UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE
DEPARTAMENTO
PSICOLOGIA E EDUCAÇÃO

Estudo de validação da escala de consciência da aparência nas redes sociais em adolescentes portugueses

Sara Raquel Sousa Marques, 44365

Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde
Agosto de 2026

Dissertação apresentada à Universidade Portucalense Infante D. Henrique para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Psicologia Clínica e da Saúde, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Lara Palmeira no ano de 2026.

Direitos de autor e condições de utilização do trabalho por terceiros

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.



Atribuição
CC BY

Declaração de Honra

Declaro, por minha honra, que o presente trabalho académico foi elaborado por mim próprio(a) e confirmo que não recorri à prática de plágio, nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados, em nenhuma das etapas conducentes à sua elaboração. Mais declaro que conheço e que respeito o Regulamento Pedagógico da Universidade Portucalense Infante D. Henrique.

Declaração de autorização de depósito no repositório institucional

Declaro, para os devidos efeitos, que concedo gratuitamente à Universidade Portucalense Infante D. Henrique, para além da livre utilização do título e do resumo por mim disponibilizados, autorização para arquivar e tornar acessível aos interessados, nomeadamente através do seu Repositório Institucional, o trabalho supra identificado, de acordo com o seguinte estatuto (assinalar apenas uma opção):

x Disponibilização imediata do texto integral para acesso mundial.

☐ Disponibilização do texto integral após um período de embargo de

- ☐ 1 ano
- ☐ 2 anos
- ☐ 3 anos, após o qual autorizo o seu acesso mundial.

☐ Disponibilização apenas da informação bibliográfica do trabalho (autor, título e resumo).

Mais declaro que a subscrição da presente declaração não implica a renúncia à titularidade dos direitos de autor, os quais são pertença do subscritor desta declaração, nem ao direito de usar a obra em trabalhos futuros.

Reconhecimento do uso de tecnologias e ferramentas de Inteligência Artificial (IA) generativa, softwares e outras ferramentas de apoio

Reconheço a utilização do ChatGPT 3.5 (Open AI, https://chat.openai.com) para resumir notas inicias, para o reconhecimento de erros de ortografia e para melhoria de vocabulário.

Agradecimentos

À Universidade Portucalense, pelo acolhimento e atenção e a todos os docentes que me acompanharam e providenciaram os melhores dos seus conhecimentos.

À Professora Doutora Lara Palmeira pelo apoio e proximidade desde o primeiro minuto em que os nossos percursos se cruzaram. Agradeço pelo esforço, dedicação e apoio.

Aos meus pais, e a toda a minha família, que de tudo fazem por mim, que me permitiram viver isto, que nunca me privam de sonhar e, ao mesmo tempo, me puxam à terra sempre que necessário. Pelo amor incondicional, pela paciência e por sempre acreditarem em mim. O vosso apoio, conselhos e os sacrifícios que fizeram ao longo dos anos foram fundamentais para que eu chegasse até aqui.

Às minhas amigas, aquelas que ficam sempre. Obrigada por cada abraço, por cada noite de desabafo, por me ouvirem sempre e por celebrarem comigo cada pequena vitória como fosse vossa. Em especial à minha Maria, sem dúvida que marcou todo este caminho. Sem vocês, este percurso não teria tido o mesmo brilho nem a mesma alegria.

A todos aqueles que amo, incondicionalmente, e que faço questão de manter na minha vida. Quero celebrar cada conquista ao vosso lado, porque só assim faz sentido.

Resumo

As redes sociais ocupam um lugar central no quotidiano dos adolescentes, podendo influenciar a sua imagem corporal e o bem-estar psicológico. A consciência da aparência nas redes sociais tem-se revelado associada a indicadores de risco psicológico, não existindo, contudo, um instrumento de medida validado para a população portuguesa. O presente estudo teve como objetivo validar a versão portuguesa da Appearance-related Social Media Consciousness Scale (ASMC), analisando a sua estrutura fatorial, consistência interna e validade convergente e divergente. Participaram 136 adolescentes (14–20anos, *M*=16.29; *DP*=1.38), que preencheram, em contexto escolar, um protocolo composto pela ASMC e por medidas de comentários sobre o corpo, apreciação corporal, vergonha da imagem corporal e bem-estar. A análise fatorial exploratória confirmou a estrutura unifatorial da versão original, com excelente consistência interna (α =.92; ω = .92). A ASMC associou-se positivamente à vergonha corporal e aos comentários negativos sobre o corpo, e negativamente à apreciação corporal e ao bem-estar, apresentando as raparigas níveis significativamente mais elevados. A versão portuguesa da ASMC constitui um instrumento válido e fiável, com utilidade para a investigação e para intervenções preventivas junto de adolescentes.

Palavras-chave

Redes Sociais; Adolescência; Imagem Corporal; Consciência da Aparência; Estudo Psicométrico.

Abstract

Social media occupies a central place in adolescents' daily lives and may influence their body image and psychological well-being. Appearance-related social media consciousness has been shown to be associated with indicators of psychological risk; however, no instrument exists for the Portuguese population. The present study aimed to validate the Portuguese version of the Appearance-related Social Media Consciousness Scale (ASMC) by analyzing its factor structure, internal consistency, and convergent and divergent validity. Participants were 136 adolescents (14–20 years; *M*= 16.29; *SD* = 1.38), who completed, in a school context, a protocol comprising the ASMC and measures of body-related comments, body appreciation, body image shame, and well-being. Exploratory factor analysis confirmed the unifactorial structure of the original version, with excellent internal consistency (α = .92; ω = .92). The ASMC was positively associated with body shame and negative body-related comments, and negatively associated with body appreciation and well-being, with girls showing significantly higher levels. The Portuguese version of the ASMC is a valid and reliable instrument, useful for research and for preventive interventions with adolescents.

Keywords

Social Media; Adolescence; Body Image; Appearance Consciousness; Psychometric Study.

Índice

INTRODUÇÃO 1
1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO 2
2. MÉTODO 6
    2.1 PARTICIPANTES 6
    2.2 PROCEDIMENTO 7
    2.3 INSTRUMENTOS 8
    2.4 ANÁLISE DE DADOS 10
3. RESULTADOS 11
    3.1 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS 11
    3.2 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA 11
    3.3 CONSISTÊNCIA INTERNA E ANÁLISE DA QUALIDADE DOS ITENS 13
    3.4 VALIDADE CONVERGENTE E VALIDADE DIVERGENTE 14
    3.5 DIFERENÇAS DE GÉNERO 15
4. DISCUSSÃO 15
CONCLUSÃO 18
REFERÊNCIAS 20

Listas de siglas

Siglas:

AFE — Análise Fatorial Exploratória
ASMC — Appearance-related Social Media Consciousness
BAS — Body Appreciation Scale
BISS — Body Image Shame Scale
BTS — Body Talk Scale
KMO — Kaiser-Meyer-Olkin
SPSS — Statistical Package for the Social Sciences
WHO-5 — The World Health Organization-Five Well-Being Index

Índice de tabelas

Tabela 1 - Estatísticas descritivas das todas as variáveis em estudo (N=136)

Tabela 2- Saturação fatorial e Comunalidades (h2) dos itens (n=136)

Tabela 3- Valores das médias, Desvios-Padrão, Correlações Item-Total Corrigidas e Alfas de Cronbach se o item for eliminado (n=136)

Introdução

As redes sociais ocupam hoje um lugar central no quotidiano dos adolescentes, constituindo um dos principais contextos onde estes interagem, partilham experiências e procuram reconhecimento por parte dos pares. Esta presença é praticamente universal, estimando-se que a quase totalidade dos adolescentes utilize pelo menos uma plataforma digital, com predomínio crescente de redes centradas em conteúdos visuais, como o Instagram e o TikTok. Sendo a adolescência uma fase decisiva para a construção da identidade e particularmente sensível à avaliação dos outros, a exposição contínua a imagens idealizadas e ao olhar avaliativo de uma audiência online pode ter implicações significativas na forma como os jovens percecionam o seu corpo.

Neste contexto, Choukas-Bradley e colaboradores (2020) propuseram o construto de consciência da aparência nas redes sociais (Appearance-related Social Media Consciousness), definido como o grau em que os pensamentos e comportamentos do indivíduo refletem uma preocupação contínua com a forma como a sua aparência é percebida e avaliada no ambiente digital. A investigação tem demonstrado que níveis elevados deste construto se associam a maior insatisfação corporal, vergonha da imagem corporal, sintomatologia depressiva e menor bem-estar psicológico, o que sublinha a sua relevância clínica e preventiva. Para a sua avaliação, os autores desenvolveram a Appearance-related Social Media Consciousness Scale (ASMC), uma medida unidimensional de 13 itens que, além da validação original nos Estados Unidos, dispõe já de validações psicométricas robustas em Espanha e na Turquia. Contudo, tanto quanto é do nosso conhecimento, não existe em Portugal um instrumento validado que avalie este construto, o que limita a investigação nacional sobre a relação entre a utilização das redes sociais, a imagem corporal e a saúde mental dos adolescentes.

O presente estudo pretende, assim, colmatar esta lacuna, tendo como objetivo validar a versão portuguesa da ASMC numa amostra de adolescentes. Especificamente, procura-se analisar a estrutura fatorial da escala, a sua consistência interna e a qualidade dos itens, bem como a sua validade convergente e divergente face a medidas de imagem corporal e de bem-estar, explorando-se ainda a existência de diferenças de género. A disponibilização de uma medida rigorosa, teoricamente fundamentada e culturalmente adaptada representa um contributo relevante quer para a investigação, quer para a prática, nomeadamente no apoio à identificação precoce de adolescentes em risco e no desenvolvimento de intervenções de literacia digital e de promoção do bem-estar psicológico.

A presente dissertação organiza-se em cinco secções. Na primeira, apresenta-se o enquadramento teórico, onde se aborda o papel das redes sociais na adolescência, a sua relação com a imagem corporal e o desenvolvimento e validação da ASMC. Na segunda, descreve-se o método, incluindo a caracterização dos participantes, o procedimento, os instrumentos utilizados e a análise de dados. Seguem-se a apresentação dos resultados e a sua discussão à luz da literatura, terminando com a conclusão, onde se sintetizam os principais contributos do estudo e se apontam direções para investigações futuras.

1. Enquadramento teórico

As redes sociais tornaram-se um fenómeno popular da atualidade, sobretudo junto da população adolescente, tornando-se fundamental compreender os seus impactos nesta população (Ortiz-Ospina, 2019). A adolescência é uma fase do desenvolvimento caracterizada por mudanças intensas ao nível físico, cognitivo e emocional, constituindo uma fase crucial para a construção da identidade pessoal. Erikson (1968) descreve este período como "um ponto de viragem de maior vulnerabilidade ou maior potencial", no qual os jovens experimentam diferentes papéis, *hobbies* e comportamentos, procurando consolidar um sentido coerente de si próprios. Embora este processo seja natural e adaptativo, pode também estar associado a maior instabilidade emocional e a comportamentos de risco (Tettey et al., 2023).

Deste modo, a adolescência é uma fase onde os jovens tendem a preocupar-se de forma acentuada com a forma como são percebidos pelos outros, sobretudo pelos colegas. Nesse contexto, a atenção constante à forma como se é percebido nas redes sociais tornou-se um fenómeno relevante, dado o aumento exponencial do uso destas plataformas pelos jovens. Assim, esta vigilância permanente do *self* pode influenciar significativamente a forma como os adolescentes pensam sobre o seu corpo, comportamento e valor pessoal (Fardouly & Vartanian, 2016).

Esta atenção aos fatores específicos que moldam a interação dos adolescentes com as redes sociais insere-se num quadro mais amplo: a adolescência, definida como o período entre o início da puberdade e a conquista da independência, caracteriza-se por maior responsividade emocional e envolvimento em comportamentos de risco. Este percurso, influenciado por fatores intrínsecos e extrínsecos, torna os jovens particularmente suscetíveis às pressões sociais e digitais (Petanjek et al., 2011). Assim, compreender os impactos das redes sociais sobre o desenvolvimento psicossocial dos adolescentes é fundamental para promover um crescimento saudável e equilibrado.

Atualmente, o desenvolvimento da identidade ocorre de forma indissociável dos ambientes digitais. As redes sociais tornaram-se parte integrante da rotina dos adolescentes, servindo como um dos principais meios através dos quais interagem, partilham experiências e procuram reconhecimento por parte dos pares. As redes sociais tradicionais, como Facebook, Instagram e Twitter, coexistem atualmente com plataformas centradas em conteúdos visuais, como o TikTok e o YouTube, que ganharam particular destaque entre os adolescentes e jovens (Kaplan & Haenlein, 2010). Estima-se que 97% dos adolescentes entre os 13 e os 17 anos utilizem pelo menos uma rede digital, sendo o TikTok a segunda plataforma mais utilizada (63%), com cerca de 17% dos adolescentes a referirem o seu uso "quase constante" (Conte et al., 2024). Estas plataformas funcionam como espaços de experimentação, nos quais os adolescentes observam e ajustam o seu comportamento com base nas reações dos outros. No entanto, a necessidade de obter reconhecimento nas plataformas digitais pode levar os adolescentes a moldar o seu comportamento de acordo com aquilo que acreditam ser valorizado pelos outros, mesmo que isso não corresponda às suas preferências pessoais. Este processo pode comprometer o

desenvolvimento de uma identidade saudável e associar-se a níveis mais baixos de satisfação com a vida e autoestima (Purwati et al., 2025).

Adicionalmente, as interações online podem funcionar como uma fonte de apoio emocional e pertença, particularmente para adolescentes que experienciam isolamento social (Gu, 2023). Não obstante, e embora as redes sociais ofereçam oportunidades significativas de acesso à informação e comunicação, a investigação tem evidenciado a sua associação a diversos riscos psicológicos. Diversos estudos têm mostrado que um envolvimento frequente e pouco regulado com redes sociais pode estar associado a maior vulnerabilidade emocional, incluindo sintomas depressivos, ansiedade e sentimentos de isolamento (Lin et al., 2016; Primack et al., 2017). Para além disso, a exposição contínua a conteúdos idealizados pode contribuir para uma diminuição da autoestima e para sentimentos acrescidos de insatisfação pessoal. O contacto contínuo com imagens editadas ou idealizadas nas plataformas digitais reforça a tendência para que os jovens se comparem uns com os outros, o que pode contribuir para sentimentos de inadequação, maior ansiedade e uma visão mais negativa do próprio corpo (Hawi & Samaha, 2017). A investigação mais recente sugere ainda que um envolvimento excessivo com as redes sociais pode estar associado a maior vulnerabilidade emocional, incluindo comportamentos autolesivos e indicadores de sofrimento psicológico mais acentuado. Além disso, o *cyberbullying* constitui igualmente um risco relevante, com impacto significativo no bem-estar emocional e na identidade dos jovens (Khalaf et al., 2023).

Assim, embora as redes sociais ofereçam oportunidades para a construção identitária e para a construção de relações positivas, também apresentam riscos substanciais, especialmente em períodos de maior vulnerabilidade emocional, como é o caso da adolescência. Um dos aspetos mais influenciados pelo uso das redes sociais é a imagem corporal, uma vez que envolve a forma como cada indivíduo percebe, avalia e experiencia o seu próprio corpo, integrando componentes emocionais, cognitivas e subjetivas (Khalaf et al., 2023).

A imagem corporal corresponde, assim, à forma como cada pessoa percebe e interpreta o seu próprio corpo. Trata-se de um construto multidimensional que integra pensamentos, emoções, juízos e comportamentos associados ao corpo. Esta representação é influenciada, em grande medida, pela discrepância entre a imagem percebida e a imagem idealizada, um dos principais determinantes da insatisfação corporal. A prevalência da insatisfação com a imagem corporal situa-se entre 30% e 75%, variando consoante a idade e o sexo, sendo mais frequente na adolescência, no início da idade adulta e entre mulheres. Entre os principais fatores associados à imagem corporal encontram-se o índice de massa corporal, o contexto familiar, a exposição aos *media*, especialmente às redes sociais, e o nível de autoestima (Artigues-Barberà et al.,2025).

Durante a adolescência, esta dimensão assume particular relevância para a construção da identidade e da perceção de si (Branje et al., 2021). No contexto digital atual, os adolescentes são frequentemente expostos a representações corporais altamente

idealizadas, o que intensifica os processos de comparação social e pode distorcer a forma como avaliam o seu próprio corpo (Fioravanti et al., 2022; Jackson et al., 2020).

Diversos estudos indicam que o contacto repetido com conteúdos que promovem padrões corporais idealizados pode contribuir para maior insatisfação com o corpo, aumento da ansiedade ligada à aparência e maior probabilidade de surgirem comportamentos alimentares pouco saudáveis (Holland & Tiggemann, 2016; Merino et al., 2024). Estes efeitos tendem a ser particularmente evidentes entre raparigas adolescentes, que apresentam maior tendência para internalizar ideais de magreza e desenvolver uma perceção mais negativa do próprio corpo (Góngora, 2023).

Apesar destes riscos, é importante reconhecer que o impacto das redes sociais não é exclusivamente negativo. Quando utilizadas de forma crítica e consciente, estas plataformas podem também desempenhar um papel positivo nomeadamente através da disseminação de conteúdos de positividade corporal e aceitação. Quando os adolescentes têm contacto com conteúdos que promovem diversidade corporal e aceitação, tendem a demonstrar uma maior apreciação do seu corpo e indicadores mais positivos de bem-estar (Cohen et al., 2019; Rodgers et al., 2022). Este tipo de influência é especialmente relevante na adolescência, fase em que os jovens atribuem grande importância à opinião dos pares e ao estatuto social, ambos os aspetos amplificados pela dinâmica das redes sociais (Nesi et al., 2018; Sherman et al., 2016).

Neste contexto, surge a necessidade de compreender a consciência que as pessoas, nomeadamente adolescentes, têm da sua imagem pessoal nas redes sociais. Este construto foi proposto por Choukas-Bradley e colaboradores (2020), podendo ser definido como o grau em que os pensamentos e comportamentos de um indivíduo são orientados pela preocupação com a aparência e com a forma como esta será avaliada no ambiente digital, sendo avaliado pela *Appearance-related Social Media Consciousness* (ASMC). A investigação mostra que adolescentes com níveis mais elevados de consciência da imagem pessoal nas redes sociais tendem a envolver-se mais em comparações relacionadas com a aparência e apresentam maior probabilidade de experienciar desconforto corporal e sintomas emocionais negativos (Maheux et al., 2022). Assim, compreender e medir este construto permite identificar padrões de comportamento e perceções que podem afetar negativamente a autoestima e a saúde mental dos adolescentes, fornecendo uma base sólida para intervenções preventivas e educativas.

O desenvolvimento deste instrumento foi sustentado por diferentes enquadramentos teóricos relacionados com a imagem corporal e com a influência sociocultural das redes sociais. Entre estes destaca-se a teoria da objetificação (Fredrickson & Roberts, 1997), que sugere que, em contextos socioculturais onde a aparência física assume grande relevância, os indivíduos podem internalizar o olhar avaliativo dos outros e passar a monitorizar constantemente o próprio corpo. Este processo de auto-monitorização está frequentemente associado a resultados negativos ao nível do bem-estar psicológico, tais como vergonha corporal, sintomas depressivos e perturbações do comportamento alimentar. Paralelamente, o modelo sociocultural da imagem corporal (Thompson et al.,

1999) sustenta que a exposição a ideais de beleza promovidos pelas redes sociais, pelos pares e pela sociedade em geral contribui para a internalização de padrões de aparência frequentemente irrealistas. No contexto das redes sociais, estes processos podem intensificar-se devido à predominância de conteúdos visuais e à circulação frequente de imagens altamente selecionadas e editadas.

A construção da ASMC foi realizada em várias etapas. Numa fase inicial foram elaborados dezoito itens com base na literatura existente e em contributos de especialistas na área da imagem corporal e das redes sociais. Posteriormente, estes itens foram avaliados e discutidos com adolescentes através de grupos focais, o que permitiu aperfeiçoar a formulação das questões e assegurar a sua adequação à população-alvo. Após este processo de revisão, a versão final da escala ficou constituída por treze itens (Choukas-Bradley et al., 2020).

Os resultados psicométricos evidenciam a adequação da ASMC enquanto medida válida e fiável. A análise fatorial realizada pelos autores da escala (Choukas-Bradley et al., 2020) indicou que todos os itens convergem num único fator, resultado posteriormente corroborado por análises confirmatórias.

Os resultados obtidos demonstraram ainda que níveis mais elevados de consciência da aparência nas redes sociais estão associados a diferentes indicadores de risco psicológico. Em particular, os participantes com pontuações mais elevadas na escala apresentaram maiores níveis de insatisfação corporal, mais sintomas depressivos e maior sintomatologia associada a perturbações do comportamento alimentar, como a comparação social relacionada com a aparência, hipervigilância corporal e internalização de ideais de aparência, corroborando a sua coerência teórica. Em contrapartida, a validade discriminante revela associações distintas e independentes face a variáveis que não se relacionam diretamente com a imagem corporal, garantindo a especificidade do construto. Por fim, a validade de critério foi igualmente suportada, uma vez que a ASMC se revelou um preditor significativo de níveis mais elevados de ansiedade relacionada com a aparência no contexto das redes sociais.

Adicionalmente, verificaram-se diferenças de género, sendo que as raparigas tendem a apresentar níveis mais elevados de consciência e monitorização da aparência nas redes sociais quando comparadas com os rapazes (Choukas-Bradley et al., 2020). Estes resultados são consistentes com outras investigações, que evidenciam que adolescentes com níveis mais elevados de consciência da aparência nas redes sociais tendem a envolver-se com maior frequência em comparações relacionadas com a aparência e apresentam uma probabilidade acrescida de experienciar desconforto corporal e sintomas emocionais negativos (Maheux et al., 2022).

Para além da medida original, a ASMC foi também adaptada e validada para a população turca e espanhola (Çetinkaya et al., 2022; Rojo et al., 2023). Ambas as versões confirmaram que a estrutura unidimensional da escala se mantém estável entre adolescentes,

apresentando igualmente elevados níveis de consistência interna e validade convergente e divergente.

Em síntese, a ASMC constitui-se como um instrumento válido e fiável para avaliar a consciência da aparência no contexto das redes sociais entre adolescentes. A escala permite captar uma dimensão específica da experiência dos jovens nas plataformas digitais, relacionada com a perceção de estar constantemente exposto ao olhar avaliativo de uma audiência online, fornecendo uma base sólida para intervenções preventivas e educativas. Contudo, tanto quanto é do nosso conhecimento não existem em Portugal instrumentos validados para a língua portuguesa que avaliem a consciência relacionada com a aparência nas redes sociais.

Neste sentido, este estudo pretende colmatar esta lacuna ao validar a ASMC para o contexto português, o que permitirá assegurar equivalência cultural e linguística, garantindo que o instrumento reflete com precisão as experiências dos adolescentes locais. Dessa forma, o presente estudo visa explorar a estrutura fatorial e as propriedades psicométricas da ASMC, contribuindo para a disponibilização de uma ferramenta rigorosa, teoricamente fundamentada e culturalmente adaptada, essencial para pesquisas futuras e intervenções relacionadas com a utilização saudável das redes sociais e a promoção do bem-estar psicológico na adolescência. Por fim, pretende-se ainda testar a existência de diferenças de género em relação à consciência da aparência física nas redes sociais.

Deste modo, espera-se que a versão portuguesa da ASMC apresente uma estrutura fatorial semelhante à da versão original e adequadas propriedades psicométricas. No que respeita à validade convergente, espera-se que a ASMC apresente correlações positivas e significativas com medidas teoricamente relacionadas (ex.: vergonha corporal, insatisfação corporal ou indicadores de mal-estar psicológico). Por outro lado, relativamente à validade divergente, antecipam-se correlações negativas com medidas que avaliam construtos opostos (ex.: construtos de bem-estar, apreciação corporal ou autoconceito positivo) de modo congruente com os estudos existentes (Choukas-Bradley et al., 2020; Rojo et al., 2023). Adicionalmente, espera-se que as raparigas revelem níveis superiores de consciência e monitorização do uso das redes sociais, comparativamente aos rapazes.

2. Método

2.1 Participantes

A amostra do presente estudo foi constituída por estudantes adolescentes, provenientes do Agrupamento de Escolas de Vilela e da Escola Profissional de Campanhã, selecionados através de um método de amostragem não probabilística por conveniência, justificado pela acessibilidade e otimização de recursos.

Como critérios de inclusão, considerou-se: ter idade igual ou superior a 14 anos e inferior ou igual a 20 anos e apresentar consentimento informado assinado pelo encarregado de

educação, bem como o assentimento do próprio participante. Foram excluídos da amostra os questionários que apresentaram respostas incompletas.

A adequação dos dados recomenda que o tamanho da amostra siga um rácio de 10 participantes por cada item do instrumento (10:1). Assim, considerando que o questionário é composto por 13 itens, a amostra ideal deverá incluir 130 participantes. Este número permite garantir uma dimensão suficientemente robusta para proceder à análise da estrutura fatorial do instrumento, assegurando a estabilidade e a fiabilidade dos resultados obtidos (Nunnally, 1978).

Assim, a amostra foi constituída por 136 adolescentes portugueses, com idades compreendidas entre os 14 e os 20 anos *(M* = 16.29; *DP* = 1.38). No que diz respeito ao género, 60,3% identificaram-se como sendo do sexo masculino, 39% do feminino e 0,7% mencionaram como outro. Quanto ao nível da escolaridade, os participantes distribuem-se entre o 8º e o 12º ano (*M* = 10.09; *DP* = 1), sendo o 10º ano o mais representado (39,7%). Esta distribuição sugere uma amostra homogénea, com predomínio de estudantes pertencentes ao ensino secundário. No que concerne ao contexto residencial, verificou-se que 51,5% dos adolescentes residiam em meio urbano e 48,5% referiram residir em meio rural.

Todos os participantes reportaram utilizar as redes sociais (100%), evidenciando a elevada utilização digital neste grupo etário. Em relação à frequência de utilização, 89% dos adolescentes acedem diariamente, 5,1% entre duas a três vezes por semana e 5,9% entre quatro a cinco vezes por semana. O tempo diário de utilização variou entre 1 hora e mais de 4 horas, sendo mais frequente o intervalo de 2-3 horas por dia (30,1%), seguido de mais de 3-4 horas e mais de 4 horas (24,3%). No que diz respeito às plataformas preferidas, o Instagram foi a rede social mais referida (37,5%), seguido do TikTok (31,6%). As restantes plataformas (Facebook, WhatsApp, Telegram, X e YouTube) apresentaram valores residuais.

2.2 Procedimento

O presente estudo obteve parecer favorável da comissão de ética do Instituto Superior Miguel Torga (CE-P12-26), da direção do Agrupamento de Escolas de Vilela, bem como da Escola Profissional de Campanhã, tendo sido respeitados todos os princípios éticos inerentes à investigação. A participação dos estudantes foi voluntária, sendo obtido o consentimento informado por escrito primeiramente dos encarregados de educação e seguidamente dos próprios participantes, garantindo-se o anonimato e a confidencialidade dos dados recolhidos. A recolha foi realizada em contexto escolar, durante o período letivo, com autorização prévia dos diretores de turma. Antes da aplicação dos questionários, os participantes foram informados acerca dos objetivos do estudo, da natureza voluntária da sua participação e da possibilidade de desistirem a qualquer momento, sem qualquer prejuízo. Inicialmente, foi apresentada uma breve explicação do projeto, a sua relevância e orientações relativas ao correto preenchimento dos instrumentos.

Os questionários de autorresposta foram administrados em formato papel, numa sessão com duração aproximada de 15 minutos, sob a supervisão dos investigadores e do professor titular de turma. Os estudantes que não participaram no estudo permaneceram na sala de aula a realizar uma tarefa atribuída pelo professor. Durante todo o processo, sempre que necessário foram prestados esclarecimentos, procurando-se assegurar um ambiente tranquilo, organizado e adequado ao preenchimento individual dos instrumentos.

2.3 Instrumentos

Questionário Sociodemográfico

O Questionário Sociodemográfico consistiu na recolha de informações como a idade, o género, o grau de escolaridade dos participantes, a zona de residência, a profissão do encarregado de educação, e uso das redes sociais (se usa redes sociais, quais e durante quanto tempo). As informações recolhidas através deste instrumento foram utilizadas essencialmente para a descrição e caracterização da amostra.

Appearance-related Social Media Consciousness (ASMC)

A *Appearance-related Social Media Consciousness* (ASMC; Choukas-Bradley et al., 2020) é composta por 13 itens, com opções de resposta numa escala do tipo *Likert* de 1 a 7 pontos (1 = "nunca" e 7 = "sempre") destinada a adolescentes, entre os 13 e 17 anos e tem por objetivo avaliar o grau com que os pensamentos e comportamentos de um indivíduo refletem preocupação contínua com a forma como a sua aparência é percebida pelos outros nas redes sociais. A cotação é obtida através da média dos 13 itens, sendo que pontuações mais elevadas indicam níveis superiores de consciência relacionada com a aparência nas redes sociais. A versão original apresenta um alfa de Cronbach de .95 para a amostra completa, .94 para as raparigas e .96 para os rapazes, desta forma, verifica-se que a escala apresenta elevados níveis de consistência interna tanto para a escala completa como para cada género.

Body Talk Scale (BTS)

O *Body Talk Scale* (BTS; Lin et al., 2021; versão portuguesa Marta-Simões et al., 2025) é um instrumento de autorrelato constituído por 14 itens, com opções de resposta numa escala do tipo *Likert* de 1 a 6 pontos (1= "nunca" e 6= "sempre"). Este instrumento tem por objetivo avaliar o tipo de afirmações que o adolescente pode fazer sobre o seu próprio corpo (e.g. Com que frequência já fizeste comentários verbais sobre o teu corpo, como os que se seguem?). O instrumento conta com três subescalas, que são: comentários negativos sobre o peso com 5 itens (Ex.: "Preciso de perder algum peso"), comentários negativos sobre o músculo de 4 itens (Ex.: "Gostava de ser mais musculado(a)") e comentários positivos sobre o corpo de 5 itens (Ex.: "Gosto da minha aparência"). A cotação é realizada através da soma das pontuações dos itens de cada subescala, uma vez que não existem itens invertidos. Permite, ainda, calcular um índice global ou compósito total, somando as pontuações de todos os 14 itens. De acordo com a versão

original, todas as subescalas apresentam uma elevada consistência interna variando entre .84 e .92 (Lin et al., 2021).

Body Appreciation Scale (BAS)

A Body *Appreciation Scale* (BAS) (Avalos et al., 2005; versão portuguesa para adolescentes de Torres et al., 2022) avalia a apreciação positiva do corpo (e.g. "Sinto-me bem com o meu corpo"). É composta por 10 itens, com opções de resposta numa escala do tipo *Likert* de 1 a 5 pontos (1=" nunca" e 5=" sempre"). É atualmente reconhecida como a medida mais robusta do principal construto associado à imagem corporal positiva, sendo provavelmente o instrumento mais amplamente utilizado para a sua avaliação (Swami et al., 2020). A cotação é realizada através da média de itens e apresenta adequados níveis de consistência interna de $\alpha = .71$ em raparigas e $\alpha = .73$ em rapazes.

Este instrumento tem sido alvo de validações em diversos contextos culturais, tanto ocidentais como não ocidentais, revelando-se um instrumento psicometricamente robusto para a avaliação da apreciação corporal (Torres et al., 2022). Os estudos indicam uma estrutura fatorial unidimensional estável, níveis adequados de fiabilidade e evidências de validade convergente com variáveis como a satisfação com a imagem corporal (Alleva et al., 2016), a autoestima corporal e outras dimensões da imagem corporal positiva, incluindo a satisfação com a funcionalidade e a flexibilidade da imagem corporal (Soulliard & VanderWal, 2019).

A versão portuguesa confirma associações positivas e significativas com a qualidade de vida e com padrões alimentares saudáveis, bem como uma associação negativa com a insatisfação relativa ao tamanho corporal (Torres et al., 2022). A versão portuguesa apresentou consistência interna aceitável, com valores de ómega de McDonald e alfa de Cronbach a variar entre 0,70 e 0,73 na amostra total ($\alpha = 0,71$ nas raparigas e $\alpha = 0,70$ nos rapazes) (Torres et al., 2022).

Body Image Shame Scale (BISS)

O *Body Image Shame Scale* (BISS; Duarte et al., 2014) é um questionário bidimensional composto por 9 itens, com opções de resposta numa escala do tipo *Likert* de 0 a 4 pontos (0=" nunca" e 4=" quase sempre"). O instrumento avalia a vergonha ligada à imagem corporal e inclui duas componentes principais: a vergonha corporal externalizada que diz respeito ao foco na forma como se acredita que os outros nos veem e julgam, medo de crítica, rejeição e diminuição social pela aparência (e.g. "evito situações sociais (por exemplo, saídas, festas) por causa da minha aparência física") e a vergonha corporal internalizada, que respeita ao foco em auto-julgamentos negativos ("sou defeituosa"), autocrítica e comportamentos de ocultação do corpo. Quanto à sua interpretação, pontuações mais elevadas no score total indicam maior intensidade global de vergonha da imagem corporal. Os resultados do estudo original (Duarte et al., 2014) revelam que a BISS

apresenta boa consistência interna para a escala total (α = .92), para a subescala vergonha corporal externalizada *(*α = .89) e para a subescala vergonha corporal internalizada (α = .90).

The World Health Organization-Five Well-Being Index (WHO-5)

The World Health Organization-Five Well-Being Index (WHO-5) (Bech, P. 2001; versão portuguesa Carvalho et al., 2025). O WHO-5 é uma medida breve que avalia a perceção subjetiva de bem-estar emocional ao longo das duas semanas anteriores (e.g., "Senti-me alegre e bem-disposto/a"). É composta por 5 itens, com opção de resposta numa escala do tipo *Likert* de 0 a 5 pontos (0=" nunca" e 5=" todo o tempo") numa janela temporal das duas últimas semanas. A pontuação bruta é calculada pela soma dos valores das cinco respostas. Pode ter valores de 0 a 25, em que 0 representa a pior e 25 a melhor qualidade de vida possível. A versão portuguesa do WHO-5 para adolescentes apresentou uma boa consistência interna, com um valor de alfa de Cronbach de 0,80 (Carvalho et al., 2025).

2.4 Análise de dados

Os dados foram analisados com recurso ao programa *IBM SPSS Statistics, versão 29*. Inicialmente, foram realizadas análises descritivas (médias, desvios-padrão, assimetria e curtose) com o objetivo de caracterizar a amostra e avaliar a distribuição das variáveis. A distribuição normal das variáveis foi explorada através do teste Kolmogorov-Smirnov, bem como através da análise dos coeficientes de assimetria (*Skewness*) e de achatamento (*Kurtosis*), tendo em conta que o primeiro teste é sensível ao tamanho da amostra (Pallant, 2010).

De seguida, procedeu-se à análise da estrutura fatorial da *Appearance-related* Social Media Consciousness (ASMC), recorrendo à análise fatorial exploratória (AFE) considerando-se adequados valores de cargas fatoriais iguais ou superiores a .50 (Tabachnick & Fidell, 2019). A adequação da amostra foi avaliada através do índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e do teste de esfericidade de Bartlett. A qualidade dos itens foi avaliada considerando os valores das comunalidades, das correlações item-total e do alfa de Cronbach se o item for eliminado. Para além disso, foi ainda avaliada a consistência interna da ASMC através do alfa de Cronbach e do ómega de McDonald.

Foram ainda realizadas correlações de Pearson de modo a analisar a validade convergente e divergente. A magnitude das correlações foi interpretada de acordo com as sugestões de Cohen (1988) em que entre 0,10 e 0,29 é considerada pequena, entre 0,30 e 0,49 moderada e > 0,50 forte.

Para avaliar as diferenças de género nas variáveis em estudo, foram realizados testes t para amostras independentes, permitindo comparar os valores médios entre participantes do sexo feminino e masculino. O tamanho do efeito foi calculado através dos valores do d

de Cohen (1988), de acordo com os seguintes pontos de referência: 0.2 = efeito pequeno, 0.5 = efeito moderado e 0.8 = efeito grande.

3. Resultados

3.1 Estatísticas descritivas

Na tabela 1 encontram-se os valores mínimos e máximos, médias e desvio padrão, bem como os valores de consistência interna e assimetria e curtose para todas as variáveis em estudo. Como se pode verificar, todas as escalas demonstraram bons níveis de consistência interna. Para além disso, não se verificaram desvios significativos à normalidade das variáveis com valores de assimetria e curtose abaixo dos pontos de corte (Sk < 3 e Ku < 8, Kline, 2005).

Tab. 1| Estatísticas descritivas de todas as variáveis em estudo (*N*=136)

Variável	**Mín**	**Máx**	***M***	***DP***	**α**	**ω**	**Assimetria (Sk)**	**Curtose (Ku)**
ASMC_total	1.00	7.00	3.03	1.41	.92	.92	.61	-.27
BTS1_negativo	1.00	6.00	2.50	1.53	.91	.92	.81	-.55
BTS2_positivo	1.00	6.00	4.21	1.22	.85	.84	-.50	.25
BTS3_músculo	1.75	6.00	3.75	1.52	.88	.88	-.08	-1.14
BAS_total	1.10	5.00	3.94	.88	.96	.96	-.79	.16
BISS_total	.00	36.00	7.48	9.82	.96	.96	1.51	1.40
BISS_Interna	.00	16.00	3.80	4.81	.95	.95	1.28	.62
BISS_Externa	.00	20.00	3.68	5.23	.93	.92	1.63	1.78
WHO-5_total	4.00	25.00	17.29	5.17	.85	.85	-.31	-.62

Nota: ASMC *Appearance-related Social Media Consciousness*, BTS *Body Talk Scale*, BAS *Body Appreciation Scale*, BISS *Body Image Shame Scale*, WHO5 *The World Health Organization-Five Well-Being Index*

3.2 Análise Fatorial Exploratória

Para analisar a estrutura fatorial da *Appearance-related Social Media Consciousness* (ASMC) foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória (AFE), seguindo o mesmo procedimento dos autores do estudo original (Choukas-Bradley et al., 2020). Primeiramente, foi realizada uma análise de componentes principais de modo a perceber

qual o número de fatores a reter e se este replicava a estrutura fatorial proposta pelos autores da versão original.

Para a decisão sobre o número de fatores a serem retidos, foram utilizados o critério Kaiser-Guttman, valor próprio (*eigenvalue*) igual ou superior a 1 (Costello & Osborne, 2005) e o *scree plot* de Cattell. Nesta análise exploratória sem rotação obteve-se uma solução de 2 fatores, explicando 62,40% da variância total. O fator 1 explicou 53,51% e o fator 2 explicou 8,90%. Por outro lado, a inspeção do scree plot sugeriu a existência de apenas um fator, o que foi confirmado pelo fato de os itens saturarem todos no mesmo fator.

Deste modo, foi realizada uma nova análise fatorial forçada a um fator. O teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = .91) revelou-se não significativo, ao passo que o teste da esfericidade de Bartlett demonstrou-se significativo, ou seja, as correlações entre as variáveis são significativamente diferentes de zero ($\chi 2$ (78) = 1035.805, $p < .001$), o que permitiu confirmar que os dados são adequados para a análise posterior (Tabachnick & Fidell, 2019).

Nesta segunda análise, concluiu-se a dimensão unifatorial da escala a explicar 53,51% da variância total. Todos os itens apresentam comunalidades iguais ou superiores a .50 e obtiveram saturações fatoriais acima de .50, como recomendado (Tabachnick & Fidell, 2019). Os itens, a saturação fatorial e as comunalidades de cada um encontram-se descritos na tabela 2. Neste sentido, a análise fatorial permitiu verificar que a ASMC apresenta uma estrutura unifatorial idêntica à sua versão original (Choukas-Bradley et al., 2020).

Tab. 2 | Saturação fatorial e Comunalidades (*h2*) dos itens (*n=136*)

Itens da ASMC	*Fator 1*	*H2*
5. Tento adivinhar como as pessoas nas redes sociais vão reagir à minha aparência física nas minhas fotografias.	.81	.65
2. Penso na forma como partes específicas do meu corpo vão parecer quando as pessoas virem as minhas fotografias nas redes sociais.	.81	.65
4. Durante o dia, passo tempo a pensar em quão atraente poderei parecer quando as pessoas virem fotografias minhas nas redes sociais.	.78	.62
10. Amplio (faço zoom) às fotografias nas redes sociais para ver como ficam partes específicas do meu corpo.	.78	.61
8. Se for publicada nas redes sociais uma fotografia minha pouco atraente, sinto-me mal comigo próprio(a).	.78	.61
6. A minha atratividade nas fotografias é mais importante do que qualquer outra coisa que faço nas redes sociais.	.76	.58

13. Se alguém tira uma fotografia minha que possa ser publicada nas redes sociais, faço uma pose específica para parecer o mais atraente possível.	.74	.55
3. Mesmo quando estou sozinho(a), imagino como o meu corpo ficaria numa fotografia nas redes sociais.	.72	.52
1. Quando tiram fotografias minhas, penso na forma como vou ficar se essas fotografias forem publicadas nas redes sociais.	.70	.48
7. Quando vou a eventos sociais, preocupo-me mais em parecer atraente nas fotografias que outras pessoas possam publicar nas redes sociais do que em divertir-me.	.70	.48
9. Vejo fotografias minhas nas redes sociais repetidamente.	.69	.47
12. Antes de publicar fotografias nas redes sociais, recorto-as ou uso filtros para parecer melhor.	.62	.39
11. Se alguém tira uma fotografia minha que possa ser publicada nas redes sociais, peço para a ver primeiro para garantir que estou bem.	.59	.35

3.3 Consistência interna e Análise da Qualidade dos Itens

Na tabela 3 apresentam-se as médias, os desvios-padrão e as correlações item- total de cada item, assim como os valores de consistência interna encontrados da versão portuguesa da ASMC.

Tab. 3| *Valores das médias, Desvios-Padrão, Correlações Item-Total Corrigidas e Alfas de Cronbach se o item for eliminado* (*n=136*)

Itens	***M***	***DP***	***Correlação item-total corrigida***	***α se o item for eliminado***
5. Tento adivinhar como as pessoas nas redes sociais vão reagir à minha aparência física nas minhas fotografias.	3.00	1.95	.76	.91
2. Penso na forma como partes específicas do meu corpo vão parecer quando as pessoas virem as minhas fotografias nas redes sociais.	3.79	2.16	.77	.91
4. Durante o dia, passo tempo a pensar em quão atraente poderei parecer quando as pessoas virem fotografias minhas nas redes sociais.	2.82	1.83	.73	.92
10. Amplio (faço zoom) às fotografias nas redes sociais para ver como ficam partes específicas do meu corpo.	2.44	1.94	.73	.92
8. Se for publicada nas redes sociais uma fotografia minha pouco atraente, sinto-me mal comigo próprio(a).	3.07	1.97	.73	.92

6. A minha atratividade nas fotografias é mais importante do que qualquer outra coisa que faço nas redes sociais.	2.29	1.56	.70	.92
13. Se alguém tira uma fotografia minha que possa ser publicada nas redes sociais, faço uma pose específica para parecer o mais atraente possível.	2.53	1.74	.68	.92
3. Mesmo quando estou sozinho(a), imagino como o meu corpo ficaria numa fotografia nas redes sociais.	2.76	2.08	.65	.92
1. Quando tiram fotografias minhas, penso na forma como vou ficar se essas fotografias forem publicadas nas redes sociais.	4.58	2.10	.65	.92
7. Quando vou a eventos sociais, preocupo-me mais em parecer atraente nas fotografias que outras pessoas possam publicar nas redes sociais do que em divertir-me.	2.21	1.54	.63	.92
9. Vejo fotografias minhas nas redes sociais repetidamente.	3.30	2.38	.64	.92
12. Antes de publicar fotografias nas redes sociais, recorto-as ou uso filtros para parecer melhor.	2.26	1.70	.56	.92
11. Se alguém tira uma fotografia minha que possa ser publicada nas redes sociais, peço para a ver primeiro para garantir que estou bem.	4.32	2.25	.54	.92

A consistência interna foi examinada através do cálculo do coeficiente alfa de Cronbach e do ómega de McDonald. O valor da consistência interna foi elevado com α e $\omega = 0.92$.

A leitura da tabela 3 permite-nos verificar que todos os itens da escala apresentam correlações item- total iguais ou superiores a 0.30, o que aponta para uma adequação dos itens ao construto avaliado. A qualidade dos itens e da análise do contributo de cada item para a consistência interna de cada fator relativa ao alfa de Cronbach quando o item é eliminado foi também avaliada, verificando-se que todos os itens contribuem para a escala.

3.4 Validade Convergente e Validade Divergente

A análise da validade convergente e divergente da ASMC evidenciou que a escala se relaciona de forma estatisticamente significativa, e no sentido teoricamente esperado, com a maioria das variáveis em estudo.

No que respeita à validade convergente, verificou-se uma correlação positiva moderada entre a ASMC e comentários negativos sobre o corpo ($r = .43$, $p < .01$), indicando que níveis mais elevados de consciência da aparência no contexto das redes sociais se associam a uma perceção mais negativa da imagem corporal. De igual modo, observaram-se correlações positivas fortes com ambas as dimensões da BISS, interna ($r = .57$, $p < .01$) e externa ($r = .59$, $p < .01$), sugerindo que indivíduos com maior consciência da aparência

nas redes sociais, também apresentam vergonha corporal tanto na sua vertente interna como externa.

Quanto à validade divergente, a ASMC correlacionou-se negativamente e de forma fraca a moderada com comentários positivos em relação ao corpo avaliados pela BTS ($r = -.27$, $p < .01$), com a apreciação corporal avaliada pela BAS ($r = -.41$, $p < .01$) e com o bem-estar subjetivo medido pelo WHO-5 ($r = -.30$, $p < .01$).

Adicionalmente, a correlação entre a ASMC e a dimensão BTS músculo revelou-se fraca e não significativa ($r = .10$, $p > .05$).

3.5 Diferenças de género

A análise através do teste t para amostras independentes revelou diferenças estatisticamente significativas entre os géneros ($t = 7.\ 495$; $p < 0{,}001$; d = 1,65), correspondendo a uma magnitude de efeito elevada. Verificou-se que as raparigas (M = 3.94; DP = 1.32) apresentam mais consciência da aparência física nas redes sociais quando comparadas com os rapazes (M = 2.40; DP = 1.05).

4. Discussão

O presente estudo teve por objetivo validar a versão portuguesa da Appearance-related Social Media Consciousness Scale (ASMC; Choukas-Bradley et al., 2020) numa amostra de adolescentes, colmatando a ausência de instrumentos adaptados ao contexto nacional para avaliar a consciência da aparência nas redes sociais. Globalmente, os resultados suportam as hipóteses formuladas: a versão portuguesa da ASMC replicou a estrutura unifatorial da versão original, apresentou excelente consistência interna e evidenciou um padrão de associações com as restantes variáveis em estudo consistente com o teoricamente esperado, tanto no que respeita à validade convergente como à divergente.

No que concerne à estrutura fatorial, a análise fatorial exploratória confirmou a unidimensionalidade da escala, com todos os itens a apresentarem boas saturações fatoriais explicando 53,51% da variância total. Este resultado replica a solução encontrada no estudo original com adolescentes norte-americanos (Choukas-Bradley et al., 2020), bem como nas validações espanhola (Rojo et al., 2023) e turca (Çetinkaya et al., 2022), sugerindo que a consciência da aparência nas redes sociais constitui um construto estável em diferentes contextos socioculturais. Importa notar que, embora o critério de Kaiser-Guttman tenha inicialmente sugerido a retenção de dois fatores, a inspeção do scree plot, a percentagem reduzida de variância explicada pelo segundo fator (8,90%) e a interpretabilidade teórica sustentaram a solução unifatorial. Esta decisão é congruente com a literatura, que reconhece a tendência do critério de Kaiser para sobrestimar o número de fatores a reter, recomendando a sua utilização em conjugação com outros critérios (Costello & Osborne, 2005).

A versão portuguesa da ASMC apresentou uma excelente consistência interna, com valores muito próximos dos reportados no estudo original (Choukas-Bradley et al., 2020) e nas restantes validações internacionais (Çetinkaya et al., 2022; Rojo et al., 2023). Adicionalmente, todos os itens contribuem de forma relevante para a medição do construto. Desta forma, estes resultados atestam a qualidade dos itens da versão portuguesa e a fiabilidade da escala enquanto medida da consciência da aparência nas redes sociais em adolescentes portugueses.

O padrão de correlações observado suportou a validade convergente da ASMC. Verificaram-se correlações positivas e fortes com ambas as dimensões da vergonha da imagem corporal, bem como uma associação positiva moderada com os comentários negativos sobre o corpo. Estes resultados são consistentes com o quadro teórico que sustentou o desenvolvimento da escala, nomeadamente a teoria da objetificação (Fredrickson & Roberts, 1997), segundo a qual a internalização do olhar avaliativo dos outros conduz a uma monitorização constante do próprio corpo e a experiências de vergonha corporal. A associação particularmente forte com a vergonha corporal externalizada é teoricamente coerente, na medida em que ambas as medidas partilham o foco na antecipação do julgamento por parte dos outros sobre a aparência. Estes dados corroboram, ainda, os resultados do estudo original e de investigações subsequentes, que documentam associações entre níveis elevados de ASMC e maior insatisfação corporal, comparação social relacionada com a aparência e sintomatologia emocional negativa (Choukas-Bradley et al., 2020; Maheux et al., 2022; Rojo et al., 2023).

Em sentido inverso, e tal como hipotetizado, níveis mais elevados de consciência da aparência nas redes sociais associaram-se a menos comentários positivos face ao corpo, menor apreciação do próprio corpo e a níveis inferiores de bem-estar psicológico. A associação negativa com os comentários positivos sobre o corpo é congruente com a evidência de que uma maior preocupação avaliativa com a aparência se articula com uma imagem corporal positiva mais frágil (Cohen et al., 2019; Rodgers et al., 2022). Por fim, a ausência de correlação significativa com a subescala de comentários sobre o músculo suporta a validade divergente da escala, demonstrando que a ASMC avalia especificamente a preocupação com a aparência no contexto digital e não atitudes corporais de natureza distinta.

No que respeita às diferenças de género, as raparigas apresentaram níveis significativamente mais elevados de consciência da aparência nas redes sociais do que os rapazes, com uma magnitude de efeito elevada. Este resultado replica o padrão encontrado no estudo original (Choukas-Bradley et al., 2020) e na literatura sobre imagem corporal na adolescência, e é interpretável à luz da teoria da objetificação (Fredrickson & Roberts, 1997), que salienta que as raparigas estão expostas a uma pressão sociocultural mais intensa relativamente à aparência física, sendo mais frequentemente socializadas para se percecionarem através do olhar avaliativo dos outros. O contexto das redes sociais, dominado por conteúdos visuais e por imagens altamente selecionadas e editadas, poderá amplificar estes processos de auto-objetificação (Choukas-Bradley et al., 2020).

Apesar dos contributos apresentados, este estudo apresenta limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Em primeiro lugar, a amostra, embora cumpra o rácio mínimo recomendado de 10 participantes por item para a realização da análise fatorial exploratória, permanece relativamente reduzida e foi recolhida por conveniência em apenas duas instituições de ensino, o que limita a generalização dos resultados à população adolescente portuguesa. Em segundo lugar, a amostra revelou um desequilíbrio na distribuição de género, com predominância de participantes do sexo masculino (60,3%). Esta assimetria é particularmente relevante num construto com diferenças de género tão marcadas, pelo que futuras investigações deverão procurar amostras mais amplas e equilibradas, que permitam, nomeadamente, testar a invariância fatorial da escala entre géneros.

Em terceiro lugar, o presente estudo recorreu exclusivamente à análise fatorial exploratória, pelo que estudos futuros deverão confirmar a estrutura unifatorial através de análise fatorial confirmatória em amostras independentes. Em quarto lugar, não foi avaliada a estabilidade temporal da escala, uma vez que não foi implementado um procedimento de teste-reteste, o que impede conclusões sobre a fiabilidade das pontuações ao longo do tempo. Por fim, a natureza transversal do estudo e o recurso exclusivo a medidas de autorrelato podem ter introduzido enviesamentos de desejabilidade social. Investigações futuras de carácter longitudinal serão fundamentais para clarificar a direcionalidade das relações entre a consciência da aparência nas redes sociais e as variáveis de imagem corporal e bem-estar.

Em síntese, os resultados obtidos demonstram que a versão portuguesa da ASMC é um instrumento válido e fiável para avaliar a consciência da aparência nas redes sociais em adolescentes portugueses. Do ponto de vista científico, a disponibilização desta medida permite aprofundar o estudo da relação entre a utilização das redes sociais, a imagem corporal e diferentes indicadores de saúde mental no contexto nacional. Do ponto de vista prático, a escala poderá ser integrada em programas de literacia digital e de promoção de uma utilização mais consciente e saudável das redes sociais, bem como apoiar, em contexto escolar e clínico, a identificação precoce de adolescentes com níveis elevados de monitorização da aparência, facilitando intervenções preventivas e estratégias de promoção da autoestima e do bem-estar psicológico.

Conclusão

O presente estudo procurou validar a versão portuguesa da Appearance-related Social Media Consciousness Scale (ASMC) numa amostra de adolescentes, colmatando a ausência de instrumentos em língua portuguesa que avaliem a consciência da aparência nas redes sociais.

A caracterização da amostra revelou uma utilização diária e intensiva das redes sociais pela quase totalidade dos participantes, em consonância com estudos prévios sobre comportamentos digitais na adolescência. As plataformas preferenciais foram o Instagram e o TikTok, refletindo a tendência contemporânea de preferência por redes visuais e de consumo rápido de conteúdos.

Os resultados evidenciam que a versão portuguesa da ASMC apresenta uma estrutura unifatorial idêntica à da versão original, revelando excelentes níveis de consistência interna. Assim, a ASMC constitui-se como um instrumento válido, fiável e culturalmente adaptado. Este contributo assume particular relevância num contexto em que a totalidade dos adolescentes da amostra reportou utilizar redes sociais, maioritariamente de forma diária e intensiva, sublinhando a pertinência de dispor de medidas rigorosas para avaliar os processos psicológicos associados a esta utilização.

A ASMC apresentou igualmente um padrão de associações teoricamente coerente: correlações positivas com a vergonha da imagem corporal e com os comentários negativos sobre o corpo; correlações negativas com a apreciação corporal e com o bem-estar subjetivo; e ausência de associação com construtos conceptualmente distintos. Verificaram-se ainda diferenças de género significativas, com as raparigas a reportarem níveis mais elevados de consciência da aparência nas redes sociais, em linha com a literatura internacional.

Os resultados obtidos têm implicações relevantes tanto para a investigação como para a prática. Ao evidenciarem que as preocupações com a aparência nas redes sociais podem acompanhar os jovens mesmo fora dos momentos de utilização ativa, reforçam a necessidade de olhar para este fenómeno não como um comportamento pontual, mas como uma disposição psicológica persistente, com potenciais repercussões no desenvolvimento e no bem-estar dos adolescentes. Do ponto de vista prático, a escala poderá apoiar a identificação precoce de adolescentes com níveis elevados de monitorização da aparência em contextos escolares e clínicos, bem como ser integrada em programas de literacia digital e mediática que promovam uma relação mais crítica e saudável com os conteúdos visuais e com as práticas de autoapresentação online.

Apesar das limitações inerentes à dimensão e à natureza da amostra, os resultados constituem um primeiro contributo sólido, cabendo a investigações futuras confirmar a estrutura fatorial através de análises confirmatórias, em amostras mais amplas e

equilibradas quanto ao género, e examinar a estabilidade temporal e a invariância da medida.

Em suma, este estudo disponibiliza à comunidade científica e aos profissionais portugueses uma ferramenta essencial para compreender e, sobretudo, intervir sobre o impacto das redes sociais na imagem corporal e na saúde mental dos adolescentes, contribuindo para a promoção do seu bem-estar psicológico numa fase decisiva do desenvolvimento.

Referências

Alleva, J. M., Martijn, C., Veldhuis, J., & Tylka, T. L. (2016). A Dutch translation and validation of the Body Appreciation Scale-2: An investigation with female university students in the Netherlands. *Body Image, 19*, 44–48. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.008

Artigues-Barberà, E., Tort-Nasarre, G., Pollina-Pocallet, M., Suquet, Y. F., Pallés, A. A., Niubó, O. G., Ortega-Bravo, M., & García-Martínez, E. (2025). Key factors in supporting adolescents to achieve high self-esteem and a positive body image: A qualitative community-based study. *PLoS ONE, 20(*2), e0318989–e0318989. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0318989

Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, *2*(3), 285–297. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002

Bech, P. (2001). Measuring the Dimension of Psychological General Well-Being by the WHO-5. *Quality of Life Newsletter, 32*,15-16.

Branje, S., De Moor, E. L., Spitzer, J., & Becht, A. I. (2021). Dynamics of identity development in adolescence: A decade in review. *Journal of Research on Adolescence, 31*(4), 908–927. https://doi.org/10.1111/jora.12678

Carvalho, P. S., Martins, M. V., Azevedo, I., Rodrigues, R., & Ferreira, S. (2025). World Health Organization´s Well-Being Index - WHO-5: psychometric performance of the Portuguese version for adolescents. *Portuguese Journal of Public Health 43*(1)*,* 38-46. https://doi.org/10.1159/000543728

Çetinkaya, A., Metin, A., Erbiçer, E. S., & Yavuz, E. (2022). Adaptation of appearance-related social media consciousness scale into Turkish: A validity and reliability study on adolescents. *International Journal of Social Sciences and Education Research, 8*(1), 63–70. https://doi.org/10.24289/ijsser.1034318

Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Galla, B. M. (2020). The Appearance-Related Social Media Consciousness Scale: Development and validation with adolescents. *Body Image*, *33*, 164–174. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.017

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image, 29,* 47–57. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007

Conte, G., Iorio, G. D., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., Altomonte, B., Casini, M. P., Ferrara, M., & Terrinoni, A. (2024). Scrolling through Adolescence: A Systematic Review of the Impact of TikTok on Adolescent Mental Health. *European Child & Adolescent Psychiatry*, *34*(5). https://doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w

Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation, 10*(7), 1–9. https://doi.org/10.7275/jyj1-4868

Duarte, C., Pinto-Gouveia, J., Ferreira, C., & Batista, D. (2014). Body Image as a Source of Shame: A New Measure for the Assessment of the Multifaceted Nature of Body Image Shame. *Clinical Psychology & Psychotherapy, 22*(6), 656–666. https://doi.org/10.1002/cpp.1925

Erikson, E. H. (1968). *Identidade: Juventude e crise*. WW Norton & Company.

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, *9*, 1–5. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005

Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. *Adolescent Research Review, 7,* 419–458. https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly, 21*, 173–206. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Góngora, V. C. (2023). Social networking activities, body dissatisfaction, beauty ideals and body appreciation in adult women. *Psychology, Society & Education, 15*(2), 19–27. https://doi.org/10.21071/pse.v15i2.15798

Gu, X. (2023). The Impact of Negative Evaluations on Women's Mental Health on social media. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, *22*, 306–314. https://doi.org/10.54097/ehss.v22i.12455

Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The Relations among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*, *35*(5), 576–586. https://doi.org/10.1177/0894439316660340

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A Systematic Review of the Impact of the Use of Social Networking Sites on Body Image and Disordered Eating Outcomes. *Body Image*, *17*(1), 100–110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008

Jackson, T., Cai, L., & Chen, H. (2020). Asian versus western appearance media influences and changes in body image concerns of young Chinese women: a 12-month prospective study. *Body Image, 33*, 214–221. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.008

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Khalaf, A. M., Alubied, A. A., Khalaf, A. M., & Rifaey, A. A. (2023). The impact of social media on the mental health of adolescents and young adults: A systematic review. *Cureus*, *15*(8), 1–10. https://doi.org/10.7759/cureus.42990

Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). Guilford Press.

Lin, L. yi, Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., & Primack, B. A. (2016). Association between Social Media Use and Depression among US Young Adults. *Depression and Anxiety*, *33*(4), 323–331. https://doi.org/10.1002/da.22466

Lin, L., Flynn, M., & O'Dell, D. (2021). Measuring positive and negative body talk in men and women: The development and validation of the Body Talk Scale. *Body Image, 37,* 106–116. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.013

Maheux, A. J., Roberts, S. R., Nesi, J., Widman, L., & Choukas-Bradley, S. (2022). Longitudinal associations between appearance-related social media consciousness and adolescents' depressive symptoms. *Journal of Adolescence*, *94*(2), 264–269. https://doi.org/10.1002/jad.12009

Merino, M., Tornero-Aguilera, J. F., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C. V., Martín-Rodríguez, A., & Clemente-Suárez, V. J. (2024). Body Perceptions and Psychological well-being: a Review of the Impact of Social Media and Physical Measurements on self-esteem and Mental Health with a Focus on Body Image Satisfaction and Its Relationship with Cultural and Gender Factors. *Healthcare*, *12*(14), 1–44. https://doi.org/10.3390/healthcare12141396

Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1—A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review, 21*(3), 267–294. https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Ortiz-Ospina, E. (2019, 18 de setembro). *The rise of social media.* Our World in Data. https://ourworldindata.org/rise-of-social-media#article-citation

Pallant, J. (2010). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using the SPSS program* (4th ed.). McGraw Hill.

Petanjek, Z., Judaš, M., Šimić, G., Rašin, M. R., Uylings, H. B. M., Rakic, P., & Kostović, I. (2011). Extraordinary neoteny of synaptic spines in the human prefrontal cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *108*(32), 13281–13286. https://doi.org/10.1073/pnas.1105108108

Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine, 53*(1), 1–8. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010

Purwati, P., Japar, M., Pratama, R. A., Nurrohmah, A. P., Hadli, K. F., Nikmah, F. K., Sari, I. N., & Gumintang, B. (2025). Adolescent identity in the digital era: A multidisciplinary bibliometric analysis of social media research. *Multidisciplinary Reviews*, *9*(5), 2026210. https://doi.org/10.31893/multirev.2026210

Rodgers, R. F., Wertheim, E. H., Paxton, S. J., Tylka, T. L., & Harriger, J. A. (2022). Bopo: Enhancing body image through body positive social media-evidence to date and research directions. *Body Image, 41*, 367–374. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.008

Rojo, M., Beltrán-Garrayo, L., Del Blanco-Barredo, M. del C., & Sepúlveda, A. R. (2023). Spanish validation of two social media appearance-related constructs associated with disordered eating in adolescents: The Appearance-related Social Media Consciousness scale (ASMC) and the Critical Thinking about Media Messages scale (CTMM). *Body Image, 45*, 401–413. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.04.004

Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological Science, 27*(7), 1027–1035. https://doi.org/10.1177/0956797616645673

Soulliard, Z.A., & VanderWal, J.S. (2019). Validation of the Body Appreciation Scale-2 and relationships to eating behaviors and health among sexual minorities. *Body Image, 31*, 120–130. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.09.003

Swami, V., Furnham, A., Horne, G., & Stieger, S. (2020). Taking it apart and putting it patterns in (positive) body image research. *Body Image, 34*, 155–166. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.004

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7th ed.). Pearson.

Tettey, E., Sarfo-Mensah, A., & Osei, E. J. A. (2023). Probable Causes and Strategies to Address the Issue of High Rate of Debauchery Among The Youth: With Reference

to Erik Erikson's Fifth Stage of Psychosocial Theory of Personality Development. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIoHS), 5*(2), 93–99. https://doi.org/10.33258/biohs.v5i2.898

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/10312-000

Torres, S., Pereira, M., Barbosa, M. R., Martins, T. B., Miller, K. M., & Marques, G. (2022). Portuguese version of the Body Appreciation Scale-2 for Children (BAS-2C): Psychometric evaluation and measurement of invariance across sex. *Body Image*, *42*, 419–426. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.07.018



UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE

Do conhecimento à prática.