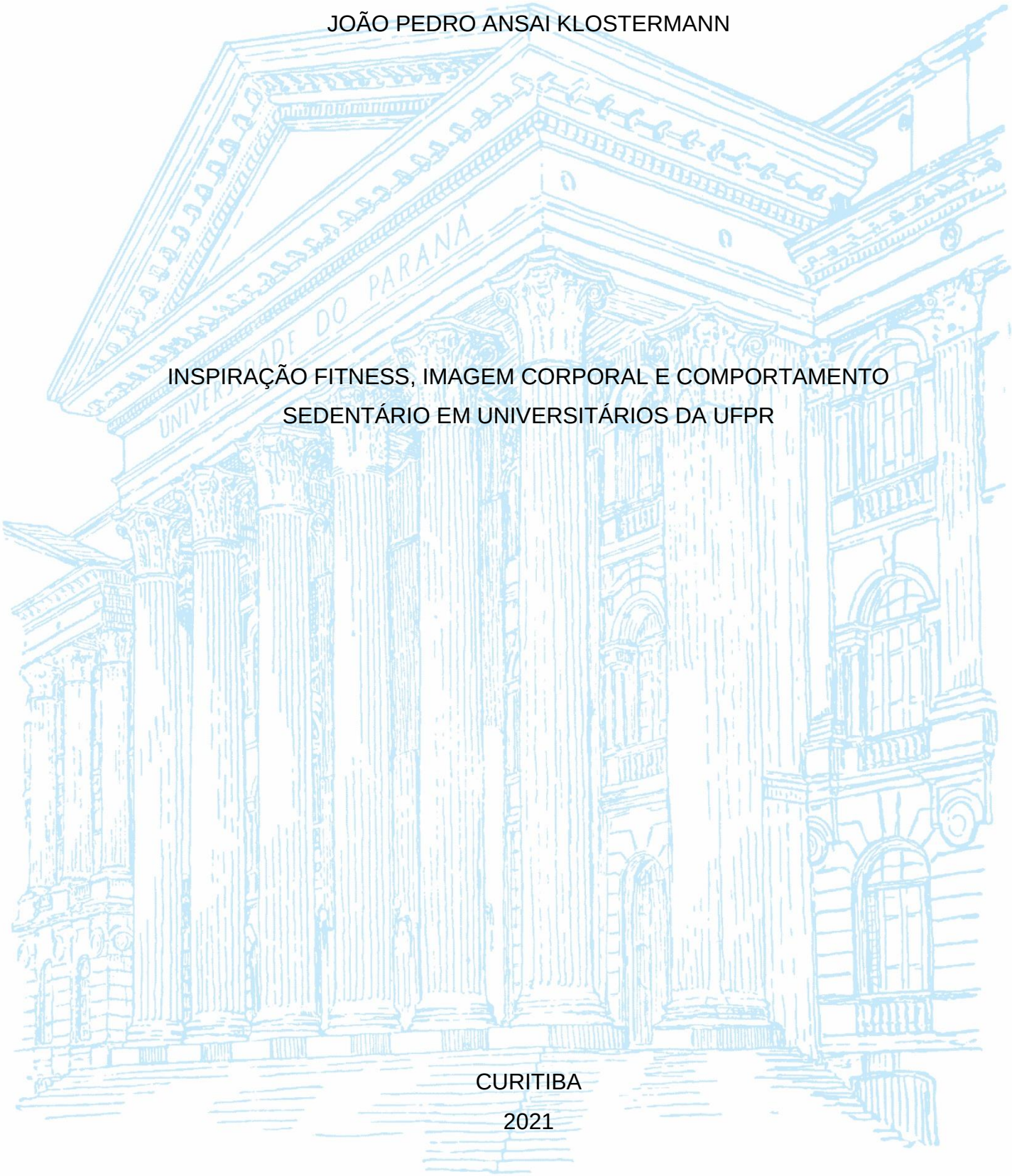
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JOÃO PEDRO ANSAI KLOSTERMANN




# INSPIRAÇÃO FITNESS, IMAGEM CORPORAL E COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS DA UFPR

CURITIBA

2021

JOÃO PEDRO ANSAI KLOSTERMANN

# INSPIRAÇÃO FITNESS, IMAGEM CORPORAL E COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS DA UFPR

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Educação Física

Orientadora: Profa. Dra. Lucélia Justino Borges

CURITIBA

2021

**TERMO DE APROVAÇÃO**

JOÃO PEDRO ANSAI KLOSTERMANN

INSPIRAÇÃO FITNESS, IMAGEM CORPORAL E COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS DA UFPR

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Educação Física.

_____

Profa. Dra. Lucélia Justino Borges
Orientadora – Departamento de Educação Física, UFPR

_____

Profa. Dra. Adriana Inês de Paula
Departamento de Educação Física, UFPR

_____

Profa. Dra. Letícia Godoy
Departamento de Educação Física, UFPR

Curitiba, 09 de dezembro de 2021.

## AGRADECIMENTOS

À Prof.ª Dr.ª Lucélia Justino Borges pela orientação, apoio, conselhos e companheirismo.

A todos os coordenadores dos cursos de graduação do Setor de Ciências Biológicas, pelo aceite a proposta do estudo e pela ajuda aos trâmites oficiais para o envio dos documentos ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFPR.

A todos os professores do Departamento de Educação Física, do Setor de Ciências Biológicas da Universidade Federal do Paraná, pelas contribuições e pelo ensino.

A todos aqueles que tiveram uma participação ímpar para realização deste estudo, sendo nas respostas aos questionários ou apoio em suas palavras.

Aos meus pais, Nilson e Rita, por todo o amor, educação, carinho, sermões e suportes incondicionais presentes em toda a minha vida e pelo apoio para a realização deste estudo.

**RESUMO**

A *Inspiração Fitness* (expressão inglesa *Fitinspiration*) surgiu no universo das redes sociais, e tem como objetivo estimular, motivar e engajar pessoas a um estilo de vida baseado em exercícios físicos, alimentação saudável e bem-estar. Esta tendência é comum entre os jovens, pois são o público mais engajado, com maior número de horas em redes sociais e que busca mais informações e comparações entre corpos na *web*. Assim, o objetivo foi investigar a influência da *Inspiração Fitness* sobre a autopercepção da imagem corporal e o comportamento sedentário dos jovens adultos universitários da UFPR. Participaram desta investigação 79 estudantes matriculados no Setor de Ciências Biológicas da UFPR. Foi aplicado um questionário *online* (*Google Forms)*, contendo instrumentos validados: Escala Bergen de Adição ao Instagram, Questionário Internacional de Atividade Física e Escala de Avaliação de Figuras de *Stunkard*. Foram utilizadas análises descritiva e inferencial (qui quadrado e Correlação de *Pearson*), adotando nível de significância de 5%. A média de idade foi de 21,2 anos (±2,1), sendo a maioria composta pelo sexo feminino (59,5%), identificando-se como mulher cis gênero (60,0%), solteira (98,7%) e renda per capita familiar média de R$2.446,54. A média de estatura foi 169,4 cm (±8,6) e peso corporal médio de 66,4 Kg (±13,0), resultando em um IMC médio de 23,0 Kg/m$^2$ (±3,6). Os períodos 1º (27,8%) e 5º (17,7%) foram os mais frequentes entre os participantes. Dentre os cursos mais frequentes destacam-se o bacharelado em Educação Física (32,9%) e Biomedicina (24,0%). Os universitários apresentaram dependência ao Instagram (72,2%), insatisfação com imagem corporal (69,6%), praticavam em média 899 min/semana de atividade física moderada a vigorosa por semana e despendiam, aproximadamente, sete horas/dia de comportamento sedentário. Não foram obtidas associações estatísticas significantes entre a dependência ao Instagram com a percepção da imagem corporal ($p$=0,2), com o comportamento sedentário ($p$=0,5), nem com o nível de atividade física ($p$= 0,6). Os resultados indicam que a Inspiração *Fitness* não mostrou associação com as variáveis analisadas, entretanto, a dependência às redes sociais, insatisfação com a imagem corporal e tempo em comportamento sedentário sugerem atenção à saúde dos universitários.

Palavras-Chave: *Instagram, Dependência em Redes Sociais, Comportamento Sedentário e Atividade Física*.

**ABSTRACT**

The Fitness Inspiration, or Fitinspiration, appeared in Social Media Network's ecosystem, with the main purpose to inspire, motivate, encourage and engage people in a lifestyle based on exercise, healthy eating, and well-being. Fitinspiration is common among the youth, for this audience is the most engaged, with the largest amounts of hours spent in Social Media Network, searching information and comparisons between body types in web. The main goal of this work is to investigate the Fitness Inspiration's influence on body image self-perception and the sedentary behavior in UFPR's young adult college students. Participated of this investigation: 79 students enrolled in the biological science department of UFPR. The data collection instrument consists in an online survey (*Google Forms)*, composed by validated instrument a follow: Bergen Instagram Addiction Scale, International Physical Activity Questionnaire, Stunkard's Figure Rating Scale. A descriptive and inferential analyses of the data was done (chi square test and Pearson's correlation) adopting 5% as significance level. The average age was 21,2 (±2,1) years old, being majority composed by the female sex (59,5%), self-identified as cis women (60,0%), single (98,7%) and average family income of R$2.446,54 (±2679,70). The average stature was 169,4 cm (±8,6) and the average body weight was 66,4 Kg (±13,0), resulting in average BMI of 23,0 Kg/m$^2$ (±3,6). The freshmen (27,8%) and the fifth period student (17,7%) were more frequent. Among courses, Bachelor's in Physical Education (32,9%) and Biomedicine (24,0%) were most frequent. The college students showed Instagram Addiction (72,2%), dissatisfaction with body image (69,6%), reached 899 min/week of physical activity and seven hours/day in sedentary behavior. Did not present significant statistic association between Instagram addiction and body image self-perception (p=0,2), Instagram addiction and sedentary behavior (p=0,5) and not even with physical activity (p=0,6). The results indicate that Fitness Inspiration did not present association among the variables analyzed, however, the Instagram addiction, body image self-perception and sedentary behavior suggests attention to health in college student.

Keywords: *Instagram, Social Media Network addiction, Sedentary Behavior and Physical Activity*

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS E DA FORMAÇÃO DA AMOSTRA DE UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021. .....34

TABELA 2 - VALORES DE FREQUÊNCIA E MÉDIA DO NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM, PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL, ATIVIDADE FÍSICA E COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021. ..35

TABELA 3 - RELAÇÃO ENTRE O NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM E A PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021. .....36

TABELA 4 - RELAÇÃO ENTRE NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM, COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO E A ATIVIDADE FÍSICA EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021. .....36

## LISTA DE SIGLAS

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações

CAAE – Certificado de Apresentação para Apreciação Ética

CEP/SD - Comitê de Ética em Pesquisa em Saúde

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia Estatística

IPAQ - Questionário Internacional de Atividade Física

SBRN - *Sedentary Behavior Research Network*

SCB – Setor de Ciências Biológicas

SFRS - Escala de Avaliação de Figura de *Stunkard*

SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - contínua

UFPR – Universidade Federal do Paraná

VIGITEL - Vigilância de Fatores de Risco e Proteção Para Doenças Crônicas Por Inquérito Telefônico

**SUMÁRIO**

1 INTRODUÇÃO .....10
1.1 OBJETIVO GERAL .....13
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....13
2 REVISÃO DE LITERATURA .....15
2.1 REDES SOCIAIS ONLINE .....15
2.2 INSPIRAÇÃO FITNESS .....17
2.3 IMAGEM CORPORAL.....20
2.4 COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO .....23
3 MATERIAL E MÉTODO .....25
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....25
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA .....26
3.3 PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS .....26
3.3.1 ESCALA BERGEN DE ADIÇÃO AO INSTAGRAM .....29
3.3.2 QUESTIONÁRIO INTERNACIONAL DE ATIVIDADE FÍSICA.....29
3.3.3 ESCALA DE AVALIAÇÃO DE FIGURAS DE STUNKARD.....31
3.4 ANÁLISE DE DADOS.....33
4 RESULTADOS .....34
5 DISCUSSÃO .....37
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....43
7 REFERÊNCIAS.....44
8 APÊNDICES.....51
APÊNDICE A – CARTA CONVITE.....51
APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS / FORMULÁRIO ELETRÔNICO .....52

## 1 INTRODUÇÃO

O progresso tecnológico modificou e segue alterando hábitos e costumes do cotidiano de toda a população. Quando analisamos os atos de comunicar e informar, percebemos que o advento dos aparelhos *smartphones* apresentam uma considerável parcela de autoria para a ocorrência destes fatores (COUTINHO, 2014). Desde o lançamento do primeiro modelo de *smartphone,* em 2007, o consumo de dados por meio da telefonia móvel cresceu aproximadamente 124% no Brasil, saltando de 106 milhões de acessos em julho de 2007, para cerca 240 milhões em fevereiro de 2021, de acordo com os dados ofertados pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) (ANATEL, 2021; COUTINHO, 2014).

Segundo os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - contínua (PNAD) realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística) o motivo principal para o uso dos telefones móveis pela população brasileira são as trocas de mensagens, voz e/ou imagens que estão vinculadas a rede sociais ou outros aplicativos. Para Aguiar et al. (2008), as redes sociais podem ser entendidas como relações pessoais, as quais, providas ou desprovidas de um sistema informatizado, provocam interações geradoras de mudanças. Essas interações podem ser por demandas subjetivas, ou seja, construídas entre pessoas de um mesmo cotidiano, como familiares, amigos e colegas, ou ainda podem ser concebidas intencionalmente, por indivíduos ou grupos que almejam projetos ou objetivos em comum (AGUIAR, 2008).

Dentro deste contexto de interações, as redes sociais *online* desenvolvem-se como um poderoso veículo de comunicação entre os grupos e indivíduos de mesmo interesse. Através da vinculação de conteúdo por meio das *hashtags,* os agentes destas relações constroem comunidades únicas, as quais abordam determinado comportamento ou publicação (BATISTA, 2014). Assim, nesta malha de comunicação contemporânea, as publicações alcançam um patamar de proximidade íntima entre a celebridade e o seu público. Por consequência, este padrão de relação legitima o criador de conteúdo como um *expert* e fonte confiável de informações sobre determinado assunto (SACRAMENTO, 2018).

Partindo deste pressuposto, a *Fitness Inspiration* - ou *Inspiração Fitness,* em sua tradução básica para o português, origina-se de um conglomerado social difundido em diferentes plataformas de redes sociais. Esta união reúne agentes ratificantes de um estilo de vida que preze pela saúde e bem-estar. Segundo Raggatt et al., (2018) e Tiggemann e Zaccardo (2015), o termo supracitado é geralmente utilizado em suas abreviações *"fitinspiration"* ou *"fitspo"*, e serve como uma *trend* em que os indivíduos postam, visualizam imagens, geram conselhos sobre *fitness* e dietas nas redes sociais. Estas postagens estão intrinsicamente ligadas a uma alimentação leve e de baixa caloria, corpos definidos e que estão sempre realizando algum tipo de atividade física (RAGGATT et al., 2018; TIGGEMANN; ZACCARDO, 2015)

De acordo com os resultados encontrados por Leary et al. (2019), adolescentes do ensino médio possuem o hábito de pesquisar conteúdos relacionados a saúde, como informações sobre nutrição, receitas saudáveis e orientações sobre exercícios físicos, como programas de condicionamento. Este tipo de comportamento está relacionado diretamente com as diretrizes da *Inspiração Fitness* e suas influências. Além disto, a população mais jovem possui uma maior propensão em receber este conteúdo devido ao uso constante das mídias digitais, sendo que 45% dos adolescentes utilizam estas redes de comunicação todos os dias (LEARY et al. 2019). Este fato é corroborado pelo estudo de Goodyear, et al.(2019), o qual comprova a frequente busca dos jovens sobre temas relacionados à saúde e bem-estar, e ainda evidencia que 46% dos participantes mudaram o seu comportamento em decorrência de uma postagem, sendo que 43% dos jovens relataram sofrer impactos positivos para os seus comportamentos relacionados a saúde, enquanto 24% relatou sofrer impactos negativos.

No Brasil, de acordo com os dados da Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros de 2019, os jovens são ávidos usuários das redes sociais, pois 92% da população entre 15 a 24 anos declaram serem usuários deste tipo de atividade (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020). Além disto, o mesmo estudo reporta que 47% da população entre 16 a 24 anos, busca informações e serviços relacionados à saúde na internet (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020). Entretanto, o conteúdo de saúde pesquisado por esta população não é apontado pelo estudo.

Os dados do VIGITEL (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção Para Doenças Crônicas Por Inquérito Telefônico), de 2019, indicam que 42,4% da população, acima dos 18 anos, da cidade de Curitiba não alcançaram a recomendação de 150 minutos semanais de atividade física moderada proposta pela diretriz de atividade física e comportamento sedentário, da Organização Mundial de Saúde (WHO, 2019). E considerando que a média nacional de inatividade física é de 46%, como foi apontado pela Pesquisa Nacional de Saúde, em 2013, nota-se que o comportamento sedentário é um fator de risco que está periférico pela geração mais jovem da população. As consequências do comportamento sedentário podem afetar significativamente o futuro da saúde comunitária brasileira, pois entre os fatores de risco relacionados ao comportamento estão: aumento da incidência e mortalidade por doenças cardiovasculares, aumento da incidência e mortalidade por câncer e maior incidência de diabetes tipo 2 (WHO, 2019).

O comportamento sedentário é definido pela Rede de Pesquisa de Comportamento Sedentário (*Sedentary Behavior Research Network* – SBRN) (TREMBLAY et al., 2017) como qualquer tipo de comportamento caracterizado por um gasto calórico inferior a 1,5 equivalentes metabólicos (METs), enquanto se está sentado, reclinado ou deitado. Estas posições e modos podem ser comuns na rotina dos usuários de redes sociais para interagirem com as demandas de publicações, inclusive para aqueles que participam da *rede* de *Inspiração Fitness.* Entretanto, o acúmulo de horas nesta situação é adverso, sendo que a Associação Americana do Coração criou um conselho científico para interpretar as doenças cardiovasculares causadas por este tipo de comportamento (YOUNG, 2016).

Além deste hábito, outro fator com viés negativo e que está presente dentro do universo da *Fitinspiration* é a interferência causada na imagem corporal dos participantes desta comunidade. De acordo com Karlinsky et al., (2021), entre os principais impactos negativos desta abordagem estão a insatisfação corporal, desordem alimentar, depressão, baixa autoestima, e correlacionado com o comportamento sedentário, a inatividade física. Ainda sobre os achados de Karlinsky et al., (2021), o qual baseou-se na inveja causada pelo corpo alheio e apreciação do próprio corpo para avaliar a imagem corporal, existe uma tendência em comparar-se com referências de corpos próximos para julgar a própria imagem corporal, sendo predominantemente comum em homens do que em mulheres.

Com base nestes indicativos, podemos notar a prevalência de uma grande e potente atividade ofertada pelos canais de comunicação acessíveis a todo tipo de público, pois a *#fitinspiration* no Instagram está conectada com mais de um milhão e meio de publicações (INSTAGRAM, 2021). Todavia, a demanda não consegue suprir integralmente os esforços referentes a esta oferta, precedidos por variados motivos, mas o principal deles é que o próprio veículo de disseminação utilizado retira o foco e atenção deste conteúdo. Ou seja, a *Inspiração Fitness* é uma importante transmissão de informações e incentivo para a prática física, porém acaba sendo sucateada pela forma com a qual é utilizada pelos seus agentes disseminadores (BOEPPLE et al., 2016; HOMAN; TYLKA, 2014). Desta maneira, percebe-se que a *Inspiração Fitness,* quando aplicada somente para a prática física, consegue alcançar os objetivos originais propostos, porém quando está ligada a conteúdos que envolvam ideias de beleza, desenvolve em suas participantes distorções da própria imagem (BOEPPLE et al., 2016; HOMAN; TYLKA, 2014; RAGGATT et al., 2018). Assim, surge a necessidade deste estudo, o qual busca interpretar os resultados deste tipo de comunicação na rotina de jovens adultos universitários do SCB da UFPR. Será que a *Inspiração Fitness* auxilia na motivação para a prática de atividades físicas e um estilo de vida mais saudável? Qual a influência da *Inspiração Fitness* na imagem corporal? Existe um risco de dependência causada por essa comunicação das redes sociais? Qual a influência da *Inspiração Fitness* no comportamento sedentário?

## 1.1 OBJETIVO GERAL

Investigar a influência da *Inspiração Fitness* sobre a autopercepção da imagem corporal e o comportamento sedentário dos jovens adultos universitários do Setor de Ciências Biológicas (SCB) da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

I. Avaliar o nível de dependência das redes sociais, o comportamento sedentário, o nível de atividade física e a percepção da imagem corporal dos jovens adultos universitários dos cursos de graduação do SCB da UFPR.

II. Analisar as relações entre o nível de dependência de redes sociais, o comportamento sedentário, o nível de atividade física e a percepção da imagem.

# 2 REVISÃO DE LITERATURA

## 2.1 REDES SOCIAIS ONLINE

O conceito de redes é estudado por diferentes ramificações da ciência, e está intrinsecamente ligado a comunicação e a troca de informações, cultura e saberes (AGUIAR, 2008). Esta definição remete a metáforas direcionadas a inter-relações, associações encadeadas, interações ou vínculos não-hierarquizados que se conectam como uma forma de malha fibrosa, a qual direciona seus fios em diferentes direções e sentidos (WHITAKER, 1993 citado por AGUIAR, 2008). Esse padrão de organização é caracterizado por não existir um centro ou agente principal que comanda o restante, mas há sempre um objetivo comum entre seus participantes (WHITAKER, 1993 citado por AGUIAR, 2008).

Inseridas dentro deste contexto estão a redes sociais *online*, as quais geralmente são emancipações de relações cotidianas para o ambiente virtual, ou podem ser exclusivas deste ambiente. De acordo com Benevenuto et al. (2011), as redes sociais *online* são definidas como um serviço na *Web* que permite o indivíduo três aspectos primordiais. O primeiro entre esses fatores é a construção de perfis públicos ou semipúblicos dentro do sistema, o que leva para o segundo aspecto que se trata da manipulação e articulação de uma lista de outros usuários com os quais este indivíduo pode compartilhar conexões, e por fim o último fator é a visualização e a exploração desta lista de conexões, assim como de outros usuários do sistema (BENEVENUTO, et al. 2011)

De acordo com os achados de Kuss e Griffiths (2017), sites de redes sociais podem ser previamente definidos como comunidades virtuais, onde seus usuários podem criar perfis individuais públicos, interagir com amigos da vida real e encontrar com outras pessoas baseadas em interesses compartilhados. Ainda segundo Kuss e Griffiths (2017) a história das redes sociais *online* inicia-se em 1997, quando surgiu a Rede Social *SixDegrees* (Seis Graus em sua tradução simples para língua portuguesa). A intenção dessa primeira rede social era unir as pessoas pelos seis graus de conexões que as separavam. Aproximadamente duas décadas após o lançamento da primeira rede social, o *Facebook* tornou-se a primeira rede social *online* a ultrapassar a marca de um bilhão de contas registradas, sendo que comporta 2,6 bilhões de usuários ativos todos os meses (STATISTA, 2021). Se somado todo o

conglomerado de redes que pertencem a companhia anteriormente citada, o número de acesso mensais é superior a sete bilhões (STATISTA, 2021). Entre estas, o *Instagram* destaca-se como sendo uma plataforma exclusiva para publicações e compartilhamentos de fotos e vídeos.

Uma das justificativa para o sucesso do *Instagram* é o desenvolvimento do autorretrato, que dentro do universo das redes sociais é denominado *selfie.* Segundo Batista (2014), a *selfie* é um conceito dentro da fotografia, no qual o autor do retrato e o modelo são a mesma pessoa, promovendo uma representação de si próprio. Ainda conforme Batista (2014), a natureza digital da *selfie* faz com que o autor determine como será seu discurso e os valores expostos para o reconhecimento dos demais atores sociais. Este discurso é profundamente conectado ao significado da Rede Social *Instagram*, pois segundo Ardianae e Tumanggor (2020) o *Instagram* surgiu da junção das palavras "*Instant*" e "*Telegram*", as quais podem ser traduzidas resumidamente como mensagem instantânea, ou ainda pode ser compreendido no seu sentindo figurado como uma *selfie* de determinado momento.

Comunicar-se por meio de imagens, vídeos ou ilustrações são tendências do estilo de vida contemporâneo, o qual abdicou-se de priorizar longos períodos para o acesso de informações complexas e descritivas, como são os casos das análises e conclusões científicas (NADOBNIK, 2019). Com base neste estilo de vida e no desenvolvimento das tecnologias, muitas marcas e organizações planejaram ou alteraram seus negócios para conseguir atingir esta camada de público, o qual encontra-se inserido em redes sociais *online* (ANDERSON, 2010 citado por NADOBNIK). Um exemplo deste tipo de mercado são os produtos ou serviços *fitness*, os quais podem estar atrelados a uma marca ou simplesmente a um agente social que publica fotos e vídeos do seu dia a dia de exercícios físicos, compartilha dietas e receitas, dialoga sobre a luta contra a perda de peso, entre outros fatores que geram conteúdo e a atenção dos outros usuários da plataforma (NADOBNIK, 2019).

Agentes ou influenciadores sociais são perfis que caracterizam cada vez mais as redes sociais. Conforme Sacramento (2018) relata em sua obra, os conteúdos que envolvem saúde são destaques neste tipo de interação, pois os influenciadores tornam-se celebridades em meio ao restante de usuários. Isto fica ainda mais evidente quando estas "celebridades" do mundo virtual são reconhecidas pela sua expertise em manter os corpos tonificados e saudáveis (SACRAMENTO, 2018). Este

reconhecimento oferece credibilidade ao discurso de Campanella (2014), o qual afirma que as redes sociais *online* são poderosos veículos para produção de “microcelebridades”, pois o alcance, a divulgação, e a relação de proximidade com seus seguidores é mais significativa do que aquelas criadas pelas mídias tradicionais de comunicação (CAMPANELLA, 2014 citado por SACRAMENTO, 2018).

Uma das principais razões para que ocorra esse contato com tanta intimidade entre o influenciador e o usuário convencional das redes é a existência de nichos especializados em conteúdos únicos. Estes espaços são otimizados pelas redes sociais *online*, pois apresentam ferramentas que facilitam a busca por este tipo de temática. O modo mais comum para este tipo de pesquisa são as *hashtag*, as quais são representadas pelo símbolo #. Segundo Batista (2014), o uso deste utensílio para associar assuntos de mesmo interesse desenvolve uma malha de comunicação, ou seja, uma comunidade que geralmente extrapola os limites das redes sociais *online* e cria outros tipos de vínculos.

A comunidade *fitness* para Jacob (2014) (JACOB, 2014 citado por SACRAMENTO, 2018) é um exemplo, pois além de tratar assuntos estéticos e alimentares, ela nomeia roupas, desenvolve um estilo de vida e serve como uma estratégia comunicativa para inclusão ou exclusão dos atores sociais desta comunidade. Em 2021, no *Instagram*, a *#fitness* está conectada com mais 450 milhões de publicações de seus usuários, mostrando a imponência deste tipo de comunicação para a plataforma. Além disto, as comunidades presentes nas redes sociais servem como fonte de inspiração, pois como apresenta Deluga (2017) (DELUGA, 2017 citado por NADOBNIK, 2019), elas influenciam nas escolhas do estilo de vida, nas interações sociais e nos hábitos de consumo. Esta relação entre inspiração social das redes e o universo *fitness* será abordado no tópico adiante. Para Nadobnik (2019), a atividade física é vista por muitos *“Instagrammers”* como um conteúdo muito importante, pois sempre está no topo da lista de seus assuntos.

## 2.2 INSPIRAÇÃO FITNESS

O desdobramento do mundo *fitness,* provocou uma abertura de espaço e um canal de comunicação para uma comunidade específica. Este desenvolvimento possui relação direta com as redes sociais, pois foram estas plataformas que

disponibilizaram uma série de interações e contatos com diferentes públicos e perfis sociais. A interação dentro desta comunidade, desenvolveu o fenômeno conhecido como *Inspiração Fitness*. A *Inspiração Fitness* é um termo de origem inglesa (*Fitinspiration*), o qual deriva da união entre as palavras *Fitness* e *Inspiration*. Segundo Tiggemann e Zaccardo (2015) a *Inspiração Fitness* é uma tendência desenvolvida pelo ambiente virtual, que consiste em imagens projetadas e publicadas em sites para motivar as pessoas a se exercitarem e levarem um estilo de vida mais saudável.

Conforme apontam Carrotte et al., (2017) e Goodyear; et al., (2019) em seus respectivos estudos, as evidências internacionais têm mostrado a cada dia que os jovens estão se voltando para as redes sociais como fonte de informações para a saúde, em áreas como a atividade física, nutrição e a imagem corporal. Esta afirmação certifica os apontamentos construídos por Campanella (2014), em que as pessoas acabam confiando e certificando os influenciadores digitais como profundos conhecedores deste universo. No estudo de Raggatt et al., (2018), um de seus tópicos foi solicitar a indicação dos conteúdos da *Inspiração Fitness* acessados pelos participantes, isso expôs quais foram as tendências de pesquisas destes jovens. Entre os conteúdos citados estavam a perda de peso ou a transformação corporal, *personal trainers* ou atletas, celebridades e modelos, *body bulding* ou treinamento de força, alimentação limpa, dietas e desafios *fitness* (RAGGATT et al., 2018)

Dentro deste contexto em que os jovens estão buscando informações *online*, a supervisão por um responsável torna-se inevitável. De acordo com Goodyear et al., (2019) uma quantidade elevada de adultos que estão atentos a saúde e o bem-estar dos jovens, são conscientes de que os jovens são usuários prolíficos de redes sociais, porém não sabem ao certo como o conteúdo consumido pode influenciar no comportamento. Em suas conclusões, Goodyear et al., (2019) aponta que os jovens são usuários cuidadosos dentro do ambiente virtual, porém as influências causadas pelas redes sociais podem provocar diferentes resultados para estes indivíduos. Em certos momentos, a *Inspiração Fitness* assume um potencial positivo, como é o caso das redes sociais de organizações oficiais de esportes, as quais segundo o questionário provocam em 53% dos participantes uma forte influência para assumir comportamentos mais saudáveis (GOODYEAR ET AL., 2019). Entretanto, a visualização de conteúdos recomendados pelas redes sociais e a visualização de

imagens de outros jovens, geram uma pressão social. Isso é descrito na citação de um dos participantes do estudo de Goodyear et al., (2019):

“Dizem coisas ruins sobre a própria imagem, quando sabem que sua imagem não é tão ruim assim, pois caso contrário, não teria postado a foto em primeiro lugar” Goodyear et al., (2019).

As mudanças nos comportamentos são naturais na vida das pessoas, todavia, existem momentos específicos em que estas alterações são intensificadas. De acordo com Leary et al., (2019) o período da adolescência é um momento ideal para os indivíduos começarem a adotar comportamentos positivos de saúde, especialmente no que diz respeito aos hábitos alimentares e atividades físicas. Esta afirmação consolida os ideais propostos pela rede de *Inspiração Fitness*, que além de aspirar a criação de hábitos saudáveis na população, surgiu como um “antídoto” para a *Inspiração da Magreza* (o termo é originário da palavra *Thinspiration*, palavra da língua inglesa que se refere a *Thin* e *Inspiration*), a qual consistia em inspirar mulheres a perderem peso e promoverem uma desordem alimentar como estilo de vida (TIGGEMANN e ZACCARDO, 2015). A Inspiração da Magreza também se configura como uma tendência ocasionada pelas redes socais *online*, a qual provocou diferentes distúrbios para seus participantes (TIGGEMANN e ZACCARDO, 2015).

Considerando o propósito da *Inspiração Fitness*, podemos dizer que a prática frequente de atividade física programada, ou seja, aquelas que são planejadas, estruturadas e repetitivas para serem executadas dentro de um período determinado trazem inúmeros benefícios para a saúde física e mental (BRASIL, 2021). Segundo Homan e Tylka (2014), as atividades físicas realizadas com o objetivo desenvolver capacidades físicas possuem maior proteção de gerar efeitos positivos para a apreciação corporal, contemplação externa e a satisfação das capacidades corporais. Contudo, este mesmo estudo comprovou que as atividades físicas realizadas para fins estéticos não estabelecem o mesmo tipo de resultados, inclusive houve uma abrupta diminuição nos valores da apreciação corporal com o aumento da frequência de exercícios (HOMAN; TYLKA, 2014).

Já os dados obtidos pelo estudo de Boepple et al., (2016) mostraram que analogamente ao ideal de magreza, ideias de esportistas e *fitness* podem impactar negativamente a saúde psicológica nas mulheres. Esta pesquisa ainda buscou avaliar

quais são os conteúdos relacionados às *#fitspo* e *#fitinspiration* em *websites*, e encontrou que 92% do conteúdo está relacionado a imagens de mulheres, sendo que em 93% destas imagens contemplavam algum ideal de beleza e/ou era vinculado com a magreza. Além disto, nos *websites* que incluíam textos 33% utilizavam mensagens objetificando sexualmente o corpo feminino e 92% apresentavam mensagens relacionadas à aparência durante exercícios físicos (BOEPPLE et al., 2016). Estes fatores também são vistos nos achados de Tiggemann e Zaccardo (2015), em que algumas imagens possuem características de objetificação do corpo feminino, como poses específicas ou foco em segmentos corporais, como abdomens definidos.

Tendo em vista que estes tipos de imagens estão presentes em diferentes redes sociais *online* e possuem milhares de agentes para engajarem estes conteúdos com as comunidades, esse veículo de comunicação é extremamente poderoso. Carrotte et al., (2017) não aponta um único motivo para que a *Inspiração Fitness* seja amplamente divulgada pelo *Instagram*, em comparação a outras redes sociais, porém o autor indica que uma das possíveis razões é a característica da plataforma ser altamente visual, e misturar conteúdo baseados em textos curtos e imagens. Nos estudos de Barron et al. (2021) e Tiggemann e Zaccardo (2015) em que as amostras compararam imagens vinculadas com a *Inspiração Fitness* com imagens que também estão presentes nas redes sociais, como viagens e arquitetura, constataram que as exposições na primeira condição resultaram em maiores índices de insatisfação corporal, menores valores de autoestima e constantes comparações, os quais afetam diretamente a imagem corporal.

## 2.3 IMAGEM CORPORAL

A imagem corporal é definida pela Revista Internacional de Imagem Corporal como uma representação da visão interna de uma pessoa de seu próprio corpo, ou seja, seus sentimentos, percepções, pensamentos e crenças sobre seu corpo que afetam como esta pessoa se comporta em relação a ele (BODY IMAGE, 2021). A revista ainda apresenta que a imagem corporal vai além da aparência física, ou seja, ela está presente dentro da imagem corporal, porém não é o único aspecto que deve ser levado em consideração, pois a maneira que a pessoa se envolve com o ambiente

a sua volta e a apreciação pela funcionalidade corporal são aspectos importantes (BODY IMAGE, 2021).

De acordo com os autores Cash e Pruzinsky (2002) a figura corporal em nossa mente pode ser dividida em duas dimensões. Sendo a dimensão perceptiva responsável por avaliar e julgar a forma e o tamanho corporal, enquanto, a dimensão atitudinal encarrega-se de avaliar três componentes: afetivo, cognitivo e comportamental (CASH E PRUZINSKY, 2002 citado por BERBERT DE CARVALHO; ELISA; FERREIRA, 2014). Sendo, a intenção desses três últimos componentes, avaliar a junção dos aspectos referentes as emoções, desejos e interações sociais (BERBERT DE CARVALHO; ELISA; FERREIRA, 2014).

Na pesquisa de Barron et al. (2021) os tópicos estudados da imagem corporal são complementares aos supracitados, ou seja, examinam outros tópicos como satisfação corporal, apreciação corporal e autocompaixão. O autor encontrou que os participantes condicionados a visualizarem imagens com conteúdo de *Inspiração Fitness* apresentaram menores índices de apreciação e autocompaixão corporal. Estes dados foram similares para ambos os sexos analisados, portanto, tanto homens quanto mulheres sofrem este tipo de interferência (BARRON ET AL., 2021). No estudo de Karlinsky et al., (2021) foi evidenciado que quando homens e mulheres visualizam ideias de beleza para os seus respectivos sexos, existem diferenças nos resultados de imagem corporal. Desta forma, de acordo com os resultados de Karlinsky et al., (2021), os homens possuem uma tendência maior a sentir inveja por corpos ideais masculinos, e isto faz com que, a sua própria apreciação corporal reduza, enquanto as mulheres, apesar de sofrerem negativamente com corpos modelados, não apresentaram estas características. De acordo com o autor, estes desfechos podem ter acontecido devido à alta incidência de corpo femininos idealizados serem comumente mais expostos que os corpos masculinos, com isto, as mulheres estariam mais acostumadas com as comparações corporais (KARLINSKY et al., 2021)

As comparações de corpos são comuns dentro da sociedade e segundo a teoria da comparação social, criada pelo autor Festinger (FESTINGER, 1954 citado por TIGGEMANN E ZACCARDO, 2015), as pessoas buscam essas comparações, principalmente com outras pessoas que compartilham semelhanças, devido a um objetivo interno de autoavaliação. A busca por comparações com corpos similares também está presente na pesquisa realizada por Leary et al., (2019), a qual

demonstrou que as garotas adolescentes eram cientes de que a maioria das propagandas eram resultado de edições ou manipulações de *softwares* para atingir um físico que foge do real, entretanto esta mesma amostra demonstrou receber pressão para manter um peso saudável por medo de sofrer *bullying* em algum espaço social, como a escola. Estas evidências corroboram as afirmações de Sacramento (2018), as quais alegavam que os influenciadores digitais recebiam grande atenção do seu público pois possuíam uma linguagem próxima e compartilhavam dos mesmos objetivos e aspirações que seus seguidores.

A constante busca por ideais estruturados socialmente são comuns dentro da *Inspiração Fitness*, que vai de encontro com o propósito desenvolvido para esta tendência digital. Semelhante a *Inspiração da Magreza*, as mulheres que fazem parte da *Inspiração Fitness* são frequentemente expostas a conteúdos relacionados a magreza e a corpos tonificados, além de prezar por uma alimentação com a menor quantidade de calorias possível (CARROTTE et al., 2017; KARLINSKY et al., 2021; TIGGEMANN e ZACCARDO, 2015). Já o ideal de beleza masculino é baseado nos conceitos ocidentais de beleza, o qual os homens devem apresentar um corpo singularmente atlético, alto e musculoso (CARROTTE et al., 2017; KARLINSKY et al., 2021). Todavia, como os participantes desta tendência estão sujeitos a receberam esta influência, existe uma distorção nos padrões destes indivíduos, e assim, corpos que não se enquadram nesta forma não conseguem realizar uma rotina de exercícios e manter uma dieta (TIGGEMANN e ZACCARDO, 2015).

Conforme este contexto de novos padrões sendo criados por uma tendência da internet, existem alterações nos comportamentos dos indivíduos. Como demonstra Raggatt et al., (2018) existem quatro temas comuns para que a *Inspiração Fitness* ocasione este tipo de comportamento em seus usuários. O primeiro deles é a busca pelo ideal saudável, o segundo é evitar a falha em alcançar o ideal, o terceiro é fazer parte de uma comunidade e o quarto é o acesso a informações de qualidade relacionadas a saúde (RAGGATT et al., 2018). Todos estes fatores podem acabar influenciando em como a pessoa sente seu corpo perante a desafios e a sua relação com a atividade física. Barron et al., (2021) mostra que a exposição a cultura *fitness* gera preocupações com o corpo, mas fracassa ao tentar engajar mulheres em um comportamento de exercícios. Este mesmo fato também foi encontrado para homens, os quais apresentaram menores índices de engajamento a exercícios físicos quando

expostos a imagens de *Inspiração Fitness* (PENG, 2019 citado por BARRON, 2021). Isto gera consequências para os usuários, pois desenvolve um ciclo vicioso de não conseguir criar aderência com uma prática física, e pode acarretar o aumento da inatividade física e/ou do comportamento sedentário ao longo da vida.

## 2.4 COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO

Para a Organização Mundial da Saúde (2019), pessoas adultas fisicamente ativas são aquelas que praticam entre 150 a 300 minutos semanais de atividades físicas de intensidade moderadas, ou ainda, 75 a 150 minutos de atividades de intensidade vigorosa. Entre os benefícios citados pela OMS (2019) pela prática constante de atividade física estão a diminuição da mortalidade, menores riscos de acidentes cardiovasculares, diminuição dos incidentes de diabetes do tipo II, redução em alguns casos de cânceres, melhora no sono e na saúde mental, em casos como depressão e ansiedade. Todos estes fatores demonstrados anteriormente não possuem relação com nenhuma alteração estética, as quais estão diretamente ligadas a rede de *Inspiração Fitness* (RAGGATT et al., 2018).

Sendo assim, a *Inspiração Fitness* pode desenvolver casos em que não existe engajamento com a atividade física, criando um processo de inatividade física. Porém, segundo a Rede de Pesquisa de Comportamento Sedentário (*Sedentary Behavior Research Network* – SBRN), as definições entre inatividade física e comportamento sedentário são distintas. Portanto, inatividade física é entendida por esse grupo de estudo como um nível insuficiente de atividade física para atingir as recomendações da OMS de minutos semanais. Enquanto o comportamento sedentário é entendido como qualquer comportamento acordado em que a pessoa gaste menos de 1,5 (MET) de energia enquanto sentado, deitado ou reclinado (TREMBLAY et al., 2017). Esta segunda definição é a mais importante para nosso estudo, pois leva em consideração as posições em que os jovens podem estar enquanto interagem com a rede de *Inspiração Fitness*.

Entretanto, o ponto que deve ser levado em consideração quando consideramos o comportamento sedentário é que a inatividade física pode estimular este tipo de comportamento com baixo gasto energético. Sendo assim, na investigação feita por Piola et al. (2020), a qual analisou fatores associados a

inatividade física entre adolescentes da rede pública de ensino da Região Metropolitana de Curitiba, comprovou que a maioria da amostra de adolescentes (83,2%) eram insuficientemente ativos, e ainda 84,8% apresentou níveis elevados de tempo de tela, configurando assim um comportamento sedentário. Além disto, este estudo também comprova que a presença combinada de inatividade física e o elevado tempo de tela possui uma prevalência de 72,1% nestes participantes, sendo que adolescentes pós-púbere possuem uma probabilidade de 9,91% maior de apresentarem esta combinação de fatores.

De acordo com Lepp et al. (2013), que examinou em sua pesquisa a relação entre o uso de celulares, atividade física e o comportamento sedentário entre universitários, existe uma tendência em que o alto uso de telefone celulares gere menores valores no pico de $VO^2$ para esta população, ocasionando assim maior risco a saúde. Além disto, comprovou duas orientações que os usos dos telefones celulares podem gerar sobre o comportamento dos universitários. A primeira delas é que os estudantes com uma quantidade menor de horas no uso dos aparelhos, possuem uma capacidade respiratória melhor desenvolvida, e ainda, em seu momento de lazer, costumam utilizar os celulares para buscarem informações e relacionarem-se com pessoas que praticam atividade física, semelhante aos propósitos da *Inspiração Fitness*. Enquanto aqueles que possuem alto uso dos celulares tendem a utilizar seu tempo de lazer, em comportamento sedentário, jogando jogos nos aparelhos, assistindo vídeos e acessando sites de redes sociais (LEPP et al., 2013).

# 3 MATERIAL E MÉTODO

## 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

De acordo com Gil (2017) as pesquisas são usualmente classificadas conforme seus objetivos, pois é a partir desta identificação que reconhecemos as semelhanças e as diferenças entre as variadas modalidades de pesquisa, além de que, rotular projetos de acordo com uma classificação determinada faz com que o processo se torne mais racional em suas etapas de execução. Ainda segundo Gil (2017), as pesquisas podem ser classificadas de acordo com a natureza de seus objetivos gerais ou propósitos, para isto, existem três grupos gerais. Pesquisas exploratórias, descritivas e explicativas (GIL, 2017). Sendo assim, a presente pesquisa se trata de uma investigação de natureza aplicada, do tipo quantitativa e descritiva, pois dedica-se a analisar e descrever as características do fenômeno da *Inspiração Fitness* e as consequências da exposição a esta tendência aos jovens adultos universitários da UFPR.

Para isto, este estudo foi submetido e apreciado pelo Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo seres humanos (CEP/SD) do Setor de Ciências da Saúde UFPR, com o número de identificação CAAE 50395121.5.0000.0102. Após avaliação do CEP/SD e aprovação do projeto de pesquisa, os jovens adultos universitários do SCB da UFPR (Campus Curitiba), foram previamente informados sobre os procedimentos da pesquisa e convidados a participarem da mesma. Aqueles que aceitaram o convite e concordaram em participar, indicaram o aceite do termo de consentimento livre esclarecido (TCLE) proposto.

Vale ressaltar que toda a etapa prevista para a coleta de dados aconteceu em ambiente o*nline*, visando garantir segurança aos participantes, respeitando as medidas sanitárias em decorrência da pandemia da COVID-19. Assim, o TCLE também foi aplicado *online*, por meio da plataforma *Google Forms*, a qual possibilitou a leitura do TCLE, e após leitura, o participante pode indicar o aceite ou não sobre sua participação. Após a confirmação do aceite no TCLE, a plataforma gerou duas vias, sendo que uma foi enviada para o e-mail indicado pelo participante, ficando assim sobre a sua posse, e a outra via ficará sob o domínio dos pesquisadores.

## 3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Para identificação da população do estudo foi realizado contato com as coordenações de cada um dos cursos de graduação do SCB na UFPR, solicitando o número de alunos matriculados nos cursos de graduação em Biomedicina, Ciências Biológicas, Educação Física e Fisioterapia. A população deste estudo totaliza 1635 alunos matriculados nos cursos de graduação do SCB da UFPR, sendo 125 alunos matriculados em Biomedicina, 683 matriculados em Ciências Biológicas, 643 matriculados em Educação Física e 184 alunos matriculados em Fisioterapia. Considerando a logística para a coleta de dados e a inviabilidade temporal, optou-se pelo uso de uma amostra intencional por conveniência.

Este tipo de amostragem, também denominado amostra não probabilística, caracteriza-se pela escolha de participantes por um processo em que não envolve sorteios e pela ampla disponibilidade de participação desta população, ou seja, todos os 1635 matriculados nos cursos de graduação do SCB da UFPR poderiam participar, atentando aos critérios de elegibilidade estabelecidos. Além disto, este tipo de amostragem favorece a agilidade da coleta de dados, devido ao menor número de etapas envolvidas, respeitando o interesse e a livre escolha do possível participante. Os critérios de inclusão foram: jovens adultos universitários entre 18 a 25 anos, de ambos os sexos e com matrícula regularizada em um dos cursos de graduação do SCB da UFPR. Além disto, estes deveriam ter um *smartphone* com acesso a rede móveis de internet e possuir uma conta ativa na rede social *online Instagram*, uma vez que a temática central do trabalho envolvia a Dependência ao Instagram.

Assim, participaram da pesquisa 94 estudantes matriculados nos cursos de graduação do SCB. Entretanto, foram excluídos aqueles que não se enquadravam na idade estabelecida (n=15). Desta forma, a amostra foi composta por 79 universitários, com idade entre 18 a 25 anos.

## 3.3 PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Após o conhecimento do tamanho da população envolvida e a escolha pela amostragem por conveniência no estudo, foi realizado novo contato com as coordenações dos cursos de graduação do SCB apresentando a pesquisa e

solicitando autorização para realização com os estudantes matriculados nos respectivos cursos. Tal contato foi realizado visando solicitar autorização e consentimento das coordenações por meio do documento de concordância dos serviços envolvidos, que foram anexados à Plataforma Brasil, conforme orientações e recomendações do CEP/SD da UFPR.

A carta convite (Apêndice A) para os participantes da pesquisa foi enviada às coordenações dos respectivos cursos, para posterior envio à lista de e-mails dos estudantes. Entretanto, apenas a coordenação do curso de Educação Física atribuiu o envio deste convite, ficando sob encargo do pesquisador o contato e o envio dos convites para os cursos de Biomedicina e Fisioterapia, sendo que contato particular com os alunos, ocorreu após a liberação da lista de matriculados pelas coordenações. Enquanto para o curso de Ciências Biológicas, o envio ficou sobre o encargo da Coordenadora do Curso. Ressalta-se que a carta convite somente foi enviada após a aprovação deste projeto pelo CEP-SD da UFPR.

Esta carta convite teve o propósito de convidar os estudantes para participarem da presente investigação (Apêndice A). Vale ressaltar que este convite foi realizado de forma impessoal, sendo assim, a sua escrita e a proposta foi de informar a população sobre a realização da pesquisa, permitindo assim a opção de escolha em participar ou recusar por parte do destinatário do *e-mail*. O convite continha informações referente aos objetivos da pesquisa, suas características e os procedimentos a serem adotados para responder o formulário *online*. Ademais, conjuntamente com estas informações, o convite destacou aos possíveis participantes a garantia dos seus direitos, do sigilo, confidencialidade e anonimato que foram seguidos durante todo o desenvolvimento do projeto de pesquisa.

Após estes esclarecimentos foi indicado o *link* o qual redirecionou o participante à plataforma *Google Forms* na *web*. Este *link* incluiu o TCLE e as seguintes opções para assinalar: “concordo em participar deste estudo” ou “discordo em participar deste estudo”. Àqueles que aceitaram participar da pesquisa e assinalaram a opção “concordo em participar deste estudo”, preencheram o endereço de e-mail para o envio do TCLE e por seguinte, a seção referente ao instrumento de coleta de dados foi disponibilizada (Apêndice B).

Vale destacar que além do envio dos e-mails com o *link* de acesso ao formulário, um perfil da pesquisa também foi criado no *Instagram*. Este perfil teve a missão de levar informações a respeito desta pesquisa e seus objetivos, além de informar como seriam aplicados os questionários e os prazos limites para a realização destes, aos estudantes. Para o máximo de alcance possível do perfil, foi solicitado aos Centro Acadêmicos dos cursos, os quais são responsáveis pelo corpo discente das graduações, para que as publicações fossem respostadas pelos perfis destes grupos. O contanto com os Centro Acadêmicos para divulgação da pesquisa em suas redes sociais também aconteceu diretamente pelo *Instagram.*

Destaca-se ainda que o instrumento foi testado por meio de um projeto piloto, que envolveu 11 universitários da mesma faixa etária e matriculados em cursos de graduação de outros setores da UFPR, possibilitando assim avaliarmos a linguagem do questionário, tempo de resposta, dentre outros. Desta forma, o projeto piloto indicou a necessidade de alterações em relação ao primeiro instrumento construído e enviado ao CEP-SD da UFPR. As modificações sofridas atendem a sessão social e econômica do questionário, pelo número excessivo de questões e tempo despendido para responder, sendo substituída por uma única questão referente a renda familiar média per capita.

O instrumento de coleta de dados continha uma sessão exclusiva para anamnese, com questões sobre a idade, o curso matriculado, o período, sexo, gênero, estado civil e a classe social a que ele pertence. Todas estas perguntas serviram para que os pesquisadores conhecessem as características desta população, e posteriormente, analisar interrelações dos resultados considerando estas características (Apêndice B).

Além da anamnese, foram disponibilizados as escalas e questionários (Apêndice B) relacionados aos objetivos desta pesquisa. Cada um destes foi escolhido por um processo de seleção na literatura, a qual indicou quais eram as melhores opções para medir o uso excessivo nas redes socais, nível de atividade física e comportamento sedentário, e imagem corporal. Todos caracterizam-se por serem de respostas curtas e objetivas, sendo que a maioria das perguntas eram de múltipla escolha. Ademais, todos estes materiais foram previamente testados cientificamente, comprovando sua validação para estes fins: Escala Bergen de Adição ao Instagram (Monteiro et al., 2020), Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ)

(MATSUDO et al., 2001) e Escala de Avaliação de Figuras de Stunkard (PALUDO et al., 2011), os quais serão descritos a seguir.

### 3.3.1 ESCALA BERGEN DE ADIÇÃO AO INSTAGRAM

A Escala Bergen de Adição ao *Instagram* é baseada na *Bergen Facebook Adicction Scale* (ANDREASSEN et al., 2012), sendo formada por seis perguntas referentes ao uso e o relacionamento dos indivíduos com suas redes sociais. Os seis itens que compõem o questionário foram projetados para expor as dificuldades das pessoas que enfrentam o uso excessivo das redes sociais e avaliar a gravidade de acordo (MONTEIRO et al., 2020).

A escala pode ser respondida de acordo com o padrão estabelecido *Likert*, sendo medido por cinco respostas selecionáveis que variam de “muito raramente” a “muito frequentemente”. As pontuações de cada um dos itens serão somadas para obter a pontuação final de cada indivíduo, considerando que a pontuação da escala pode variar de seis a 30 pontos e que pontuações acima de quatro pontos em pelo menos três itens, pode ser considerado um indicativo para o vício (BLOCKSURVEY, 2021) e, além disso, pontuações superiores ao valor score bruto de 19 pontos, podem ser interpretadas como um alto valor de dependência (MONTEIRO et al., 2020).

Ainda segundo Monteiro et al. (2020) a utilização da Escala Bergen de Adição ao *Instagram* mostrou ser um instrumento seguro e válido, pois apresentou a mesma estrutura unidimensional, a qual também é encontrada na escala original designada ao *Facebook,* além disso, trata-se de uma medida adequada para este tipo de mediação, pois é uma mensuração curta, mas abrangente a adição. Consequentemente, os aspectos de saliência, modificação do humor, tolerância, afastamento, conflito e recaída são todos avaliados pela escala, a qual apresentou coeficientes de consistência interna que comprovam a precisão do método (MONTEIRO et al., 2020).

### 3.3.2 QUESTIONÁRIO INTERNACIONAL DE ATIVIDADE FÍSICA

O Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ) representa um avanço na mensuração de atividade física, pois foi comprovado que se trata de um

instrumento que apresenta validade e reprodutibilidade confiáveis e com a vantagem de ser mais rápido e prático devido a sua forma curta, além de que, pode ser aplicado em diferentes países no globo terrestre (MATSUDO et al., 2001).

Em seu estudo, com o Comitê Internacional em Atividade Física e Saúde de 1998, Matsudo et al. (2001) utilizou como critérios de validação e reprodutibilidade do IPAQ três protocolos distinto. Sendo assim, o autor comparou as formas longa e curta do questionário em dias distintos, os comparou em uma aplicação no mesmo dia, e ainda, utilizou um sensor de movimento como medida objetiva de atividade física para as formas longa e curta do questionário. Com isso, foi encontrado que tanto a forma longa quanto a curta apresentam reprodutibilidade similar, além de apresentarem coeficientes de concordância similares independentes, o que comprova a aprendizagem em relação ao questionário ao passar dos dias. Por fim, o sensor de movimento comprovou a validação similares de ambos os questionários.

De acordo com os achados apresentados por Franco e colaboradores, a utilização de questionários ainda é um dos principais instrumentos para a coleta de dados em estudos epidemiológicos, sobretudo aqueles que envolvem universitários, pois apresentam baixo custo e possibilitam a participação de uma maior amostragem (FRANCO ET AL, 2021). Na análise produzida por esta investigação, a qual preocupou-se em estimar o nível de reprodutibilidade das medidas do tempo sentado do questionário IPAQ versão curta e analisar a validade concorrente dessas medidas em relação ao tempo sedentário em universitários de Minas Gerais, foi possível comprovar através de acelerômetro, variável padrão ouro do estudo, que as medidas mensuradas pelo IPAQ apresentam uma correlação baixa a moderada para o tempo sedentário em um dia de semana e correlação baixa para um dia de final de semana. Comprovando assim, que este é um instrumento com níveis satisfatórios para ser aplicada a universitários, apresentando uma diferença média de 51 minutos entre o tempo sedentário mensurado pelo acelerômetro e o tempo sentado mensurado pelo IPAQ em um dia de semana (FRANCO ET AL, 2021).

Por conta disto, optamos por utilizar neste estudo a forma curta do IPAQ, a qual é composta por um total de oito perguntas. Estes inquéritos são realizados baseados em atividades vigorosas, aquelas que aumentam demasiadamente a frequência respiratória, atividades moderadas, que dependem de um esforço físico mais brando, atividades de caminhada e por fim atividades realizadas no tempo

sentado (MATSUDO et al., 2001). Ademais, todas estas questões fazem referência ao cotidiano do indivíduo para as atividades físicas no trabalho, como meio de transporte, atividade física em casa, atividade física para recreação e esporte, e por último, ao tempo gasto sentado no trabalho e em casa.

A classificação do nível de atividade física pelo IPAQ é baseada na quantidade de minutos gastos pelo indivíduo dentro de cada seção de atividade física na semana (CRAIG et al., 2003; DE MORAES; SUZUKI; DE FREITAS, 2013). Desta maneira, o modelo de classificação proposto para este questionário gera três categorias ao todo: inativos fisicamente, moderadamente ativos e muito ativos (CRAIG et al., 2003; DE MORAES; SUZUKI; DE FREITAS, 2013).

Os indivíduos considerados inativos fisicamente são aqueles que não acumulam nenhuma das quantidades de minutos citadas anteriormente em suas atividades cotidianas e de exercício físico durante uma semana. Os indivíduos considerados moderadamente ativos são aqueles que realizam cinco ou mais sessões de atividades físicas na semana, sendo estas moderadas, vigorosas ou caminhadas, e com isso conseguem acumular no mínimo 600 minutos semanais de atividade. Já os indivíduos considerados muito ativos são aqueles que em sete ou mais sessões semanais de atividade acumulam um mínimo de 3000 minutos de atividade física (CRAIG et al., 2003; DE MORAES; SUZUKI; DE FREITAS, 2013).

### 3.3.3 ESCALA DE AVALIAÇÃO DE FIGURAS DE STUNKARD

A imagem corporal é a imagem que temos em nossa mente do tamanho, aparência e forma do corpo, acrescentado a isto, estão os sentimentos a respeito destas características e das partes que o formam (FREIRE e FISBERG, 2017). De acordo com Freire e Fisberg (2017) houve um aumento gradual no número de utilização de escalas de imagens na literatura, devido à capacidade de adquirir informações a respeito da imagem corporal por meio de uma autoavaliação do indivíduo, o qual irá expressar de maneira subjetiva qual são suas satisfações ou insatisfações com o físico.

Por conta disto, optamos por utilizar uma escala que realizasse este tipo de análise com nossos participantes. A Escala de Avaliação de Figura de *Stunkard*

(SFRS) foi a selecionada, pois sua validação foi confirmada através do estudo de Anjos e Moraes, (2020), o qual testou a escala de forma ampla dentro da população jovem brasileira, e encontrou por meio das medidas de regressão que esta escala é confiável para identificar obesidade e baixo peso em adultos jovens brasileiros. Outro ponto importante demonstrado nesta pesquisa é que 77% das mulheres e 62% dos homens subestimam suas imagens corporais, selecionando valores na escala superior a seis, o que indica obesidade e um leve sobrepeso, para mulheres e homens, respectivamente.

A SFRS é um método que consiste em perguntar ao participante para escolher uma de nove silhuetas presentes na escala (sendo 1 a representante da magreza e 9 a representante com maior massa corporal) que represente seu corpo atual e o corpo que ele deseja ou já teve em algum momento do passado. De acordo com Anjos e Moraes (2020), é convencional que as respostas das perguntas citadas anteriormente sejam confrontadas com medidas de Índice de Massa Corporal (IMC) ou outras medidas que avaliem o estado nutricional, como dobras cutâneas.

Entretanto, por se tratar de uma pesquisa remota e para que não dependa de um pesquisador ou aferidor presente para a mensuração dos dados de dobras cutâneas, o presente estudo elegeu como base o estudo feito por Paludo et al. (2011), o qual baseia-se apenas na mediação do IMC do participante. Esta pesquisa apresenta semelhanças ao estudo, principalmente por compartilhar de uma população universitária e de mesma faixa etária. Por conta disto, utilizaremos as perguntas usadas por Paludo et al. (2011) para se referir a imagem corporal atual e a imagem corporal desejada pelo participante. Portanto, as perguntas serão: “Qual a silhueta que melhor representa a sua aparência física atualmente?” e “Qual a silhueta que você gostaria de ter?”. Com isto, esperamos que a classificação da imagem corporal dos participantes seja verificada através da discrepância entre a silhueta atual e desejada, podendo assim dizer se o participante se encontra satisfeito ou insatisfeito.

Para que esta verificação aconteça, a discrepância entre as silhuetas escolhidas será medida através da diferença entre o valor apontado pela primeira pergunta pelo valor escolhido no segundo questionamento, ou seja, o valor da aparência atualmente pela diferença da aparência que o candidato deseja. Segundo o estudo de validação feito por Scagliusi et al. (2006) considera-se uma insatisfação corporal quando uma pessoa que possui IMC < 20 $Kg/m^2$ avalia sua silhueta com uma

discrepância ≥ 4, enquanto uma pessoa com IMC ≥ 30 $Kg/m^2$ avalia sua silhueta com uma discrepância ≥ 6.

## 3.4 ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos dados coletados por este estudo, foi utilizado a análise descritiva (média, desvio padrão, frequências absolutas e relativas) e inferencial oportunizando relacionar os resultados e desenvolver inferências sobre as características da população pela qual o estudo foi concebido. Assim, foi possível utilizar o teste qui quadrado ($X^2$) e Correlação de *Pearson*, adotando nível de significância de 5%.

Para a realização de todos estes cálculos e análise, o software desenvolvido pela IBM™, denominado *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) © versão 20 e o software *Microsoft™ Office Excel 365* foram utilizados.

## 4 RESULTADOS

A Tabela 1 apresenta as características sociodemográficas, da formação e estado nutricional da amostra. A média de idade entre os participantes foi de 21,2 (±2,1) anos, sendo a maioria da amostra composta pelo sexo feminino (59,5%), identificando-se como mulher cisgênero (60,0%), solteira (98,7%) e renda per capita familiar média de R$2.446,54 (±2679,70). Quanto ao estado nutricional, estatura média foi de 169,40 cm (±8,64) e peso corporal médio de 66,43 Kg (±12,98), resultando em 65,8% estudantes com IMC considerado normal. Os universitários participantes estavam cursando o 1º período (27,8%) e 5º período (17,7%), e os cursos de bacharelado em Educação Física (32,9%) e Biomedicina (24,0%) foram os mais frequentes (Tabela 1).

TABELA 1 - CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS, DE FORMAÇÃO E ESTADO NUTRICIONAL DE UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021.

| **Variáveis** | **n** | **%** |
|---|---|---|
| Sexo | | |
| Feminino | 47 | 59,5 |
| Masculino | 32 | 40,5 |
| Autorreconhecimento de gênero | | |
| Feminino cisgênero | 45 | 57,0 |
| Masculino cisgênero | 29 | 36,7 |
| Homem transgênero | 02 | 2,5 |
| Outros | 03 | 3,8 |
| Estado Civil | | |
| Solteiro (a) | 78 | 98,7 |
| Casado (a) | 01 | 1,3 |
| Renda | | |
| Renda per capita familiar média | R$2446,54 (± 2679,70) | |
| Cursos | | |
| Biomedicina | 19 | 24,0 |
| Bacharelado em Ciências Biológicas | 07 | 8,9 |
| Licenciatura em Ciências Biológicas | 01 | 1,3 |
| Bacharelado em Educação Física | 26 | 32,9 |
| Licenciatura em Educação Física | 10 | 12,7 |

| | | |
|---|---|---|
| Fisioterapia | 16 | 20,2 |
| Período cursado | | |
| 1º Período | 22 | 27,8 |
| 2º Período | 03 | 3,8 |
| 3º Período | 05 | 6,3 |
| 4º Período | 04 | 5,0 |
| 5º Período | 14 | 17,7 |
| 6º Período | 07 | 8,9 |
| 7º Período | 03 | 3,8 |
| 8º Período | 08 | 10,2 |
| 9º Período | 0 | 0 |
| 10º Período | 03 | 3,8 |
| Desperiodizado | 10 | 12,7 |
| Índice de Massa Corporal | | |
| Abaixo do Peso | 05 | 6,3 |
| Peso normal | 52 | 65,8 |
| Sobrepeso | 18 | 22,8 |
| Obesidade | 04 | 5,1 |

Na Tabela 2, observa-se dependência moderada (44,3%) e excessiva (44,3%) ao *Instagram*, insatisfação com a imagem corporal (69,6%) e aproximadamente sete horas/dia em comportamento sedentário. Contudo, 89,9% foi considerada fisicamente ativa (Tabela 2).

TABELA 2 - VALORES DE FREQUÊNCIA E MÉDIA DO NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM, PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL, ATIVIDADE FÍSICA E COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021.

| Nível de Dependência ao Instagram | n | % |
|---|---|---|
| Dependência baixa | 22 | 27,8 |
| Dependência moderada | 35 | 44,4 |
| Dependência excessiva | 22 | 27,8 |
| Escore final – Dependência ao Instagram | 15,8 (± 6,4) | |
| Percepção da Imagem Corporal | | |
| Satisfeito | 24 | 30,4 |

| | | |
|---|---|---|
| Insatisfeito sobrepeso | 35 | 44,3 |
| Insatisfeito baixo peso | 20 | 25,3 |
| Nível de Atividade Física | | |
| Ativos | 71 | 89,9 |
| Insuficientemente ativos | 06 | 7,6 |
| Inativos | 02 | 2,5 |
| Tempo total de AFMV na semana* | 899 (± 735,4) ** | |
| Comportamento Sedentário | | |
| Tempo total gasto sentado na semana(min)* | 3186,4 (± 1052,3) ** | |

AFMV= atividade física moderada e vigorosa. (*) = exclusão de três participantes considerados *outliers*. (**) Média (DP).

A Tabela 3 apresenta a relação entre o nível de dependência ao Instagram e a percepção da imagem corporal. Os resultados indicam que a insatisfação com a imagem corporal é frequente entre aqueles que possuem dependência ao Instagram. Contudo, não foi obtida associação significativa estatisticamente entre o nível de dependência ao Instagram e a percepção da imagem corporal.

TABELA 3 - RELAÇÃO ENTRE O NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM E A PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021.

| | Satisfeitos | Insatisfeitos | Valor p |
|---|---|---|---|
| Dependência baixa | 9 (37,5%) | 13 (23,6%) | |
| Dependência moderada | 11 (45,8%) | 24 (43,6%) | 0,2 |
| Dependência excessiva | 4 (16,7%) | 18 (32,8%) | |

A Tabela 4 apresenta a relação do nível de dependência ao Instagram com atividade física e comportamento sedentário. De acordo com os resultados obtidos não foi observada relação estatística significativa entre a dependência ao Instagram com comportamento sedentário (p=0,5), nem com o nível de atividade física (p=0,6).

TABELA 4 - RELAÇÃO ENTRE NÍVEL DE DEPENDÊNCIA AO INSTAGRAM, COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO E A ATIVIDADE FÍSICA EM UNIVERSITÁRIOS. CURITIBA, 2021.

| | N | Valor R | Valor p |
|---|---|---|---|
| Nível de dependência ao Instagram | 79 | - | - |
| Comportamento sedentário | 76* | 0,7 | 0,5 |
| Atividade Física | 76* | - 0,5 | 0,6 |

(*) = exclusão de três participantes considerados *outliers.*

## 5 DISCUSSÃO

A proposta deste estudo foi investigar a influência da *Inspiração Fitness* sobre a autopercepção da imagem corporal e o comportamento sedentário dos jovens adultos universitários do Setor de Ciências Biológicas da Universidade Federal do Paraná. Os resultados desta pesquisa indicam que a maioria dos universitários investigados apresenta dependência ao Instagram, é insatisfeita com a imagem corporal, é fisicamente ativa e despendem em média 7h/dia em comportamento sedentário. Não foram observadas associações entre dependência ao Instagram, insatisfação com a imagem corporal, atividade física e comportamento sedentário.

Os resultados do uso e conectividade ao Instagram, indicam uma exposição destes usuários a uma vulnerabilidade comum aos ambientes virtuais, como são os casos das redes sociais, pois são dotados de artifícios, como *"curtidas"* e *"hashtags"*, os quais aceleram o processo de visualização de ideias de beleza (LIMNIOU; MAHONEY; KNOX, 2021). Concomitantemente, foi observada insatisfação com a imagem corporal na amostra investigada, o que sugere que alguns aspectos da Inspiração *Fitness* podem estar presentes nesta combinação de fatores. De acordo com os autores Tiggemann e Zaccardo (2015), Boepple (2016), Carrotte (2017), Lonergan (2019), a Inspiração *Fitness* é uma potente fonte causadora de insatisfação corporal, principalmente por favorecer os discursos referentes aos ideais de beleza, os quais exaltam um corpo feminino magro, tonificado e sexualizado, enquanto o masculino é sempre visto como músculos fortes a mostra.

O tempo gasto em redes sociais está positivamente associado à insatisfação corporal e desordens alimentar em mulheres e homens (BARRON et al., 2021). Além disto, outros aspectos, como as atividades baseadas nas imagens, entre estes, a visualização de postagens idealizadas e selfies estão particularmente relacionadas à insatisfação corporal (BARRON et al., 2021). Sendo assim, os universitários analisados no estudo de Barron et al. (2021) apresentaram maiores valores de satisfação corporal e autocompaixão em condições que não havia imagens de Inspiração *Fitness* presentes.

Na investigação conduzida por DiBisceglie e Arigo (2021), a qual analisou a influência da Inspiração *Fitness* no Instagram, tanto para os produtores deste conteúdo quanto para os seguidores, indicou que 50% dos produtores de conteúdo e

64% dos seguidores sentiram emoções negativas, como frustração, raiva e vergonha, quando visualizaram imagens a respeito desta tendência virtual. Além disto, aqueles que possuíam mais tempo de consumo durante os anos, exercitavam-se mais frequentemente, ou seja, continuavam a absorver os conteúdos apesar das experiências negativas (DIBISCEGLIE E ARIGO, 2021). Assim, diferentemente do retratado na literatura, o resultado obtido no presente estudo, entre a dependência ao Instagram e a autopercepção da imagem corporal não apresentou associação significativa.

Lonergan et al., (2019) indicou correlação positiva entre as ações ofertadas pelo uso do Instagram com a insatisfação corporal promovida por esse excesso de consumo. Aqueles que apresentavam maiores valores de insatisfação conjuntamente estavam passando mais tempo em ambiente virtual, selecionando *selfies* ou manipulando imagens em prol da imagem corporal (LONERGAN ET AL., 2019). Ainda foi investigado os possíveis efeitos da autocompaixão sobre as sequelas das redes sociais, sendo que a presença de autocompaixão corporal não é um contra indicativo para a insatisfação corporal, porém auxilia na redução de estigmas comuns nas redes sociais, como a internalização do ideal de magreza e os conceitos de corpos musculosos (LONERGAN ET AL., 2019).

O estudo promovido por Mayoh e Jones (2021) justifica os motivos para a ocorrência destes aspectos apresentados por Lonergan et al. (2019), pois a forma e o conteúdo que homens e mulheres interagem com as publicações da Inspiração *Fitness* reafirmam alguns preconceitos e estereótipos estabelecidos socialmente. Os homens, em sua maneira ativa de interagir com a tendência, publicando fotos e curtindo diretamente posts relacionadas a *Fitspo*, tendem a manter o estereótipo ocidental do corpo masculino musculoso. Enquanto as mulheres, de forma indireta, pois os conteúdos femininos são mais alvejados dentro das redes sociais, tendem a manter o ideal magro e tonificado de beleza (MAYOH E JONES, 2021). Reforçando assim, preconceitos estabelecidos socialmente, como é apontado por Assis et al. (2011), o qual salienta que os corpos negros tendem a ser representados de forma pejorativa ou apresenta algum artifício sensual, principalmente em materiais publicitários (ASSIS ET AL., 2011).

A imagem corporal e o nível de satisfação corporal são objetos de estudo e análises em diferentes áreas do conhecimento. No estudo de Claumann et. al (2014),

o qual analisou a satisfação da imagem corporal para ingressantes no curso de Educação Física na Universidade do Estado de Santa Catarina, foi possível observar uma prevalência de 79,2% de insatisfação corporal para a amostra analisada. Estes resultados se aproximam com este estudo, o qual obteve insatisfações corporais, tanto para o excesso de peso quanto para o baixo peso. Além disto, na investigação de Claumann et al. (2014) as mulheres apresentaram três vezes mais insatisfação com sua imagem corporal em relação aos homens. Enquanto, os estudantes com excesso de peso apresentaram 14 vezes mais insatisfação com a imagem corporal em relação aos eutróficos (CLAUMANN et al., 2014).

Outro achado encontrado na presente investigação é a não relação da dependência ao Instagram com o comportamento sedentário. Grimaldi-Puyana et al., (2020), relatou uma prevalência de mais tempo gasto em *smartphones*, quando há maiores níveis de atividades sedentárias. No estudo espanhol, além do tempo em comportamento sedentário mensurado pelo questionário IPAQ, o tempo de tela no *smartphone* foi calculado pelos aplicativos *Your Hand* e *Screen Time*, os quais indicam a quantidade de tempo que a tela do *smartphone* ficou ligada. Quanto à relação entre o tempo de tela em *smartphones* com o nível de atividade física foi evidenciado que 28,7% da sua amostra não atendiam as recomendações de atividade física da Organização Mundial da Saúde e que estes possuíam uma propensão significativa de três vezes mais chances de usarem os *smartphones*, que consequentemente aumentou o tempo de tela e o tempo em comportamento sedentário (GRIMALDI-PUYANA ET. AL, 2020).

A investigação realizada por Hedges e Garip (2020), a qual considerou aspectos psicossociais que encorajavam o uso de *smartphone* a prática física, apresentou três temas centrais que facilitam o comportamento sedentário no *smartphone* ao invés dos exercícios físicos. Entre estes temas estão o escapismo, o qual pode ser interpretado como o aparelho servindo de válvula de escape para as situações desagradáveis do cotidiano, o segundo tema estava relacionado com custos e tempo necessários para atividade física, e por fim, o terceiro tema apresentava que a atividade física é uma atividade desoladora e solitária, a qual é compensada pelas interações sociais nas redes (HEDGES E GARIP, 2020).

Estes aspectos podem ser uma justificativa para os resultados encontrados por Da Costa et al., (2021), o qual investigou o comportamento sedentário em uma

amostra de adolescentes brasileiros. Da Costa et al. (2021) indica que o uso de redes sociais e aplicativos de mensagens por mais de quatros horas está associado negativamente com atividades físicas moderadas e vigorosas em meninas. Para Da Costa et al. (2021), uma justificativa para que isto ocorra está no fato de que enquanto as meninas utilizam as redes para socializar, os meninos as usam para encorajar uns aos outros e acessar conteúdos que motivem a prática de esportes e atividade física. Isto nos remete a criação das comunidades virtuais, as quais servem como uma fonte de amparo e interações, como é o caso da Inspiração *Fitness* (CARROTTE, 2017; GOODYEAR, 2019). Portanto, os meninos no estudo de Da Costa et al. (2021), estavam mais predispostos a seguirem as recomendações do Guia de Atividade Física para População Brasileira, o qual recomenda que as atividades físicas possam ser realizadas em companhia, para facilitar o processo de aderência a prática e cultivar as relações pessoais (BRASIL, 2021).

Segundo Claumann et al. (2017), a prevalência de comportamento sedentário no lazer e em trabalho ou estudo em universitários foi de 40,6% e 29,2%, respectivamente. O estudo, ainda apresenta que a prevalência em comportamento sedentário em lazer é três vezes maior para aqueles que não trabalham, sugerindo que mesmo em condições com maior disponibilidade de tempo livre, houve a escolha por condições de comportamento sedentário (CLAUMANN ET AL., 2017). Portanto, os resultados apresentados por Claumann et al. (2017) e o tempo em comportamento sedentário dos universitários da presente investigação podem envolver relação com os temas apresentados por Hedges e Garip (2020), que buscam explicar as escolhas pelo uso do *smartphone* a prática física. Logo, os resultados encontrados nesta pesquisa merecem atenção, pois a média de comportamento sedentário da amostra foi aproximadamente um terço do dia. Assim, mesmo em condições que os níveis de atividade física são alcançados, os malefícios ocasionados pelo comportamento sedentário permanecem, não havendo um efeito compensatório por parte da atividade física.

Entretanto os resultados coletados por Buke et al. (2021) apresentam efeitos contrários aos apresentados anteriormente. A investigação Turca examinou uma amostra composta por 300 estudantes de Educação Física, sendo verificado que o uso de celulares não apresentou um efeito negativo sobre o nível de atividade física. Buke et al. (2021), não identificou associação inversamente proporcional entre o uso

do *smartphone* e a quantidade de minutos em atividade física, como foi apontado no estudo realizado em universitários norte-americanos por Lepp et al. (2013).

Os resultados de Buke et al. (2021), ficam mais concretos quando examinadas conjuntamente com a revisão de literatura realizada por Goodyear et. al (2021), a qual analisou os efeitos das redes sociais sobre a atividade física e comportamento alimentar em jovens e adultos, incluindo 18 estudos que abordavam as intervenções sobre o comportamento das pessoas. Goodyear et al. (2021) conseguiu identificar três aspectos de influência que envolvem as redes sociais: 1) a interação, a qual envolve o suporte social e a interação entre os participantes das redes sociais; 2) a informação, que concentra o compartilhamento, orientação, conselhos e materiais educativos em formato de fotos ou vídeos; 3) a gamificação, a qual encoraja e motiva os participantes das redes sociais a praticarem atividades físicas e consumirem uma dieta equilibrada, através de competições, desafios e recompensas. O estudo ainda salienta que as redes sociais influenciam positivamente as mudanças de comportamento, composição e peso corporal, além disto, cita a *Fitinspiration* como uma importante ferramenta motivadora (GOODYEAR ET AL., 2021).

Dito isso, os resultados de nível de atividade física sugeridos por Maximiano et al. (2020) para estudantes universitários apontam uma inserção considerável para a prática de atividade física, sendo que 82% da amostra era fisicamente ativa, de acordo com as informações adquiridas através do questionário IPAQ. Entretanto, a análise realizada por Brito et al. (2021) demonstrou que os jovens adultos, entre 18 a 40 anos, apresentaram um aumento na inatividade física, por consequências das restrições impostas pelo isolamento social provocado pelo COVID-19. Com isto, o resultado de 89,9% da amostra fisicamente ativa encontrada neste estudo, pode ter sido ocasionada pela alta prevalência de estudantes de educação física (45,6%), os quais de acordo com Buke et al. (2021) e Maximiano et al. (2020) sugerem um maior nível de atividade física para esta população.

Como limitação desta investigação destaca-se a forma de mensuração da utilização da rede social Instagram, a qual levou em consideração apenas o nível de dependência e absteve-se da mensuração da quantidade de horas gastas na rede social para cada indivíduo. Além disso, ressalta-se a utilização de instrumentos validados e a avaliação de quatro diferentes variáveis, servindo como amparo para futuras investigações na avaliação de imagem corporal, dependência em rede sociais,

nível de atividade física e o comportamento sedentário em universitários. Ademais, a maior participação do público ingressante na universidade pode ser um resultado decorrente do isolamento social em decorrência da pandemia da COVID-19, o qual desfavoreceu a presença destes universitários presencialmente na universidade, sendo assim, esta investigação contemplou o desejo de participação neste universo acadêmico.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam que a maioria dos universitários do SCB da UFPR possui dependência ao Instagram, sentem-se insatisfeitos com sua imagem corporal, porém são fisicamente ativos e acumulam em média sete horas diárias de comportamento sedentário. Foi verificado que não houve associações entre a dependência ao Instagram com imagem corporal, atividade física e comportamento sedentário. Portanto, a Inspiração *Fitness* não mostrou associação com as variáveis analisadas, entretanto, a dependência às redes sociais, insatisfação com a imagem corporal e tempo em comportamento sedentário sugerem atenção à saúde dos universitários.

Assim, para manter os níveis de atividade física recomendados e diminuir a quantidade de horas em comportamento sedentário, sugere-se que sejam intercaladas entre as demandas universitárias, atividades físicas que contemplem as necessidades e especificidades, considerando o acesso, interesse, prazer, dentre outros. Ademais, as atividades ofertadas poderiam ser predominantemente em grupos, favorecendo as relações sociais, troca de informações e conhecimentos, além de vivenciar e compreender a importância das interações socais, evitando o uso exclusivo das redes sociais para este suporte. Nesse contexto, o comportamento sedentário, a dependência ao Instagram e as suas consequências poderiam ser reduzidas. Com relação a insatisfação com a imagem corporal, sugere-se grupos de apoio universitário, formados por equipe multiprofissional (psicólogos, nutricionistas, profissionais de Educação Física, dentre outros) visando ações de educação em saúde voltadas a este tema e outros aspectos relacionados.

Por fim, recomenda-se futuros estudos que avaliem a quantidade de horas de acesso ao Instagram e a avaliação com medidas objetivas das horas em comportamento sedentário e em atividade física, bem como a possibilidade de incluir amostra representativa de toda a população de jovens adultos universitários.

## 7 REFERÊNCIAS

AGUIAR, S. et al. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal – 2 a 6 de setembro de 2008. p. 1–15, 2008.

ANATEL. Painel de Dados – Telefonia Móvel. Curitiba, 2021. Disponível em: https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel. Acesso em: 08 jul. 2021

ANDREASSEN, C. S. et al. Development of a facebook addiction scale. Psychological Reports, v. 110, n. 2, p. 501–517, 2012.

ANJOS, L. A. DOS; MORAES, C. F. Agreement between self-assessment of body image and measured body mass index in the Brazilian adult population. Ciencia e Saude Coletiva, v. 25, n. 8, p. 3027–3036, 2020.

ARDIANA, R. T.; TUMANGGOR, R. O. Social Media Instagram Addiction and Self-Esteem in High School Students. v. 478, n. Ticash, p. 290–294, 2020.

ASSIS, M. “A carne mais barata do mercado é a carne negra”: uma reflexão sobre o “design” das camisas da Puma na Copa do Mundo de Futebol/2010. Rev. Bras. Educ. Fís. Esporte, São Paulo, v. 25, n.2, p. 313-22, abr./jun. 2011.

BATISTA, G. et al. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Foz do Iguaçu - PR. p. 1–15, 2014.

BARRON, A. M.; KRUMREI-MANCUSO, E. J.; HARRIGER, J. A. The effects of fitspiration and self-compassion Instagram posts on body image and self-compassion in men and women. v. 37, p. 14–27, 2021.

BENEVENUTO, F.; ALMEIDA, J. M.; SILVA, A. S. Explorando Redes Sociais Online: Da Coleta e Análise de Grandes Bases de Dados às Aplicações. Minicursos Livro Texto, p. 63–101, 2011.

BERBERT DE CARVALHO, P. H.; ELISA, M.; FERREIRA, C. Imagem Corporal em Homens: Instrumentos Avaliativos. Psicologia Teoria e Pesquisa, Jul./Set. 2014, vol 30, n. 3, pp. 227-285.

BLOCKSURVEY. Curitiba, 2021. Disponível em: https://blocksurvey.io/calculator/bergen-social-media-addiction-scale. Acesso em: 08/07/2021.

BODY IMAGE. Curitiba, 2021. Disponível em: https://www-sciencedirect.ez22.periodicos.capes.gov.br/journal/body-image/about/aims-and-scope. Acesso em: 08 jul. 2021

BOEPPLE, L. et al. Strong is the new skinny : A content analysis of fitspiration websites. Body Image, v. 17, p. 132–135, 2016.

CARROTTE, E. R. et al. " Fitspiration " on Social Media : A Content Analysis of Gendered Images Corresponding Author : v. 19, p. 1–9, [s.d.].

CAMPANELLA, B. Novas práticas, antigos rituais: a organização do cotidiano e as configurações de poder na mídia. REVISTA GEMInIS, v. 1, p. 8-12, 2014.

Classificação IMC. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/dicas/215_obesidade.html. Acesso em: 31 out. 2021.

CLAUMANN, G. S. et al. Satisfação com a imagem corporal em acadêmicos ingressantes em cursos de Educação Física. Revista da Educação Física/UEM, v. 25, n. 4, p. 575, 1 dez. 2014.

CLAUMANN, G. S.; FELDEN, É. P. G.; PELEGRINI, A. COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO EM UNIVERSITÁRIOS: PREVALÊNCIA E FATORES ASSOCIADOS. Revista Baiana de Saúde Pública, v. 40, n. 3, 8 nov. 2017.

CRAIG, C. L. et al. International physical activity questionnaire: 12-Country reliability and validity. Medicine and Science in Sports and Exercise, v. 35, n. 8, p. 1381–1395, 2003.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. Curitiba, 2021. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 08 jul. 2021

COUTINHO, G. A Era dos Smartphones: Um estudo exploratório sobre o uso dos Smartphones no Brasil. Monografia de Graduação (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

DA COSTA, B. G. G. et al. Association between screen time and accelerometer-measured 24-h movement behaviors in a sample of Brazilian adolescents. Public Health, v. 195, p. 32–38, 1 jun. 2021.

DE MORAES, S. A.; SUZUKI, C. S.; DE FREITAS, I. C. M. Comparison between the International Physical Activity Questionnaire and the American College of Sports Medicine/American Heart Association criteria to classify the physical activity profile in adults. Revista Latino-Americana de Enfermagem, v. 21, n. 4, p. 835–840, 2013.

DELUGA, W. (2017). Rola mediów społecznościowych w ksz- tałtowaniu postaw społecznych (The Role Of Social Me- dia Is Shaping Social Attitudes),Problemy profesjologii, 2/2017 Politechnika Koszalińska.

DIBISCEGLIE, S.; ARIGO, D. Perceptions of #fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. Journal of Health Psychology, v. 26, n. 8, p. 1233–1242, 1 jul. 2021.

DONOVAN, C. L.; UHLMANN, L. R.; LOXTON, N. J. Strong is the New Skinny , but is it Ideal ?: A Test of the Tripartite Influence Model using a new Measure of Fit-Ideal Internalisation. Body Image, v. 35, p. 171–180, 2020.

FATT, S. J.; FARDOULY, J.; RAPEE, R. M. #malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. New Media and Society, v. 21, n. 6, p. 1311–1325, 2019.

FESTINGER, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relations, 7, 117–140.

FRANCO, D.; FARIAS, G.; PELEGRINI, A.; et al. Validade das medidas do tempo sentado do questionário IPAQ-versão curta em universitários brasileiros. Rev. Bras. de Atividade Física & Saúde, 26, 1-9, 2021.

FREIRE, S. C.; FISBERG, M. Adaptação da escala de silhuetas brasileiras para uso digital. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 66, n. 4, p. 211–215, 2017.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa – 6. ed. – São Paulo : Atlas, 2017.

GOODYEAR, V. A.; ARMOUR, K. M.; WOOD, H. Young people and their engagement with health-related social media : new perspectives. Sport, Education and Society, v. 24, n. 7, p. 673–688, 2019.

GOODYEAR, V. A. et al. The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: a systematic review International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity BioMed Central Ltd, , 1 dez. 2021.

GRIMALDI-PUYANA, M. et al. Associations of objectively-assessed smartphone use with physical activity, sedentary behavior, mood, and sleep quality in young adults: A cross-sectional study. International Journal of Environmental Research and Public Health, v. 17, n. 10, 2 maio 2020.

HEDGES, T. S.; GARIP, G. “Thumb exercise”: An interpretative phenomenological analysis of psychosocial factors encouraging inactive adults to engage with their smartphones rather than physical activity. Physical Activity and Health, v. 4, n. 1, p. 19–31, 2020.

HOMAN, K. J.; TYLKA, T. L. Appearance-based exercise motivation moderates the relationship between exercise frequency and positive body image. Body Image, v. 11, n. 2, p. 101–108, 2014.

INSTAGRAM. Curitiba, 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/explore/tags/fitinspiration/. Acesso em: 08 jul. 2021.

JACOB, H. M. A. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. COMMUNICARE (SÃO PAULO), v. 14, p. 88-105, 2014.

KARLINSKY, A. et al. Body Image and Voluntary Gaze Behaviors towards Physique-Salient Images. 2021.

KUSS, D. J.; GRIFFITHS, M. D. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. International Journal of Environmental Research and Public Health, v. 14, n. 3, 2017.

LEARY, M. P. et al. Consumption of Health-Related Content on Social Media Among Adolescent Girls : Mixed-Methods Pilot Study Corresponding Author : v. 3, 2019.

LEPP, A. et al. The relationship between cell phone use , physical and sedentary activity , and cardiorespiratory fitness in a sample of U . S . college students. p. 1–9, 2013.

LIMNIOU, M.; MAHONEY, C.; KNOX, M. Is fitspiration the healthy internet trend it claims to be? A British students' case study. International Journal of Environmental Research and Public Health, v. 18, n. 4, p. 1–12, 2021.

LONERGAN, A. R. et al. Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. Body Image, v. 28, p. 39–43, 1 mar. 2019.

MATSUDO, S. et al. Questionário Internacional de Atividade Física (IPAQ): Estudo de Validade e Reprodutibilidade no Brasil. Revista Atividade Física & Saúde. Vol. 6 N. 2. 2001 MONTEIRO, R. et al. Vício no Insta : propriedades psicométricas da escala Bergen de adição ao Instagram. v. 38, p. 1–12, 2020.

MAXIMIANO, V. D. S. et al. Physical activity level, depression, and anxiety of undergraduate students in Physical Education. Motricidade, v. 16, n. S1, p. 104–112, 24 dez. 2020.

MAYOH, J.; JONES, I. Young people's experiences of engaging with fitspiration on instagram: Gendered perspective. Journal of Medical Internet Research. JMIR Publications Inc., , 1 out. 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE Brasília-DF 2021 GUIA DE ATIVIDADE FÍSICA PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA. 2021.

NADOBNIK, J. The Use of Selected Social Media: Instagram to Promote Physical Activity and a Pro-Health Lifestyle. Studies in Sport Humanities, v. 24, n. February, p. 33–38, 2019.

PALUDO, A. C. et al. Insatisfação com a imagem corporal em adolescentes: prevalência e associação com o estado nutricional. ConScientiae Saúde, v. 10, n. 1, p. 143–149, 2011.

PIOLA, T. et al. Nível insuficiente de atividade física e elevado tempo de tela em adolescentes: impacto de fatores associados. Ciências & Saúde Coletiva 25(7). p. 2803 – 2812. 2020.

PENG, C. T., WU, T. Y., CHEN, Y., & ATKIN, D. J. (2019). Comparing and modeling via social media: The social influences of fitspiration on male Instagram users' work out intention. Computers in Human Behavior, 99, 156–167

PESQUISA NACIONAIL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA - PNAD CONTÍNUA. Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal PNAD Contínua 2018 - Análise de Resultados Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Anual/Acesso_Internet_Televisao_e_Posse_Telefone_Movel_2018/Analise_dos_resultados_TIC_2018.pdf. Acesso em 08 jul. 2021

RAGGATT, M. et al. " 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. p. 1–11, 2018.

SACRAMENTO, I. et al. As Musas Fitness do Instagram:a governamentalidade neoliberal e a produção da subjetividade contemporânea. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville - SC. 5 . p. 1–15, 2018.

SCAGLIUSI, F. B. et al. Concurrent and discriminant validity of the Stunkard's figure rating scale adapted into Portuguese. Appetite, v. 47, n. 1, p. 77–82, 2006.

STATISTA. Curitiba, 2021. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. Acesso em: 08 jul. 2021.

TIGGEMANN, M.; ZACCARDO, M. "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. Body Image, v. 15, p. 61–67, 2015.

TREMBLAY, M. S. et al. Sedentary Behavior Research Network ( SBRN ) – Terminology Consensus Project process and outcome. p. 1–17, 2017.

TRINDADE, L. SARTI, F. Tendências em fatores sociodemográficos e de estilo de vida associados ao comportamento sedentário em adultos brasileiros. Revista Brasileira Epidemiologia, 2021.

VIGITEL BRASIL 2019: Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição

sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2019 [recurso eletrônico] / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças não Transmissíveis. – Brasília: Ministério da Saúde, 2020.

WHITAKER, F. Rede, uma estrutura alternativa de organização. Revista Mutações Sociais, v.2, n.3, p.1-7, mar./mai. 1993. Disponível em: http://www.rits.org.br/redes/rd_estrutalternativa.cfm

WHO. WHO Guidelines on physical activity, sedentary behaviour. [2020].

Young DR, Hivert MF, Alhassan S, Camhi SM, Ferguson JF, Katzmarzyk PT, et al. Sedentary Behavior and Cardiovascular Morbidity and Mortality: A Science Advisory From the American Heart Association. Circulation. 2016; 134(13):e262–79.

# 8 APÊNDICES

## APÊNDICE A – CARTA CONVITE

Olá estudante,

Esperamos que esteja bem!

Vimos por meio deste e-mail lhe convidar para participar de uma pesquisa que envolverá todos os estudantes matriculados nos cursos de graduação do Setor de Ciências Biológicas da UFPR. Este estudo busca analisar a influência da *Inspiração Fitness* sobre a imagem corporal e o comportamento sedentário. Caso queria colaborar com a pesquisa, sua participação é rápida e simples! Basta acessar o link anexado a este e-mail, o qual te direcionará ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e ao questionário com perguntas rápidas e objetivas. Você levará, aproximadamente, 10 minutos para responder.

LINK: https://forms.gle/HwVnjKyY3TNCsZ1D7

Desde já agradecemos a sua atenção e será um prazer ter sua contribuição.

Atenciosamente,

João Pedro Ansai Klostermann (acadêmico do curso de bacharelado em Educação Física / UFPR)

Profa. Lucélia J. Borges (orientadora – Departamento de Educação Física / UFPR)

## APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS / FORMULÁRIO ELETRÔNICO

***A influência no consumo da Inspiração Fitness das redes sociais sobre a autopercepção da imagem corporal e do comportamento sedentário de jovens adultos universitários da UFPR***

1.Qual seu e-mail? *

_____

Anamnese - Seção 1

2. Qual seu nome completo? *

_____

3. Qual seu GRR? *

_____

4. Qual sua idade? *

- ◯ 18 Anos
- ◯ 19 Anos
- ◯ 20 Anos
- ◯ 21 Anos
- ◯ 22 Anos
- ◯ 23 Anos
- ◯ 24 Anos
- ◯ 25 Anos
- ◯ Outros: _____

Anamnese - Seção 2

2. Existem alguma recomendação médica que lhe impeça de praticar exercícios físicos regulares com uma frequência semanal de 3 dias? (Considerar atestadosmédicos, cirurgias e entre outros motivos clínicos) *

- Sim
- Não

Anamnese - Seção 3

3. Você possui um smartphone com acesso a rede móveis de internet? *

- Sim
- Não

Anamnese - Seção 4

4. Sexo biológico:

- Masculino
- Feminino

**Gênero**

O gênero se relaciona à fabricação do corpo e da subjetividade em consonância ou não com o sexo biológico.

Cisgênera - produção do corpo e da subjetividade em consonância com o sexo atribuído compulsoriamente no nascimento. Pessoa Cisgênera: pessoa que se identifica com o sexo biológico com o qual foi designada compulsoriamente ao nascer.

Trans - produção do corpo e da subjetividade no gênero identificado pelo sujeito.

Pessoa Trans: pessoa que não se identifica com o sexo biológico designado compulsoriamente no nascimento.

Não binário - produção do corpo e da subjetividade sem identificação com os gêneros feminino ou masculino.

5. Auto reconhecimento em relação ao gênero: *

- Feminino Cisgênero
- Mulher Transgênero
- Masculino Cisgênero
- Homem Transgênero
- Não binário
- Desejo não responder
- Outro: _____

6.Qual o seu curso?

- Biomedicina
- Bacharelado em Ciências Biológicas
- Licenciatura em Ciências Biológicas
- Bacharelado em Educação Física
- Licenciatura em Educação Física
- Fisioterapia

7.Qual o seu período? *

- 1º Período
- 2º Período
- 3º Período
- 4º Período
- 5º Período
- 6º Período
- 7º Período
- 8º Período
- 9º Período
- 10º Período
- Desperiodizado

8.Qual o seu estado civil? *

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Separado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)

9. Qual a sua renda familiar PER CAPITA? Para isso, considere a SOMA da renda de TODOS os moradores da residência DIVIDIDA pelo número TOTAL de pessoas que vivem desta renda (NÃO insira o R$ na reposta, apenas números. Exemplo: 750,00). *

10. Qual a sua estatura (em cms)? (Informe apenas números. Exemplo: 173) *

11.Qual o seu peso corporal (em Kgs)? (Informe apenas números. Exemplo: 75) *

## Avaliação da Dependência ao Instagram

Escala Bergen de Adição ao Instagram

Abaixo você encontrará algumas perguntas sobre seu relacionamento e uso do Instagram. Use a escala de resposta a seguir, escolhendo a alternativa que melhor te descreve/define.

1- Muito Raramente; 2- Raramente; 3- Às vezes; 4- Frequentemente; 5- MuitoFrequentemente

12.Quantas vezes, durante o último ano você passou muito tempo pensando sobre o Instagram ou planejando o uso do Instagram? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

13. Quantas vezes, durante o último ano você sentiu um desejo cada vez maior de usar o Instagram? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

14.Quantas vezes, durante o último ano você usou o Instagram para esquecer problemas pessoais? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

15.Quantas vezes, durante o último ano você tentou reduzir o uso do Instagram sem sucesso? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

16.Quantas vezes, durante o último ano você ficou inquieto ou perturbado se você tiver sido proibido de usar Instagram? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

17.Quantas vezes, durante o último ano você usou tanto o Instagram que teve um impacto negativo em seu trabalho/estudos? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Muito Raramente | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | Muito Frequentemente |

Avaliação da Atividade Física

Questionário Internacional de Atividade Física - Versão Curta

Nós estamos interessados em saber que tipos de atividade física as pessoas fazem como parte do seu dia a dia. As perguntas estão relacionadas ao tempo que você gasta fazendo atividade física em UMA SEMANA NORMAL, USUAL ou HABITUAL. As perguntas incluem as atividades que você faz no trabalho, para ir de um lugar a outro, por lazer, por esporte, por exercício ou como parte das suas atividades em casa ou no jardim. Suas respostas são MUITO importantes. Por favor responda cada questão mesmo que considere que não seja ativo.

Obrigado pela sua participação !

Para responder as questões lembre-se que:

• Atividades físicas VIGOROSAS são aquelas que precisam de um grande esforço físico e que fazem respirar MUITO mais forte que o normal
• Atividades físicas MODERADAS são aquelas que precisam de algum esforço físico e que fazem respirar UM POUCO mais forte que o normal

18.Você trabalha de forma remunerada? Faz estágio ou Trabalho Voluntário? *

- Sim
- Não

19.Quantas horas você trabalha por dia? (Se não trabalha, faz estágio ou realiza trabalho voluntário insira o valor 0 (zero) *

Atenção

Para responder as perguntas pense somente nas atividades que você realiza por pelo menos 10 minutos contínuos de cada vez:

20. Em quantos dias de uma semana normal, você realiza atividades VIGOROSAS por pelo menos 10 minutos contínuos, como por exemplo correr, fazer ginastica aeróbica, jogar futebol, pedalar rápido na bicicleta, jogar basquete, fazer serviços domésticos pesados em casa, no quintal ou no jardim, carregar pesos elevados ou qualquer atividade que faça você suar BASTANTE ou aumentem MUITO sua respiração ou batimentos do coração: *

- 1 dia/semana
- 2 dias/semana
- 3 dias/semana
- 4 dias/semana
- 5 dias/semana
- 6 dias/semana
- 7 dias/semana

- Nenhum dia/semana

21.Nos dias em que você faz essas atividades VIGOROSAS por pelo menos 10 minutos contínuos, quanta tempo no total você gasta fazendo essas atividadespor dia? (Exemplo resposta:__horas_minutos ) *

22. Em quantos dias de uma semana normal, você realiza atividades MODERADAS por pelo menos 10 minutos contínuos, como por exemplo pedalar leve na bicicleta, nadar, dançar, fazer ginastica aeróbica leve, jogar vôlei recreativo, carregar pesos leves, fazer serviços domésticos na casa, no quintal ou no jardim como varrer, aspirar, cuidar do jardim, ou qualquer atividade que faça você suar leve ou aumentem moderadamente sua respiração ou batimentos do coração (POR FAVOR NAO INCLUA CAMINHADA) *

- 1 dia/semana
- 2 dias/semana
- 3 dias/semana
- 4 dias/semana
- 5 dias/semana
- 6 dias/semana
- 7 dias/semana
- Nenhum dia/semana

23. Nos dias em que você faz essas atividades MODERADAS por pelo menos 10 minutos contínuos quanta tempo no total você gasta fazendo essas atividadespor dia? (Exemplo resposta:__horas_minutos ) *

24. Em quantos dias de uma semana normal você caminha por pelo menos 10 minutos contínuos em casa ou no trabalho, como forma de transporte para ir deum lugar para outro, por lazer, por prazer ou como forma de exercício? (Exemplo resposta:___horas____minutos ) *

25.Nos dias em que você caminha por pelo menos 10 minutos contínuos quanta tempo no total você gasta caminhando por dia? (Exemplo resposta:___horas _____minutos ) *

**Atenção**

Estas ultimas perguntas são em relação ao tempo que você gasta sentado ao todo no trabalho, em casa, na escola ou faculdade e durante o tempo livre. Isto inclui o tempo que você gasta sentado no escritório ou estudando, fazendo lição de casa, visitando amigos, lendo e sentado ou deitado assistindo televisão.

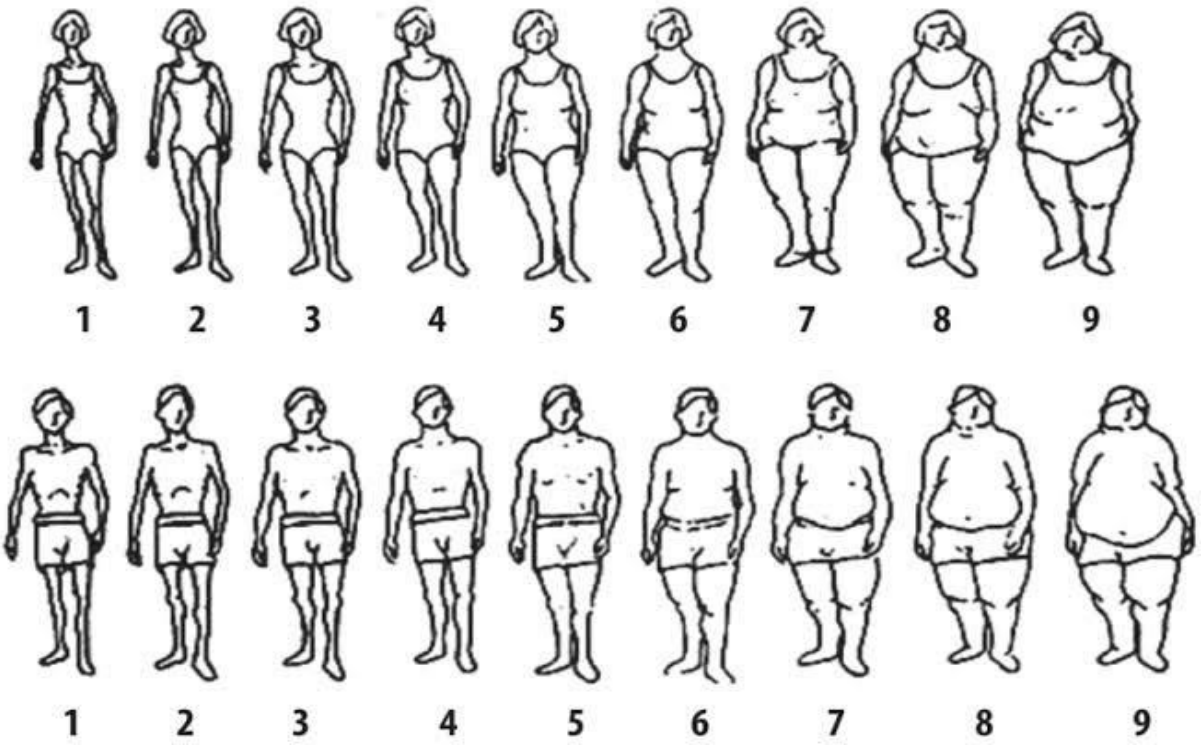
26.Quanto tempo no total você gasta sentado durante um dia de semana?(Exemplo resposta:___horas_minutos ) *

27.Quanto tempo no total você gasta sentado durante em um dia de final de semana? (Exemplo resposta:___horas__minutos ) *

Avaliação da Imagem Corporal

Considerando a imagem abaixo responda as perguntas aseguir:

Escala de Avaliação de Figuras de Stunkard (1983):




28.Qual a silhueta que melhor representa a sua aparência física ATUALMENTE? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9

29.Qual a silhueta que você gostaria de ter? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9