Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – Departamento de
Psicologia
Programa de Pós-Graduação em Psicobiologia

PEDRO ANTONIO LIRA PATRÍCIO

**Comparação de elementos da imagem corporal feminina entre modelos de
passarela e público de não-modelos.**

Ribeirão Preto – SP

2020

FFCLRP - USP

Pedro Antônio Lira Patrício

2020

PEDRO ANTONIO LIRA PATRÍCIO

**Comparação de elementos da imagem corporal feminina entre
modelos de passarela e público de não-modelos.**

Versão Corrigida

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia,
Ciências e Letras de Ribeirão/USP, como parte das
exigências para obtenção do título de Mestre em
Ciências, Área: Psicobiologia.

Área de Concentração: Psicobiologia

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Telma Maria Braga
Costa.

Co-orientador: Prof. Dr. Sebastião de Sousa
Almeida.

Ribeirão Preto – SP

2020

Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – FFCLRP
Universidade de São Paulo

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Assinatura:_____Data:___/___/___

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca Central do Campus USP - Ribeirão Preto

Patrício, Pedro Antônio Lira

Comparação de elementos da imagem corporal feminina entre modelos de passarela e público de não-modelos. Ribeirão Preto, 2020.

58p.: il.; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Ciências), Programa de Pós-graduação em Psicobiologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, USP. Área de concentração: Psicobiologia.

Orientadora: Braga Costa, Telma Maria

Co-orientador: Almeida, Sebastião de Sousa

Versão Corrigida

1. Imagem corporal 2. Modelos de passarela. 3. Mulheres 4.
Aparência

.

PEDRO ANTONIO LIRA PATRÍCIO

**COMPARAÇÃO DE ELEMENTOS DA IMAGEM CORPORAL FEMININA ENTRE
MODELOS DE PASSARELA E PÚBLICO DE NÃO-MODELOS**

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras e Ribeirão Preto –
FFCLRP, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências pelo Departamento
de Psicobiologia.

COMISSÃO JULGADORA:

Assinatura

Prof^a. Dr^a: _____

Instituição: _____

Assinatura

Prof^a. Dr^a: _____

Instituição: _____

Assinatura

Prof^a. Dr^a: _____

Instituição: _____

Professora Orientadora –Presidente da Banca Examinadora

Ribeirão Preto

2020

*À minha mãe, Marluce Patrício, por sempre me
incentivar com sua fé e suas palavras para não desistir
e nem duvidar de onde eu poderia chegar.*

Agradecimentos

Sair de casa, atravessar o país, deixar toda uma VIDA para trás e (re)começar em um novo lugar sem nada além de sonhos e muita vontade. Obrigado Deus por toda essa oportunidade de crescimento em todos os sentidos e pela coragem para ter chegado até aqui.

À minha família, **Painho, Mainha, Camila, Lara, Tia e Mariana**, que acredita em mim em cada tomada de decisão e vibrou cada vitória alcançado ao longo de todo esse tempo, podendo me dar condições para que pudesse sempre ir em frente.

Aos meus orientadores, **Profa. Dra. Telma Maria Braga Costa e Prof. Dr. Sebastião de Sousa Almeida**, e minha parecerista **Maria Fernanda Laus** por serem exemplos de excepcionais acadêmicos que guiam e inspiram aqueles que estão ao seu redor.

Aos meus colegas do Laboratório de Nutrição e Comportamento **Rodrigo Mazzei e Alessandra Junqueira** por toda a disponibilidade em ajudar na execução da pesquisa.

Às minhas companheiras acadêmicas, e agora da vida, **Tatiane Possani, Maria Carolina da Cunha, Paula Sozza, Camila Secaf e Giovana Pellegrina** por tornarem cada dia extraordinário e transformarem a convivência em algo prazeroso e indispensável.

Aos meus amigos da minha querida Fortaleza, **Lígia Lécia, Luana Martins, Isabel Castelo Branco, Thalyta Patrício, Camyla Rocha, Natália Vasconcelos e Gabriela Codevilla**, por serem suporte constante e diário sem deixar que 2.800km de distância pudesse me abater.

Aos meus queridos amigos de Ribeirão Preto, **Renê Seabra, Bruna Resende e Thays Soares** por mostrarem que existe afeto, aconchego e uma nova casa aqui.

À secretária do programa de Pós-Graduação em Psicobiologia, **Renata Vicentini**, pela sua extrema competência e gentileza em auxiliar nos trâmites e informações indispensáveis para a conclusão dessa etapa.

Ao apoio financeiro concedido pela **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP)**.

Lista de Quadros

Quadro 1 - Pontos de corte IMC-para-idade de 0 a 19 anos	23
Quadro 2 - Pontos de corte do IMC estabelecidos para adultos.....	24
Quadro 3 - Sistema de Pontos utilizado para as variáveis (itens no domicílio), utilizada para Classificação Econômica (CCEB)	26
Quadro 4 - Classificação de Pontos utilizada para Classificação Econômica (CCEB)	27

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Caracterização da amostra com N° de respostas válidas, média da idade, região, etnia, orientação sexual, Estado civil, Escolaridade, Estado Nutricional, vínculo a agência de modelos e experiência.....	30
Tabela 2 - Médias e desvio padrão (DP) das subescalas dos instrumentos IMC, SATAQ-3, MBSRQ –AS e ASI-R	31
Tabela 3 - Correlação das subescalas dos instrumentos SATAQ-3, MBSRQ-AS e ASI	38

Resumo

A concepção de beleza, desde o século XVIII, foi diretamente associada à saúde e mais recentemente, no período contemporâneo, à ideia de sucesso. Visando o alcance de um corpo ideal, tem-se a oportunidade de levantar o questionamento sobre como as mulheres agem de modo a alcançar tais medidas corporais, “nível de beleza” e quais são suas inspirações. Os estudos sobre imagem corporal têm se mostrado importantes para entender o modo como se relaciona e percebe o próprio corpo. O objetivo desse estudo foi entender a influência da mídia na imagem corporal, incluindo a satisfação e investimento disfuncional com a própria aparência, a preocupação com o peso do público feminino de modelos de passarela e grupo de não-modelos. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa foi feita com brasileiras, entre 18 e 28 anos de idade, modelos que foram ou são vinculadas a uma agência e mulheres não-modelos. O recrutamento foi através das redes sociais dos próprios pesquisadores em domínio público. Para o grupo de modelos, foram feitas buscas específicas através das redes sociais de agências de modelos. O número de participantes foi 352, sendo 102 modelos e 250 não-modelos. A pesquisa ocorreu em meio virtual pelo servidor *Google Forms* por meio de convite direcional para cada participante enviado pelos próprios pesquisadores. Todas as participantes tiveram acesso primeiramente ao Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE), e após responderem afirmativamente, puderam ter acesso às perguntas. Os instrumentos utilizados foram: Questionário de Caracterização da Amostra, Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), medidas de peso e altura relatadas para cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC), *Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3* (SATAQ-3), *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scales* (MBRSQ/AS) e *Appearance Schemas Inventory - Revised* (ASI-R). O resultado demonstrou que a mídia apresenta influência na imagem corporal sendo as não-modelos mais pressionadas por esses padrões. As modelos apresentaram maior satisfação com o corpo e a aparência. Os níveis de cuidado disfuncional e preocupação com o peso são equivalentes entre os grupos. Existem correlações positivas e negativas que divergem entre os grupos a depender de qual aspecto da imagem corporal está sendo avaliado. O estudo concluiu que ter as medidas corporais colocadas pela mídia, sendo esta uma influenciadora sobre a percepção do corpo, pode ser um fator de maior apreciação corporal. As modelos, ainda que tenham tais características valorizadas, não apresentam comportamentos disfuncionais diferente de não-modelos.

Palavras chave: Imagem corporal, modelos de passarela, mulheres, aparência.

Abstract

The conception of beauty, since the 18th century, has been directly associated with health and more recently, in the contemporary period, with the idea of success. Aiming at achieving an ideal body, we have the opportunity to raise the question about how women act in order to achieve such bodily measures, “level of beauty” and what are their inspirations. Studies on body image have been shown to be important to understand the way it relates and perceives the body itself. The aim of this study was to understand the influence of the media on body image, including dysfunctional satisfaction and investment with one's appearance, concern with the weight of the female audience of catwalk models and a group of non-models. To achieve this goal, the research was carried out with Brazilian women, between 18 and 28 years of age, models who were or are linked to an agency and non-model women. Recruitment took place through the researchers' own social networks in the public domain. For the model group, specific searches were made through the social networks of model agencies. The number of participants was 352, with 102 models and 250 non-models. The research took place on a virtual medium through the Google Forms server through a directional invitation to each participant sent by the researchers themselves. All participants had access first to the Informed Consent Form (ICF), and after answering in the affirmative, they were able to access the questions. The instruments used were: Sample Characterization Questionnaire, Brazil Economic Classification Criterion (CCEB), weight and height measurements reported for calculating the Body Mass Index (BMI), Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3), Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire - Appearance Scales (MBRSQ / AS) and Appearance Schemas Inventory - Revised (ASI-R). The result demonstrated that the media has an influence on body image, with non-models being more pressured by these standards. The models showed greater satisfaction with the body and appearance. The levels of dysfunctional care and concern for weight are equivalent between groups. There are positive and negative correlations that differ between groups depending on which aspect of body image is being assessed. The study concluded that having the body measurements placed by the media, being this an influence on the perception of the body, can be a factor of greater corporal appreciation. The models, although they have such valued characteristics, do not present dysfunctional behaviors different from non-models.

Keywords: Body image, fashion models, women, appearance.

Sumário

1 Introdução	11
1.1 Componentes da imagem corporal	11
1.2 A mídia e sua relação com a imagem corporal.....	14
1.3 Mulheres, modelos de passarela e o ideal de beleza.....	16
2 Objetivos e Hipóteses.....	20
2.1 Objetivo Geral.	20
2.2 Objetivos Específicos.	20
2.3 Hipóteses	21
3 Material e Método.....	21
3.1 Delineamento Metodológico	21
3.2 Participantes	22
3.3 Critérios de Inclusão	22
3.2.1 Critérios de Exclusão	22
3.3 Aspectos Éticos	22
3.3.1 Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE).....	23
3.4 Instrumentos.....	23
3.4.1 Questionário de Caracterização da Amostra (Apêndice B)	23
3.4.2 Índice de Massa Corporal (IMC).....	23
3.4.3 Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire -3 (SATAQ	
3).....	24
3.4.4 Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance	
Scales (MBSRQ – AS).....	25
3.4.5 Appearance Schemas Inventory - Revised (ASI - R).	25
3.4.6 Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB).	26
3.5 Procedimentos	27

3.6 Análise Estatística	28
4 Resultados	29
4.1 Caracterização da amostra.....	29
4.2 Instrumentos	30
4.2.1 SATAQ-3	30
4.2.2 MBSRQ-AS	31
4.2.3 ASI-R	31
5 Discussão.....	32
6 Conclusão.....	39
Referências	41
APÊNDICE A – Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa da FFCLR	46
APÊNDICE B - TCLE.....	47
APÊNDICE B – Questionário de Caracterização da Amostra.....	49
APÊNDICE C – Carta de comprometimento do Dr. Sebastião de Sousa Almeida	51
SATAQ-3	52
ANEXO B – <i>Multidimensional Body-Self Related Questionnaire – Appearance Scales</i> (MBSRQ / AS)	54
ANEXO C – <i>Appearance Schemas Inventory - Revised</i> (ASI - R)	57
ANEXO D – CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA BRASIL (CCEB)	58

1 Introdução

1.1 Componentes da imagem corporal

Desde o século XIX o corpo se tornou objeto de valorização, dando destaque para a anatomia física e, com isso, iniciou-se a adoção de artifícios, como por exemplo a maquiagem, e práticas para a aquisição de vigor muscular até chegar às intervenções estéticas mais complexas como a cirurgia plástica. É possível perceber que, aos poucos, a sociedade adquiriu uma nova forma de pensar considerando que um sujeito belo é também um sujeito saudável. As concepções de beleza e de saúde, mescladas, são algo intensamente propagado pelas mídias e isso faz com que a sociedade busque constantemente por essa perfeição física através de produtos e serviços, em sua maioria estéticos, divulgados e propagados por celebridades e/ou modelos (Vigarello, 2015).

Em meio a essas transformações, faz-se necessário entender de que modo o sujeito está construindo a relação com o próprio corpo. De acordo com Cash & Smolak (2011), os estudos sobre imagem corporal tiveram seu início em meados dos anos 1900 por neurologistas que tratavam de pacientes com o caso de membro fantasma. O interesse inicial pela temática era para entender o funcionamento de distúrbios da percepção em nível neurológico. Essa visão, posteriormente, foi ampliada e o estudo da imagem corporal, que antes era apenas observado como uma disfunção neurológica, tem a necessidade de ser entendido por uma perspectiva sociocultural e psicológica.

A imagem corporal tem dois principais componentes, sendo eles o perceptivo e o atitudinal. O componente perceptivo é definido como a forma que entendemos o nosso próprio corpo quanto a medidas e formas. O componente atitudinal foi usado para explicar as emoções, negativas e/ou positivas, com relação às características específicas do corpo ou a ele como um todo (Gardner, 1996; Cash, 2000).

Com o avanço dessas pesquisas sobre imagem corporal, esse conceito assume um caráter multidimensional para descrever de forma abrangente a aparência física e a representatividade do corpo na relação do sujeito consigo mesmo e com o meio social. O termo “imagem corporal” engloba diversas perspectivas, tais como: avaliação da aparência, satisfação com o peso, corpo ideal, percepção corporal e outras (Damasceno; et al., 2006).

As atitudes em relação ao próprio corpo são divididas em quatro componentes: Satisfação/insatisfação global com o corpo; a emoção que está ligada a sentimentos oriundos da percepção do corpo e podem ser ansiedade, tristeza, estresse, desconforto e outros; cognição

que representa pensamentos ou crenças ligadas ao corpo, podendo refletir em comparações, internalização de padrões e investimentos na aparência; e aspectos comportamentais como checar o próprio corpo e evitar ocasiões sociais devido à aparência (Menzel, Krawczyk & Thompson, 2011).

O modelo cognitivo comportamental de imagem corporal é composto pela avaliação da imagem corporal que se refere à satisfação ou insatisfação do sujeito com aquilo que ele acredita sobre o próprio corpo. Outro componente desse modelo é o investimento na imagem corporal que é definido como a importância emocional, cognitiva e comportamental que é dada para o corpo na autoavaliação (Cash; & Smolak, 2011).

No que se refere à aparência, este é um aspecto que está diretamente ligado à autoestima e tem um papel muito importante no desenvolvimento psicossocial, que vai da infância até a fase adulta. O corpo adquire um valor pessoal e relacional e o entendimento dele se dá por meio de constructos cognitivos ocasionando comportamentos que podem ser benéficos, no caso de uma boa autoestima, ou prejudiciais quando se há um negativismo em relação à aparência e que afeta de forma significativa o cotidiano de cada sujeito (Mendes, Figueiras, Moreira, & Moss, 2016).

O investimento na aparência é um componente da imagem corporal que, apesar da sua importância, tem sido pouco pesquisado. Esse investimento pode ser definido como a importância subjetiva que a aparência tem na vida do sujeito (Cash, 2003), tendo duas formas de se manifestar sendo elas a autoavaliação e a motivacional (Cash, 2011). A autoavaliação estaria relacionada ao quanto o indivíduo se define em relação à aparência, sendo algo do seu cotidiano, e considerado algo que pode vir a ser negativo. A saliência motivacional seria relativa ao quanto o sujeito investe na manutenção de uma aparência considerada atraente pelo, próprio sujeito, podendo ser algo, se de maneira comedida, positivo.

A preocupação com o peso é outra forma de perceber o próprio corpo e pode ser considerada uma característica ligada à insatisfação com a imagem corporal. Quando essa preocupação é em excesso, pode induzir o sujeito a adotar medidas insalubres como padrões alimentares inadequados, prática de atividade física descomedida e até o desenvolvimento de transtornos alimentares. Esse comportamento de preocupação excedente e constante com o peso é mais observado em mulheres e em alguns casos pode levar ao desenvolvimento de um estado depressivo, além dos outros comportamentos inadequados já mencionados (Field, et al. 2001; Viana, Santos & Monteiro, 2017).

A cultura também tem a sua parcela de influência com relação a definir características físicas que são mais valorizadas e desejadas para a sociedade. Além disso, pode exercer

influência nas ideias de gênero sobre o que seria considerado atributos de masculinidade e feminilidade. Quando essa informação é transmitida através das mídias e internalizada pode alterar aspectos atitudinais da imagem corporal voltados para a prática de exercício, dietas e procedimentos estéticos no intuito de modificar a aparência para atender as normas sociais (Cash & Smolak, 2011).

Dada essa característica multifatorial, o modelo de influência Tripartite de imagem corporal tem, atualmente, dado conta de explicar, em amostras femininas de adultas e adolescentes, o modo como se constrói e o quê influencia a imagem corporal. Esse modelo teoriza que a formação da imagem corporal de cada indivíduo sofre grande influência das relações com seus pais, colegas ou pares e mídia, sendo os dois últimos citados mais significantes para a ciência. A influência que esses três referenciais podem exercer na imagem corporal ocorrem de maneira direta ou indireta (Thompson, Heinberg &, Altabe 1999; Keery, Van Den Berg, & Thompson 2004; Wasylikiw & Butler, 2014)

Ainda dentro do modelo Tripartite, existem dois mecanismos que desempenham papel de mediadores entre os referenciais até o sujeito. Um deles é a internalização dos ideais colocados pela sociedade que diz respeito ao quanto alguém acredita e adota para si medidas sobre como deveria ser seu próprio corpo. O outro mediador é a comparação da aparência, que pode ser entendido como a forma como alguém constantemente equipara seu próprio corpo com os ideais que são internalizados. Para que as mulheres, por exemplo, internalizem os padrões de beleza colocados pelos referenciais, levando a uma aquisição e manutenção da insatisfação com o corpo, se faz necessário, uma condição prévia de baixa autoestima (Keery, van den Berg, & Thompson 2004).

A internalização dos padrões e o processo de comparação são, pelo menos, dois fatores muito importantes os quais servem de base para que a mídia tenha um efeito negativo gerando insatisfação com a imagem corporal. A mídia incita a população a ter hábitos, sejam eles de intervenções estéticas ou dietas, para alcançar o corpo magro, principalmente entre as mulheres. Chegar nesse corpo é sinônimo de alcançar sucesso e felicidade e que qualquer mulher é capaz e/ou deveria ter essa aparência magra (Van Den Berg, Thompson, Obremski-Brandon, & Coover, 2002; Yamamiya, Cash, Melnyk, Posavac, & Posavac, 2005).

O *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scales* (MBSRQ–AS) é um instrumento de cinco subescalas que têm por objetivo avaliar alguns componentes da imagem corporal que já foram citados anteriormente. Suas subescalas são Avaliação e Orientação da Aparência, Satisfação com Aspectos Discretos de Áreas Específicas

do Corpo, Preocupação com o Sobrepeso e Autoclassificação do Peso (Brown, Cash & Mikulka, 1990; Cash, 2018; Laus et al., 2019).

O *Appearance Schemas Inventory - Revised* (ASI-R) é um instrumento que tem por finalidade avaliar o gerenciamento da aparência direcionado a comportamentos saudáveis e aspectos voltados para a representação social do corpo. Influenciar a compreensão sobre o próprio corpo e o valor atribuído a ele é também uma das influências da mídia. Por isso, é importante avaliar como as pessoas estão compreendendo a relação com o próprio corpo e como isso pode afetar o funcionamento psicossocial global podendo, ser em alguns casos, insalubre (Brown, Cash & Mikulka, 1990; Cash, 2018; Laus et al., 2019). Estudos demonstraram que os instrumentos MBRSQ-AS e ASI-R têm uma boa confiabilidade e consistência interna para serem aplicados em diversas populações, incluindo brasileira (Smith & Davenport, 2012; Untas, Koleck, Rascle & Borteyrou, 2009; Fiske, Fallon, Blissmer & Redding, 2014).

A pesquisa realizada por Costarelli, Demerzi e Stamou (2009), teve o objetivo de averiguar se haveria uma relação entre comportamentos alimentares transtornados, inteligência emocional, imagem corporal e níveis de ansiedade em mulheres jovens. Os instrumentos utilizados nessa pesquisa foram o MBRSQ-AS, Inventário de Ansiedade Traço-Estado (STAI) e Teste de Atitudes Alimentares (EAT). O resultado encontrado demonstrou correlação positiva entre a preocupação do peso avaliada pela subescala do MBSRQ, o peso, índice de massa corporal e atitudes alimentares transtornadas avaliadas pelo EAT, ou seja, quanto maior o peso maior a incidência de comportamentos insalubre relacionados a alimentação.

1.2 A mídia e sua relação com a imagem corporal

Desde a década de 90 até os dias atuais, o que tem sido visto é que possuir características físicas consideradas atraentes pela sociedade seria um atributo de beleza, representando uma ideia de qualidade de vida, bem-estar e saúde, que podem ser muitas vezes ideias deturpadas em relação a esses mesmos pontos. A cultura midiática, através da publicidade, tem transmitido continuamente a ideia do que seriam as características físicas ideais. A mensagem é passada geralmente por celebridades ou modelos, induzindo, às vezes de forma velada, à população em geral quais medidas se deve adotar para obter determinado tipo de corpo (Krones, Stice, Batres, & Orjada, 2005; Keery, van den Berg & Thompson, 2004; Schlösser & Camargo, 2015; Brown & Tiggemann, 2016).

A exposição constante e crescente de mulheres e homens à mídia tem causado alteração na percepção da imagem corporal e também nos comportamentos alimentares, levando à baixa autoestima daqueles que internalizaram os padrões. O conteúdo é voltado para que,

principalmente as mulheres, adotem um corpo magro seguindo um determinado tipo de aparência e peso (Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Santarossa & Woodruff, 2017; Balantekin, Birch, & Savage, 2018).

O ideal de beleza que tem sido propagado pela mídia, principalmente, pelas revistas de moda e beleza feminina que vêm utilizando modelos e/ou celebridades de forma ávida e mostrando o estereótipo de serem magras, brancas e jovens (Fardouly & Vartanian, 2015; Freitas, Jordan, & Hughes; 2017). Quando há uma internalização desses padrões de que o ‘corpo magro é o ideal’, as mulheres sentem mais pressão dessas influências socioculturais, aos quais refletem em comportamentos de insatisfação corporal, preocupação constante com o peso e uma demanda para reduzir sua forma (Harper & Tiggemann, 2008). De acordo com Dakanalis et al., (2015), os estudos sobre como a mídia influencia negativamente a imagem corporal mostram alguns resultados contraditórios, no entanto o fato de existir uma certa vulnerabilidade do indivíduo, independente do gênero, para uma baixa autoestima, aumentando o prejuízo causado pelas imagens idealizadas do conteúdo midiático.

O *Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3* (SATAQ-3) é um dos melhores instrumentos disponíveis para avaliar a influência da mídia sobre o que se pensa sobre o próprio corpo. O instrumento avalia, em quatro subescalas, a forma como a mídia é aceita como um referencial de qual aparência adotar, a pressão exercida pela mídia para modificar a aparência e mais duas outras subescalas com tipos específicos de corpo. De um modo geral, o instrumento tem mostrado ser útil e com boa consistência interna, seja para amostras gerais ou para uma população clínica com algum tipo de transtorno alimentar (Calogero, Davis & Thompson, 2004; Shroff & Thompson, 2006; Swami et al., 2011).

O estudo realizado por Forbes, Jobe e Revak (2006) utilizou o SATAQ-3 para avaliar em uma amostra feminina de jovens universitárias, o quanto a mídia pode estar envolvida no desejo de que as mulheres tenham características físicas específicas. O resultado encontrado demonstrou que o SATAQ-3 se mostrou uma ferramenta útil para avaliar a forma como a mídia tende a influenciar a população feminina. As características mais comumente relatadas, para as mulheres, são de corpos delgados, curvilíneos e com altura maior que a da média.

O estudo realizado por Hamilton, Mintz e Kashubeck-West (2007), utilizou estudantes universitárias divididas em dois grupos sendo eles, o experimental e o controle. A pesquisa consistia em que o grupo experimental fosse exposto a imagens de revista com estímulos neutros e outras imagens com modelos apresentando um corpo considerado ideal em termos de magreza e atratividade. O grupo controle foi exposto somente aos estímulos neutros. Os instrumentos utilizados foram Escala de Consciência Corporal Objetificado e Escala de

Autoestima Corporal. Após o experimento, as participantes eram convidadas a responder instrumentos que avaliavam questões sobre o próprio corpo e autoestima. O resultado apontado foi de que o grupo experimental demonstrou mais insatisfação após ser exposto ao conteúdo das revistas, chegando-se à conclusão que esse tipo de mensagem pode ser deletério para a população feminina.

Uma meta análise realizada por Ferguson, Muñoz, Garza e Galindo (2013), avaliou 204 estudos de ordem experimental, longitudinal e correlacionais envolvendo a temática da mídia e dos pares como um componente que leva à insatisfação corporal em homens (voltado para o corpo muscular) e mulheres (voltado para o ideal de magreza). Os resultados encontrados demonstram que há influência da mídia levando a insatisfação corporal principalmente em estudos experimentais com o público feminino, embora considere que a influência exercida pelos pares seja maior do que a da mídia.

1.3 Mulheres, modelos de passarela e o ideal de beleza

A beleza, ao longo de sua história e concepção, foi retratada através da arte em suas diversas formas de expressão. Pode ser algo que parte de uma perspectiva única e subjetiva assim como, também, algo social. A definição de beleza é constantemente mudada e reinventada ao longo dos tempos. A sociedade vem se modificando de forma constante e tais mudanças estão diretamente associadas à cultura de cada época, definindo o que é belo, o que é feio e o que é o corpo em meio a tudo isso (ECO, 2004).

O sexo feminino tem se mostrado estar mais predisposto à insatisfação com o próprio corpo o que pode levar até ao desenvolvimento de transtornos alimentares (American Psychiatric Association, 2014). De acordo com Swami et. al, (2009), essa característica pode ser observada especialmente na cultura ocidental.

Segundo Goldenberg (2006), as mulheres tendem a serem mais influenciadas pela sociedade e pela mídia na construção de um ‘corpo ideal’. Essa busca constante aponta para uma predominância da insatisfação com o próprio corpo entre as mulheres e a demanda por intervenções, dos mais variados níveis, para alcançar um padrão de beleza imposto de forma velada pela esfera social. As mulheres se espelham umas nas outras, principalmente na aparência, e essa questão põe em destaque a profissão de modelo, como um referencial de magreza a ser seguido e cobiçado por uma maioria do público feminino.

A cultura midiática passou a transmitir um ideal de beleza que é inalcançável, utilizando-se de modelos magras e com roupas que ‘caem bem’. Esse pensamento cria e alimenta o desejo nas mulheres de possuírem esse corpo para se encaixarem em determinados

tipos roupa com modelagens menores. Essa busca individual pelo corpo ideal, além de associada à ideia de estar saudável fisicamente, passa a ter um componente de status social privilegiado e cobiçado. Para atender a esse mercado das passarelas, as modelos tendem, adequar seu corpo, adotando muitas vezes comportamentos alimentares restritivos que colocam em risco sua saúde e até mesmo o desenvolvimento de transtornos alimentares (Araújo & Leoratto, 2013; Lisboa, Delevatti & Kruel, 2015).

A profissão de modelo teve seus primeiros passos com os artistas plásticos que escolhiam algumas pessoas para posarem durante horas, com a finalidade de produzir suas obras. No século XVIII, com a invenção da fotografia, juntamente à criação de revistas mostrando trabalhos de costureiras da realeza, começou a se configurar a ideia de modelos de moda. Em 1858, Charles Worth foi o primeiro costureiro a trabalhar com desfiles, utilizando pessoas. No início, as mulheres que faziam esse trabalho não eram bem vistas pela elite social, até que se começou a utilizar celebridades com a intenção de influenciar o modo de vestir da sociedade. Apesar de essa atividade não ser considerada, na época, uma profissão, já existia uma tendência a escolher pessoas com atributos estéticos apontados como perfeitos (Libardi, 2004).

À medida que a indústria da moda e da publicidade progrediam, de um modo geral, o trabalho de modelo começou a ganhar característica como profissão e gerar uma renda opulenta, fazendo com que o status social de uma modelo fosse otimizado. Concomitante ao início da profissão, surgem agências de modelos responsáveis por captar e descobrir talentos. Para fazer parte de uma agência é necessário que o profissional modelo tenha um *book*. O *book* consiste em fotos atualizadas, feitas em estúdios profissionais de fotografia, que servem como currículo, exibindo a imagem e habilidades do modelo. As agências, com esse material, atuam de maneira mediadora entre modelo e o cliente que, no caso da categoria de passarela, são designers de moda. O processo para ser escolhido em um desfile denomina-se *casting*, no qual as agências apresentam aos seus clientes quais profissionais têm disponíveis e são feitas provas de roupas, avaliação do modo de desfilar e perfil de beleza que melhor se adequa à coleção do designer de moda (Libardi, 2004).

Para atuar em desfiles, uma modelo precisa, também, ter medidas específicas que são exigidas por estilistas e/ou agências. Essas medidas são muitas vezes contraditórias no que diz respeito a proporções de um corpo saudável. É necessário para uma modelo feminina ter acima de 1,74m de estatura, cintura de até 60cm e quadril de, no máximo, 90cm com a finalidade de ter uma aparência magra. Esse ideal de beleza feminina tem uma aceitação muito ampla

socialmente, pois a feição ganhou destaque e se tornou algo a se buscar ainda que se coloque a saúde em risco (Lisboa, Delevatt, & Kruehl, 2015).

Segundo Schlösser e Camargo (2015), a partir do século XX, a profissão de modelo adquiriu um status social desejado por uma maioria. As pessoas que exercem essa profissão possuem os atributos físicos considerados atraentes socialmente e são colocados como símbolo de sucesso, saúde, felicidade e exemplo a seguir. A mídia e as propagandas publicitárias são os principais meios pelos quais essa ideia é divulgada para a sociedade, que por sua vez, adota essa linha de pensamento, atribuindo até a ideia de não saudável, socialmente recluso e infeliz àqueles que não possuem essa beleza.

A atividade de modelo faz parte de uma subcultura, no qual ter um corpo magro é um requisito básico. Apesar de existirem poucos estudos na área comparando modelos de passarela com grupo de não-modelos, é possível observar que as modelos apresentam, de um modo geral, um IMC mais baixo e, em alguns estudos, mais comportamentos de investimento disfuncional na aparência. Esses comportamentos vão desde dietas restritivas, excesso de exercício, abstinência de comida, indução do vômito, podendo evoluir até a um quadro de transtorno alimentar. Sugere-se que tais comportamentos são motivados pela extrema competitividade que há no meio entre as próprias modelos e pelos requisitos corporais específicos colocados pelas agências (Preti, Usai, Miotto, Petretto & Masala, 2008; Veldhuis, Konijn, & Seidell, 2014; Zancu & Enea, 2017).

Embora estudos tenham observado esses comportamentos disfuncionais envolvendo a aparência e até mesmo comportamentos alimentares levando a um transtorno alimentar, essa característica não é exclusivamente das modelos, mas sim do público feminino. Na pesquisa realizada por Zancu, Rodgers e Enea (2019), foi feita uma comparação entre modelos e grupo controle de mulheres, avaliando a preocupação com a forma do corpo, sintomas de transtornos alimentares e controle do comportamento alimentar. O resultado obtido foi de que a preocupação com o corpo foi menor em modelos, sintomas de comportamentos que podem levar a transtornos alimentares foi similar em ambos os grupos e comportamentos de controle da ingestão alimentar não foi significativamente maior nas modelos.

De acordo com Meyer, Enström, Harstveit, Bowles e Beevers (2007), estar na carreira de modelo pode ser associada a uma sensação de bem-estar, promovendo mais autoestima e maior atratividade. Essas características seriam responsáveis por uma maior ascensão da modelo dentro do contexto social, reforçando cada vez mais o exercer da profissão, apesar das altas exigências e sacrifícios que são requeridos.

No estudo realizado por Preti, Usai, Miotto, Petretto e Masala (2008), foi feita uma comparação entre grupos de mulheres, modelos e não-modelos, avaliando, através de entrevistas e questionários, comportamentos de risco que indicariam predisposição para transtornos alimentares e preocupação em relação ao peso. Apesar da presença desses comportamentos disfuncionais terem se mostrado maiores significativamente nas modelos, esse mesmo grupo demonstrou ter maior satisfação em relação à própria aparência. Os autores interpretam essa satisfação com a aparência ocorre devido às características físicas apresentadas pelas modelos serem algo socialmente cobiçado. Essas características atuam como uma medida protetiva importante e essencial para o não desenvolvimento de transtornos alimentares.

Os manequins expostos em vitrines de lojas de roupa são uma representação do que se tem visto em desfiles com modelos e possuem forte apelo mercadológico para atrair consumidores. Um estudo realizado por Robinson e Aveyard (2017) avaliou os manequins femininos expostos em lojas de grife de duas cidades inglesas. O resultado observado é de que 100% dos manequins femininos demonstram representar um corpo que estaria com medidas abaixo do peso e que colocaria em risco à saúde se fosse em uma pessoa.

Em uma pesquisa realizada por Pires, Rodrigues, Fisberg, Costa e Schoen (2012), teve o objetivo de comparar as facetas de domínio físico, psicológico, social, ambiental e global relacionadas à qualidade de vida pelo *World Health Organization Questionnaire of Life - Bref* (WHOQOL-Bref), de adolescentes modelos e um grupo de estudantes controle. Ao todo, foram 37 participantes em cada grupo com a faixa etária de 15 a 19 anos. O estudo demonstrou que, de um modo geral, o grupo de modelos obteve médias superiores em todas as subescalas (domínio físico, domínio psicológico, relações sociais e ambiente), porém houve diferença significativa somente no domínio psicológico, sugerindo que as modelos têm uma autoestima melhor e estão mais satisfeitas com a própria aparência e imagem corporal. De acordo com os autores da pesquisa, o resultado obtido se justifica pelo fato de que a maioria das modelos é oriunda de cidades pequenas e a carreira possibilitou uma mudança positiva no padrão de vida e porque também elas têm uma aparência cobiçada socialmente.

A partir do que foi levantado pela literatura, a presente pesquisa visa avaliar como a mídia influencia a imagem corporal no sexo feminino de modelos de passarela e comparar com o público não-modelo. Além desse aspecto, também foi avaliada a satisfação com o próprio corpo, atitudes de investimento em relação à aparência considerados saudáveis ou disfuncionais e a preocupação com o peso.

A temática se mostra muito pertinente devido ao modo como se tem pensado sobre o corpo. A literatura tem mostrado que as mulheres que são modelos têm sido usadas como um

exemplo do ‘corpo ideal’ propagado pela mídia e socialmente aceito, fazendo com que parte da população feminina adote essa ideia e apresente comportamentos que nem sempre são saudáveis em relação à aparência. A profissão de modelo, de um modo geral, é vista como uma profissão socialmente aceita e valorizada, embora, para atuar nessa categoria, sejam necessárias medidas corporais muito específicas que são consideradas não saudáveis. A literatura tem mostrado que as modelos se sentem bem em ocupar aquela posição talvez devido à valorização social ter um papel reforçador para a manutenção na carreira, apesar de todos os sacrifícios necessários para a manutenção da aparência.

A mídia continua a influenciar o modo como as pessoas, principalmente as mulheres, se comportam em relação ao próprio corpo e como percebem sua aparência. A mensagem geral é voltada para um corpo magro, alto e curvilíneo. Ter essas características, corpo magro e curvilíneo, estão associadas à ideia de sucesso e felicidade, o que torna a mensagem mais apelativa e passa a ser um objetivo a ser alcançado para muitas mulheres.

Entender essa relação, entre a mídia e mulheres modelos/não-modelos, se mostra de fundamental importância para a saúde biopsicossocial do indivíduo. O sexo feminino tem apontado para a insatisfação com o próprio corpo e como o suposto ideal de beleza visto nas passarelas tem afetado modelos e não-modelos. O estudo pretende investigar, por tanto, que o público de não-modelos é tão suscetível às mensagens transmitidas pela mídia tanto quanto as modelos, com relação a esse ideal de beleza, mesmo não dependendo diretamente da aparência como uma forma de trabalho.

2 Objetivos e Hipóteses.

2.1 Objetivo Geral.

O objetivo geral deste trabalho consiste em comparar a satisfação e investimento disfuncional com a própria aparência, a preocupação com o peso e a influência da mídia na imagem corporal e se existe uma correlação, positiva ou negativa, entre essas variáveis no grupo de modelos de passarela e grupo controle de não-modelos.

2.2 Objetivos Específicos.

- Investigar a influência da mídia sobre a imagem corporal de modelos de passarela e o público controle através do Questionário Sociocultural de Atitudes em Relação a Aparência. (SATAQ-3).
- Analisar o nível de satisfação com a própria aparência de mulheres modelos de passarela

e comparar com um grupo de mulheres não-modelos através do *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scales* (MBRSQ-AS).

- Avaliar o nível de investimento psicológico na aparência de mulheres que trabalham como modelos de passarela e comparar com o nível de mulheres não-modelos por meio do MBRSQ - AS.
- Averiguar o nível de preocupação com o próprio peso de mulheres que são modelos de passarela e comparar com mulheres não-modelos através do MBRSQ – AS.
- Comparar o investimento disfuncional na aparência de mulheres que trabalham como modelo de passarela em relação ao grupo de não-modelos por meio de uma subescala do instrumento Inventário de Esquemas Sobre a Aparência (ASI – R).
- Avaliar se há correlações, positivas ou negativas, entre as variáveis do estudo, mencionadas acima, nos grupos das modelos e não-modelos.

2.3 Hipóteses

- O grupo de mulheres não-modelos se sente pressionado pela mídia mais do que o grupo de modelos.
- Sugere-se que o grupo de modelos se sinta tão insatisfeito quanto o grupo de não-modelos, embora este invista mais na própria aparência.
- Espera-se encontrar que o grupo de modelos demonstre mais preocupação com o peso e se considere mais magras do que o grupo de comparação devidos as medidas corporais específicas exigidas para atuar na carreira de modelo.
- A hipótese que se coloca é de que o grupo experimental demonstre mais comportamentos disfuncionais em relação à aparência do que o de comparação.
- A mídia, como fonte de informação, seria um influenciador de elementos da imagem corporal em ambos os grupos de forma semelhante.

3 Material e Método

3.1 Delineamento Metodológico

Estudo comparativo de abordagem transversal quantitativa.

3.2 Participantes

A pesquisa foi composta por mulheres, brasileiras, na faixa etária de 18 a 28 anos de idade. As participantes foram colocadas em dois grupos, denominados nesse estudo de experimental e de comparação. O **Grupo Experimental (GE)** foi composto por mulheres que já foram ou ainda são modelos de passarela e que são ou já foram vinculadas a uma agência. O **Grupo de Comparação (GC)** foi composto por mulheres que nunca exerceram a atividade de modelo de passarela e que nunca foram vinculadas a uma agência de modelos, até o momento da realização da pesquisa. O tamanho amostral foi definido por conveniência sendo no mínimo 100 para GE e 250 para GC.

3.3 Critérios de Inclusão

GE – Estar dentro da faixa etária estabelecida, ser do sexo feminino, já ter trabalhado como modelo de passarela e estar ou ter sido vinculada a uma agência de modelos. **GC** – Estar dentro da faixa etária estabelecida, ser do sexo feminino e nunca ter exercido a atividade profissional de modelo de passarela.

3.2.1 Critérios de Exclusão

GE – Estar fora da faixa etária ou das condições estabelecidas e nunca ter sido vinculada a uma agência de modelos. **GC** – Estar fora da faixa etária estabelecida e já ter trabalhado como modelo, independente de qual categoria, em algum momento na vida.

3.3 Aspectos Éticos

Este projeto foi cadastrado e aprovado na Plataforma Brasil, pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto - Universidade de São Paulo/ Campus Ribeirão Preto. As participantes desta pesquisa somente participaram após leitura e consentimento do TCLE virtual, que foi disponibilizado no início da pesquisa. Nele constaram todas as informações a respeito do que se tratava o estudo e sua finalidade. O convite para a realização da pesquisa foi feito virtualmente, direcionado a cada participante e enviado pelo próprio pesquisador.

3.3.1 Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE)

Para todas as participantes foi apresentado, no início da pesquisa ao Termo de Consentimento Livre Esclarecido (Apêndice A), com a finalidade de fornecer informações sobre a pesquisa, objetivo, benefícios, desconfortos, dados para contatos dos pesquisadores e do Comitê de Ética. Ao final da leitura, a participante pôde decidir se iria participar ou não.

3.4 Instrumentos

3.4.1 Questionário de Caracterização da Amostra (Apêndice B)

Este questionário é de autoria dos pesquisadores para caracterizar algumas informações dos grupos. Nele continha perguntas a respeito da: data de nascimento, etnia, orientação sexual, escolaridade, estado civil, natureza e periodicidade das atividades laborais, cidade de origem e outras. O questionário foi composto por 11 perguntas ao todo com modalidades de respostas objetivas e discursivas.

3.4.2 Índice de Massa Corporal (IMC).

O Índice de Massa Corporal ou Índice de Quetelet (1869) é uma medida internacional que serve para indicar se um indivíduo está com o peso ideal ou não. Essa medida é expressa pelo cálculo $\text{peso (kg)}/\text{altura}^2 \text{ (m)}$. As participantes relataram, ao final da pesquisa, qual sua altura e peso com a finalidade de realizar o cálculo.

Os valores encontrados foram comparados a partir do referencial da Organização Mundial da Saúde de 2007 para adolescentes de até 19 anos e 11 meses do gênero feminino e de adultos entre 20 e 59 anos (WHO, 2007).

Quadro 1

Pontos de corte IMC-para-idade de 0 a 19 anos.

Valores	Diagnóstico Nutricional
Escore $Z < -3$	Magreza Severa
Escore $Z \geq -3$	Magreza
$2 < \text{Escore } Z < -2$	Normal
$1 < \text{Escore } Z \leq 2$	Sobrepeso
Escore $Z > 2$	Obesidade

Fonte: World Health Organization, 2007.

Para adultos com a idade a partir dos 19 anos e 11 meses, foram utilizados os valores disponibilizados pela Organização Mundial da Saúde apresentados no Quadro a seguir:

Quadro 2

Pontos de corte do IMC estabelecidos para adultos.

IMC (kg/m ²)	DIAGNÓSTICO NUTRICIONAL
< 18,5	Abaixo do Peso
≥ 18,5 e < 25	Adequado ou Eutrófico
≥ 25 e < 30	Sobrepeso
≥ 30 e < 35	Obesidade Grau I
≥ 35 e < 40	Obesidade Grau II
≥ 40	Obesidade Grau III

Fonte: World Health Organization, 2000.

3.4.3 Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire -3 (SATAQ 3).

Esse instrumento (Anexo A) é um questionário, com 30 questões ao todo em sua versão válida para o Brasil. A finalidade do instrumento é de avaliar, dividido em quatro subescalas, respectivamente, a Internalização dos Padrões colocados pela sociedade (fonte de informação importante sobre como ser atraente), a Pressão exercida pela Mídia (sentir-se pressionado pela mídia e se forçar a seguir esses padrões), e a Mídia como Fonte de Informação sobre a aparência (aceitar a mensagem da mídia sobre beleza e buscar se encaixar nesses padrões). A versão utilizada contém 26 questões em sua totalidade (Thompson et al., 2004; Swami et al, 2011).

Esse instrumento é autoaplicável. Cada participante faz uma leitura com instruções e em seguida respondeu às questões com apenas uma opção de resposta que variava de 1 (discordo totalmente) até 5 (concordo totalmente). Como foi realizada em meio virtual, as opções de resposta foram apresentadas em modo linear. O instrumento consta nos anexos para consulta (Anexo A).

A sua avaliação se dá por meio da média das respostas de cada subescala. Quanto maior o valor total, maior a influência dos aspectos socioculturais na imagem corporal. As subescalas e suas respectivas questões são: Internalização geral dos padrões socialmente estabelecidos (questões 3, 4, 7, 8, 11, 12, 15, 16 e 27); Pressão exercida (questões 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26) e a Mídia como Fonte de Informações sobre aparência (questões 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 28 e 29).

3.4.4 Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scales (MBSRQ – AS).

Esse instrumento foi criado por Cash (2000) e validado para utilização no Brasil, com boa consistência interna, por Laus, Almdeida e Kloss (2019). O MBSRQ-AS (Anexo B) é dividido em cinco subescalas com o objetivo de avaliar aspectos cognitivos, comportamentais e afetivos a respeito da Imagem Corporal. As subescalas são:

1. Avaliação da Aparência (AA): tem a finalidade de avaliar a satisfação em relação à aparência e sentimentos sobre atratividade/inatratividade. Pontuação alta revela boa satisfação e positividade e pontuações baixas, insatisfação com a aparência física. Questões 3, 5, 9, 12 e 15.
2. Orientação para Aparência (OA): acessa o nível de investimento colocado na aparência. Um resultado elevado indica que o indivíduo dá muita importância para a aparência e dedica bastante a isso e resultados baixos, não se importa ou não dá importância para a aparência. Questões 1, 2, 6, 7, 10, 13, 20 e 21.
3. Escala de Satisfação com Áreas do Corpo (ESAC): observa aspectos discretos em relação à aparência. Pontuações altas indicam boa satisfação na maior parte das áreas corporais e baixa pontuação indica insatisfação com o tamanho e/ou a aparência de várias áreas do corpo. Questões 26 a 34.
4. Preocupação com Sobrepeso (PS): averigua comportamentos ansiosos para controlar o peso, restrição alimentar e prática de dietas. Questões 4, 8, 22 e 23.
5. Autoclassificação do Peso (ACP): indica o posicionamento do indivíduo sobre o próprio peso podendo considerar-se “muito acima do peso” ou “muito abaixo do peso”. Questões 24 e 25.

Importante ressaltar que cada subescala deve ser analisada individualmente, pois se tratam de medidas multidimensionais (Cash, 2000).

3.4.5 Appearance Schemas Inventory - Revised (ASI - R).

Esse instrumento foi criado por Cash (2000) e validado para utilização no Brasil, com boa consistência interna, por Laus, Almeida e Klos (2019). O ASI - R (Anexo C) é composto por duas subescalas, com 13 questões ao todo na versão brasileira e tem o objetivo de avaliar o nível de investimento que um indivíduo dedica à sua aparência física. Para o presente estudo, foi utilizada somente uma subescala que é a de Saliência Autoavaliativa da Aparência que

possui em seu total seis questões. A outra subescala foi retirada por acessar investimento positivo na aparência e no presente estudo já possui uma subescala com essa finalidade no instrumento MBSRQ-AS. Sua finalidade é de verificar crenças sobre a aparência que influenciam a vida social e pessoal do sujeito de modo disfuncional. O instrumento é autoaplicável e cada participante fez uma leitura das instruções e em seguida escolheu somente uma resposta dentre as opções que foram apresentadas em escala tipo Likert de 5 pontos variando de “Discordo completamente” (1 ponto) a “Concordo completamente” (5 pontos). A aplicação do instrumento foi em meio virtual, portanto as opções de resposta foram apresentadas em modo linear (Anexo C).

3.4.6 Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB).

Esse questionário (Anexo D) foi desenvolvido pela Associação de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2014), com a finalidade de analisar o poder aquisitivo das participantes do presente estudo classificando em classes (A1, A2, B1, B2, C1, C2, D-E). Essa classificação enfatiza estimar o poder de compra das pessoas e das famílias urbanas, sem a intenção de a pretensão de taxar em termos de “classes sociais”. As classes econômicas são classificadas do maior (A) ao menos (E) poder aquisitivo. O modelo utilizado foi da ABEP 2014 em meio virtual (ABEP, 2014).

O CCEB foi aplicado em meio virtual e respondido por cada participante. O modelo de questionário segue as recomendações da ABEP (2014). O questionário teve instruções iniciais para que fossem lidas pela própria participantes e, em seguida, respondido.

A classificação econômica das participantes foi de modo quantitativo a partir dos dados oferecidos pelo sistema de pontos colocado pela ABEP. A pontuação foi separada em três conjuntos: variáveis (itens domiciliares, Quadro 3), grau de instrução do chefe da família e serviços públicos.

Para o grau de instrução do chefe da família a pontuação é estabelecida da seguinte forma: Analfabeto/Fundamental I incompleto = 0 pontos; Fundamental I completo/Fundamental II incompleto = 1 ponto; Fundamental II completo/Médio incompleto = 2 pontos; Médio completo/Superior incompleto = 4 pontos; Superior completo = 7 pontos.

Quadro 3

Sistema de Pontos utilizado para as variáveis (itens no domicílio), para Classificação Econômica (CCEB).

	Quantidade				
	0	1	2	3	4 ou +
Banheiros	0	3	7	10	14
Empregados Domésticos	0	3	7	10	13
Automóveis	0	3	5	8	11
Microcomputador	0	3	6	8	11
Lava louça	0	3	6	6	6
Geladeira	0	2	3	5	5
Freezer	0	2	4	6	6
Lava roupa	0	2	4	6	6
DVD	0	1	3	4	6
Micro-ondas	0	2	4	4	4
Motocicleta	0	1	3	3	3
Secadora Roupa	0	2	2	2	2

Fonte: ABEP, 2014.

O último conjunto, serviços públicos, possui dois itens (Água encanada e Rua pavimentada) que têm como opção de resposta “não” ou “sim”. Caso a resposta fornecida pelo entrevistado seja “não” a pontuação é “zero”. Para o item Água encanada, caso a resposta seja “sim” a pontuação recebida é 4. E para o item Rua pavimentada, caso a resposta seja “sim” a pontuação recebida é 2.

A partir da somatória dos três blocos de pontuação acima citados é estabelecida a classificação econômica, seguindo a pontuação final e classificação de acordo com o Quadro 4.

Quadro 4

Classificação de Pontos utilizada para Classificação Econômica (CCEB).

Classe	Pontos
A	45 – 100
B1	38 – 44
B2	29 – 37
C1	23 – 28
C2	17 – 22
D-E	0 – 16

Fonte: ABEP, 2014.

3.5 Procedimentos

O estudo foi feito virtualmente através da plataforma do *Google Forms*, com tempo médio de repostas de aproximadamente quinze minutos. As participantes executaram a pesquisa na seguinte ordem: leitura TCLE e, em caso de consentimento, seguia para informe de um e-

mail válido, Questionário de Caracterização da Amostra, CCEB, SATAQ-3, MBSRQ-AS, ASI - R e relato de peso e estatura. Em caso de resposta negativa do TCLE, a pesquisa era automaticamente finalizada sem qualquer dado registrado e nenhum prejuízo para as participantes. As participantes puderam responder a pesquisa em seus próprios celulares, computadores ou qualquer outro dispositivo tecnológico de sua escolha. Foi recomendado buscar um ambiente seguro e tranquilo no intuito de evitar intercorrências quando fossem responder à pesquisa. Foi alertado às participantes, por meio do TCLE, do risco de se sentirem desconfortáveis durante a aplicação da pesquisa com alguma pergunta e garantido o direito de desistirem livremente sem qualquer prejuízo.

Foi assegurado, para as participantes, o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, tudo que quisessem saber antes, durante e depois da participação. Se a participante precisasse de alguma assistência, os pesquisadores poderiam indicar serviços públicos de saúde na localidade em que residem. Em casos excepcionais, a participante poderia ser atendida pelo coorientador da pesquisa que atua como psicólogo, Dr. Sebastião de Sousa Almeida, sendo encaminhada para o Centro de Psicologia Aplicada (CPA) da Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto (Apêndice C). Ressalta-se que as opções de assistência estavam sujeitas à viabilidade e demanda. Se a participante viesse a precisar de alguma assistência, deveria entrar em contato com os pesquisadores através dos dados informados ao final do TCLE.

O recrutamento das participantes foi feito virtualmente. Foram enviados convites direcionados através das redes sociais dos próprios pesquisadores e de domínio público. Neste havia uma breve apresentação dos pesquisadores, um breve resumo do que se tratava a pesquisa e um link para acessá-la. A busca pelas participantes do grupo experimental foi feita de forma mais específica. Nas redes sociais, a busca foi guiada através da localização de eventos de moda, perfis públicos e de *hashtags* como "modelo", "supermodel", "fashionweek" e outros.

3.6 Análise Estatística

Os dados foram processados e analisados no SPSS versão 23.0. Foi feita uma análise descritiva para caracterizar a amostra; posteriormente verificou-se que os dados não apresentaram uma distribuição normal e, por isto, foi escolhida a análise de Mann-Whitney que é utilizada em dados não paramétricos, com a finalidade de comparar as médias das subescalas entre os grupos. Em um segundo momento foi feita uma análise de correlação entre todas as variáveis avaliadas em subescala para averiguar se haveria correlação positiva ou negativa em cada grupo e comparado as relações significativa entre os mesmos.

4 Resultados

4.1 Caracterização da amostra

Ao todo foram computadas 518 participações somando-se ambos os grupos. Houve a necessidade de descartar algumas respostas devido a estarem fora dos critérios de inclusão ($n = 73$), ausência e/ou imprecisão de respostas ($n = 93$). O N final de respostas válidas foi de 102 para modelos e 250 para as não-modelos. O GE apresentou a média de idade de 22 anos ($DP = 2,69$), com maior número de respondentes da região Sudeste do Brasil (36,3%), se autodeclarando brancas (65,7%), heterossexuais (84,3%), solteiras (95,1%), com ensino médio completo (42,2%), estado nutricional abaixo do peso (65,7%), pertencentes ao grupo socioeconômico B2 (25,5%), vinculadas a uma agência de modelos durante o período da pesquisa (87,2%) e com mais de três anos de experiência na área (38,2%). O GC demonstrou média de idade 23,02 anos ($DP = 2,52$), com maioria do Sudeste (50,4%), se autodeclarando brancas (66,8%), heterossexuais (80%), solteiras (93,2%), com ensino superior incompleto (50,4%), pertencentes ao grupo socioeconômico B2 (30,8%) e estado nutricional adequado (57,2%). Os dados estão representados na Tabela 1.

Com relação à atividade laboral exercida pelas participantes do GE, observou-se que exercem outras atividades para além de atuarem como modelos como forma de complementação da renda, porém, representando a menor parte das respondentes (25%). No GC, constatou-se que houve uma variedade de profissões que não necessariamente estão ligadas diretamente à aparência para o seu desempenho, como, por exemplo, psicóloga, advogada, vendedora e outras.

Para o GE foi questionado o que mais elas apreciavam sobre desfilar em passarelas e foram obtidas respostas que sempre remetiam a uma sensação de poder ou de ser o centro das atenções durante aquele momento. Esse resultado pode ser interpretado de que a atenção e o glamour, vivido pelas modelos, tem função reforçadora para o comportamento de continuar atuando nessa carreira mesmo que sejam necessários sacrifícios para se manter dentro desse padrão e suportar a pressão e concorrência com outras modelos.

No questionário de caracterização da amostra também foi questionado, para ambos os grupos, sobre se haveria alguma personalidade feminina que serviria como referencial de beleza e obteve-se como respostas com maior frequência, tanto do GE quanto do GC, modelos internacionais com carreira em ascensão ou já consolidadas como por exemplo Kendall Jenner e Gisele Bündchen.

Tabela 1.

Caracterização da amostra com N° de respostas válidas, média da idade, região, etnia, orientação sexual, Estado civil, Escolaridade, Estado Nutricional, vínculo a agência de modelos e experiência.

Variável	Grupo Experimental – modelos	Grupo de Comparação – Não-modelos
N° de Respostas válidas	102	250
Média de idade / Desvio Padrão	22 (DP =2,69)	23 (DP = 2,52)
Região	Sudeste 36,3% (n = 37)	Sudeste 50,4% (n = 126)
Etnia	Branca 65,7% (n = 67)	Branca 66,8% (n = 167)
Orientação Sexual	Heterossexual 84,3% (n = 86)	Heterossexual 80% (n = 200)
Estado Civil	Solteiras 95,1% (n = 97)	Solteiras 93,2% (n = 233)
Escolaridade	E. Médio Comp. 42,2% (n = 43)	E. Sup. Incompleto 50,4% (n = 126)
Estado Nutricional	Abaixo do peso 65,7% (n = 67)	Adequado 57,2% (n = 143)
Vinculadas a uma agência	87,2% (n = 89)	-
Experiência	+ 3 anos 38,2% (n = 39)	-

4.2 Instrumentos

Verificou-se que os resultados obtidos não possuem distribuição normal. Numa análise para dados não paramétricos com amostras independentes (teste Mann-Whitney) foi possível observar que as subescalas que obtiveram diferença significativa ($p < 0,05$) foram o Índice de Massa Corporal, Pressão Exercida pela Mídia, Avaliação da Aparência, Escala de Satisfação com Áreas do Corpo e Autoclassificação do Peso. Os dados a seguir estão representados na Tabela 2.

4.2.1 SATAQ-3

Os dados apontam para a interpretação na subescala de Pressão exercida pela Mídia de que o GE se sente menos pressionado às cobranças da mídia do que o GC. Com relação à forma de internalização do conteúdo transmitido e o quanto as informações midiáticas sobre referências de corpo são importantes, aspectos investigados nas outras duas subescalas, o resultado encontrado é de que não houve diferença significativa, portanto é possível sugerir que ambos os grupos demonstraram estarem, de maneira mediana, influenciadas pela mídia, tanto para internalização como para o entendimento dos padrões de aparência como um referencial.

4.2.2 MBSRQ-AS

Nesse instrumento, o resultado encontrado pode ser entendido de que as participantes GE se sentem mais atraentes, mais satisfeitos com o corpo e se consideram abaixo do peso em relação às participantes do GC. Não foram encontradas diferenças estaticamente significativas com relação ao autocuidado com a aparência e preocupação com o ganho de peso nos grupos.

4.2.3 ASI-R

Não foi obtido nenhuma diferença significativa, representando, portanto, que o nível de cuidado disfuncional e preocupação exacerbada com a aparência foi considerado mediano para mulheres modelos e não-modelos.

Tabela 2.

Médias e desvio padrão (DP) das subescalas dos instrumentos IMC, SATAQ-3, MBSRQ –AS e ASI-R das participantes do GC e GE

	Experimental modelos (n = 102)	DP	Não-modelos (n = 250)	DP	Mann- Whitney
Índice de Massa Corporal (IMC)	18,15	2,24	23,51	4,62	0,000*
SATAQ-3					
Internalização Geral dos Padrões da mídia	2,96	1,18	3,21	1,20	0,61
Pressão exercida pela Mídia	2,80	1,25	3,22	1,24	0,005*
Mídia como Fonte de Informação	3,19	1,03	3,14	1,10	0,752
MBSRQ – AS					
Avaliação da Aparência	3,70	0,83	3,06	0,92	0,000*
Orientação da Aparência	3,90	0,72	3,73	0,76	0,089
Escala de Satisfação com Áreas do Corpo	3,64	0,73	3,24	0,75	0,000*
Preocupação com Sobrepeso	3,05	1,21	2,80	1,15	0,077
Autoclassificação do Peso	2,58	0,70	3,33	0,91	0,000*
ASI – R					
Saliência Autoavaliativa	3,38	1,01	3,43	1,02	0,650

* Diferença significativa de $p < 0,05$.

5 Discussão

O GE obteve média superior, com valor de 3,70 na Avaliação da Aparência (DP = 0,83) com diferença significativa em relação ao GC, refutando a hipótese levantada as modelos se sentem tão insatisfeitas quanto as não-modelos. O resultado encontra sugere que as modelos se sentem mais satisfeitas com a própria aparência. Esses resultados indicam uma confirmação para o que se tem visto na literatura sobre o corpo magro como o ‘ideal’ comumente requerido para a profissão de modelo, sendo algo que tem destaque e cobiçado entre mulheres além de, também, reafirmar que as modelos têm uma relação melhor com a própria aparência provavelmente por se encaixarem dentro desses padrões (Preti, Usai, Miotto, Petretto, & Masala 2005; Veldhuis, Konijn, & Seidell, 2014).

Na análise de correlação (Tabela 3) pode se perceber uma relação à Subescala de Avaliação da Aparência. No GE e GC, observa-se uma correlação negativa nas Subescalas de Internalização Geral dos Padrões da Mídia, na Pressão Exercida por esses padrões e na subescala de Saliência Autoavalitativa, ou seja, as mulheres tendem a avaliar melhor o próprio corpo quanto menor for a influência que tiverem da mídia, tanto em termos de internalização do que seria a “aparência ideal”, quanto da pressão para alcançar essa aparência e também em relação a cuidados disfuncionais envolvendo a aparência. Ainda dentro da análise de correlações, obteve-se duas correlações negativas significantes apenas no GC com as subescalas da Mídia como Fonte de Informação e da Autoclassificação do Peso. A interpretação desse resultado é de que as mulheres não-modelos, quanto menos adotarem os referenciais da mídia, mais satisfeitas se sentem com o próprio corpo e de que quanto mais abaixo do peso se sentirem, mais satisfeitas estarão com ele. Aqui é possível sugerir que há um movimento dual das mulheres de não quererem se colocar dentro das normas socioculturais sobre o corpo, embora ainda haja uma parcela que acredita que o corpo magro é o ideal (Preti, Usai, Miotto, Petretto, & Masala 2005; Veldhuis, Konijn, & Seidell, 2014).

O resultado obtido na Escala de Satisfação com Áreas do corpo foi, também, superior no GE, com valor de 3,64 (DP = 0,73) em relação ao GC, que apresentou média de 3,24 (DP = 0,70). Esse dado reforça o que já foi apresentado anteriormente, ou seja, as modelos têm melhor satisfação estatisticamente significativa com a aparência e, de acordo com essa subescala, estão mais satisfeitas com aspectos discretos de áreas do corpo quando comparadas com as não-modelos. Características corporais específicas são uma constante mensagem da mídia quando o assunto é beleza e corpo. Para ser modelo é indispensável ter tais características, por isso é possível sugerir que essa satisfação com o próprio corpo, observado, no GE, é justificável por

apresentarem essas características desejáveis (Balantekin, Birch, & Savage, 2018; Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Santarossa & Woodruff, 2017).

Na análise de correlação da Escala de Satisfação com Áreas do Corpo, as correlações positivas e negativas, exibidas na Tabela 3, entre as outras subescalas foram iguais para ambos os grupos. Foi encontrado que existe uma correlação positiva com a subescala de Avaliação da Aparência, o que já era esperado, pois quanto maior a satisfação com a aparência maior a chance de gostar de aspectos ou partes específicas do corpo. Nas correlações negativas foi encontrado que, quanto menor a pressão, influência e referencial de informação da mídia em relação ao corpo, maior a satisfação com ele.

Na Subescala de Autoclassificação do Peso, que averigua como o indivíduo se classifica com relação ao próprio peso, observou-se que há diferença significativa na média entre os grupos (Tabela 3). O resultado encontrado de 2,52 (DP = 0,91) no GE pode ser interpretado que elas se consideram abaixo do peso, já o GC (DP = 0,70) se considera com o peso normal. Outro dado que reafirma essa ideia, é de que dentro do GE, o IMC representativo da maioria (65,7%) foi classificado com estado nutricional abaixo do peso. À interpretação para o resultado sugere que mulheres que exercem a profissão de modelo consideram natural ter um corpo mais magro do que a maioria. Exercer essa carreira implica em que o ideal de magreza é uma busca constante, pois dentro da indústria da moda a aparência é supervalorizada e os fatores socioculturais têm insistido em um corpo cada vez mais magro, embora as outras mulheres não-modelos tenham aumentado em média o peso no decorrer dos anos (Zancu & Enea, 2017).

As correlações significativas encontradas para a Autoclassificação do Peso (Tabela 3) foram positivas e negativas e presente em ambos os grupos. A correlação negativa encontrada foi na Escala de Satisfação com o Corpo, indicando que quanto maior a classificação em relação ao peso, menos satisfação com o corpo. Nas correlações positivas foi encontrado um resultado significativo nas subescalas de Internalização Geral dos Padrões, Pressão exercida pela Mídia, Mídia como Fonte de Informação. Esse dado sugere uma confirmação do que se tem visto na literatura para o quanto a mídia, em termos de internalização, pressão e fonte de informação exerce uma influência sobre a concepção do corpo para as mulheres, sejam elas dependentes ou não da aparência para sua profissão (Araújo & Leoratto, 2013; Lisboa, Delevatti, & Kruehl, 2015).

Ainda sobre as correlações da subescala de Autoclassificação do Peso, houve diferença significativa apenas para o GC em duas outras subescalas. Foi encontrada uma correlação negativa para a subescala de Avaliação da Aparência, indicando que quanto maior a Autoclassificação Peso, menor o sentimento de atratividade em relação à própria aparência. Foi

encontrado, também, uma correlação positiva com a subescala de Saliência Autoavaliativa, indicando que quanto maior a classificação, maior a chance de apresentar comportamentos disfuncionais em relação ao próprio corpo. Tais dados sugerem que as mulheres não-modelos estão sujeitas a uma pressão e comportamentos disfuncionais maiores sobre a aparência. O resultado encontrado reforça o que se tem observado na literatura a respeito de como a mídia ainda tem sido uma parte influente na concepção de corpo para as mulheres de um modo geral (Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Santarossa & Woodruff, 2017; Balantekin, Birch, & Savage, 2018).

Na Subescala de Orientação da Aparência, que avalia o investimento psicológico feito na aparência, não foi encontrada diferença significativa entre as médias dos grupos, indicando que há um nível de cuidado preservado, seja mulher modelo de passarela ou não. Embora as mulheres tenham uma maior consciência de que o conteúdo fornecido pela mídia pode ser superestimado e não condizente com a realidade, ainda há uma contínua exposição dessas informações que pode conduzir a mudança no comportamento e gerar insatisfação com a imagem corporal reforçando a ideia de corpo ideal (Krones, Stice, Batres, & Orjada, 2005; Brown & Tiggemann, 2016; Keery, van den Berg & Thompson, 2004).

Na análise de correlação (Tabela 3) foram encontrados resultados significativos para as mesmas relações em ambos os grupos. As correlações positivas com as subescalas de Internalização dos Padrões, Pressão exercida por esses Padrões, Mídia como Fonte de Informação, Preocupação com Sobre peso e Saliência Autoavaliativa. O resultado pode ser compreendido de que quanto mais cuidados psicológicos com a aparência, maior a influência, pressão e internalização dos referenciais de corpo fornecido pela mídia, mais cuidados voltados para evitar o ganho de peso e, também, maior a incidência de comportamentos disfuncionais representados pela Saliência Autoavaliativa. Esse dado reforça o que se tem visto na literatura a respeito do quanto a mídia ainda é responsável por influenciar a compreensão sobre o próprio corpo para o público feminino. No estudo feito por Harper e Tiggemann (2008), mulheres foram expostas a um conteúdo retirado da mídia com mulheres magras e o resultado encontrado foi que houve um aumento de comportamentos relacionados a ansiedade sobre a aparência e o peso.

Na Subescala de Preocupação com Sobre peso, que avalia comportamentos pertinentes ao ganho de peso, não foi encontrado, diferenças significativas nas médias dos grupos, indicando que as modelos não apresentam comportamentos de regulação do peso diferentes de uma mulher que não atua como modelo. A partir disso é possível sugerir que as modelos de fato têm boa autoestima e cuidado consigo mesmos conforme foi destacado no estudo realizado

por Pires, Rodrigues, Fisberg, Costa e Schoen (2012), em que foi feita uma pesquisa utilizando modelos de passarela e não-modelos e obteve-se como resultado que as modelos têm uma melhor relação com o corpo nos âmbitos físico e psicológico, demonstrando uma maior autoestima.

A Subescala de Preocupação com Sobrepeso apresentou resultados significativos e com diferença entre os grupos na análise de correlação. Foi identificada uma correlação negativa da subescala em questão com a Escala de Satisfação com Áreas do Corpo, indicando que, quanto maior a preocupação com o sobrepeso, maior a insatisfação com o próprio. Esse dado é similar ao que já foi encontrado nesse mesmo estudo na subescala de Autoclassificação do Peso. As correlações positivas, apresentadas em ambos os grupos, foram nas subescalas de Internalização Geral dos Padrões da Mídia, Pressão exercida por esse Padrões, Mídia como Fonte de Informação e Orientação da Aparência, sendo esta última já explicado anteriormente. A correlação indica, mais uma vez, que a mídia (internalização, pressão e fonte de informação) é influenciadora do modo como tem se pensado sobre o corpo, direcionando-o para o magro como ideal (Yamamiya et al., 2005).

A subescala de Preocupação com Sobrepeso demonstrou ter correlação significativa diferente em dois pontos entre os grupos (Tabela 3). Foi possível observar que houve uma relação positiva entre a subescala em questão com a Saliência Autoavaliativa no grupo das modelos, indicando que, quanto maior a presença de comportamentos de controle do peso, maior também a possibilidade de comportamentos disfuncionais em relação à aparência. A informação reforça a vertente da literatura de que, para seguir a carreira de modelo pode requerer alguns comportamentos que não são saudáveis (Preti, Usai, Miotto, Petretto & Masala, 2005). No GC foi encontrado uma correlação negativa entre a Avaliação da Aparência e a Preocupação com o Sobrepeso, indicando que quanto maior o peso, menor a satisfação global com a aparência. As mulheres não-modelos, a partir da amostra coletada, demonstraram ter um peso maior de acordo com a média obtida pelo IMC; a partir disso é possível sugerir que as mulheres ainda adotam a ideia de que o corpo mais magro seria o “melhor”. Essa informação corrobora com o estudo de Yamamiya et al. (2005), em que foi feita uma avaliação do processo de internalização do conteúdo da mídia em mulheres não-modelos e foi encontrado que a mídia age de modo a influenciar os comportamentos relacionados ao corpo levando a uma insatisfação consigo mesma.

A subescala de Pressão exercida pelos Padrões da mídia apresentou diferença significativa entre os grupos do estudo demonstrado na Tabela 3. O GC apresentou sofrer mais pressão desses padrões do que o grupo das modelos, confirmando a hipótese levantada

anteriormente. Sugere-se que o resultado encontrado seja justificado pelo fato de que as modelos têm uma maior aproximação, em termos de características corporais, daquilo que é considerado “ideal”. O resultado reforça que a mídia segue agindo como um referencial sociocultural através do processo de internalização dos padrões de imagem corporal, fazendo com que as pessoas adotem comportamentos de controle e regulação do peso e do corpo (Field et al., 2001). A subescala em questão demonstrou correlações, positivas e negativas, em todas as outras subescalas utilizadas no estudo em ambos os grupos. Isto indica que a mídia ainda está presente em diversos aspectos da compreensão que se tem na relação com o próprio corpo.

Nas subescalas de Internalização Geral dos Padrões e Mídia como Fonte de Informação não foram encontradas diferenças significativas entre os grupos. Isso confirma parcialmente a hipótese levantada de que ambos os grupos estariam igualmente influenciados pela mídia. Na subescala de Pressão exercida se observou um resultado com diferença significativa, observa-se que o GC sofre mais pressão do que GE. Esse dado difere do que se tem em literatura (Lisboa, Delevatti & Kruehl 2015) de que as modelos sofrem pressões para seguir determinado tipo de corpo. O resultado indica um início de mudança da visão da carreira de modelos como algo negativo na relação com o próprio corpo. Mais pesquisas levando em consideração outros fatores como exercer a carreira de modelo como profissão devem ser avaliados.

Com relação ao nível de investimento feito na aparência avaliado (Tabela 3) pela subescala Orientação da Aparência, não foi observado, nenhuma diferença significativa entre os grupos, indicando que ambas as amostras têm um cuidado preservado com a própria aparência. O dado confirma em parte a hipótese levantada de que o GE teria um bom nível de investimento na própria aparência. Na Subescala Preocupação com Sobrepeso não foi encontrada diferença entre as médias. Esse resultado indica que os grupos têm um nível de preocupação com o peso equivalente, refutando a hipótese anteriormente levantada de que o GE teria uma preocupação mais elevada com o próprio peso. O dado discorda parcialmente do resultado obtido no estudo de Zancu, Rodgers e Enea (2019), em que foi feita uma pesquisa comparativa entre modelos e grupo de não-modelos e que as modelos demonstraram ter menos comportamentos relacionados à preocupação com o peso.

Na Subescala de Saliência Autoavaliativa não foi observada diferença significativa dentre as médias dos grupos refutando a hipótese anteriormente levantada (Tabela 2), pois os grupos demonstram, a partir do valor das médias, ter um cuidado disfuncional mediano e equivalente em relação às influências socioculturais. Um resultado similar foi encontrado na pesquisa realizada por Zancu, Rodgers e Enea (2019), em que o nível de comportamentos

disfuncionais apresentado tanto pelas modelos quanto pelo grupo controle não foi considerado significativamente diferente.

Tabela 3.
Correlação das subescalas dos instrumentos SATAQ-3, MBSRQ-AS e ASI

Grupo Experimental (Modelos N = 102)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Internalização Geral dos Padrões	1,00	0,744**	0,523**	-0,325**	0,367**	-0,604	0,552**	0,297**	0,107
2. Pressão exercida por esses padrões		1,00	0,511**	-0,293**	0,286**	-0,501**	0,486**	0,297**	0,647**
3. Mídia como Fonte de Informação			1,00	0,063	0,382**	-0,281**	0,323**	0,260**	0,392**
4. Avaliação da Aparência				1,00	-0,16	0,749**	-0,193	-0,033	-0,355**
5. Orientação da Aparência					1,00	-0,218*	0,476**	0,177	0,596**
6. Escala de Satisfação com Áreas do Corpo						1,00	-0,365**	-0,252*	-0,589**
7. Preocupação com Sobrepeso							1,00	0,345**	0,571**
8. Autoclassificação do Peso								1,00	0,169
9. Saliência Autoavaliativa									1,00
Grupo de comparação (Não-modelos N = 250)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Internalização Geral dos Padrões	1,00	0,793**	0,564**	-0,340**	0,406**	-0,475**	0,543**	0,262**	0,631**
2. Pressão exercida		1,00	0,574**	-0,325**	0,278**	-0,433**	0,543**	0,395**	0,501**
3. Mídia como Fonte de Informação			1,00	-0,131**	0,330**	-0,214**	0,385**	0,167**	0,403**
4. Avaliação da Aparência				1,00	0,008	0,819**	-0,366**	-0,465**	-0,367**
5. Orientação da Aparência					1,00	-0,188**	0,321**	-0,69	0,538**
6. Escala de Satisfação com Áreas do Corpo						1,00	-0,440**	-0,426**	-0,530**
7. Preocupação com Sobrepeso							1,00	0,510**	0,458**
8. Autoclassificação do Peso								1,00	0,138*
9. Saliência Autoavaliativa									1,00

* A correlação é significativa ($p < 0,05$) bilateral

** A correlação é significativa ($p < 0,001$) bilateral

6 Conclusão

Os objetivos do trabalho foram atingidos. O público de modelos de passarela é usado constantemente pela mídia para a divulgação dos padrões de beleza e corpo, principalmente em revistas e televisão, podendo ser observado nas propagandas publicitárias de cosméticos e grifes. Apesar disso, observa-se que existem poucas pesquisas na área envolvendo esse público.

A mídia ainda é um referencial importante e presente em diversos componentes da imagem corporal das mulheres. O estudo obteve resultados satisfatórios que corroboram para sua influência que se mostrou ser significativa e age de modo diferente nas modelos, de maneira mais branda, e, em não-modelos, de modo mais intenso.

Através dos resultados encontrados foi possível constatar que as modelos apresentam uma maior satisfação com a aparência e no que se refere ao investimento na aparência; as participantes do estudo, de ambos os grupos, demonstraram ter, de modo similar, um bom nível desse investimento, mesmo que para as modelos, a aparência seja um fator crucial para exercer a profissão.

No que se refere aos cuidados disfuncionais com a aparência e a preocupação excessiva com o ganho de peso, os dois grupos demonstraram manter esse tipo de comportamento. O resultado suscita que, apesar das modelos necessitarem manter medidas corporais rígidas e específicas para se manterem na função, a sua preocupação com o peso e com a aparência não difere de outras mulheres que não possuem essa demanda corporal tão direta. A partir disso, é possível observar que, de um modo geral, as mulheres ainda têm a necessidade de alcançar um corpo magro e curvilíneo.

Os fatores avaliados demonstraram correlações entre si, sejam elas positivas ou negativas, e em ambos os grupos. Houveram diferenças entre algumas variáveis analisadas em que a correlação significativa estava presente em um grupo e em outro não, além das diferenças encontradas nos resultados das médias de cada subescala. A preocupação com sobrepeso, nas mulheres não-modelos, demonstrou estar correlacionada negativamente em relação à satisfação com a aparência e correlacionada positivamente no grupo das modelos com cuidados disfuncionais em relação à aparência.

O presente estudo encontrou como limitações escassa literatura a respeito da temática, instrumentos atualizados e validados para a aplicação em amostras brasileiras e a dificuldade de obter uma amostra maior do grupo de modelos.

A maioria das pesquisas envolvendo a temática de imagem corporal em mulheres não leva em consideração a profissão das participantes e isso pode ser um fator que vá causar diferenças entre as respondentes. Recomenda-se, para pesquisas futuras envolvendo a temática, que seja levado em consideração esse ponto que pode afetar nos resultados e também mais pesquisas envolvendo o público de modelos, pois são amplamente utilizadas na propagação de informações sobre beleza e corpo para a sociedade por meio do marketing publicitário de produtos e/ou serviços cosméticos e de roupas.

Referências

- ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. (2014). *Critério de Classificação Econômica Brasil*. São Paulo. Disponível em: <http://www.abep.org/codigosConduas.aspx>
- American Psychiatric Association. *DSM-5: Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais*. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.
- Araújo, Dra. D.C., & Leoratto, D. (2013). *Alterações da Silhueta Feminina: a influência da Moda*. Porto Alegre: Revista Brasileira de Ciências do Esporte. 35, 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892013000300014>
- Balantekin, K. N., Birch, L. L., & Savage, J. S. (2018). *Family , friend , and media factors are associated with patterns of weight-control behavior among adolescent girls*. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 23(2), 215–223. <https://doi.org/10.1007/s40519-016-0359-4>
- Brown, T.A., Cash, T.F., & Mikulka, P.J. (1990). *Attitudinal body image assessment: Factor analysis of the Body-Self Relations Questionnaire*. *Journal of Personality Assessment*, 55, 135-144.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). *Attractive celebrity and peer images on Instagram : Effect on women ' s mood and body image*. *Body Image*, 19, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Calogero, R. M., Davis, W. N., & Thompson, J. K. (2004). *The Sociacultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire(SATAQ-3): Reliability and normative comparisons of eating disordered patients*. *Body Image*, 1(2), 193–198. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.01.004>
- Cash, T. F. (2000). *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ)*. Norfolk, VA: Author.
- Cash, T. F. (2003). *Brief manual for the appearance schemas inventory–revised*. Norfolk, VA: Author.
- Cash, T.F. (2018). *The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire users' manual (fourth revision)*. Available from the author at www.body-images.com.
- Cash., T., & Smolak, L. (2011). *Body image. A Handbook of Science, Practice and Prevention*. *Journal of gerontological nursing* (2nd ed.). New York: The Guilford Press. https://doi.org/10.1007/SpringerReference_223404
- Costarelli, V., Demerzi, M., & Stamou, D. (2009). *Disordered eating attitudes in relation to body image and emotional intelligence in young women*. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 22(3), 239–245. <https://doi.org/10.1111/j.1365-277X.2009.00949.x>

- Dakanalis, A., Carrà, G., Calogero, R., Fida, R., Clerici, M., Assunta, M., & Giuseppe, Z. (2015). *The developmental effects of media - ideal internalization and self - objectification processes on adolescents ' negative body - feelings , dietary restraint , and binge eating*. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 997–1010. <https://doi.org/10.1007/s00787-014-0649-1>
- Damasceno, V. O., Vianna, V. R. Á., Vianna, J. M., Lacio, M., Lima, J. R. P., & Novaes, J. S. (2006). *Imagem corporal e corpo ideal*. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, 14(1), 87–96. <https://doi.org/10.18511/RBCM.V14I2.691>
- Eco, U. (2004). *On Beauty Trans*. Alastair McEwen (1st ed.). Seeker & Warburg
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). *Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns*. *Body Image*, 12(1), 82–88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, E. & Galindo, M. (2014). *Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media Influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls*. *J Youth Adolescence*, 43:1 – 14. DOI 10.1007/s10964-012-9898-9
- Field, A. E., Camargo, C. A., Taylor, C. B., Berkey, C. S., Roberts, S. B., & Colditz, G. A. (2001). *Peer, parent, and media influences on the development of weight concerns and frequent dieting among preadolescent and adolescent girls and boys*. *Pediatrics*, 107(1), 54–60. <https://doi.org/10.1542/peds.107.1.54>
- Fiske, L., Fallon, E. A., Blissmer, B., & Redding, C. A. (2014). *Prevalence of body dissatisfaction among United States adults: Review and recommendations for future research*. *Eating Behaviors*, 15(3), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.04.010>
- Forbes, G. B., Jobe, R. L., & Revak, J. A. (2006). *Relationships between dissatisfaction with specific body characteristics and the Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3 and Objectified Body Consciousness Scale*. *Body Image*, 3(3), 295–300. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.003>
- Freitas, C. Jorfan, H., & Hughes, E. K. (2017) *Body image diversity in the media: A content analysis of women's fashion magazines*. *Health Promot J Austral*. 29:251 -256.
- Gardner, R. M. (1996). *Methodological issues in assessment of the perceptual component of body image disturbance*. *British Journal of Psychology*, 87, 327–337.
- Goldenberg, M. (2006). *O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira*. *Arquivos Em Movimentos. Revista Eletrônica Da Escola de Educação Física e Desportos - UFRJ*, 2(2), 115–123.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). *The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies*. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460–476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Hamilton, E. A., Mintz, L., & Kashubeck-West, S. (2007). *Predictors of media effects on body dissatisfaction in European American women*. *Sex Roles*, 56(5–6), 397–402. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9178-9>

- Harper, B., & Tiggemann, M. (2008). *The Effect of Thin Ideal Media Images on Women ' s Self-Objectification , Mood , and Body Image*. Springer Science + Business Media, 649–657. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9379-x>
- Keery, H., van den Berg, P., & Thompson, J. K. (2004). *An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls*. *Body Image*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.03.001>
- Krones, P. G., Stice, E., Batres, C., & Orjada, K. (2005). *In Vivo Social Comparison to a Thin-Ideal Peer Promotes Body Dissatisfaction : A Randomized Experiment*. *Int J Eat Disord*, 38, 134–142. <https://doi.org/10.1002/eat.20171>
- Laus, M. F., Almeida, S. S., & Klos, L. A. (2019). *Body image and the role of romantic relationships*. *Cogent Psychology*, 5(00), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1496986>
- Libardi, M. (2004). *Em busca da fama: profissão modelo*. São Paulo: Senac.
- Lisboa, S., Delevatt, R., & Kruehl, L. (2015). *Padrões de Beleza, Saúde e Qualidade de Vida em Modelos de Passarela – uma Revisão de Literatura*. *Revista Brasileira de Ciências Da Saúde*, 19(3), 241–246. <https://doi.org/10.4034/RBCS.2015.19.03.11>
- Mendes, J. C. da S., Figueiras, M. J., Moreira, H., & Moss, T. (2016). *Análise fatorial da versão portuguesa da Escala de Avaliação da Aparência de Derriford (DAS-24)*. *Psychology, Community & Health*, 5(1), 31–43. <https://doi.org/10.5964/pch.v5i1.128>
- Menzel, J. E., Krawczyk, R., & Thompson, J. K. (2011). *Attitudinal assessment of body image for adolescents and adults*. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (p. 154–169). Guilford Press.
- Meyer, B., Enström, M. K., Harstveit, M., Bowles, D. P., & Beevers, C. G. (2007). *Happiness and despair on the catwalk: Need satisfaction, well-being, and personality adjustment among fashion models*. *Journal of Positive Psychology*, 2(1), 2–17. <https://doi.org/10.1080/17439760601076635>
- Pires, L., Rodrigues, A. M., Fisberg, M., Costa, R. F. da, & Schoen, T. H. (2012). *Qualidade de vida de adolescentes modelos profissionais*. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 28(1), 71–76. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722012000100009>
- Preti, A., Usai, A., Miotto, P., Petretto, D. R., & Masala, C. (2008). *Eating disorders among professional fashion models*. *Psychiatry Research*, 159(1–2), 86–94. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2005.07.040>
- Robinson, E., & Aveyard, P. (2017). *Emaciated mannequins: A study of mannequin body size in high street fashion stores*. *Journal of Eating Disorders*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0142-6>
- Santarossa, S., & Woodruff, S. J. (2017). *#Socialmedia: Exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders*. *Social Media and Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117704407>

- Schlösser, A., & Camargo, B. V. (2015). *Representações Sociais da Beleza Física para Modelos Fotográficos e Não-modelos*. *Psico*, 46(2), 274. <https://doi.org/10.15448/1980-8623.2015.2.17725>
- Shroff, H., & Thompson, J. K. (2006). *The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A replication with adolescent girls*. *Body Image*, 3(1), 17–23. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.10.004>
- Smith, A. R., & Davenport, B. R. (2012). *An evaluation of body image assessments in hispanic college women: The multidimensional body-self relations questionnaire and the appearance schemas inventory-revised*. *Journal of College Counseling*, 15(3), 198–214. <https://doi.org/10.1002/j.2161-1882.2012.00016.x>
- Swami, V. (2009). *Body appreciation, media influence, and weight status predict consideration of cosmetic surgery among female undergraduates*. *Body Image*, 6(4), 315–317. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.07.001>
- Swami, V., Campana, A. N. N. B., Ferreira, L., Barrett, S., Harris, A. S., & Tavares, M. da C. G. C. F. (2011). *The Acceptance of Cosmetic Surgery Scale: Initial examination of its factor structure and correlates among Brazilian adults*. *Body Image*, 8(2), 179–185. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.01.001>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., & Altabe, M. (1999). *Social comparison processes 4*.
- Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & Heinberg, L. J. (2004). *The Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire (SATAQ-3): Development and validation*. *International Journal of Eating Disorders*, 35, 293–304.
- Untas, A., Koleck, M., Rascle, N., & Borteyrou, X. (2009). *Psychometric properties of the french adaptation of the multidimensional body self relations questionnaire-appearance scales*. *Psychological Reports*, 105(2), 461–471. <https://doi.org/10.2466/PR.105.2.461-471>
- Van Den Berg, P., Thompson, J. K., Obrowski-Brandon, K., & Coover, M. (2002). *The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison*. *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), 1007–1020. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(02\)00499-3](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(02)00499-3)
- Veldhuis, J., Konijn, E. A., & Seidell, J. C. (2014). *Negotiated media effects . Peer feedback modifies effects of media ' s thin-body ideal on adolescent girls*. *APPETITE*, 73, 172–182. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.10.023>
- Viana, H., Santos, E., & Monteiro, O. (2017). *Imagem Corporal, Perfil Lipídico E Nível De Atividade Física De Mulheres Em Projeto De Emagrecimento*. *Revista Brasileira de Ciências Da Saúde*, 21(1), 51–58. <https://doi.org/10.4034/rbcs.2017.21.01.07>
- Vigarello, G. (2015). *História da Beleza: O corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- Wasylikiw, L., & Butler, N. A. (2014). *Body talk among undergraduate women: Why conversations about exercise and weight loss differentially predict body appreciation*.

Journal of Health Psychology, 19(8), 1013–1024.
<https://doi.org/10.1177/1359105313483155>

WHO - WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2000). *Obesity: Preventing and managing the global epidemic*. Geneva: World Health Organization, Report of a WHO consultation on obesity.

Yamamiya, Y., Cash, T. F., Melnyk, S. E., Posavac, H. D., & Posavac, S. S. (2005). *Women ' s exposure to thin-and-beautiful media images : body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions*, 2, 74–80.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.11.001>

Zancu, S. A., & Enea, V. (2017). *Eating disorders among fashion models : a systematic review of the literature*. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(3), 395–405. <https://doi.org/10.1007/s40519-016-0293-5>

Zancu, S. A., Rodgers, R. F., & Enea, V. (2019). *Self-determined motivation for eating behavior regulation and sociocultural influences among Romanian fashion models*. *Body Image*. Vol. 31, 150-159. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.10.003>

APÊNDICE A – Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa da FFCLR

Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto
Comitê de Ética em Pesquisa

Of.CEtP/FFCLRP-USP/140-dgfs.

Campus de Ribeirão Preto

Ribeirão Preto, 17 de dezembro de 2018.

Prezado(a) Pesquisador(a),

Comunicamos a V. Sa. que o projeto de pesquisa intitulado **“Comparação de elementos da Imagem Corporal Feminina entre Modelos de Passarela e Público Controle”** foi analisado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FFCLRP-USP, em sua 187ª Reunião Ordinária, realizada em 13.12.2018, e enquadrado na categoria: **APROVADO** (CAAE nº 92849018.4.0000.5407).

Solicitamos que eventuais modificações ou emendas ao projeto de pesquisa sejam apresentadas ao CEP, de forma sucinta, identificando a parte do projeto a ser modificada e suas justificativas. De acordo com a Resolução nº466 de 12/12/2012, devem ser entregues relatórios semestrais e, ao término do estudo, um relatório final sempre via Plataforma Brasil.

Atenciosamente,

Prof.ª Dr.ª Patrícia Nicolucci
Coordenadora

Ao(À) Senhor(a)
Pedro Antônio Lira Patrício
Programa de Pós-graduação em Psicobiologia da FFCLRP -USP

APÊNDICE B - TCLE

Termo de Consentimento Livre Esclarecido

Você está sendo convidada como voluntária a participar da pesquisa: “Comparação de elementos da Imagem Corporal feminina entre Modelos de Passarela e Público Controle” e que tem como objetivo investigar as influências das mídias na Imagem Corporal, preocupação com o peso, a satisfação com o próprio corpo e nível de investimento saudável e disfuncional em relação a aparência. Esse trabalho tem a justificativa de avançar no conhecimento a respeito da Imagem Corporal e como o público feminino tem percebido as condutas sociais em relação ao corpo, tanto em mulheres que dependem da aparência, como profissão, e as que não.

A sua participação no referido estudo será em responder uma pesquisa online através do sistema *Google Forms*. A pesquisa é contida por um conjunto de instrumentos e perguntas (Questionário de Caracterização da Amostra, Critério de Classificação Econômica Brasil, Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação a Aparência, Questionário Multidimensional Sobre Relações com o Próprio Corpo / Escalas de Aparência, Inventário de Esquemas sobre Aparência, relato de peso e altura) no qual levará o tempo médio de aproximadamente quinze minutos e poderá ser respondida em qualquer lugar que tenha acesso a internet. Alertamos que pode conter um mínimo de risco, no qual você poderá se sentir desconfortável com alguma pergunta durante a realização e está livre para desistir da sua participação sem qualquer prejuízo.

Informamos que sua privacidade será respeitada, ou seja, seu nome ou qualquer dado ou elemento que possa, de qualquer forma, lhe identificar será mantido em sigilo. Nós, pesquisadores, tomamos a responsabilidade pela guarda e confidencialidade dos dados.

É assegurado o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, tudo que queira saber antes, durante e depois da sua participação. Se precisar de alguma assistência, os pesquisadores poderão indicar serviços públicos de saúde na localidade em que reside. Em casos excepcionais, a participante poderá ser atendida pelo coorientador da pesquisa que atua como psicólogo, Dr. Sebastião de Sousa Almeida, sendo encaminhada para o Centro de Psicologia Aplicada (CPA) da Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto. Ressalta-se que as opções de assistências estão sujeitas a viabilidade e demanda. Caso venha a precisar de alguma assistência, deverá entrar em contato os pesquisadores através dos dados informados no final do presente termo.

O benefício dessa pesquisa será de produzir conhecimento científico sobre a classe profissional de modelos e mulheres não-modelos e sua relação com o corpo. Com isso será possível promover mais conhecimento para população, de um modo geral, a respeito da Imagem Corporal feminina. O relatório final deste trabalho estará a disposição das partes envolvidas que solicitarem e será enviado para o e-mail registrado pela participante.

Ao finalizar esta pesquisa, você receberá uma via do presente termo no formato pdf para o e-mail que deixar registrado.

Se está ciente de todos os termos, aceita participar da pesquisa e deseja começar, clique em “Sim”. Se não deseja continuar e não quer participar, clique em “Não” e a pesquisa será automaticamente finalizada e nenhum dado será registrado sem nenhum tipo de prejuízo a você.

Esclarecimentos sobre a pesquisa:

Pesquisadora responsável: Pedro Antônio Lira Patrício
Telefone para contato: (85) 9.8936-0595; e-mail: pedropatricio@usp.br

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Telma Maria Braga Costa
Telefone para Contato: (16) 9.9994-0969; e-mail: tbraga@unaerp.br. Laboratório de Nutrição e Comportamento, Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – USP

Esclarecimentos sobre aspectos éticos da pesquisa:

Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – USP Avenida Bandeirantes, 3900 – Bloco 01 – Prédio da Administração – Sala 07 - CEP: 14040-901 - Ribeirão Preto - SP – Brasil Fone: (16) 3602-4811 / Fax: (16) 3633-2660

E-mail: coetp@ffclrp.usp.br

APÊNDICE B – Questionário de Caracterização da Amostra

Data de Nascimento: ____/____/____

Cidade Natal: _____ **Estado:** _____

1. Orientação Sexual:

- A. Heterossexual
- B. Homossexual
- C. Bissexual
- D. Outro: _____

2. Estado Civil:

- A. Solteira
- B. Casada
- C. Divorciada
- D. União Estável
- E. Outro: _____

3. Grau de escolaridade:

- A. Fundamento em Andamento/Incompleto
- B. Fundamental Completo
- C. Ensino Médio em Andamento/Incompleto
- D. Ensino Médio Completo
- E. Ensino Superior Em Andamento/Incompleto
- F. Ensino Superior Completo
- G. Pós-Graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado) em Andamento/Incompleto
- H. Pós-Graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado) Completo.

4. Raça:

- A. Branca
- B. Parda
- C. Negra
- D. Indígena
- E. Asiática
- F. Outra: _____

5. Qual(ais) profissão(ões) exerce atualmente?

6. Você se inspira em alguma Modelo de Passarela? Se sim, quem?

7. Você acredita que já teve alguma oportunidade de trabalho recusada devido a sua aparência??

- A. Sim
- B. Não
- C. Não se aplica.

8. Já trabalhou como Modelo profissional de Passarela?

- D. Sim

E. Não

Responda as questões a seguir somente se você marcou “SIM” na questão 8.

9. Está vinculada atualmente a alguma agência de modelos? Se sim, qual?

10. Há quanto tempo desfila em passarelas?

- A. Menos de 1 ano
- B. Entre 1 e 2 anos
- C. Entre 2 e 3 anos
- D. Mais de 3 anos

11. Do que você mais gosta em desfilas nas Passarelas?

APÊNDICE C – Carta de comprometimento do Dr. Sebastião de Sousa Almeida

Ribeirão Preto, SP, 05 de dezembro de 2018.

Prezada Profa. Patrícia Nicolucci
Coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa
FFCLRP-USP

Em referência ao projeto de pesquisa intitulado “Comparação de elementos da Imagem Corporal Feminina entre Modelos de Passarela e Público Controle”, submetido a este Comitê pelo pesquisador Pedro Antonio Lira Patrício, orientado pela Profa. Dra. Telma Maria Braga Costa e co-orientado por mim Sebastião de Sousa Almeida tenho a informar o que segue.

O projeto de pesquisa visa investigar a imagem corporal de modelos de passarela, procedimento este que não tem potencial significativo para produzir danos ao sujeito investigado, uma vez que o mesmo deverá responder a algumas escalas e questionários.

Foi informado a este Comitê que mesmo assim, se algum caso excepcional ocorrer o sujeito necessitar de algum atendimento que eu, como psicólogo, farei o atendimento para uma triagem do problema e encaminharei o mesmo para serviços de atendimento psicológico, sendo um deles o Centro de Psicologia Aplicada (CPA) do Departamento de Psicologia da FFCLRP-USP.

A presente carta é para reafirmar o meu compromisso de fazer o atendimento de casos excepcionais e, caso necessário, o encaminhamento para o CPA. Este centro é um órgão ligado ao Departamento de Psicologia, do qual eu sou o Chefe do Departamento e, como Chefe sou também membro do Conselho Diretor do CPA segundo o Regimento Interno do mesmo. Este centro tem um serviço de Plantão Psicológico e um serviço de atendimento por docentes e psicólogos contratados.

Desta forma, assino o presente compromisso como pesquisador e psicólogo que poderei atender possíveis casos excepcionais e, caso necessário, como membro do Conselho Diretor do CPA para onde esses casos, após a triagem apropriada, poderão ser encaminhados.

Sendo o que se apresentava para o momento,

Atenciosamente,

Prof. Dr. Sebastião de Sousa Almeida

Psicólogo e docente coorientador do projeto de pesquisa

Chefe do Departamento de Psicologia e Membro do Conselho Diretor do Centro de Psicologia Aplicada-CPA

Prof. Dr. Sebastião de Sousa Almeida
Professor Titular do Departamento
de Psicologia da FFCLRP-USP

ANEXO A - Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire - 3

SATAQ-3

Caro participante,

Este questionário visa avaliar a influência da mídia, dos amigos e dos pais em relação a seus sentimentos sobre seu corpo. Por favor, responda às questões marcando com um **X** a resposta que melhor se aplica a você, de acordo com a seguinte escala:

- 1. Discordo totalmente;**
- 2. Discordo em grande parte;**
- 3. Nem concordo nem discordo;**
- 4. Concordo em grande parte;**
- 5. Concordo totalmente**

	1	2	3	4	5
1 - Programas de TV são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
2 - Já me senti pressionado (a) pela TV ou por revistas a perder peso.					
3- Não me importo se meu corpo se parece com os de pessoas que estão na TV					
4- Comparo meu corpo com os de pessoas que estão na TV					
5 - Comerciais de TV são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
6 - Não me sinto pressionada pela TV ou pelas revistas a ficar bonita.					
7- Gostaria que meu corpo fosse parecido com os dos(as) modelos das revistas.					
8 - Comparo minha aparência com a das estrelas de TV e do cinema.					
9- Videoclipes não são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					

10- Já me senti pressionada pela TV ou pelas revistas a ser magra.					
11- Gostaria que meu corpo fosse parecido com os dos (as) modelos dos filmes.					
12- Não comparo meu corpo com os das pessoas das revistas.					
13- Artigos de revistas não são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
14- Já me senti pressionado(a) pela TV ou pelas revistas a ter um corpo perfeito.					
15- Gostaria de me parecer com os(as) modelos dos vídeos.					
16- Comparo minha aparência com a das pessoas das revistas.					
17- Anúncios em revistas são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
18- Já me senti pressionado(a) pela TV ou por revistas a fazer dieta.					
20- Comparo meu corpo ao das pessoas em boa forma.					
21- Fotos de revistas são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
22- Já me senti pressionado(a) pela TV ou pelas revistas a praticar exercícios.					
25- Filmes são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
26- Já me senti pressionado(a) pela TV ou pelas revistas a mudar minha aparência.					
27- Não tento me parecer com as pessoas da TV.					
28- Estrelas de cinema não são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					
29- Pessoas famosas são importantes fontes de informação sobre moda e sobre “como ser atraente”.					

**ANEXO B – Multidimensional Body-Self Related Questionnaire – Appearance Scales
(MBSRQ / AS)**

QUESTIONÁRIO MULTIDIMENSIONAL SOBRE AS RELAÇÕES COM O PRÓPRIO CORPO – ESCALAS DE APARÊNCIA					
<p>As páginas seguintes contém uma série de afirmações sobre como as pessoas podem pensar, se sentir ou se comportar. Pede-se que você indique o quanto cada uma dessas afirmações corresponde a você.</p> <p>Suas respostas às afirmações deste questionário são anônimas; portanto, por favor, não escreva seu nome em nenhum lugar. Para completar o questionário, leia cada afirmação cuidadosamente e decida o quanto ela corresponde a você. Usando a escala apresentada abaixo, anote sua resposta.</p>					
	Discordo completamente	Discordo um pouco	Não sei responder	Concordo um pouco	Concordo completamente
1. Antes de sair em público, eu sempre noto como está a minha aparência.	()	()	()	()	()
2. Eu tomo o cuidado em comprar roupas que irão me deixar com a melhor aparência.	()	()	()	()	()
3. Meu corpo é sexualmente atraente.	()	()	()	()	()
4. Eu me preocupo constantemente sobre estar ou ficar gordo.	()	()	()	()	()
5. Eu gosto da minha aparência exatamente como é.	()	()	()	()	()
6. Eu confiro minha aparência em um espelho sempre que posso.	()	()	()	()	()
7. Antes de sair, eu, geralmente, gasto muito tempo me arrumando.	()	()	()	()	()
8. Eu presto atenção às mínimas mudanças no meu peso.	()	()	()	()	()
9. A maioria das pessoas me consideraria atraente.	()	()	()	()	()

10. É importante que eu sempre tenha uma boa aparência.	()	()	()	()	()
12. Eu gosto da minha aparência quando estou sem roupas.	()	()	()	()	()
13. Eu fico constrangido se não estou bem arrumado.	()	()	()	()	()
15. Eu gosto de como minhas roupas ficam em mim.	()	()	()	()	()
17. Eu tomo bastante cuidado com a arrumação do meu cabelo.	()	()	()	()	()
21. Eu estou sempre tentando melhorar minha aparência física.	()	()	()	()	()
22. Eu estou fazendo uma dieta para perder peso.	()	()	()	()	()

Para o restante das afirmações, use a escala de respostas dada abaixo.					
		Rar	Alguma	Frequent	
23. Já tentei perder peso ficando sem comer ou fazendo dietas radicais.	()	()	()	()	()
	Muito d	Um abaixo	Co n	Um acima	Muito d
24. Eu acho que estou:	()	()	()	()	()
25. De olhar para mim, a maioria das pessoas pensaria que estou:	()	()	()	()	()
26-34. Use a escala abaixo para indicar <u>o quão insatisfeito ou satisfeito você está</u> com cada área ou aspecto do seu corpo:					

	Muito	Em g insatis	Nemsatisfeit insatis	Em g sati	Muito
26. Rosto (características faciais, aspecto geral)	()	()	()	()	()
27. Cabelos (cor, espessura, textura)	()	()	()	()	()
28. Parte inferior do corpo (nádegas, quadris, coxas, pernas)	()	()	()	()	()
29. Parte mediana do corpo (cintura, barriga)	()	()	()	()	()
30. Parte superior do corpo (peito ou seios, ombros, braços)	()	()	()	()	()
31. Tônus muscular	()	()	()	()	()
32. Peso	()	()	()	()	()
33. Altura	()	()	()	()	()
34. Aparência geral	()	()	()	()	()

ANEXO C – *Appearance Schemas Inventory - Revised* (ASI - R)

Caro participante,

As frases abaixo são crenças que as pessoas podem ou não vir a ter a respeito sobre sua aparência física e a influência delas na sua vida. Decida o quanto você concorda ou discorda com cada frase e escolha uma opção de resposta de 1 a 5. Não há respostas certas ou erradas. Apenas seja sincero(a) sobre suas crenças pessoais.

- 1. Discordo completamente;**
- 2. Discordo mais que concordo;**
- 3. Nem concordo nem discordo;**
- 4. Concordo mais do que discordo;**
- 5. Concordo completamente.**

	1	2	3	4	5
2- Quando vejo as pessoas de boa aparência, eu fico imaginando se a minha aparência é tão boa quanto a delas.					
7- Quando algo faz eu me sentir bem ou mal sobre minha aparência, isso não me sai da cabeça.					
13- Quando eu conheço alguém pela primeira vez, fico imaginando o que essa pessoa acha da minha aparência.					
14- No meu dia a dia, acontecem muitas coisas que me fazem pensar sobre minha aparência.					
15 – Se eu não gosto da minha aparência em um dia qualquer, fica difícil me sentir feliz sobre outras coisas.					
16 – Eu fico fantasiando sobre como seria se a minha aparência fosse melhor.					

ANEXO D – CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA BRASIL (CCEB)

As perguntas a seguir são sobre itens do seu domicílio para efeito de classificação econômica. Todos os itens de eletroeletrônicos colocados abaixo devem estar funcionando, incluindo os que estão guardados. Caso não estejam funcionando, considere apenas se tiver intenção de consertar ou repor nos próximos seis meses.

No domicílio tem _____ (LEIA CADA ITEM)

ITENS DE CONFORTO	N ÃO POSSUI	QUANTID ADE QUE POSSUI			
Automóveis de passeio exclusivamente para uso particular					4 ou +
Empregados mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana					
Máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho					
Banheiro					
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel					
Geladeiras					
Freezers independentes ou parte de geladeira duplex					
Microcomputadores, considerando computadores de mesa, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms ou smartphones					
Lavadora de louças					
Fornos de micro-ondas					
Motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional					
Maquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca					

A água utilizada neste domicílio é proveniente de?	
1	Rede geral de distribuição
2	Poço ou nascente
3	Outro meio

Considerando o trecho da rua do seu domicílio, você diria que a rua é:	
1	Asfaltada/Pavimentada
2	Terra/Cascalho

Qual é o grau de instrução do chefe da família? Considere como chefe da família a pessoa que contribui com a maior parte da renda do domicílio.

	Nomenclatura Atual	Nomenclatura Anterior
1	Analfabeto/ Fundamental I incompleto	Analfabeto/ Primário incompleto
2	Fundamental I completo / Fundamental II incompleto	Primário completo/ Ginásio incompleto
3	Fundamental completo/ Médio incompleto	Ginásio completo/ Colegial incompleto
4	Médio completo/ Superior completo	Colegial completo/ Superior incompleto
5	Superior completo	Superior completo