagem corporal e variáveis associadas (e.g. objetivos e motivos para o exercício, humor geral e tendências de comparação de aparência). Embora o conteúdo da *fitspiration* seja orientado para inspirar os indivíduos a atingirem uma boa forma e saúde, esta parece, na realidade, estar mais intimamente ligada a motivações e inspirações focadas na aparência (Tiggemann & Zaccardo, 2018). O conceito *fitspiration* promove corpos abertamente ajustados (ou seja, corpos magros com muscularidade visível), sendo estas imagens atléticas vistas como saudáveis, mas este ideal de corpo mostra-se difícil de alcançar pelos indivíduos (Boepple & Thompson, 2016; Ramme, Donovan, & Bell, 2016). A presente revisão verificou que a exposição à *fitspiration* resulta numa maior insatisfação corporal (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Prichard et al., 2020; Yee et al., 2020). A exposição à *fitspiration* contribui para uma maior internalização do ideal muscular, o que reflete uma maior tendência de comparação da aparência nos indivíduos, o que resulta numa maior insatisfação corporal (Fatt, Fardouly, & Rapee, 2019; Robinson et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Yee et al., 2020). Aquando da exposição dos indivíduos a este conteúdo, verifica-se um aumento do humor geral negativo. Os resultados sumários indicam que a *fitspiration* apresenta um efeito negativo global na imagem corporal dos indivíduos. São as populações mais jovens (e.g. adolescentes e jovens adultos) que estão mais expostas ao conteúdo *fitspiration*, através dos novos media (e.g. redes sociais e websites) e, portanto, mais suscetíveis a reportar uma imagem corporal negativa. Sendo esta a primeira revisão rápida sistemática de literatura a analisar o impacto das imagens *fitspiration* na imagem corporal, fica clara a necessidade de novos estudos sobre o tema. O impacto da *fitspiration* na imagem corporal deve continuar a ser alvo de investigação, pois grande parte dos estudos incluídos possui amostras de idade jovem e poucos exploram ambos os géneros.

A segunda parte deste trabalho centrou-se num estudo observacional transversal que teve como objetivo analisar a associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal. Os resultados obtidos, constataam que a literacia aos media se associa a uma menor internalização do ideal de corpo atlético. Os media são precursores de ideais sociais de beleza e atratividade, onde a internalização de corpos atléticos magros e tonificados se associa a uma imagem corporal negativa e a insatisfação corporal (Slevec & Tiggemann, 2011; Blond, 2008; Knauss, Paxton, & Alsaker, 2007; Dye, 2016). A literacia em relação aos media, envolve um pensamento crítico sobre as imagens e

mensagens citadas pelos media, e mostra-se noutros estudos como uma abordagem promissora com o potencial de reduzir a credibilidade e influência persuasiva dos media (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999; McLean, Paxton, & Wertheim, 2016). Porém o mesmo não se verificou nos resultados do presente estudo. Os resultados relativos à literacia aos media sugerem que é necessária uma maior compreensão dos fundamentos teóricos destes construtos, onde é necessária mais investigação empregando a manipulação experimental da literacia mediática e examinando resultados e variáveis adicionais (Primack et al., 2006). A pressão exercida pelos media associou-se a objetivos extrínsecos para o exercício (orientados para a aparência corporal), a motivações controladas para o exercício, a uma maior internalização do ideal de corpo atlético e a uma imagem corporal negativa. A prática de exercício físico com objetivos extrínsecos focados na aparência corporal, impactam negativamente a autovalorização e imagem corporal do indivíduo, ficando os indivíduos mais preocupados em progredir em direção a este tipo de objetivos (Tylka & Homan, 2015; Vansteenkiste, Matos, Lens, & Soenens, 2007). Para uma imagem corporal positiva, a realização de exercício deve guiar-se por motivos funcionais (saúde e bem-estar) e não de aparência (Tylka & Homan, 2015). Assim, é importante que os indivíduos percebam o valor e os benefícios do exercício focado na saúde e bem-estar, afastando-se dos objetivos extrínsecos focados na aparência, que promovem uma imagem corporal negativa (Zhou & Krishnan, 2018).

A pressão dos media neste estudo associou-se a motivações controladas para o exercício. As discrepâncias relativas à imagem corporal percebida e a idealizada estão associadas a motivações mais controladas para o exercício, diminuindo a sensação de que o exercício é uma atividade agradável e promotora de saúde (Markland, 2009). Este tipo de motivação por sua vez contribui para maiores taxas de abandono do exercício (Markland, 2009). Um dos fatores que parece contribuir para o desenvolvimento deste tipo de motivações é a pressão exercida pelos media para a obtenção da imagem corporal ideal, que está associada com uma diminuição do bem-estar psicológico e com uma motivação controlada para o exercício (Pearl, Dovidio, Puhl, & Brownell, 2015).

O presente estudo avançou de forma pioneira na análise da associação da literacia e pressão dos media com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal. Contudo a necessidade de mais estudos que idealizem um construto que pondere todas estas variáveis de estudo e explore a diferenciação por géneros e faixas etárias será importante para esta temática.

Conclusão Finais

O grande poder de disseminação dos media, principalmente dos novos media (e.g. websites e redes sociais), contribuem para a eclosão de novas tendências, como é o caso da *fitspiration*. Apesar do princípio da *fitspiration* ser inspirar os indivíduos a atingirem boa forma e saúde, através de fotos e mensagens motivacionais, estas na realidade, contribuem para motivações e inspirações focadas na aparência. A *fitspiration* promove um ideal corporal atlético difícil de atingir por grande parte dos indivíduos, o que pode resultar numa imagem corporal negativa. Foi demonstrado que a *fitspiration* impacta negativamente na imagem corporal do indivíduo, contribuindo para a insatisfação corporal, humor geral negativo e uma maior internalização do ideal muscular.

A literacia mediática abrange um pensamento crítico sobre as imagens e mensagens citadas pelos media, e mostra-se como uma abordagem promissora com o potencial de reduzir a credibilidade e influência persuasiva dos media. No presente estudo, a literacia aos media somente se associou a uma menor internalização do ideal de corpo atlético, mas apesar disso parece suportar a ideia de que uma maior literacia aos media poderá ser um fator protetor contra os seus efeitos nefastos, nomeadamente da pressão que estes meios exercem, e que neste estudo se associaram a objetivos para o exercício extrínsecos, mais orientados para a aparência corporal, a motivações controladas para o exercício, a uma internalização do ideal de corpo atlético e a uma imagem corporal negativa.

A pesquisa tem-se centrado, no alívio dos sintomas da imagem corporal negativa, esquecendo-se de considerar como promover uma imagem positiva, o que limita o campo de atuação, dificultando a compreensão da imagem corporal no seu todo. Criar e testar modelos que promovam a autonomia e a perceção da escolha pessoal, promover uma estrutura e criar um clima interpessoal de respeito e aceitação, ensinar a gerir expectativas em relação à imagem corporal e mantê-las realistas, diminuir o valor da aparência física e colocar o foco no que o corpo permite fazer, promover a prática de exercício físico baseado em objetivos intrínsecos e motivações intrínsecas que foquem saúde e incentivar as conquistas progressivas que propiciam o bem-estar físico e mental, deve ser a direção para a reduzir o efeito persuasor dos media sobre a imagem corporal dos indivíduos.

Referências

- Blond, A. (2008). Impacts of exposure to images of ideal bodies on male body dissatisfaction: A review. *Body Image*, 5, 244-250. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.02.003>
- Boepple, L., & Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *The International journal of eating disorders*, 49(1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- Dye H. (2016). Does Internalizing Society and Media Messages Cause Body Dissatisfaction, in Turn Causing Disordered Eating?. *Journal of evidence-informed social work*, 13(2), 217–227. <https://doi.org/10.1080/23761407.2015.1024572>
- Fatt, S. J., Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). #malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New Media & Society*, 146144481882106. <https://doi.org/10.1177/1461444818821064>
- Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2007). Relationships amongst body dissatisfaction, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body Image*, 4, 353-360. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.06.007>
- Markland, D. (2009). The mediating role of behavioural regulations in the relationship between perceived body size discrepancies and physical activity among adult women. *Hellenic Journal of Psychology*, 6(2), 169–182
- McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The measurement of media literacy in eating disorder risk factor research: psychometric properties of six measures. *Journal of Eating Disorders*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-016-0116-0>
- Pearl, R. L., Dovidio, J. F., Puhl, R. M., & Brownell, K. D. (2015). Exposure to Weight-Stigmatizing Media: Effects on Exercise Intentions, Motivation, and Behavior. *Journal of health communication*, 20(9), 1004–1013. <https://doi.org/10.1080/10810730.2015.1018601>
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S. C., & Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body Image*, 33, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>
- Primack, B. A., Gold, M. A., Switzer, G. E., Hobbs, R., Land, S. R., & Fine, M. J. (2006). Development and validation of a smoking media literacy scale for adolescents. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 160(4), 369–374. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.369>
- Ramme, R. A., Donovan, C. L., & Bell, H. S. (2016). A test of athletic internalisation as a mediator in the relationship between sociocultural influences and body dissatisfaction in women. *Body Image*, 16, 126–132. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.01.002>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>

- Slevec, J., & Tiggemann, M. (2011). Media exposure, body dissatisfaction, and disordered eating in middle-aged women: A test of the sociocultural model of disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 35, 617— 627. [https://doi:10.1177/0361684311420249](https://doi.org/10.1177/0361684311420249)
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. *American Psychological Association*, <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: The effect of Fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144515000893>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23, 1003–1011. <https://dx.doi.org/10.1177/1359105316639436>
- Tylka, T. L., & Homan, K. J. (2015). Exercise motives and positive body image in physically active college women and men: Exploring an expanded acceptance model of intuitive eating. *Body Image*, 15, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.003>
- Vansteenkiste, M., Matos, L., Lens, W., & Soenens, B., (2007). Understanding the impact of intrinsic versus extrinsic goal framing on exercise performance: The conflicting role of task and ego involvement. *Psychology of Sport and Exercise*, 8. <https://771-794.10.1016/j.psychsport.2006.04.006>.
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men’s body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107. <https://doi:10.1016/j.bodyim.2020.08.008>
- Zhou, X., & Krishnan, A. (2018). What Predicts Exercise Maintenance and Well-Being? Examining The Influence of Health-Related Psychographic Factors and Social Media Communication. *Health Communication*, 1–9. <https://doi:10.1080/10410236.2018.1428851>

ANEXOS

ANEXO I

Tabela 9

Síntese dos estudos incluídos (revisão rápida sistemática de literatura)

Autores	Desenho do estudo	Amostra	Objetivo do estudo	Variáveis e Instrumentos	Resultados/Conclusões	Qualidade do estudo
Fatt, Fardouly e Rapee (2019)	Estudo Observacional Transversal	118 homens; Média de idades: 19,4 ± 1,92 Anos; IMC médio: 22,04 ± 3,90 kg/m ² ;	Analisar as ligações entre a frequência de visualização do conteúdo “fitspiration” com a satisfação corporal e motivos para o exercício.	Tempo de utilização da rede social Instagram (Escala Likert de 9 pontos possíveis de 1 (pouco frequente) a 9 (4 Horas ou mais)); <i>Questão: “Quanto tempo você gastou no Instagram por dia?”</i>; Frequência de visualização de posts de “fitspiration” (Escala Likert de 5 pontos possíveis de 0 (Nunca) a 4 (Muito Frequente)); <i>Questão: “Com que frequência você visualiza conteúdo fitspiration?”</i>; Insatisfação corporal (Body Esteem Scale for Adolescents and Adults (BESAA)); Tendência de comparação de aparências (Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)); Internalização do ideal muscular (Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 Revised (SATAQ-4R)); Motivos para o exercício (Exercise Motivation Inventory-2 (EMI-2)).	A visualização de mais conteúdo “fitspiration” associou-se a maior internalização do ideal muscular e maior tendência de comparação da aparência entre os indivíduos. Estes factos associaram-se a maior relato de insatisfação corporal, quando o exercício se baseou na aparência e menos na saúde.	Fraco
Griffiths e Stefanovski (2019)	Estudo Observacional Transversal	108 Participantes estudantes do ensino superior (85 género feminino; 23 género masculino); Média de idades: 19,47 ± 2,89 Anos; IMC médio: 21,81 ± 3,71 kg/m ² ;	Analisar as associações da exposição ao conteúdo “fitspiration” com a satisfação corporal.	Exposição à “fitspiration” (Questões relativa à exposição fitspiration); <i>Questões: “Desde a última pesquisa, você viu conteúdo fitspiration?”</i>; <i>“Duração de cada exposição ao conteúdo fitspiration?”</i>; Insatisfação Corporal (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Questões: “O quanto satisfeito com o seu peso você se sente agora?”</i>; <i>“O quanto satisfeito com a sua aparência você se sente agora?”</i>; <i>“O quanto satisfeito com o formato do seu corpo você se sente agora?”</i>.	As mulheres relataram uma média semanal de 9,5 horas de exposição ao conteúdo “fitspiration”, enquanto os homens relataram 4,9 horas. A exposição única ao “fitspiration” esteve associada a menor satisfação corporal. Os homens mostraram-se mais sensíveis ao conteúdo “fitspiration”.	Moderado

Limniou, Mahoney e Knox (2021)	Estudo Observacional Transversal	109 Participantes estudantes do ensino superior (94 género feminino; 23 género masculino); Média de idades: 20 ± 3,3 Anos;	Analisar os efeitos das imagens “fitspiration” sobre a imagem corporal e internalização do corpo “fit” como ideal.	Utilização do Instagram (Questões sobre o uso do Instagram); <i>Dimensões avaliadas:</i> “Frequência de uso”; “Frequência de postagem”; “Importância de gostos”; “Número de seguidores”; Humor (Escala de 5 itens); Insatisfação Corporal (Escala de 5 itens).	A exposição a imagens de fitspiration produziu uma redução significativa no humor e internalização de corpo ideal. Não se constatou que a “fitspiration” fosse prejudicial à satisfação corporal dos indivíduos, nem levou a uma internalização do corpo atlético como ideal.	Fraco
Prichard, Kavanagh Mulgrew, Lim e Tiggemann (2020)	RCT	108 Participantes do ensino superior do género feminino; Média de idades: 20,24 ± 1,86 Anos; IMC médio: 23,02 ± 3,93 kg/m2;	Analisar os efeitos da visualização de imagens de “fitspiration” sobre satisfação corporal, humor e comportamento para o exercício.	Humor (Escala Visual Análoga (VAS)) <i>Dimensões Avaliadas:</i> “Ansiedade”; “Depressão”; “Felicidade”; “Raiva”; “Confiança”; Insatisfação Corporal (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Dimensões Avaliadas:</i> “Gordura corporal”; “Atração pelo próprio físico”; “Satisfação com o tamanho corporal”; “Satisfação com a forma corporal”; Utilização dos media (Questões sobre o uso das redes sociais); <i>Questões:</i> “Quantas vezes na semana anterior usou o Facebook, Instagram, YouTube, SnapChat, Tumblr, Myspace, Twitter ou Pinterest?”; “Tem uma conta no Instagram ou de Facebook, em caso afirmativo, o número médio de minutos que gasta por dia?”; “Com que frequência, na última semana, visualizou conteúdo de fitness, moda e viagens nas redes sociais?”; “Posts efetuados sobre conteúdo de fitness, moda e viagens?”; Inspiração (Escala de 7 pontos possíveis de 1 (nada inspirado) a 7 (Muito inspirado) para medir inspiração de acordo com a imagem visualizada); <i>Questões:</i> “O quanto inspirado se sentiu para melhorar o seu condicionamento físico enquanto visualizava as imagens de fitspiration?”; “O quanto inspirado se sentiu a viajar após visualizar as imagens de viagens?”;	A exposição a imagens de “fitspiration” levou a um humor negativo mais elevado e maior insatisfação corporal em relação à exposição a imagens de viagem. Os participantes que treinavam após a exposição a imagens de “fitspiration” mostraram-se significativamente mais suscetíveis de relatar uma maior classificação de esforço subjetivo.	Fraco

Autores	Desenho	Participantes	Objetivos	Intervenção	Resultados	Força
Robinson, Prichard, Nikolaidis, Drummon, Tiggemann (2017)	RCT	106 Estudantes do ensino superior do género feminino; Média de idades: 20,60 ± 1,85 Anos; IMC médio: 22,65 ± 3,93 kg/m ² ;	Investigar qual o impacto das imagens “fitspiration” sobre a satisfação corporal.	5. Comportamento no exercício (Escala de classificação do esforço físico percebido e distancia percorrida em 10 minutos na passeadeira). 1. Utilização de redes sociais (Questões sobre a rede social utilizada e tempo despendido); <i>Questões: “Quais as redes sociais que usa?”; “Quanto tempo utiliza essa rede social?”;</i> 2. Insatisfação Corporal (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Dimensões Avaliadas: “Gordura corporal”; “Atração pelo próprio físico”; “Satisfação com o tamanho corporal”; “Satisfação com a forma corporal”;</i> 3. Tendências de Comparação de Aparência (Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)).	Semelhante à exposição ao corpo ideal magro, os resultados do presente estudo mostram que as imagens “fitspiration” levam a um aumento significativo da insatisfação corporal. Ocorre ainda uma maior tendência de comparação de aparência entre indivíduos, o que previu um aumento da insatisfação corporal.	Fraço
Rounds e Stutts (2020)	RCT	283 Estudantes do ensino superior do género feminino; Idade Média: 20,17 ± 1,25 Anos; IMC médio: 22,96 ± 3,66 kg/m ² ;	Analisar o impacto do conteúdo “fitspiration” sobre a satisfação corporal e o humor negativo.	1. Insatisfação Corporal 1.1. Escala de 1 a 6 pontos possíveis (1 (não se aplica bem) a 6 - (aplica-se exatamente)); <i>Questões: “De um modo geral, estou satisfeita com a minha aparência”; “Eu gostaria de mudar muito o meu corpo”; “Eu gostaria de mudar bastante a minha aparência”; “De um modo geral, eu estou satisfeita com meu corpo”;</i> 1.2. (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Questões: “O quanto satisfeito com o seu peso você se sente agora?”; “O quanto satisfeito com a sua aparência você se sente agora?”; “O quanto satisfeito com o formato do seu corpo você se sente agora?”;</i> 2. Humor (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Questões: “Você sente-se deprimido agora?”; “O quanto feliz você se sente neste momento?”;</i> 3. Utilização do Instagram (Questões sobre o uso do instagram); <i>Dimensões avaliadas: “Número de Seguidores”; “Número de contas que segue”; “Frequência de postagem”; “Conteúdo publicado no Instagram”; “Tipo de Contas que segue (de fitness/treino)”.</i>	A satisfação corporal diminuiu significativamente e o estado de humor negativo aumentou nos grupos de exposição “fitspiration”. Mesmo no grupo de exposição parcial, a satisfação corporal e humor foram afetados negativamente em relação ao grupo de controlo.	Fraço

Slater, Varsani e Diedrichs (2017)	RCT	160 Estudantes do ensino superior do género feminino; Média de idades: 23,37 ± 2,76 Anos; IMC médio: 23,37 ± 2,76 kg/m ² ;	Analisar o impacto da exposição a imagens de fitspiration e auto-compaixão nas redes sociais sobre a satisfação corporal, atendendo à sua apreciação corporal, auto-compaixão e humor.	1. Instagram e uso de outros media (Questões sobre a utilização dos media); <i>Questões:</i> “Quanto tempo gasta no Instagram por dia?”; “Número de contas que segue?”; “Frequência com que posta fotos?”; “Tipo de fotos que posta frequentemente?”; “Outros serviços de redes sociais que usa?”; “Tempo médio diário de uso?”; 2. Insatisfação corporal (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Questões:</i> “Estou satisfeita com meu peso?”; “Estou satisfeita com a minha aparência no geral?”; “Estou satisfeita com a forma do meu corpo?”; 3. Apreciação Corporal (Body Appreciation Scale). 4. Humor (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Dimensões Avaliadas:</i> “Ansiedade”; “Depressão”; “Felicidade”; “Confiança”; 5. Tendência de Comparação de aparência (Physical Appearance Comparison Scale (PACS)); 6. Internalização Corpo ideal (Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3)); 7. Auto-compaixão (Self-Compassion Scale).	As mulheres que leram citações de auto-compaixão mostraram maior satisfação corporal, apreciação corporal, o que reduziu o humor negativo em comparação com as mulheres que viram imagens neutras. A visualização de uma combinação de imagens de “fitspiration” e citações de auto-compaixão levou a resultados positivos em comparação de aparência com a visualização apenas imagens de “fitspiration”. Os resultados sugerem que a auto-compaixão pode oferecer uma nova via para atenuar o impacto negativo dos media sobre a satisfação do corpo da mulher.	Fraco
Tiggemann e Zaccardo (2015)	RCT	130 Participantes do ensino superior do género feminino; Média de idades: 19,91 ± 2,80 Anos; IMC médio: 23,15 ± 4,86 kg/m ² ;	Analisar o impacto das imagens de “fitspiration” sobre a imagem corporal.	1. Manipulação experimental do tipo de imagem (“fitspiration” vs “Imagens de viagens”) (Escala Likert de 5 pontos possíveis de 1 (muito pobre) a 5 (excelente) que avalia a 'qualidade' e 'Apelo visual' das fotografias); 2. Insatisfação corporal (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Dimensões Avaliadas:</i> “Insatisfação com o peso”; “Insatisfação com a aparência”; 3. Humor (Escala Visual Analógica (VAS)); <i>Dimensões Avaliadas:</i> “Ansiedade”; “Depressão”; “Felicidade”; “Raiva”; “Confiança”; 4. Uso de redes sociais (Questões sobre o uso de sites de redes sociais); <i>Questões:</i> “Tem uma conta Instagram e/ou Facebook?”; “Se visualizam imagem de	A exposição aguda a imagens de “fitspiration” levou a um aumento do humor negativo e insatisfação corporal em relação às imagens de viagens. Os indivíduos expostos às imagens de fitspiration tinham maior tendência de comparação dos seus corpos com as imagens, aumentando o humor negativo e a insatisfação corporal após a exposição. Concluiu-se que a “fitspiration” pode ter consequências negativas não intencionais na imagem corporal.	Fraco

				<i>Instagram noutro website? ”; “Qual a importância que atribuem à qualidade da fotografia quando publicada por outros e por si? ”;</i> 5. Tempo despendido nas redes sociais (1 questão sobre o tempo despendido); <i>Questão: “Quanto tempo passa nas redes sociais por dia? ”;</i> 6. Tendências de Comparação de Aparência (State Appearance Comparison Scale (SACS) e Physical Appearance Comparison Scale (PACS)).		
Yee et al., (2020)	RCT	223 participantes do género masculino; Média de idades: 20,89 ± 4,39 Anos; IMC médio: 23,21 ± 3,94 kg/m ² ;	Analisar os efeitos da exposição a imagens de “fitspiration” na imagem corporal masculina.	1. Insatisfação Corporal (Revised Male Body Attitudes Scale (MBAS-R)); 2. Tendências de comparação corporal (Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)); 3. Satisfação em relação à gordura corporal e massa muscular (Escala de 11 pontos (0 = Extremamente Insatisfeito, 10 = Extremamente Satisfeito)); <i>Questões: “Como você se sente sobre o seu nível de gordura corporal neste momento? ”; “Como você se sente sobre o seu nível de muscularidade neste momento? ”;</i> 4. Comportamentos de mudança corporal <i>Questões: “Deseja envolver-se em exercício para aumentar a musculabilidade? ”; “Deseja envolver-se em exercício para reduzir a gordura corporal? ”; “Deseja envolver-se em dieta para aumentar a musculabilidade? ”; “Deseja fazer dieta para reduzir gordura corporal? ”; “Consumiu esteroides anabolizantes? ”;</i> 5. Humor (Escala de 11 pontos (0 = Extremamente infeliz, 10 = Extremamente feliz)); <i>Questão: “Neste momento como está o seu humor? ”.</i>	Antes e depois de ver cada imagem de fitspiration, os participantes relataram insatisfação com a sua gordura corporal, insatisfação com a muscularidade e humor negativo, e desejo de envolver-se em comportamentos para reduzir a gordura corporal e aumentar a massa muscular. As análises revelaram que, em comparação com a visualização de imagens neutras, a visualização de imagens de “fitspiration” aumenta a insatisfação corporal. A visualização de imagens de “fitspiration” levou a uma imagem corporal negativa em todas as facetas que foram avaliadas no estudo.	Fraco

ANEXO II - CONSENTIMENTO INFORMADO

CONSENTIMENTO INFORMADO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de o convidar a participar num estudo científico realizado pelos centros de investigação de duas Faculdades (CIDEFES- da Faculdade de Educação Física e Desporto; CICANT- da Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação).

Este estudo pretende servir de teste piloto para um futuro sistema de monitorização epidemiológica dos comportamentos de saúde ligados à atividade física, sono, alimentação, bem-estar e o que os pode influenciar, em contexto universitário. De forma geral tal permitirá não só o avanço do conhecimento, mas também o desenvolvimento de melhores práticas de promoção da saúde neste contexto. A juntar-se a estes benefícios macro, a nível individual a sua participação pode promover maior reflexão e autoconhecimento.

Se tem 18 ou mais anos de idade e se está a frequentar o ensino superior (i.e. estar matriculado como aluno interno numa faculdade, escola superior ou instituto politécnico em Portugal, no 1º, 2º ou 3º ciclo de estudos), agradecemos o seu contributo no estudo através do preenchimento deste questionário. Se não se encontrar a frequentar o ensino superior, agradecemos que divulgue este questionário a pessoas que estejam nesta situação.

A sua participação resume-se ao **preenchimento online de um conjunto de questões com uma duração máxima prevista de 20 minutos**. Estas são completamente confidenciais, sendo codificadas com um número apenas. Não há respostas certas nem erradas, apenas a sua opinião e experiência serão requeridas.

Este estudo foi aprovado pela Comissão de Ética da Faculdade de Educação Física e Desporto. **A sua participação é voluntária.** Caso decida participar neste estudo, ainda assim, pode desistir a qualquer momento.

As suas **respostas** são recolhidas e mantidas de forma **confidencial e cumprindo a legislação aplicável em matéria de proteção de dados**. Os dados recolhidos, **confidenciais**, serão **protegidos** de forma segura e acessíveis apenas à equipa de investigação. As respostas serão analisadas de forma agrupada, e nunca de forma individual.

Ao responder a este questionário, **confirme que aceita as condições de participação** e clique no botão "Seguinte" no final da página.

Flávio Jerónimo, Os media e a sua relação com os objetivos e motivações para o exercício e a imagem corporal

Em caso de dúvida, pode contactar a equipa de investigação através do endereço:
marlene.silva@ulusofona.pt

Agradecemos desde já a sua colaboração!

• **Compreendi os objetivos e o que me é solicitado em termos de participação, atendendo à finalidade do questionário**

• **Sei que posso interromper a minha colaboração a qualquer momento do preenchimento do questionário sem que os dados que já tenha introduzido fiquem registados**

☐ **Declaro que li e que aceito as condições da minha participação**

Se esta iniciativa lhe pareceu ser relevante, agradecemos que partilhe o link deste questionário pelas suas redes sociais! Quantos mais respostas obtivermos, melhor será a informação obtida!

MUITO OBRIGADO PELA SUA PARTICIPAÇÃO !

Responsável pelo estudo/Instituição/Contacto

Prof. Doutora Marlene N Silva (marlene.silva@ulusofona.pt)

CIDEFES- Faculdade de Educação Física e Desporto – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias