

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – ICH  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

Jefferson Tertuliano da Silva – RA: N6554E2  
Mariana Kneipp Guimarães do Valle – RA: F26IDA0

**DITADURA DA BELEZA NAS REDES SOCIAIS:**

A influência do Instagram no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres  
e as possibilidades de intervenção do psicólogo cognitivo comportamental

**Brasília - DF**

**2024**

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – ICH  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

Jefferson Tertuliano da Silva – RA: N6554E2  
Mariana Kneipp Guimarães do Valle – RA: F26IDA0

**DITADURA DA BELEZA NAS REDES SOCIAIS:**

A influência do Instagram no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres  
e as possibilidades de intervenção do psicólogo cognitivo comportamental

Relatório de pesquisa apresentado como parte integrante da disciplina Temáticas de Pesquisa em Psicologia, ofertada pela Universidade Paulista, aos alunos do nono semestre do curso de psicologia, sob orientação da professora Ma. Ana Terra Pires de Moraes.

**Brasília - DF**

**2024**

CIP - Catalogação na Publicação

Da Silva, Jefferson Tertuliano  
DITADURA DA BELEZA NAS REDES SOCIAIS: A influência do  
Instagram no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres e as  
possibilidades de intervenção do psicólogo cognitivo comportamental /  
Jefferson Tertuliano Da Silva, Mariana Kneipp Guimarães Do Valle. -  
2024.  
0039 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) apresentado ao Instituto  
de Ciência Humanas da Universidade Paulista, Brasília, 2024.  
Área de Concentração: ICH - Instituto de Ciências Humanas.  
Orientador: Prof. Me. Ana Terra Pires De Moraes.

1. Histórico da beleza, beleza ideal, Instagram, Transtorno Dismórfico  
Corporal, atuação do psicólogo.. I. Do Valle, Mariana Kneipp Guimarães.  
II. De Moraes, Ana Terra Pires (orientador). III. Título.



UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP  
Instituto de Ciência Humanas – ICH  
Curso de Psicologia – *Campus Brasília*

#### ATA DE DEFESA

Com base nas disposições do Regulamento do Plano de Estudos Orientados - PEO do Curso de Psicologia da Universidade Paulista – UNIP, reuniu-se no dia 25 de outubro de 2024, nesta Universidade, no *Campus Brasília*, SGAS 913 número s/n, Brasília, DF, Térreo, sala 02, Bloco B, a Banca Examinadora para a arguição da pesquisa intitulada “*Ditadura da Beleza da Redes Sociais: a influência do instagram no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres e as possibilidades de intervenção do psicólogo cognitivo comportamental*” que foi apresentada publicamente pelos alunos Jefferson Tertuliano da Silva – RA: N6554E2 e Mariana Kneipp Guimarães do Valle – RA: F26IDA0.

A Banca Examinadora foi composta pelas professoras examinadoras Profa. Ma. Fernanda Neves de Souza e Profa. Dra. Rejane Arruda Ribeiro e presidida pela professora orientadora Profa. Ma. Ana Terra Pires de Moraes.

O trabalho foi considerado aprovado com a nota 10,0 ( dez ).

Brasília, 25 de outubro de 2024.

Profa. M<sup>a</sup>.  
Fernanda Neves de Souza  
Universidade Paulista (UNIP)

Profa. Dra.  
Rejane Arruda Ribeiro  
Universidade Paulista (UNIP)

Profa Ma.  
Ana Terra Pires de Moraes  
Universidade Paulista (UNIP)

## RESUMO

O presente trabalho buscou entender como foi construído o conceito de beleza no decorrer da evolução social, abrangendo diferentes formas de belo em diversas culturas que já existiram e existem. Entendendo como o conceito de beleza ideal foi construído no decorrer da humanidade, torna-se importante investigar como se dá a idealização do belo na sociedade atual, sua relação com redes sociais e suas consequências. Dessa forma, o objetivo do projeto de pesquisa é entender como o Instagram permite o desenvolvimento do transtorno dismórfico corporal nas mulheres, avaliando também como essas cidadãs enxergam a concretização de um padrão de beleza criado pela rede social, além de entender como deve ser efetuada a atuação do psicólogo na intervenção e prevenção do transtorno desenvolvido. Foi aplicado um questionário com 14 questões em um público constituído somente de mulheres com idade entre 18 e 60 anos. Com base nas análises, foi possível concluir que a rede social Instagram não foi influente no desenvolvimento do transtorno dismórfico corporal nas mulheres adultas da amostra, deixando como sugestão a realização de uma nova avaliação sobre o tema.

**Palavras-chave:** histórico da beleza; beleza ideal; Instagram; transtorno dismórfico corporal; atuação do psicólogo.

## **ABSTRACT**

The present study aimed to understand how the concept of beauty was constructed throughout social evolution, encompassing different forms of beauty in various cultures that have existed and still exist. By understanding how the concept of ideal beauty has been shaped throughout humanity, it becomes important to investigate how the idealization of beauty occurs in today's society, its relationship with social media, and its consequences. Thus, the objective of the research project is to understand how Instagram facilitates the development of body dysmorphic disorder in women, also assessing how these individuals perceive the establishment of a beauty standard created by the social network, in addition to understanding how psychologists should intervene and prevent the development of this disorder. A questionnaire with 14 questions was administered to a sample of women aged between 18 and 60. Based on the analyses, it was concluded that the social network Instagram was not influential in the development of body dysmorphic disorder in the adult women in the sample, with the suggestion of conducting a new evaluation about the topic.

**Keywords:** history of beauty; ideal beauty; Instagram; body dysmorphic disorder; psychologist's role.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 - Respostas à Pergunta 1 .....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 2 - Respostas à Pergunta 2 .....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 3 - Respostas à Pergunta 3 .....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 4 - Respostas à Pergunta 4 .....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 5 - Respostas à Pergunta 5 .....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 6 - Respostas à Pergunta 6 .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 7 - Respostas à Pergunta 7 .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 8 - Respostas à Pergunta 8 .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 9 - Respostas à Pergunta 9 .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 10 - Respostas à Pergunta 10 .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 11 - Respostas à Pergunta 11 .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 12 - Respostas à Pergunta 12 .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 13 - Respostas à Pergunta 13 .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 14 - Respostas à Pergunta 14 .....</b>	<b>19</b>

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tabela de Análise Estatística Descritiva .....	19
Tabela 2 - Análise Estatística Descritiva - Escala <i>Likert</i> .....	20
Tabela 3 - Análise de Proporção Percentual .....	22

## **LISTA DE ABREVIações E SIGLAS**

<b>CEP</b>	<b>Comitê de Ética em Pesquisa</b>
<b>ISAPS</b>	<b>Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica e Estética</b>
<b>NV</b>	<b>Nunca é verdade</b>
<b>OV</b>	<b>Ocasionalmente Verdade</b>
<b>SV</b>	<b>Sempre Verdade</b>
<b>TCC</b>	<b>Terapia Cognitiva Comportamental</b>
<b>TCLE</b>	<b>Termo de Consentimento Livre e Esclarecido</b>
<b>TDC</b>	<b>Transtorno Dismórfico Corporal</b>
<b>UNV</b>	<b>Usualmente não é verdade</b>
<b>UV</b>	<b>Usualmente Verdade</b>

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
1.1. Apresentação .....	3
1.2. Tema/Levantamento Bibliográfico .....	4
1.2.1.Evolução histórica da construção da beleza .....	4
1.2.2.O Instagram e a disseminação dos padrões de beleza .....	5
1.2.3.Transtorno Dismórfico Corporal .....	6
1.2.4.A Terapia Cognitiva Comportamental (TCC) .....	7
1.3. Objetivos (Geral e Específicos) .....	9
1.3.1 Objetivo Geral .....	9
1.3.2 Objetivos Específicos .....	9
1.4. Hipóteses .....	9
1.5. Justificativa .....	9
<b>2. MÉTODO .....</b>	<b>10</b>
2.1. Participantes e local .....	10
2.2. Instrumentos .....	10
2.3. Procedimentos para coleta de dados .....	11
2.4. Procedimentos para análise de dados .....	11
2.5. Ressalvas éticas .....	11
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>123</b>
<b>4. DISCUSSÃO .....</b>	<b>230</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>233</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>266</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>28</b>

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1. Apresentação

O culto à beleza não se trata de um fenômeno recente, ele vem permeando a sociedade ao longo de décadas, trazendo consigo diferentes formas e dimensões de se definir o padrão de beleza ideal.

Na contemporaneidade, novos padrões foram determinados e a busca pela beleza ideal continua sendo foco da sociedade, entretanto, diferentemente das décadas passadas, um novo fator tem contribuído para disseminação de padrões de beleza, a internet.

Com o avanço tecnológico e o surgimento da internet, a comunicação tornou-se instantânea e seu acesso universal. Esse fato que contribuiu para uma maior e mais rápida disseminação de padrões de beleza, principalmente através das redes sociais, em particular, o Instagram, que permite o compartilhamento de fotos e vídeos.

As fotos e vídeos compartilhados nas redes sociais, principalmente pelas modelos de beleza (blogueiras), frequentemente são editados ou utilizados filtros de forma excessiva, com o objetivo de reduzir imperfeições e trazer à publicação os aspectos físicos desejados.

A edição dos conteúdos publicados acaba por disseminar um padrão de beleza irreal, que eleva a comparação e pressão por uma beleza artificial, podendo contribuir na autoestima, na autopercepção, no surgimento de distorção da autoimagem, aumento da procura por procedimentos e cirurgias estéticas.

Segundo pesquisa desenvolvida pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS) em 2020, foram realizados 1.929.359 procedimentos estéticos no Brasil, considerando procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos, sendo considerado o segundo país no *ranking* dos que mais efetuaram procedimentos estéticos nesse ano.

Além da disseminação de procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos para mudanças estéticas, é importante observar que outras influências negativas podem surgir sobre o culto a beleza, nos grupos sociais, principalmente grupos de mulheres, como por exemplo, o transtorno dismórfico corporal, ansiedades, depressão, transtornos alimentares, entre outros.

Cabe destacar que, além do fator de edição das mídias publicadas, o padrão de beleza disseminado nas redes também se torna inalcançável para muitas mulheres

devido ao seu caráter hegemônico. O seu aspecto eurocêntrico, amplamente disseminado pelas redes sociais, indústria da moda e publicidade, não valoriza a diversidade, o aspecto cultural e étnico, as características naturais da pessoa e a representatividade, o que o torna ainda mais inalcançável por muitas.

Diante desse cenário, em que as mulheres se encontram ainda mais suscetíveis à transtornos mentais em decorrência da comparação excessiva e busca incessante por um padrão de beleza idealizado e fortemente influenciado por traços eurocêtricos, o papel da psicoterapia se torna fundamental para identificação, amparo e intervenção de sintomas relacionados à distorção de imagem.

Dentre das mais diversas abordagens da psicologia, a Terapia Cognitiva Comportamental (TCC) tem sido considerada a mais eficaz para a intervenção e prevenção de sintomas relacionados à distorção de imagem e dismórfica corporal. A partir da utilização de técnicas e estratégias específicas da abordagem, é possível modificar padrões de pensamentos disfuncionais a fim de gerar mudanças significativas nas ações e emoções da pessoa.

## **1.2. Levantamento Bibliográfico**

### **1.2.1. Evolução histórica da construção da beleza**

A beleza é algo que permeia a sociedade desde os primórdios da vida humana. Mas o belo é algo universal, medido e absoluto ou apenas um conceito individual criado através da perspectiva de cada pessoa ou das construções sociais?

Para entender o belo, Suenaga et al (2012) explicam que é necessário se aprofundar em documentos bibliográficos que orientem como as sociedades se utilizavam do ideal, pois o ideal que delimitou o padrão social de cada época. Cada momento da sociedade foi fundamentado em diferentes comportamentos, crenças e regras que deram origem às várias formas da beleza.

Os egípcios, por exemplo, tinham como hábito a utilização dos cosméticos para o embelezamento pessoal, passavam maquiagens nos mortos e se preparavam com os cosméticos em cerimônias religiosas.

Além disso, os que possuíam mais bens, costumavam vestir roupas refinadas, com bons tecidos, cheias de ouro e acessórios que também eram feitos com bastante ouro. Todo esse embelezamento dos egípcios era uma forma de afastar o mau e doenças do período histórico.

Já na Grécia Clássica, Kury, Hangreaves e Valença (2000) relatam que os gregos desenvolveram o fascínio pela harmonia das coisas, pela proporção das formas e pelo equilíbrio perfeito. As construções como o Templo de Parternon, o Templo de Erectéion e o Templo de Atenas, são provas de que os gregos antigos amavam representações lineares, perfeitas e que assumiam o adjetivo de beleza.

Na Idade Média, a cultura da beleza era praticada por toda a sociedade, mas a maquiagem era extremamente reprovada, devido a dominação que a Igreja possuía à época, que a via como uma exposição sedutora que induzia à população ao pecado.

A partir do Século XX até a contemporaneidade, a sociedade teve um grande impacto no conceito de beleza devido a Segunda Revolução Industrial. Novas ferramentas estéticas foram surgindo, tais como cremes para pele, cremes para cabelo, cirurgias plásticas, implantes de silicones nas mamas e glúteos, entre outros, contribuíram nas mudanças dos padrões estéticos (Suenaga et al, 2012)

Estes fragmentos históricos permitem compreender como a construção de beleza é estabelecida e como os mecanismos construídos na sociedade atual contribuem para sua construção. Nessa perspectiva, Suenaga et al (2012) relatam que atualmente o culto ao corpo e a beleza está diretamente relacionada às indústrias de cosméticos, roupas, publicidade e clínicas estéticas.

Sob essa visão, um fator preponderante a ser observado em uma sociedade é como o padrão de beleza influencia os comportamentos das mulheres. Segundo Wolf (1991), os ideais de beleza formam um conjunto de elementos capazes de aprisionar o poder das mulheres ao longo do tempo, delimitando seu modo de ser para integrar à sociedade, exercendo papéis que, às vezes, não são convenientes com os seus gostos, com a aparência e formas de ser.

### **1.2.2. O Instagram e a disseminação dos padrões de beleza**

Atualmente, uma ferramenta muito utilizada para divulgar novos padrões de beleza é o Instagram. Piza (2012) o descreve como um aplicativo, criado por Kevin Systrom e Mike Krieger, que se assemelha a uma comunidade, porém virtual, em que seus usuários podem compartilhar fotos e vídeos e interagir entre si.

Muito embora o aplicativo tenha sido desenvolvido para utilização em dispositivos móveis, atualmente ele também pode ser acessado a partir de um navegador web, desde que se tenha conexão com a internet. Para seu acesso, é

necessário um cadastro de identificação, a partir do preenchimento dos dados pessoais do usuário (Piza, 2012).

De acordo com as informações apresentadas pelo próprio aplicativo, trata-se de uma inserida no contexto das mídias sociais, que visa uma interação imersiva entre seus usuários a partir do compartilhamento de informações, imagens, vídeos da vida pessoal, bate papo entre as pessoas, ligações de chamada e de vídeo.

A partir de um perfil criado, é possível que o usuário faça publicações, desde que não infrinja os direitos humanos, de forma a divulgar seus gostos individuais, suas emoções, suas opiniões diversas, entre outros. Isso proporcionou uma conexão em uma escala sem precedentes, podendo garantir a interação entre usuários localizados em todas as partes mundo.

Entretanto, apesar de o aplicativo oferecer dinamismo e conexão entre as pessoas, fortalecendo o compartilhamento de momentos positivos, também é utilizado como forma de disseminar padrões de beleza inalcançáveis e influenciar o consumo desenfreado da indústria da beleza.

Dessa forma, o Instagram pode ser visto como fator de contribuição no desenvolvimento de transtornos de imagem e dismorfia corporal, seja em decorrência dos padrões de beleza irreais disseminados pelo uso exacerbado de edições de imagem e filtros nas publicações, seja pela imposição de uma beleza hegemônica eurocêntrica.

De acordo com Da Silva *et al* (2019), a sociedade tem se configurado por uma cultura narcísica, na qual o culto à própria imagem tem sido uma busca incessante por uma beleza perfeita, que além de irreal seguem os padrões eurocêntricos, que valorizam traços fenotípicos que não atendem às nossas diversidades físicas, raciais e culturais (Ferreira, 2021).

### **1.2.3. Transtorno Dismórfico Corporal**

As pressões estéticas sobre as mulheres, podem causar impactos relevantes em sua autoestima, gerando sentimentos de infelicidade com relação ao seu corpo, de frustrações por não se adequarem às exigências impostas pelas mídias e indústrias da beleza.

Segundo Kataoka *et al* (2023), isso pode reforçar nas mulheres o desenvolvimento do Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), visto que 44,74%, das 38 dos participantes de suas pesquisas que apresentaram sintomas de TDC, veem

a mídia como fator de influência na determinação de um padrão corporal a ser seguido.

De acordo com o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (2014), o transtorno dismórfico corporal é detectado quando o indivíduo apresenta uma preocupação constante e excessiva com um ou mais defeitos em sua aparência física.

Dentro os comportamentos característicos do TDC, o Manual elenca a comparação excessiva com outros indivíduos, a preocupação exagerada por uma anormalidade imaginária, checagem constante de sua imagem em câmeras e espelhos e a busca incessante pela redução do que se considera anormal, a partir da busca por cirurgias e utilização desenfreada de procedimentos e produtos estéticos.

Embora esses comportamentos possam ser identificados em homens, o diagnóstico de transtorno dismórfico corporal acomete principalmente as mulheres, tendo em vista às pressões sociais em decorrência da estrutura patriarcal e machista que a sociedade está inserida (Rocha *et al*, 2019).

Cabe ressaltar que o TDC vai além de uma mera vaidade ou preocupação normal com a aparência, ele se dá quando a preocupação com a autoimagem se torna excessiva, levando até a casos de isolamento, devido a alusão imaginária de que as pessoas ao seu redor estão à julgando por seus “defeitos”. Esses fatores podem desencadear sintomas de depressão e angústias (Mazzi *et al*, 2019).

Para o tratamento e prevenção do TDC, Phillips e Stein (2018) veem a Terapia Cognitiva Comportamental (TCC) como uma abordagem mais eficaz, tendo em vista que ela auxilia o paciente na mudança de pensamentos e crenças sobre sua imagem, contribuindo com a construção de uma visão mais saudável de si, reduzindo a gravidade dos sintomas apresentados.

#### **1.2.4. A Terapia Cognitiva Comportamental (TCC)**

A Terapia Cognitiva Comportamental (TCC) foi desenvolvida em 1960 pelo psicanalista Aaron T. Beck, a partir de experimentos que realizava para a compreensão da depressão. Nos experimentos, observou que as cognições negativas e distorcidas apresentadas, eram as principais características da depressão. Isso o levou a desenvolver um tratamento breve em que o foco principal se dava na avaliação dos pensamentos depressivos do paciente (Beck, 2013).

A partir desses experimentos, Beck desenvolveu uma psicoterapia estruturada, de curta duração, focada no presente e direcionada para resolução de problemas, buscando à modificação de pensamentos e comportamentos disfuncionais. Sua teoria foi ampliada por outros pesquisadores e teóricos, o que levou ao surgimento de diferentes correntes da TCC, com destaque à Terapia Racional Emotiva Comportamental de Albert Ellis e à Psicoterapia Estrutural de Guidano e Liotti (Beck, 2013).

Essa teoria se baseou no Modelo Cognitivo, o qual define três níveis de cognição: os pensamentos automáticos, as crenças intermediárias e as crenças centrais. Os pensamentos automáticos são vistos como o nível mais superficial e espontâneo dos pensamentos, que surge nas mais diversas situações do cotidiano. (Araújo e Shinohara, 2002).

Já as crenças intermediárias estão relacionadas aos conteúdos cognitivos que surgem em forma de regras, que estão diretamente ligadas às crenças centrais, que consiste no nível mais profundo e está relacionado à visão que a pessoa tem de si, do outro e do mundo, construída a partir de experiências remotas da infância (Araújo e Shinohara, 2002).

Segundo Knapp e Beck (2008), as crenças estão contidas em estruturas cognitivas denominadas esquemas, onde são armazenadas e organizadas as informações, funcionando como um filtro, que influencia na forma com que essas informações são processadas e experienciadas pelo indivíduo. Isso possibilita que ele avalie erroneamente uma situação, mesmo que sua percepção sobre ela esteja correta, podendo gerar distorções no pensamento, que retroalimentam esquemas disfuncionais já existentes.

Tendo em vista que o objetivo principal da TCC é reparar e reestruturar padrões de pensamentos disfuncionais, a base para sua utilização deve seguir alguns princípios básicos, tais como: o desenvolvimento contínuo dos problemas do paciente, a individualidade do paciente em termos cognitivos, a construção de um vínculo terapêutico sólido, a participação ativa do paciente, a ênfase no presente e na limitação do tempo, a psicoeducação e a utilização de uma variedade de técnicas que estimulam a mudança de pensamento, emoções e comportamento (Albuquerque, 2018).

Embora ainda não se tenham muitos estudos a respeito da eficácia da abordagem TCC no tratamento de transtornos dismórficos corporais, ela tem se

mostrado eficiente no tratamento de transtornos alimentares, o que nos leva a inferir que a abordagem pode ser uma opção para o tratamento de TDC, tendo em vista a relação direta entre transtornos alimentares e de imagem (Veras, 2010).

Para Veras 2010, tratar pacientes insatisfeitos com sua visão corporal tem sido um desafio na prática clínica. A atuação do psicólogo da TCC tem que possuir não apenas um conhecimento teórico prático da abordagem e suas técnicas, como deve ter habilidade, paciência e empatia para se adaptar as singularidades dos pacientes e a intensidade de seus sintomas. A integração entre teoria e prática contribui nos resultados das intervenções e consequente melhora dos pacientes.

Dentre as mais diversas técnicas da TCC, Graeff-Martins, Pinzon e Fleitlich-Bylik (2019) destacam a prática de monitoramento dos pensamentos sentimentos e comportamentos, por meio do uso de diários, que tem se mostrado eficiente no tratamento de transtornos alimentares, podendo ser uma opção para o tratamento de TDC.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo Geral**

Compreender a contribuição do Instagram no desenvolvimento de transtorno dismórfico corporal em mulheres.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

Avaliar como as mulheres enxergam a concretização do padrão de beleza através do Instagram e como deve ser efetuada a atuação do psicólogo cognitivo-comportamental na intervenção e prevenção dos casos.

### **1.4. Hipóteses**

Diante do avanço tecnológico e o aumento da mídia sobre a influência de pessoas, determinando padrões a serem seguidos, traz-se a hipótese que as mídias têm grande impacto no desenvolvimento de transtornos, especificamente o transtorno dismórfico corporal, em mulheres na sociedade atual. Outra hipótese levantada está relacionada à confirmação se o que o processo terapêutico contribui para a construção do bem-estar social e psicológico.

### **1.5. Justificativa**

O tema proposto neste trabalho foi baseado no texto “A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários” com publicação no ano de 2019, pois retrata a persuasão que as redes sociais podem ter na população. Sendo vista como necessária a busca por soluções que

promovam reflexões sobre o tema exposto, que desmistifiquem a perfeição estética como sinônimo de bem-estar.

O trabalho também tem o intuito de incentivar o apoio às pessoas que sofrem com o transtorno dismórfico corporal (TDC), além de incentivá-las a procurarem por terapia que consiga instituí-las ao meio social sem distorções cognitivas quanto a aparência, pois os indivíduos que sofrem com o TDC desencadeiam obsessões com relação a perfeição, por acharem que tem defeitos a serem escondidos e isso se torna perigoso na medida em que se torna frequente, conforme explicado por Kataoka *et al* (2023).

Ser psicólogo vai além de intervir em uma disfunção cognitiva individual em relação a um rosto ou corpo bonito, com base em um modelo, mas também criar uma sociedade que modifique o ideal de beleza, mostrando que a beleza é única de cada ser humano.

O tema da pesquisa tem interesse inerente e base no processo de construção de conhecimento como parte da formação profissional, elencando a análise da realidade, práticas inovadoras de resultados obtidos por meio de uma pesquisa de campo.

## **2. MÉTODO**

### **2.1. Participantes e local**

Os participantes desse estudo foram mulheres nascidas no Brasil, com idade entre 18 e 60 anos, que concordassem fazer parte da pesquisa, independentemente do local de residência. Foram coletados os dados de 84 participantes.

Cabe destacar que, para serem efetuadas as análises necessárias, foram efetuadas as exclusões das participantes que não se enquadraram nos critérios da pesquisa, sendo excluídas 1 participante que não se percebe como mulher e uma participante que não faz uso do Instagram. Dessa forma, a amostra avaliável compreendeu 82 participantes.

### **2.2. Instrumentos**

O instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário composto por uma mescla de questões dicotômicas, de caráter bipolar, à exemplo: sim/não, questão discursiva, questões de múltipla escolha e questões que utiliza a escala

*Likert* de cinco pontos, para avaliação do grau de discordância sobre o tema, sendo 1, nunca é verdade, 2, usualmente não é verdade, 3, ocasionalmente verdade, 4, usualmente verdade e 5, sempre verdade.

O formulário foi elaborado no *Google Forms* e disseminado por meio do *link* [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdE8vDE6OpwpzfZS2iZX6vPLI4\\_glsgr2t057BIXTrbUg58JQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdE8vDE6OpwpzfZS2iZX6vPLI4_glsgr2t057BIXTrbUg58JQ/viewform?usp=sf_link), em grupos particulares da rede social *Whatsapp* e através de postagens no *Stories* do *Instagram*.

### **2.3. Procedimentos para coleta de dados**

Os dados foram coletados mediante disponibilização de questionário elaborado pelos autores (Apêndice A), que continha 14 questões objetivas, de caráter bipolar, discursiva, múltipla escolha e de escala *Likert*. As perguntas permitiam avaliar o impacto das redes sociais, especificamente o *Instagram*, na autoimagem, e, caso houvesse algum impacto, o grau no desenvolvimento de transtornos dismórficos corporais em mulheres com idade entre 18 e 60 anos.

Ressalta-se que, no momento da disponibilização do questionário, foi apresentado e assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para todas as participantes, que esclarecia os objetivos da pesquisa e as ressalvas éticas que foram respeitadas.

### **2.4. Procedimentos para análise de dados**

Os dados foram analisados mediante tabulação das respostas em gráficos, utilizando-se as ferramentas *Excel* do *Microsoft Office* e *Jasp*, e foi utilizada análise estatística descritiva, a fim de avaliar relação linear existente entre o uso da rede social *Instagram* com o aumento da distorção de imagens em mulheres com idade entre 18 e 60 anos de idade.

### **2.5. Ressalvas éticas**

Essa pesquisa foi desenvolvida em conformidade com a Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012, do Conselho Nacional de Saúde, que versa sobre pesquisas efetuadas em seres humanos, a fim de garantir o respeito à dignidade humana e à proteção aos seres humanos, participantes das pesquisas científicas.

Para atenção aos fins éticos relatados, o projeto de pesquisa só foi realizado após apreciação e aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da

Universidade Paulista – UNIP (CAAE: 75222323.0.0000.5512). Após aprovado, foram disponibilizados às participantes da pesquisa o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para ciência e assinatura, o qual lhes assegurou o sigilo, a integridade e autonomia, além de trazer todos os esclarecimentos necessários quanto aos objetivos e intuito da pesquisa efetuada.

### 3. RESULTADOS

O questionário foi disponibilizado, via redes sociais em 24 de abril de 2024, e desde a sua disponibilização, até o final da pesquisa, foram registradas 84 respostas. Tendo em vista seu caráter não obrigatório, algumas perguntas obtiveram mais respostas do que outras. As duas primeiras perguntas do questionário foram destinadas à identificação das pessoas.

A primeira pergunta do questionário era “Você se identifica como mulher”, e foram registradas 83 (99%) pessoas se identificando como mulheres e 1 (1%) pessoa que não se identificou como mulher, conforme demonstrado na Figura 1. Os dados do participante que não se identificava como mulher foram excluídos da amostra.

Figura 1. Respostas à Pergunta 1



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

As respostas da segunda pergunta “Você possui profissão” estão apresentadas na Figura 2. Com relação a essa questão, 71 (87%) das participantes responderam que possuem profissão e 11 (13%) responderam que não possuem profissão.

Figura 2. Respostas à Pergunta 2



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Foram obtidas 74 respostas na terceira pergunta “Se possui profissão, em qual área trabalha?”, de caráter discursivo, conforme apresentado na Figura 3 a seguir.

Figura 3. Respostas à Pergunta 3

Enfermagem
Saúde
Educação
Arquitetura
Advocacia
Professora
Educação
Advogada
professora
Medicina
Técnica de enfermagem
administrativa hospitalar
Financeira
Serviço Social
Contabil
Financeiro
Arquitetura e Urbanismo
sou estagiária
Assistente de loja
Publicitária
Ilustração (se preferir "design")
Enfermeira
Fisioterapia
Moda
Auxiliar administrativa no setor pedagógico
Assistente Administrativa
Pedagoga (estagiária)
Cuidadora
Secretaria executiva
Administração

Babá
Auxiliar de cozinha
Estagiária na área de educação
Atendente
Estagiaria de pedagogia
Secretaria Escolar
Técnico enfermagem/empresária
estética
Técnico de enfermagem do trabalho
Sindicato
Auxiliar de Cozinha
Estágio de pedagogia
Contadora em reporting
Atualmente estudando para concurso na área da segurança pública
Personal Trainer
advogada
Publicidade e propaganda / serviço público
Enfermeira
Psicóloga
Servidora pública
Bancária
Saúde/enfermagem
Engenharia civil
Pesquisa
Contábil
Auditoria contabil (formação ciências contábeis)
Finanças
Publicidade
Tecnologia da Informação
Bibliotecária

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A quarta pergunta “Qual sua faixa etária?”, 41 (49%) participantes responderam que possuem entre 24 e 30 anos, 17 (20%) responderam que possuem entre 31 e 40 anos, 13 (16%) que possuem entre 19 e 23 anos, 8 (10%)

que possuem entre 41 e 54 anos, 3 (4%) que possuem idades acima de 55 anos e 1 (1%) que possui 18 anos, conforme Figura 4.

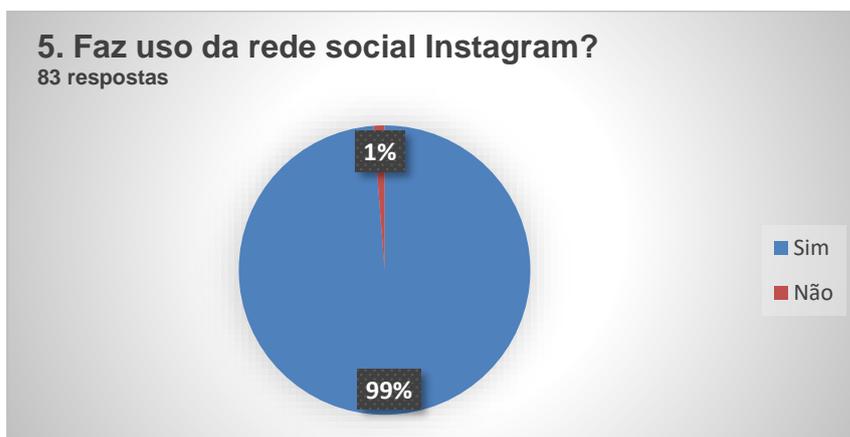
**Figura 4. Respostas à Pergunta 4**



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Da quinta pergunta para frente o foco foi direcionado à relação entre a rede social *Instagram* e imagem corporal. Dessa forma, a pergunta 5 foi “Faz uso da rede social *Instagram*?”, e nela foram obtidas 83 respostas. Das respostas obtidas, 82 (99%) pessoas responderam que fazem uso da rede social descrita e 1 (1%) respondeu que não faz uso do *Instagram*. A Figura 5 abaixo representa visualmente as respostas obtidas.

**Figura 5. Respostas à Questão 5**

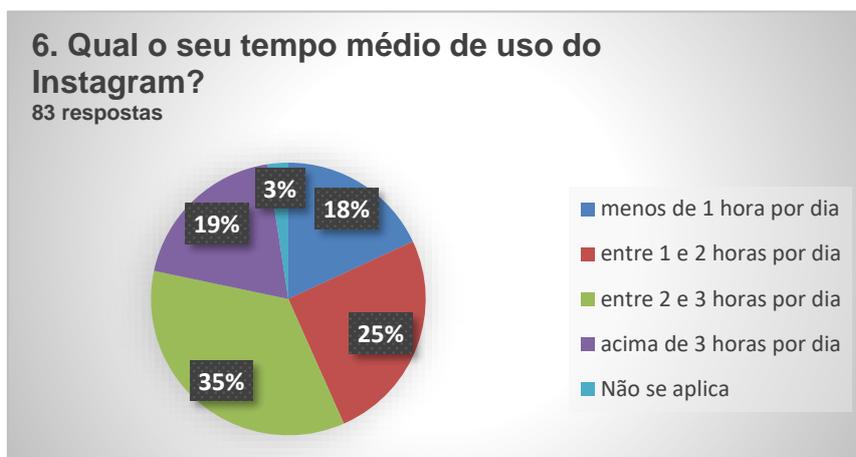


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A sexta pergunta “Qual o seu tempo médio de uso do *Instagram*?”, tem 83 respostas, onde 29 (35%) participantes responderam que fazem uso médio do *Instagram* de 2 e 3 horas por dia, 21 (25%) fazem uso médio de 1 e 2 horas por dia, 16 (19%) fazem uso acima de 3 horas por dia, 15 (18%) fazem uso médio de menos

de 1 hora por dia e 2 (3%) optaram por escolher a alternativa “não se aplica” como resposta, conforme demonstrado na Figura 6.

**Figura 6. Respostas à Pergunta 6**



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

As perguntas de 7 a 14 foram configuradas com base na escala *Likert* de 5 pontos e analisadas com gráfico pizza, de acordo com as figuras abaixo. A pergunta 7 “Faço edições nas minhas fotos/vídeos para me sentir mais confortável” corresponde à 21 (25%) respostas das participantes como nunca é verdade (NV), 14 (17%) como usualmente não é verdade (UNV), 26 (31%) como ocasionalmente verdade (OV), 18 (22%) como usualmente verdade (UV) e 4 (5%) como sempre verdade (SV), conforme Figura 7.

**Figura 7. Respostas à Pergunta 7**



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A oitava pergunta “Evito efetuar publicações devido a minha aparência física” obteve 23 (28%) participantes respondendo nunca é verdade, 14 (17%) respondendo usualmente não é verdade, 21 (25%) como ocasionalmente verdade, 12 (15%) como usualmente verdade e 12 (15%) sempre verdade.

Figura 8. Respostas à Pergunta 8



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A Figura 9 representa a nona pergunta “Fico me comparando com as pessoas que sigo na plataforma”, onde 16 (20%) participantes responderam nunca é verdade, 18 (22%) responderam usualmente não é verdade, 22 (27%) como ocasionalmente verdade, 14 (17%) como usualmente verdade e 11 (14%) sempre verdade.

Figura 9. Respostas à Pergunta 9



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A décima pergunta era “Já pensei em realizar mudanças físicas e estéticas em decorrência das publicações que vejo” e a partir disso 23 (29%) participantes responderam nunca é verdade, 11 (14%) responderam usualmente não é verdade, 23 (29%) responderam ocasionalmente verdade, 14 (17%) como usualmente verdade e 9 (11%) sempre verdade, conforme Figura 10.

Figura 10. Respostas à Pergunta 10



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Conforme demonstrado na Figura 11, a décima primeira pergunta “Após acesso à plataforma, me sinto triste e desconfortável quanto à minha aparência física”, 33 (41%) participantes responderam que nunca é verdade, 22 (28%) responderam usualmente não é verdade, 11 (14%) responderam como ocasionalmente verdade, 9 (11%) como usualmente verdade e 5 (6%) sempre verdade.

Figura 11. Respostas à Pergunta 11



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A décima segunda pergunta “Percebo que as publicações do *Instagram* influenciam nas minhas escolhas alimentares”, 29 (35%) das participantes responderam nunca é verdade, 19 (23%) usualmente não é verdade, 18 (22%) ocasionalmente verdade, 11 (14%) usualmente verdade e 5 (6%) sempre verdade, conforme Figura 12 abaixo.

Figura 12. Respostas à Pergunta 12



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Conforme a décima terceira pergunta “Percebo que o *Instagram* influencia na minha percepção e relação com o meu corpo”, demonstrado na Figura 13, 22 (27%) participantes responderam nunca é verdade, 15 (18%) responderam usualmente não é verdade, 20 (25%) responderam ocasionalmente verdade, 17 (21%) usualmente verdade e 7 (9%) sempre verdade.

Figura 13. Respostas à Pergunta 13



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na última pergunta do questionário “Enxergo-me negativamente diferente do que as pessoas costumam falar”, conforme demonstrado na Figura 14 abaixo, 19 (24%) participantes responderam nunca é verdade, 21 (26%) responderam usualmente não é verdade, 18 (22%) responderam ocasionalmente verdade, 14 (17%) usualmente verdade e 9 (11%) sempre verdade.

Figura 14. Respostas à Pergunta 14



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Corroborando os resultados percentuais apresentados, por meio da avaliação estatística descritiva da população, através dos indicadores moda e mediana, observou-se que a população de respondentes da pesquisa, majoritariamente, se identifica como mulher, que possui profissão, encontra-se na faixa etária entre 24 e 30 anos e utiliza, em média, entre 2 e 3 horas de *Instagram* por dia, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Tabela Análise Estatística Descritiva

	Uso do Instagram	Profissão	Faixa Etária	Tempo Médio de uso
Respostas válidas	82	81	82	82
Sem respostas	0	1	0	0
Moda	Sim	Sim	Entre 24 e 30 anos	Entre 2 e 3 horas por dia
Mediana	Sim	Sim	Entre 24 e 30 anos	Entre 2 e 3 horas por dia

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Quanto às perguntas 7 a 14, levantadas utilizando o modelo de questionário da escala *Likert*, observou-se uma progressão na quantidade de questões sem

respostas e que, em 50% das questões, sendo elas: “Faço edições nas minhas fotos/vídeos para me sentir mais confortável” (pergunta 7), “Fico me comparando com as pessoas que sigo na plataforma” (pergunta 9), “Já pensei em realizar mudanças físicas e estéticas em decorrência das publicações que vejo” (pergunta 10) e “Percebo que o Instagram influencia na minha percepção e relação com o meu corpo” (pergunta 13), em sua maioria, as participantes responderam como “ocasionalmente verdade” (OV), conforme demonstrado na Tabela 2.

Referente às perguntas 8, 11 e 12, “Evito efetuar publicações devido a minha aparência física”, “Após acesso à plataforma, me sinto triste e desconfortável quanto à minha aparência física” e “Percebo que as publicações do Instagram influenciam nas minhas escolhas alimentares”, respectivamente, a resposta de maior incidência foi “nunca verdade” (NV).

A única pergunta que apresentou, majoritariamente, uma resposta diferente das demais, foi a pergunta 14, “Enxergo-me negativamente diferente do que as pessoas costumam falar”, com “usualmente não é verdade”, conforme apresentado na Tabela 2.

**Tabela 2. Análise Estatística Descritiva – Escala Likert**

	Questão 7	Questão 8	Questão 9	Questão 10	Questão 11	Questão 12	Questão 13	Questão 14
Respostas válidas	80	78	75	72	71	71	68	66
Sem respostas	2	4	7	10	11	11	14	16
Moda	<b>OV</b>	OV	<b>OV</b>	<b>OV</b>	NV	NV	<b>OV</b>	UNV
Mediana	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	UNV	UNV	<b>OV</b>	UNV

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

#### 4. DISCUSSÃO

A partir dos resultados obtidos através do questionário de pesquisa, foi observado que a amostra testada é composta, majoritariamente, por pessoas que se identificam como mulher, fazem uso do *Instagram*, possuem profissão, encontram-se na faixa etária entre 24 e 30 anos e utilizam a rede social, em média, por 2 a 3 horas por dia.

Adicionalmente, mediante análise estatística descritiva efetuada, foi possível constatar que a população amostral, em sua maioria, não deixa de efetuar publicações em decorrência de sua aparência, nem se sente triste e desconfortável após a utilização da rede social, assim como não percebe que as publicações vistas na plataforma influenciam em suas escolhas alimentares.

A priori, analisando tais respostas, é possível supor que a rede social *Instagram* não possui tanta influência no desenvolvimento de sintomas de distorções de imagem no público analisado, algo não esperado no início da pesquisa. Entretanto, ao analisar descritivamente as respostas das demais questões levantadas, deparam-se com algumas contradições, tendo em vista a proporção de respostas neutras (OV, ocasionalmente verdade) identificadas.

A neutralidade das respostas, identificadas em 4 (50%) das 8 questões levantadas, referentes às respostas OV, demonstra uma indecisão por parte das respondentes quanto ao tema abordado (Trojan e Sivraki, 2015), levando-a a anular a questão, se eximindo da resposta (Lucian, 2016). Tal atitude é vista por Lucian (2016) sob duas óticas, a de que o respondente optou por anular a resposta ou por desconhecimento sobre o tema questionado.

Tendo em vista as respostas dadas, de forma posicionada, nas demais questões levantadas, é possível inferir que o desconhecimento sobre o tema não se aplicaria como justificativa para a neutralidade, sendo mais justificável o fato de as respondentes terem optado por sua anulação.

Dessa forma, a fim de compreender mais afundo sobre a influência do *Instagram* na autoimagem, deixando de *stand by* as neutralidades, foi verificada a proporção de respostas dadas, considerando o somatório das respostas “Nunca é verdade” (NV) e “Usualmente não é verdade” (UNV), como sendo respostas que levam a constatação que o uso do *Instagram* não interfere na distorção de imagem e “Usualmente verdade” (UV) e “Sempre verdade” (SV) como uma confirmação da hipótese (ver Tabela 3).

Tabela 3. Análise de Proporção Percentual

	Questã o 7	Questã o 8	Questã o 9	Questã o 10	Questã o 11	Questã o 12	Questã o 13	Questã o 14
NV	25%	28%	20%	29%	41%	35%	27%	24%
UNV	17%	17%	22%	14%	28%	23%	18%	26%
OV	31%	25%	27%	29%	14%	22%	25%	22%
UV	22%	15%	17%	17%	11%	14%	21%	17%
SV	5%	15%	14%	11%	6%	6%	9%	11%
<b>NV+UN V</b>	<b>42%</b>	<b>45%</b>	<b>42%</b>	<b>43%</b>	<b>69%</b>	<b>58%</b>	<b>45%</b>	<b>50%</b>
<b>UV+SV</b>	<b>27%</b>	<b>30%</b>	<b>31%</b>	<b>28%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

As análises demonstram que, apesar das respostas anuladas, a amostra analisada apresentou uma maior proporção de respostas que levam a concluir que o uso da rede social Instagram não interfere no desenvolvimento de distorção de imagem em mulheres.

Essas constatações, tanto em relação a nulidade das respostas, quanto da não influência do *Instagram* na autoimagem das mulheres, nos levantam novos questionamentos, tendo em vista que a população analisada se mostrou confusa com relação a algumas questões e assertiva em relação às demais.

Essa dualidade pode ser vista como a ausência de consciência das entrevistadas quanto ao impacto que a rede social causa na autoestima de uma mulher, tendo em vista que estudos recentes demonstram que as redes sociais contribuem para a insatisfação das mulheres com sua imagem corporal (Nunes *et al*, 2022), adicionada a tendência que as pessoas possuem de escolher a resposta mais socialmente aceitas (Garland, 1991).

Diante dessas constatações, percebe-se a relevância da atuação do psicólogo cognitivo-comportamental no desenvolvimento de autoconhecimento e fortalecimento da autoestima dessas jovens mulheres, mediante utilização das técnicas de reestruturação cognitiva, para automonitoramento de pensamentos e comportamento, de forma a levar a paciente a tomar consciência de si (Graeff-Martins, Pinzon e Fleitlich-Bylik, 2019).

Técnica basilar da terapia cognitiva-comportamental, que consiste no monitoramento de pensamentos, sentimentos e comportamentos, por meio do uso

de diários, tem se mostrado eficiente no tratamento transtorno alimentares, chegam aos consultórios, sendo a Terapia Cognitiva Comportamental (TCC) considerada a melhor escolha de tratamento para os casos de bulimia nervosa (Graeff-Martins, Pinzon e Fleitlich-Bylik, 2019). Devido a relação direta entre os transtornos, essa técnica pode ser vista como uma opção para tratamento do TDC.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas análises obtidas, foi possível constatar que a rede social *Instagram* não se mostrou propulsora de transtornos dismórficos corporal na amostra de mulheres adultas analisadas, contrariando as expectativas iniciais levantadas como hipótese.

Embora a hipótese inicial não tenha sido sustentada pelos resultados obtidos, uma nova perspectiva de avaliação se mostrou pertinente diante da nulidade e contradições das respostas apresentadas.

As discrepâncias e hesitações identificadas na pesquisa sugerem uma possível falta de consciência por parte das entrevistadas do impacto que as redes sociais exercem sobre sua vida. Observa-se uma possível subestimação dos efeitos psicológicos que a exposição a padrões de beleza irreais pode vir a gerar na vida dessas mulheres.

Ademais, outra questão que possa vir a ter influenciado e direcionado os resultados da pesquisa está relacionada à tendência com que as pessoas têm em escolher as respostas que soam mais socialmente aceitas, em virtude da tendência natural de se conformar com as expectativas sociais, evitando a exposição de opiniões controversas, a fim de manter sua imagem socialmente favorável, sem julgamentos ou críticas.

Diante disso, é importante destacar o papel crucial dos psicólogos no auxílio do despertar da consciência, no desenvolvimento do autoconhecimento e no fortalecimento da autoestima dessas mulheres, que são diariamente bombardeadas por padrões de beleza inalcançáveis.

Dentre as abordagens psicológicas, a psicologia cognitiva-comportamental tem se mostrado uma forte aliada ao combate de distorções de imagem. Conforme explicado por Rabiei *et al* (2012), Wilhelm *et al* (2014), Rosen, Reiter e Orasan (1995), Veale *et al* (1996) *apud* Dehanov *et al* (2019), seis ensaios clínicos aleatorizados (ECA) mostraram a eficácia da Terapia Cognitivo Comportamental

(TCC) na redução da gravidade da dismorfia corporal, comparativamente a grupos de controle sem tratamento ou em lista de espera.

Com suas técnicas e estratégias específicas, o psicólogo cognitivo comportamental auxilia o paciente a modificar comportamentos desadaptativos, a partir, por exemplo, do monitoramento dos pensamentos, sentimentos e comportamentos.

Além de auxiliar na identificação e modificação de pensamentos e comportamentos desadaptativos, as técnicas da terapia cognitiva-comportamental contribui para o desenvolvimento das habilidades de enfrentamento das crenças negativas e reestruturação dos padrões de pensamentos disfuncionais, de forma a levar o paciente a construir e internalizar a autoestima, assim como a valorizar suas qualidades.

Concomitantemente, o processo terapêutico tem aspecto relevante na construção do bem-estar às mulheres, proporcionando sempre o equilíbrio entre o cognitivo, subjetivo e social. Além disso, a exposição sobre o que é o transtorno dismórfico corporal e sobre como ele se desenvolve, faz com que se desperte uma atenção maior sobre possíveis aumentos de casos na sociedade, devendo promover mudanças positivas e preservativas de bem-estar.

Dessa forma, se faz necessário a inserção e aumento de profissionais adequados nas redes de apoio, como os psicólogos cognitivo comportamental, para que sejam realizados trabalhos adequados de saúde.

Ainda assim, a realização de publicações incentivando que os procedimentos cirúrgicos sejam realizados em casos extremos, como por exemplo uma deformação advinda de um acidente, ou que o Instagram deixe de disseminar um padrão ideal, tem potencial para beneficiar a redução estatística da propagação de transtornos, pois teoricamente não haveria padrões a serem seguidos que fizessem as mulheres questionarem suas características individuais e assim, as cirurgias estéticas teriam público alvo as pessoas que sofreram deformação em algum acidente, etc.

Ademais, ainda que as mulheres queiram realizar mudanças porque sentem-se mais confortáveis e bem consigo mesmas, é notório que seja realizados procedimentos prévios aos cirúrgicos, que prezem o autocuidado e a disseminação dos riscos e benefícios de uma cirurgia estética.

Embora seja de concordância que os dados levaram a outro rumo da perspectiva inicial da pesquisa, é imprescindível a utilização de métodos que determine a relação probabilística entre o Instagram gerar mais conteúdos positivos ou gerar conteúdos negativos para influência ou não de transtornos. Dessa forma, deixa-se como sugestão, uma nova avaliação sobre o tema, considerando a nova perspectiva apresentada.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Nicole Candeia de. **Sob a perspectiva da terapia cognitivo-comportamental, dismorfia muscular**. 2018.

ARAÚJO, Cristiane Figueiredo; SHINOHARA, Helene. **Avaliação e diagnóstico em terapia cognitivo-comportamental**. Interação em psicologia, v. 6, n. 1, 2002.

BECK, Judith S. **Terapia cognitivo-comportamental**. Artmed Editora, 2013.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Resolução nº 466 de 12 de dezembro de 2012**. Conselho Nacional de Saúde. Institui os procedimentos para o Projeto de Pesquisa. 2012. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>. Acesso em: 16 de maio de 2023.

DA SILVA, Alana Vieira et al. **A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários**. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste—São Luís-MA. 2019.

DEHANOV, Sara et al. **Terapia cognitivo-comportamental na perturbação dismórfica corporal: modelos propostos e eficácia**. Psicologia, Saúde & Doenças, v. 20, n. 3, p. 618-629, 2019.

FERREIRA, Sílvia Regina Barbosa da Paixão. **A influência do Instagram na imposição de padrões de beleza: uma pesquisa de perfis do Instagram de jovens negras de Santo Amaro da Purificação-BA**. 2021.

GARLAND, Ron. The mid-point on a rating scale: Is it desirable. **Marketing bulletin**, v. 2, n. 1, p. 66-70, 1991.

GRAEFF-MARTINS, Ana Soledade; PINZON, Vanessa Dentzien; FLEITLICH-BYLIK, Bacy. Grupo de terapia cognitivo-comportamental. **Transtornos alimentares na infância e na adolescência: Uma visão multidisciplinar**, 2019

INSTAGRAM - FAQ. **Base de dados do site Instagram**. Disponível em: <https://about.instagram.com/about-us> Acesso em: 16 maio 2023.

ISAPS. **Isaps International Survey On Aesthetic/Cosmetic Procedures**. International Society of Aesthetic Plastic Surgery. 2020. Disponível em: [https://www.isaps.org/media/evbbfapi/isaps-global-survey\\_2020.pdf](https://www.isaps.org/media/evbbfapi/isaps-global-survey_2020.pdf) Acesso em: 24 de Abril de 2023.

KATAOKA, ALEXANDRE et al. **O Transtorno Dismórfico Corporal e a influência da mídia na procura por cirurgia plástica: a importância da avaliação adequada**. Revista Brasileira de Cirurgia Plástica, v. 38, p. e0645, 2023.

KNAPP, P; BECK, A. T. **Fundamentos, modelos conceituais, aplicações e pesquisa da terapia cognitiva**. Rev. Bras. Psiquiatr, vol.30, suppl.2, p. 54-64. ISSN 1516-4446, 2008;

KURY, Lorelai; HARGREAVES, Lourdes; VALENÇA, Máslova Teixeira. **Ritos do corpo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

LUCIAN, Rafael. **Repensando o uso da escala Likert: tradição ou escolha técnica?** Rethinking the use of Likert scale: tradition or technical choice, 2016.

**Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5** / [American Psychiatric Association; tradução: Maria Inês Corrêa Nascimento ... et al.]; revisão técnica: Aristides Volpato Cordioli ... [et al.]. – 5. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2014.

MAZZI, Daiane Manfrin Barbosa et al. **O saudável e o não saudável na busca pelo Bem-Estar: Transtorno Dismórfico Corporal e a Terapia Cognitivo Comportamental**. Projeto Integrado, 2019.

NUNES, Leilane Barreto et al. Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: revisão de literatura. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 5, p. 2552-2562, 2022.

PHILLIPS, Katharine A. & Stein, Dan J. **Transtorno Dismórfico Corporal**. 2018.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012.

ROCHA, Ana Beatriz Pereira; SANTOS, Michelly; MAUX, Suely. **Indústria Da Beleza Como Vetor Da Pressão Estética**. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2019.

SUENAGA, Camila et al. **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética**. Universidade do vale do Itajaí-UNIVALI. Florianópolis, 2012.

TROJAN, Rose Meri; SIPRAKI, Robson. Perspectivas de estudos comparados a partir da aplicação da escala Likert de 4 pontos: um estudo metodológico da pesquisa TALIS. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 10, n. 2, p. 275-300, 2015.

VERAS, Aimorá L. Laus. **Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo- comportamental**. Rev. bras.ter. cogn., Rio de Janeiro , v. 6, n. 2, p. 94-117, dez. 2010 .

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco; 1991.

## APÊNDICE A

### QUESTIONÁRIO PARA APLICAÇÃO

Prezada Colega:

Gostaríamos de convidá-la a participar como voluntária da pesquisa intitulada "Ditadura da beleza nas redes sociais: A influência do *Instagram* no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres e as possibilidades de intervenção do psicólogo cognitivo comportamental" que se refere a um projeto de pesquisa dos participantes Jefferson Tertuliano da Silva e Mariana Kneipp Guimarães do Valle que pertencem ao Curso de Psicologia da Universidade Paulista - UNIP.

Os objetivos deste estudo visam entender como o *Instagram* pode influenciar no desenvolvimento da dismorfia de imagem em mulheres, como essas mulheres enxergam uma possível disseminação de um padrão de beleza pela rede social e possibilidades de atuação do psicólogo cognitivo comportamental na intervenção e prevenção dos possíveis casos. Os resultados dessa pesquisa contribuirão para o processo de reflexão sobre o tema abordado e o nível de correlação da disseminação de um padrão de beleza ideal disseminado nas redes sociais com o desenvolvimento de dismorfia de imagem. Adicionalmente, o estudo visa incentivar as mulheres na busca profissional de acompanhamento psicoterapêutico.

Sua forma de participação consiste em responder este questionário de forma eletrônica, através do link disponibilizado via rede social *Whatsapp*, que irá contemplar três perguntas de caráter bipolar (sim/não), duas perguntas de múltipla escolha, uma pergunta aberta e uma pergunta de escala (1 a 5) com oito afirmativas.

Cabe ressaltar que sua identidade não será utilizada em qualquer fase da pesquisa, o que irá garantir seu anonimato, assim como a divulgação dos resultados, que também não identificará as voluntárias.

Não será cobrado nada e não haverá gastos decorrentes de sua participação. Se houver algum dano decorrente da pesquisa, o participante será indenizado nos termos da lei.

Considerando que toda pesquisa oferece algum tipo de risco, nesta, o risco é avaliado como mínimo, tendo em vista às possibilidades de constrangimentos e

desconforto no local que responder o questionário. Em casos de possíveis riscos, serão providenciados apoio psicológico no Centro de Pesquisa Aplicada - CPA da Universidade Paulista - UNIP.

Quanto aos benefícios decorrentes de sua participação, são esperados os seguintes para essa pesquisa: compreensão e reflexão sobre a influência das redes sociais sob o comportamento humano, incentivo à busca de apoio psicológico, caso considere pertinente, a partir das respostas dadas e reflexão sobre padrões de beleza exigidos pela sociedade e autoaceitação.

Caso tenha interesse, você poderá solicitar o envio por e-mail do resultado de sua participação.

Gostaríamos de deixar claro que sua participação é voluntária e que poderá recusar-se a participar ou retirar o seu consentimento, ou ainda descontinuar sua participação se assim o preferir, sem penalização alguma ou sem prejuízo ao seu cuidado. Caso queira retirar o seu consentimento, entre em contato com a pesquisadora responsável, Ana Terra Pires de Moraes, pelo e-mail ana.moraes113@docente.unip.br com cópia para o CEP--UNIP, pelo e-mail cep@unip.br. Os seus dados serão retirados casos seja possível identificá-los no banco de dados.

Desde já agradecemos sua atenção e participação e colocamo-nos à disposição para maiores informações.

Enfatizamos a importância de que você guarde em seus arquivos uma cópia deste documento eletrônico. Caso não seja possível salvar em seu computador ou celular uma cópia em PDF, você poderá solicitar ao pesquisador responsável.

Esta pesquisa está em análise para apreciação e aprovação pelo CEP-UNIP (Campus Indianópolis).

Jefferson Tertuliano da Silva (Orientando)

Mariana Kneipp Guimarães do Valle (Orientanda)

Ana Terra Pires de Moraes (Orientadora)

## QUESTIONÁRIO

**1. Você se identifica como mulher?**

SIM

NÃO

**2. Você possui profissão?**

SIM

NÃO

**3. Se possui profissão, em qual área trabalha?**

**4. Qual sua faixa etária:**

até 18 anos

entre 31 e 40 anos

entre 19 e 23 anos

entre 41 e 54 anos

entre 24 e 30 anos

acima de 55 anos

**5. Faz uso da rede social Instagram?**

SIM

NÃO

**6. Qual o seu tempo médio de uso do Instagram?**

menos de 1 hora por dia

acima de 3 horas por dia

entre 1 e 2 horas por dia

Não se aplica

entre 2 e 3 horas por dia

**Para os itens abaixo, selecione o seu grau de probabilidade de ocorrência de cada uma das seguintes afirmações, quando da utilização do Instagram:**

Afirmações	Nunca é verdade	Usualmente não é verdade	Ocasionalmente verdade	Usualmente verdade	Sempre verdade
7. Faço edições nas minhas fotos/vídeos para me sentir mais confortável.					
8. Evito efetuar publicações devido a minha aparência física.					
9. Fico me comparando com as pessoas que sigo na plataforma.					
10. Já pensei em realizar mudanças físicas e estéticas em decorrência das publicações que vejo.					

11. Após acesso à plataforma, me sinto triste e desconfortável quanto à minha aparência física.					
12. Percebo que as publicações do <i>Instagram</i> influenciam nas minhas escolhas alimentares.					
13. Percebo que o <i>Instagram</i> influencia na minha percepção e relação com meu corpo.					
14. Enxergo-me negativamente diferente do que as pessoas costumam falar.					