



doi: <http://dx.doi.org/10.7213/psicolargum.41.114.A005>

Captura de *selfies*, uso de filtros no instagram e a relação com a aparência feminina.

Capture of selfies, use of filters on instagram and the relationship with female appearance

Evelyn Freire Melo
Centro Universitário do Estado do Pará
<https://orcid.org/0009-0009-3050-0763>
evelynmelof18@gmail.com

Zakiee Castro Mufarrej Hage
Centro Universitário do Estado do Pará
<https://orcid.org/0000-0003-4994-9738>

Resumo

As redes sociais estão muito presentes nas formas de interação humana e exercem influência sobre padrões de comportamento e sobre tendências que surgem na sociedade. Sobretudo aquelas como o Instagram, que tem imagens, dentre elas as *selfies*, como meio pelo qual se dão essas interações. Este estudo investigou a associação dos hábitos de captura e edição de *selfies* e a relação com preocupações com a forma do corpo de 170 mulheres que usam o Instagram ($23,6 \pm 3,9$ anos). Foram utilizados dois instrumentos: Questionário de Atividades de Captura e Edição de Selfies no Instagram, instrumento desenvolvido pelas pesquisadoras, e o Body Shape Questionnaire (BSQ) - Questionário de Preocupação com a Forma do Corpo. Os dados foram analisados por meio do Teste G, no Programa Bioestat 5.3 e o nível de significância adotado foi de 5% ($p < 0,05$). Com os resultados verificou-se a associação entre hábitos de captura e edição de *selfies* com preocupações relacionadas à forma do corpo, e que a maioria dos participantes não apresenta níveis altos de preocupação. Conclui-se que existe uma associação entre o hábito de captura e edição de *selfies* de usuárias do Instagram, com preocupações com o corpo e que são necessários estudos com maiores amostras no território nacional.

Palavras-chave: Redes Sociais, Mulheres, Insatisfação Corporal, Fotografia

Abstract

Social networks are very present in forms of human interaction and exert influence on behavior patterns and on trends that arise in society. Especially those like Instagram, which has images, including selfies, as a means through which these interactions take place. This study investigated the association between the habits of capturing and editing selfies and the relationship with body shape concerns of 170 women who use Instagram (23.6 ± 3.9 years). Two instruments were used: the Selfie Capturing and Editing Activities Questionnaire on Instagram, an instrument developed by the researchers, and the Body Shape Questionnaire (BSQ). The data was analyzed using the G Test, in the Bioestat 5.3 program, and the significance level adopted was 5% ($p < 0.05$). With the results, there was an association between habits of capturing and editing selfies with concerns related to body shape, and that most participants do not have high levels of concern. It was concluded that there is an association between the habit of capturing and editing selfies of female Instagram users, with body concerns and that studies with larger samples are needed in the national territory.

Keywords: Social Networking, Women, Body Dissatisfaction, Photograph

Resumen

Las redes sociales están muy presentes en las formas de interacción humana e influyen en los patrones de comportamiento y tendencias que surgen en la sociedad. Ante todo aquellos como Instagram, que contiene imágenes, incluso selfies, como medio a través del cual se producen estas interacciones. Este estudio investigó la asociación entre los hábitos de capturar y editar selfies y la relación con las preocupaciones acerca de la forma del cuerpo de 170 mujeres que usan Instagram ($23,6 \pm 3,9$ años). Fueron utilizados dos instrumentos: el Cuestionario de Actividades de Captura y Edición de Selfies en Instagram, instrumento desarrollado por las investigadoras, y el Body Shape Questionnaire (BSQ) - Cuestionario de Preocupación por la Forma Corporal. Los datos fueron analizados mediante el Test G, en el programa Bioestat 5.3, y el nivel de significación adoptado fue del 5% ($p < 0,05$). Con los resultados, fue verificada una asociación entre los hábitos de captura y edición de selfies con preocupaciones relacionadas con la forma del cuerpo, y que la mayoría de las participantes no tienen niveles altos de preocupación. Se concluye que existe asociación entre el hábito de capturar y editar selfies de los usuarios de Instagram, con preocupaciones corporales y que se necesitan estudios con muestras más amplias en el territorio nacional.

Palabras-clave: Red Social, Mujeres, Insatisfacción Corporal, Fotografía

Introdução

A imagem corporal pode ser definida por uma representação mental do formato e tamanho do corpo feita pelo indivíduo que é influenciada por diversos fatores, tais como: culturais; sociais; históricos; biológicos; e individuais que podem variar ao longo de sua vida (Slade, 1994). Em um mundo de rápidas transformações, as redes sociais são um importante meio para o compartilhamento de informações e tendências, e isto tem influenciado na forma como as pessoas se relacionam. Com isso, o que se publica nas redes impacta os valores da sociedade e em como as pessoas se enxergam, pois são espaços propícios para a idealização de uma “vida perfeita”, com a apresentação de imagens selecionadas e alteradas pela própria pessoa para mostrar apenas o que lhe convém, resultando em sentimentos de frustração por não conseguir atingir tal padrão de imagem e estilo de vida (Silva, 2021).

As postagens nas redes sociais e a idealização da própria imagem, a partir da comparação a essas postagens visualizadas frequentemente, podem impactar na construção da imagem corporal e autoimagem. Dado que, segundo Iannelli e Novaes (2015), pelo conceito do padrão de corpo ideal ser construído culturalmente, a mídia atua como fator estruturante enquanto divulgadora de tendências de comportamento, auxilia a impulsionar a busca por se encaixar em tal padrão de perfeição e influencia a relação do sujeito com o próprio corpo.

Os perfis de imagens idealizadas ajudam na difusão de um padrão de perfeição inalcançável, gerando o perigo do surgimento de sentimentos de frustração e sofrimento pela comparação a essas imagens irreais (Silva, 2021). A utilização das redes sociais como vitrine para expor essas imagens é acompanhada pela propagação da ideia de que encaixar-se em tal padrão seria um objetivo facilmente alcançável, dependendo apenas da vontade do sujeito de realizá-lo ou não (Rodrigues, 2019). Peso este que recai sobretudo em mulheres onde, historicamente, são tratadas sob o olhar julgador da sociedade e “se veem obrigadas a experimentar constantemente a distância entre o corpo real, a que estão presas, e o corpo ideal, o qual procuram infatigavelmente alcançar” (Goldenberg, 2015, p. 49).

Ao investigar a relação entre preocupações com a imagem corporal e as redes sociais Facebook e Instagram em uma amostra de mulheres de 18 a 29 anos, Cohen et al. (2017) demonstram a importância de se estudar formas específicas de uso de redes sociais, focando em investigar o uso dessas redes para atividades relacionadas a imagens. Pois, foi encontrado que esta forma de engajamento nas redes sociais Facebook e Instagram relaciona-se a preocupações com a imagem corporal. De acordo com as hipóteses do estudo, a “exposição à aparência” no Facebook e “seguir contas focadas em aparência”, no Instagram, resultariam em uma associação positiva com preocupações com a imagem corporal.

Foram comparadas as variáveis que descrevem esse tipo específico de uso destas redes sociais, com as variáveis de preocupação com a imagem corporal. Para tal, foram usados questionários para avaliar o tempo que os usuários passavam nestas redes e a forma de uso do Facebook e Instagram. No Facebook, a “exposição à aparência” foi descrita como se engajar em atividades relacionadas a fotos e exposição a imagens, por exemplo, visualizar fotos de amigos e atualizar a própria foto de perfil e, no Instagram, “seguir contas focadas em aparência” foi descrito como seguir perfis voltados à saúde e *fitness* e perfis de celebridades (Cohen et al., 2017).

Para medir as variáveis de preocupação com a imagem corporal, que no estudo são: internalização de ideal de magreza, comparação de aparência, satisfação com a aparência, vigilância com o corpo e sintomas de transtornos alimentares, Cohen et al. (2017) empregaram escalas validadas no país onde se deu a realização da pesquisa. Os principais achados mostram que engajar-se em atividades relacionadas a fotos no Facebook associa-se com maior internalização do ideal de magreza e vigilância corporal. No Instagram, seguir contas de celebridades, se associa à internalização do ideal de magreza, bem como à vigilância corporal e seguir contas de saúde e *fitness* é outro fator que se relacionou à internalização do ideal de magreza, assim como a sintomas de transtornos alimentares enquanto seguir perfis voltados a postar imagens de viagem, não se relaciona a nenhuma das variáveis de preocupação com a imagem do corpo.

Desta forma, observa-se a correlação entre preocupações com a imagem corporal e formas específicas de uso de redes sociais, focado em imagens e fotos, e ao seu potencial de influenciar a relação que os indivíduos têm com o próprio corpo. Corroborando esses

achados, Saiphoo e Vahedi (2019), apresentam uma meta-análise revisando estudos que investigam a relação entre redes sociais e imagem corporal, onde encontraram uma associação mais forte entre insatisfação com a imagem corporal e o uso de redes sociais para atividades focadas em aparência, quando comparado aos estudos que investigavam o uso geral de redes sociais. Refinando esta discussão, a meta-análise de Valle et al. (2021), conclui que seria especificamente a exposição a ideais de aparência, como ser magro, jovem e ter um corpo musculoso, em redes sociais que impacta negativamente a imagem corporal, ao invés da visualização de conteúdo voltado à aparência no geral.

Ainda em Saiphoo e Vahedi (2019), a relação entre o uso de redes sociais e a insatisfação com a imagem corporal, parece ser mais danosa para pessoas mais jovens, nomeado no estudo como jovens adultos, de acordo com a média de idade obtida nos estudos analisados. Dado que, a idade parece influenciar negativamente na relação entre a imagem corporal e o uso de redes sociais, ou seja, quanto mais velha a pessoa, mais fraca é a relação entre o uso de redes sociais e insatisfação com a imagem do corpo. Sugerem que, como pessoas mais jovens costumam passar mais tempo nas redes sociais (Pew Research Center, 2018) também passariam mais tempo se engajando em postar e consumir conteúdo voltado à aparência, o que aumenta as chances de comparar a sua aparência a de outros usuários, resultando em insatisfação com a imagem.

Em estudo investigando a relação das redes sociais e um transtorno específico de insatisfação com a imagem corporal, o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC) – transtorno associado a preocupações com as formas do corpo, com comportamentos repetitivos de checagem corporal motivados por inquietações com a aparência física (American Psychiatric Association, 2023), Alsaidan et al. (2020) encontraram que o TDC, estava associado ao tempo gasto em redes sociais focadas em aparência, no estudo, *Snapchat* e Instagram. Ademais, a amostra que apresenta o TDC, demonstra maior tendência: a comparar a própria aparência nas redes sociais a de pessoas famosas; considerar a aparência como um fator importante de julgamento e supervalorizar o que consideram “anormalidades” no próprio corpo.

No estudo hipotetiza-se que pessoas com TDC parecem apresentar maior interesse em compartilhar fotos de si próprios, e estas redes sociais são ambientes propícios para tal. E, a partir da proposição que redes sociais podem influenciar a construção de um ideal

de beleza (Silva, 2021), de acordo com Alsaidan et al. (2020), hábitos como compartilhar fotos e vídeos em redes sociais, ler comentários sobre padrões ideais de nariz, corpo e cabelo, poderiam reforçar as crenças de dismorfia corporal que indivíduos com TDC já apresentam.

Em redes sociais como o Instagram, as *selfies* estão entre as imagens mais compartilhadas. A palavra *selfie* foi eleita a palavra do ano em 2013 pelo dicionário inglês Oxford e é definida como “uma foto tirada de si mesmo, geralmente usando um smartphone ou webcam, que costuma ser postada em mídias sociais” (Oxford Learner’s Dictionaries, 2022) e estima-se que em 2022 serão 92 milhões de selfies capturadas por dia (Photutorial, 2022). Às *selfies* usualmente são aplicados os filtros ou máscaras faciais, que são formas de edição de imagem disponíveis em redes sociais como o Instagram, onde o usuário pode alterar sua aparência com a aplicação de efeitos cosméticos, que podem desde alterar cor e textura da pele; formato e tamanho do rosto, olhos, nariz e boca; aplicação de maquiagem virtual; ou até mesmo adicionar efeitos que transformam a pessoa em um animal ou personagem (Independent, 2018; Meta, 2022). Características que podem reiterar a prática da construção de uma imagem idealizada.

Na tentativa de sistematizar algumas possibilidades de entender as variáveis das redes sociais que podem relacionar-se com a imagem corporal dos usuários, estudos recentes vêm sendo conduzidos. Em revisão de literatura conduzida por Tylka et al. (2023), é proposto que a teoria da comparação social, isto é, a teoria elaborada por Festinger (1954), que propõe que as pessoas se comparam a outros indivíduos como forma de construir a avaliação que tem de si, poderia explicar a aparente atuação como variável moderadora da “manipulação de fotos e *selfies* em redes sociais focadas em aparência”, na relação entre as variáveis “redes sociais focadas em aparência” e a variáveis dependentes, “insatisfação com o corpo” e “comparação da aparência”.

Evidências empíricas da teoria foram relatadas em Lyu et al. (2023) onde, buscando entender a relação entre a comparação social e os comportamentos de selfies (frequência de captura e postagem) e a possível influência das variáveis “vigilância corporal” e “autoestima” nessa relação, foi conduzido um estudo com uma amostra de adolescentes do sexo feminino. Nesta pesquisa, a comparação social foi medida por meio de uma escala de comparação da aparência física onde, de acordo com os resultados

obtidos, há uma relação positiva entre os comportamentos de selfies e a comparação da aparência física, quando esta comparação é feita com pessoas que as participantes julgam mais atraentes que elas, enquanto que, comparar-se a pessoas que julgam menos atraentes, não se apresentou relação.

Os autores sugerem que, dada a já relatada correlação entre edição de selfies e a comparação de aparência entre adolescentes do sexo feminino como em Chang et al. (2019), as pessoas poderiam estar usando a edição de imagem, motivadas por essa comparação a pessoas mais atraentes, para que suas selfies postadas em redes sociais mostrem a melhor aparência possível. Pois, ao se adequar aos padrões de beleza comumente expostos nas mídias sociais, aumentaria a chance de receber *feedbacks* positivos relacionados a sua aparência, o que poderia melhorar sua autopercepção de imagem (Lyu et al., 2023).

Ademais, a variável “vigilância corporal” – ato de verificar se seu corpo se adequa aos padrões de beleza – se relacionou positivamente aos comportamentos de selfie e mediou a relação entre esses comportamentos e a tendência de comparar a aparência física a de pessoas mais atraentes. Com isto, propõem que as pessoas que costumam comparar sua aparência a de pessoas que julgam mais atraentes, por conta da influência de seus hábitos de vigilância corporal, apresentam mais comportamentos relacionados a selfies como, postar essas imagens de maneira editada (Lyu et al., 2023).

Dada a relevância da relação entre redes sociais e imagem corporal relatada por diversos estudos, também foram conduzidas pesquisas que visam explorar a possibilidade de estratégias que podem ser empregadas via redes sociais para a promover a aceitação de diferentes tipos de corpo, como o movimento *body positive* – movimento que incentiva a aceitação de todos os tipos de corpos, independente de tamanho ou forma (Harriger et al. 2023).

Um exemplo, é o estudo experimental de Cohen et al. (2019) realizado com de mulheres de 18 a 30 anos, onde a principal hipótese era que a exposição à imagens relacionadas ao movimento *body positive*, resultaria em maior satisfação e apreciação do corpo e melhora no humor, quando comparado a exposição à imagens que representam ideais de magreza e imagens neutras, não relacionadas à aparência. Os principais resultados mostram que a exposição a imagens relacionadas ao movimento *body positive*

no Instagram, resultou em uma associação com a melhora da satisfação com o corpo e do humor, enquanto a visualização de imagens que representam ideais de magreza, foi associado à piora dos níveis de humor e satisfação corporal nas mulheres que compunham a amostra do estudo (Cohen et al., 2019).

No Brasil, a rede social mais usada que disponibiliza os filtros faciais como ferramenta de edição, é o Instagram (Data Reportal, 2022). O Instagram é uma rede social focada na interação por meio do compartilhamento de fotos, vídeos e mensagens. O aplicativo disponibiliza recursos de edição de imagens e vídeos para que os próprios usuários manipulem o que desejam publicar em seus perfis (Instagram, 2022). No Brasil, o Instagram é mais usado por mulheres e o intervalo de idades que abarca a maior parte dos usuários ativos da citada rede social encontra-se na faixa etária de 18 a 34 anos (Data Reportal, 2022).

Dessa forma, seguindo a sugestão da literatura nacional atual (Santos & Pereira, 2022), a relevância do presente trabalho se dá na tentativa de buscar ampliar os estudos no Brasil relacionados às referenciadas temáticas e contribuir com a adição de dados que possam melhorar a compreensão acerca da influência das redes sociais focadas em interações por meio de imagens, sobre a imagem corporal feminina.

Objetivos

O objetivo geral da pesquisa consistiu em investigar a influência da rede social Instagram sobre a imagem corporal de mulheres de 18 a 34 anos, por meio de questionário online. Entre os objetivos específicos constaram: descrever, por meio de questionário, o comportamento relativo às práticas fotográficas relacionadas às selfies por mulheres no Instagram; esclarecer, por meio de questionário, como as atividades fotográficas relacionadas às selfies no Instagram influenciam a percepção feminina em relação às suas próprias características faciais; investigar, por meio de questionário, se o uso do Instagram por mulheres aumenta a insatisfação com a imagem corporal.

Método

Participaram deste estudo transversal, descritivo, comparativo e observacional, 176 mulheres (cis e trans) alcançadas pela divulgação via redes sociais da pesquisa. A amostra caracterizou-se como não-probabilística e por conveniência. Foram incluídas na

amostra as mulheres na faixa etária de 18 a 34 anos, que possuíam conta ativa na rede social Instagram. Foram excluídas as participantes fora da faixa etária alvo da pesquisa, que não possuíam conta ativa no Instagram e que não preencheram todos os campos dos formulários de coleta de dados. Resultando, dessa forma, em uma amostra final de 170 participantes com média de $23,6 \pm 3,9$ anos.

Para a coleta de dados foram utilizados dois instrumentos. O Questionário de Atividades de Captura e Edição de Selfies no Instagram, instrumento desenvolvido pelas pesquisadoras com base no material bibliográfico utilizado para desenvolver o projeto da pesquisa (ex.: Cohen et al., 2017 e Mills et al., 2018). O questionário foi usado para esclarecer os hábitos acerca das atividades fotográficas relacionadas à selfies na rede social Instagram, foi constituído por nove itens e dividido em duas partes. Na primeira parte, as perguntas se relacionam à frequência de uso da rede social e de suas ferramentas de edição de imagem; a segunda parte diz respeito a opiniões sobre o uso do Instagram relacionado à percepção de suas características faciais. As perguntas deste questionário autoral podem ser consultadas integralmente na Tabela 2. Para resposta aos itens foi adotada a escala Likert, variando de 1 (nunca) a 5 (sempre) na primeira parte (perguntas de 1 a 3); e 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), na segunda parte (perguntas de 4 a 9). Além disso, o questionário contou com três campos iniciais solicitando informações como: sexo, idade e se a participante possui conta ativa na rede social Instagram. Estes dados foram utilizados para a caracterização do público do estudo.

O segundo instrumento correspondeu ao Body Shape Questionnaire (BSQ) - Questionário de Preocupação com a Forma do Corpo: originalmente desenvolvido por Cooper e colaboradores em 1987, adaptado e validado para uso no Brasil por Mônica Cristina Di Pietro, Evelyn Doering Xavier e Dartiu Xavier da Silveira (Di Pietro & Silveira, 2009). Consiste em um questionário autoaplicável de 34 itens que foi utilizado para acessar o possível nível de insatisfação quanto ao formato do corpo das participantes. Os itens trazem perguntas sobre preocupações com o formato corporal, como: “você tem reparado na forma física de outras pessoas do mesmo sexo que o seu e, ao se comparar, tem se sentido em desvantagem?”; “você sente vergonha do seu corpo?” (Di Pietro & Silveira, 2009). As questões são respondidas em uma escala Likert variando de 1 (nunca)

a 6 (sempre). O grau de preocupação com a imagem recebe a classificação de “nenhuma”, “leve”, “moderada” e “grave” de acordo com o escore total obtido.

A divulgação da pesquisa, após a aprovação do projeto sob parecer Nº 5.939.955 do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), foi feita por meio de convite divulgado nas redes sociais das autoras (Instagram e WhatsApp), que contava com disponibilização do *link* que dava acesso a interface *online* da pesquisa. Esta, foi gerada pela plataforma *Google Forms*, que permite a criação, compartilhamento e disponibilização de formulários na *web*. O formulário eletrônico autoaplicável gerado pela plataforma ficou aberto para o recebimento de respostas durante 15 dias entre os meses de Março e Abril de 2023. A primeira página do formulário eletrônico apresentava o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), sendo assim, todas as participantes que se interessaram em participar da pesquisa, apenas prosseguiram para as etapas subsequentes após a assinatura do termo.

O aceite foi feito de forma *online* assinalando o campo “sim” concordando com os termos TCLE apresentados antes dos questionários do formulário eletrônico utilizado para coleta. Antes dos campos de preenchimento dos questionários, foram dadas informações acerca do teor do instrumento, as instruções sobre o significado da legenda das escalas Likert e, no instrumento de coleta acerca dos hábitos relativos à captura e edição de *selfies*, foi explicado o que a participante deveria considerar como *selfie* (as que captura de si e em grupo) e ferramentas de edição, considerando filtros da própria rede social ou qualquer outro tipo de edição que altere aspectos como: formato e tamanho de características da face como olhos, nariz e boca, que adicionem maquiagem virtual ou alterem a textura da pele.

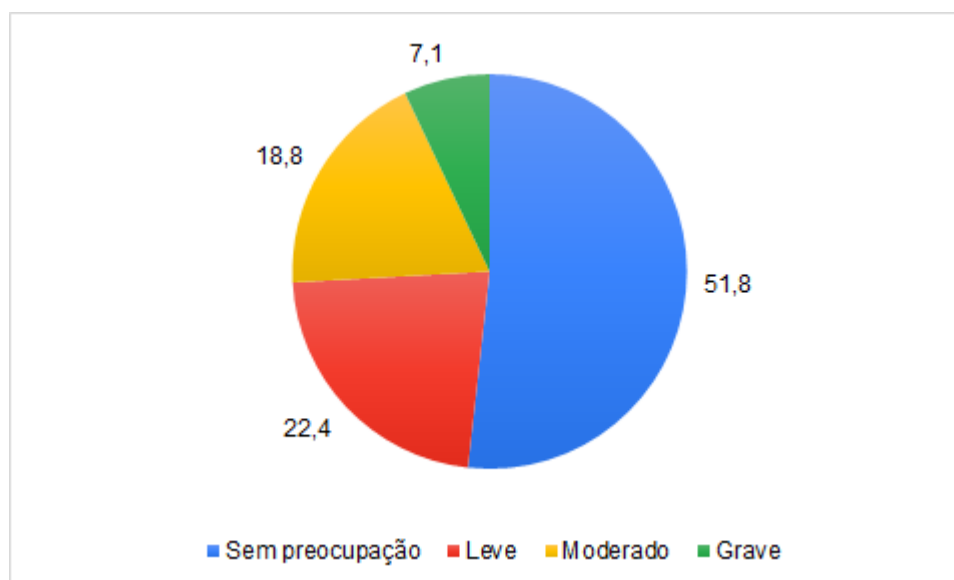
As variáveis estudadas foram apresentadas por meio da estatística descritiva (as variáveis categóricas foram descritas em frequências e percentuais). Para avaliar a relação entre a avaliação corporal e algumas características de postagens nas redes sociais, foi aplicado o teste G, utilizado para a avaliação de duas variáveis qualitativas. As análises estatísticas foram realizadas no Bioestat 5.3. e o nível de significância adotado foi de 5% ($p < 0,05$).

Resultados

A Figura 1 representa os percentuais dos níveis de preocupação com a forma do corpo da amostra total de participantes do estudo, de acordo com a classificação dada pelo teste BSQ. A maior parte da amostra (51,8%), não apresenta preocupações com a forma do corpo, (22,4%) apresenta preocupação leve, (18,8%) preocupação moderada e (7,1%), preocupação grave.

Figura 1

Distribuição Percentual dos Níveis de Preocupação com a Forma do Corpo dos Participantes do Estudo



Na Tabela 1 é apresentada a testagem de correlação entre a variável Idade, categorizada em faixas etárias, e os Níveis de Preocupação com a Forma do Corpo. De acordo com esta divisão, a maioria das participantes do estudo está na faixa etária de 22 a 25 anos (40%) e na faixa de 18 a 21 anos (32,4%). Nota-se que, a variável em questão, não apresentou diferença significativa ($p > 0,05$) quando correlacionada ao nível de preocupação com a forma do corpo. Dessa forma, os resultados indicam que a faixa etária não parece estar associada ao nível de preocupação com o corpo das participantes.

Tabela 1 Teste de Correlação Entre a Variável Idade e Níveis de Preocupação com a Forma do Corpo

	Sem preocupação	%	Leve	%	Moderado	%	Grave	%	Total	%	Valor de p
Idade											
18-21	24	27.3	13	34.2	12	37.1	6	50.0	55	4	0.4809
22-25	38	43.0	16	42.1	12	37.0	2	16.7	68	0	
26-29	15	17.6	8	21.1	6	18.2	2	16.7	31	2	
30-34	11	12.6	1	2.6	2	6.3	2	16.7	16	9.4	

Teste G

Tabela 2 Teste de Correlação Entre Níveis de Preocupação com a Forma do Corpo e Perguntas do Questionário Desenvolvido Pelas Autoras

	Sem Preocupação	%	Leve	%	Moderado	%	Grave	%	Total	%	Valor de p
1. Frequência que costuma capturar selfies											
Nunca	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0023
Raramente	16	18.2	0	0.0	7	9.1	2	16.7	25	14.7	
As vezes	36	40.9	16	42.1	10	31.3	5	41.7	67	39.4	
Frequentemente	32	36.4	4	36.8	8	25.0	5	41.7	59	34.7	
Sempre	4	4.5	8	21.1	7	21.2	0	0.0	19	11.2	
2. Frequência que costuma postar selfies											
Nunca	2	2.3	0	0.0	1	3.1	0	0.0	3	1.8	0.9653
Raramente	32	36.4	13	34.2	10	31.3	6	50.0	61	35.9	
As vezes	33	37.6	17	44.7	12	37.0	4	33.3	66	38.8	
Frequentemente	18	20.9	7	18.4	7	21.2	1	8.3	33	19.4	
Sempre	3	3.4	1	2.6	2	6.3	1	8.3	7	4.1	
3. Qual frequência você costuma usar ferramentas de edição em suas selfies											
Nunca	7	8.0	2	5.3	1	3.1	1	8.3	11	6.5	0.7216
Raramente	19	21.1	8	21.1	6	18.2	2	16.7	35	20.6	

As vezes	21	23. 9	6	15.8	9	28. 1	2	16.7	38	22.4	
Frequentemente	26	29. 5	9	23.7	10	31. 3	6	50.0	51	30.0	
Sempre	15	17. 0	13	34.2	6	18. 8	1	8.3	35	20.6	
4. Considera que seus hábitos de captura de selfies fazem você se atentar mais às características de sua própria face											
Discordo totalmente	2	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.2	0.9050
Discordo parcialmente	3	3.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	1.8	
Nem discordo e nem concordo	6	6.8	3	7.9	2	6.3	1	8.3	12	7.1	
Concordo	38	43. 2	19	50.0	12	37. 5	5	41.7	74	43.5	
Concordo totalmente	39	44. 3	16	42.1	18	56. 3	6	50.0	79	46.5	
5. Considera que seus hábitos de edição de selfies fazem você se atentar mais às características de sua própria face											
Discordo totalmente	3	3.4	1	2.6	0	0.0	0	0.0	4	2.4	0.2096
Discordo parcialmente	13	14. 8	0	0.0	2	6.3	1	8.3	16	9.4	
Nem discordo e nem concordo	13	14. 8	6	15.8	5	15. 6	4	33.3	28	16.5	
Concordo	28	31. 8	13	34.2	8	25. 0	2	16.7	51	30.0	
Concordo totalmente	31	35. 2	18	47.4	17	53. 1	5	41.7	71	41.8	
6. Considera que seus hábitos de edição de selfies influenciam na sua preferência pela sua imagem editada											
Discordo totalmente	6	6.8	1	2.6	0	0.0	0	0.0	7	4.1	0.0431
Discordo parcialmente	9	10. 2	0	0.0	1	3.1	0	0.0	10	5.9	
Nem discordo e nem concordo	14	15. 9	6	15.8	3	15. 9.4	0	0.0	23	13.5	
Concordo	30	34. 1	14	36.8	9	28. 1	4	33.3	57	33.5	
Concordo totalmente	29	33. 0	17	44.7	19	59. 4	8	66.7	73	42.9	
7. Considera que postar uma selfie sem o uso de edições lhe causa algum incômodo											
Discordo totalmente	19	21. 6	3	7.9	6	18. 8	1	8.3	29	17.1	0.1314
Discordo parcialmente	17	19. 3	10	26.3	5	15. 6	2	16.7	34	20.0	
Nem discordo e nem concordo	9	10. 2	8	21.1	8	25. 0	1	8.3	26	15.3	
Concordo	30	34. 1	6	15.8	7	21. 9	3	25.0	46	27.1	
Concordo totalmente	13	14. 8	11	28.9	6	18. 8	5	41.7	35	20.6	
8. Considera que o uso de edições em suas selfies lhe incentiva a realizar algum procedimento estético na face											
Discordo totalmente	26	29. 5	9	23.7	6	18. 8	1	8.3	42	24.7	0.831
Discordo parcialmente	15	17. 0	7	18.4	5	15. 6	3	25.0	30	17.6	
Nem discordo e nem concordo	13	14. 8	8	21.1	7	21. 9	1	8.3	29	17.1	
Concordo	20	22. 7	9	23.7	6	18. 8	4	33.3	39	22.9	
Concordo totalmente	14	15. 9	5	13.2	8	25. 0	3	25.0	30	17.6	
9. Considera que o uso do Instagram faz você comparar suas características faciais (como o tamanho e formato de boca, olhos e nariz e textura de sua pele) à dos outros usuários											
Discordo totalmente	8	9.1	1	2.6	2	6.3	0	0.0	11	6.5	0.0672
Discordo parcialmente	8	9.1	1	2.6	1	3.1	0	0.0	10	5.9	

Nem discordo e nem concordo	13	14. 8	4	10.5	2	6.3	1	8.3	20	11.8
Concordo	28	31. 8	14	36.8	6	18. 8	1	8.3	49	28.8
Concordo totalmente	31	35. 2	18	47.4	21	65. 6	10	83.3	80	47.1

A Tabela 2 refere-se à comparação do nível de preocupação com a forma do corpo em função das perguntas do questionário de atividades de captura e edição de *selfies* no Instagram. Observa-se que duas das nove perguntas do questionário apresentaram correlação significativa com o nível de preocupação com a forma do corpo. As perguntas em questão foram “com qual frequência você costuma capturar selfies?”, primeira pergunta da parte I do questionário, e “você considera que seus hábitos de edição de selfies influenciam na sua preferência pela sua imagem editada?”, terceira pergunta da parte II do instrumento.

A pergunta “com qual frequência você costuma capturar selfies?” obteve maior distribuição de respostas “às vezes” (39,4%) e “frequentemente” (34,7%). As pessoas que responderam às vezes capturam *selfies* apresentaram nível moderado de preocupação, enquanto as que responderam que frequentemente capturam *selfies* apresentaram níveis moderados e graves de preocupação. Tal achado indica que pode haver uma correlação entre a frequência de captura de *selfies* e os níveis de preocupação com o corpo.

Na pergunta “você considera que seus hábitos de edição de *selfies* influenciam na sua preferência pela sua imagem editada?”, a maioria das respondentes “concordam” (33,5%) ou “concordam totalmente” (42,9%) com a assertiva. Dentre quem concorda que a edição de *selfies* influencia na preferência pela imagem editada, recebeu nível moderado de classificação quanto a preocupação e, quem concorda totalmente, recebeu a classificação de nível moderado e grave de preocupação. Com isto, observa-se que os hábitos de edição de *selfies* estão associados à preferência das participantes por sua imagem editada e que, esta preferência, se correlaciona ao nível de preocupação com o corpo.

Discussão

A investigação deste estudo teve como objetivo verificar se os hábitos de edição e captura de *selfies* no Instagram estão relacionados com os níveis de preocupação com a forma do corpo de mulheres entre 18 e 34 anos. Dentre a faixa etária de maior participação no estudo, 18 a 25 anos, os principais achados sugerem que, os níveis de preocupação

com a forma do corpo, relacionam-se à frequência de captura de *selfies*. Além disso, o grau de preocupação com o corpo, também se relaciona com a preferência pela imagem editada após a utilização de filtros do Instagram, a essas *selfies*.

Em concordância com os resultados obtidos neste estudo, Vandebosch et al. (2022) encontraram que a frequência de captura e edição de *selfies* resultam em maiores níveis de insatisfação com a imagem corporal. Dessa forma, é possível refletir que como esses hábitos relacionados a *selfies* usualmente se dão durante o uso do aplicativo Instagram, a relação encontrada relacionada à frequência de captura de *selfies* pode ser explicada pelo tempo em que as participantes gastam em redes sociais se engajando em atividades relacionadas a fotos. Dado que, em Salomon e Brown (2018), o tempo gasto em redes sociais relaciona-se a percepções negativas quanto ao corpo.

A relação encontrada entre preocupação com o corpo e preferência pela imagem editada, é apontada no estudo experimental de Mills et al. (2018), onde foram comparados os níveis de humor e satisfação corporal em um grupo de participantes do sexo feminino antes e depois de postar uma *selfie* nas redes sociais (Facebook ou Instagram). Diante das hipóteses de que postar uma *selfie* nas redes sociais, resultaria em piora no humor e aumento da insatisfação com o corpo quando comparado ao grupo controle, e que postar uma *selfie* com o uso de retoques ou edição de imagem resultaria em melhores níveis de humor e satisfação com o corpo quando comparado ao grupo que postou a *selfie* sem retoques, foi solicitado aos grupos (tanto o que poderia aplicar edições à *selfie* quanto ao que não poderia aplicar retoques) que postassem a imagem no seu perfil de uma das duas redes sociais.

Foram respondidas escalas relacionadas à níveis de humor (ex.: ansiedade e depressão), e a imagem corporal (ex.: sentir-se gordo e satisfação com o tamanho do corpo) antes e após a tarefa. As participantes que postaram suas *selfies* sem aplicar filtros, retoques ou que não tiveram a opção de tirar múltiplas *selfies* até que se sentissem satisfeitas, experienciaram maior ansiedade, sentiram-se menos atraentes e confiantes em relação à própria aparência após a postagem, quando comparado ao grupo controle. Além disso, ao contrário da hipótese dos autores, as participantes do grupo que podia utilizar edição, experienciaram reações similares (Mills et al. 2018). Em concordância, Lonergan

et al. (2019) destacam a manipulação e o investimento em fotos significativamente relacionados à insatisfação com o corpo.

Em Lyu et al. (2023), embasados na comparação social, foi investigada a influência da comparação da aparência física com o comportamento de *selfies*, isto é, a frequência de captura e postagem de *selfies*. Nesse estudo, as participantes que costumam comparar sua aparência física a de pessoas que julgam ser mais atraentes que elas, relacionam-se aos hábitos de captura de *selfies*. Atrelado a isso, de acordo com Chang et al. (2019), existe uma relação entre a atividade de edição de *selfies* e o hábito de comparar a aparência entre um grupo de mulheres jovens que compunham a amostra.

É importante destacar que o presente estudo apresenta algumas limitações. Foi apresentado um recorte transversal de uma amostra não probabilística (por conveniência), alcançada pela facilidade de acesso às participantes via divulgação em redes sociais. Ademais, não foi calculado o escore total do questionário autoral, tais circunstâncias não permitem a realização de inferências de causalidade entre as variáveis pesquisadas. Dado que, de acordo com os resultados obtidos pelo estudo, a comparação social pode ser uma teoria que ajuda a explicar a relação entre as variáveis “frequência de captura de *selfies*” e “preferência pela imagem editada após uso de edição” com a insatisfação com a imagem corporal. Porém, seria necessário testar os níveis de comparação social das participantes, além de testar a direcionalidade da variável “insatisfação com a imagem corporal”, pois não foi possível esclarecer se o uso do Instagram, voltado à captura e edição de *selfies*, aumenta a insatisfação já existente, ou se o uso da rede social para estes fins causa insatisfação com o próprio corpo. Ademais, não foram caracterizadas as variáveis sociodemográficas das participantes que compuseram a amostra da pesquisa.

Considerações finais

O presente estudo expande o escopo da literatura relacionada à temática de hábitos e comportamentos relacionados à *selfies* no Brasil, dado que, durante as pesquisas para a construção desta investigação, pouca literatura nacional relacionada a este tema foi encontrada. Este tópico vem sendo vastamente explorado internacionalmente e, o impacto negativo das redes sociais sobre a imagem corporal já é bem estabelecido (Harriger et al. 2023). Porém, ainda é necessário que sejam exploradas teorias que expliquem a relação da influência das redes sociais sobre a imagem corporal (Tylka et al., 2023), dado que, a

partir desta pesquisa, não foi possível explicar a causalidade da insatisfação corporal feminina relacionada às variáveis pesquisadas.

Desta forma, sugere-se que os estudos, sobretudo em território nacional, sejam realizados com amostras maiores, e não só com mulheres. Pois, Harriger et al. (2023) apontam que diversos grupos étnicos, raciais e minorias relacionados a gênero, orientação sexual, pessoas com deficiência e doenças crônicas, são sub-representados na literatura atual. Ademais, necessitam-se de estudos que explorem estratégias protetivas. Já existem algumas evidências, como em Cohen et al. (2019), que a visualização de conteúdos relacionados ao movimento *body positive* – que valoriza a aceitação de todos os tipos de corpos – (Harriger et al. 2023) – no Instagram, relaciona-se a melhora no humor e apreciação do próprio corpo em mulheres.

Referências

- Alsaidan, M. S., Altayar, N. S., Alshmmari, S. H., Alshammari, M. M., Alqahtani, F. T., & Mohajer, K. A. (2020). The prevalence and determinants of body dysmorphic disorder among young social media users: A cross-sectional study. *Dermatology Reports*, 12, 70-76. <https://doi.org/10.4081/dr.2020.8774>
- American Psychiatric Association. (2023). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5-TR* (5a. ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on instagram. *Body Image*, 29, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.005>
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #Bopo on instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, 21(7), 1546–1564. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Data Reportal. (2022). *Digital 2022: Brazil*. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>

- de Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image, 39*, 276-292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
- Di Pietro, M., & Silveira, D. X. (2009). Internal validity, dimensionality and performance of the body shape questionnaire in a group of brazilian college students. *Revista Brasileira de Psiquiatria, 31*(1), 21-24. <https://doi.org/10.1590/S1516-44462008005000017>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Goldenberg, M. (Org.). (2015). *O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira* (3a. ed.). Barueri: Estação das Letras e Cores.
- Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image, 44*, 222-226. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.005>
- Iannelli, A. M., & Novaes, J. V. (2015). A dimensão simbólica do corpo e o fenômeno social da corpolatria. *Revista Desafios, 2*(1), 176-189. <https://doi.org/10.20873/uft.2359-3652.2015v2n1p176>
- Independent (2018). *More people want surgery to look like a filtered version of themselves rather than a celebrity, cosmetic doctor says*. Recuperado de <https://www.independent.co.uk/life-style/cosmetic-surgery-snapchat-instagram-filtersdemand-celebrities-doctor-dr-esho-london-a8197001.html>
- Instagram. (2022). *Recursos do Instagram*. Recuperado de <https://about.instagram.com/pt-br/features>
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Giffiths, S., Muray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image, 28*, 39-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.12.001>
- Lyu, Z., Zheng, P., & Kou, D. (2023). Social comparison and female adolescents' selfie behaviors: Body surveillance as the mediator and self-esteem as the moderator. *Psychological Reports, 118*. <https://doi.org/10.1177/00332941231162006>
- Meta. (2022). *Categorias para efeitos*. Recuperado em 13 de novembro de 2022, de <https://sparkar.facebook.com/ar-studio/learn/publishing/categories-for-instagrameffects/#how-to-select-categories-for-your-effect>

- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86-92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Oxford Learner's Dictionaries. (2022). Selfie. In Oxford Advanced Learner's Dictionaries. Oxford University Press. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/selfie?q=selfie>
- Pew Research Center. (2018). Social media fact sheet. <http://www.pewinternet.org/factsheet/social-media/> Retrieved from
- Photutorial. (2022). 28 Selfie Statistics, Demographics, & Fun Facts (2022, 19 de julho). <https://photutorial.com/selfie-statistics/>
- Rodrigues, D. S. S. (2019). *A Influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares*. (Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade do Extremo Sul Catarinense). Recuperado de: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/7153>
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Salomon, I., & Brown, C. S. (2019). The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *The Journal of Early Adolescence*, 39(4), 539-560. <https://doi.org/10.1177/0272431618770809>
- Santos, L. C. O., & Pereira, F. S. (2022). Uso do Instagram: Relações com autoestima e autoconceito físico em adultos. *Revista de Psicologia da IMED*, 14(1), 48-66. <https://doi.org/10.18256/2175-5027.2022.v14i1.4489>
- Silva, M. C. (2021). A relação entre redes sociais e autoestima. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 7 (4), 417-439. <https://doi.org/10.51891/rease.v7i4.976>
- Slade, P. D. (1994). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497-502. doi: 10.1016/0005-7967(94)90136-8
- Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image*, 44, 197-221. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.004>

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2021.12.002>