

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO – UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

CAMILA VILA NOVA WANDERLEY  
LUCAS BRENO BEZERRA SANTOS  
LUCIELLY COSTA DAMASCENO SANTOS

**A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NO  
DESENVOLVIMENTO DE DISMORFIA CORPORAL  
EM MULHERES: UM OLHAR ATRAVÉS DA  
ABORDAGEM CENTRADA NA PESSOA**

RECIFE/2022

CAMILA VILA NOVA WANDERLEY  
LUCAS BRENO BEZERRA SANTOS  
LUCIELLY COSTA DAMASCENO SANTOS

**A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NO  
DESENVOLVIMENTO DE DISMORFIA CORPORAL  
EM MULHERES: UM OLHAR ATRAVÉS DA  
ABORDAGEM CENTRADA NA PESSOA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Disciplina TCC II do Curso de Psicologia do Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como requisito para conclusão do curso.

Orientadora: Espec. Catarina Burle Viana.

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

W245i Wanderley, Camila Vila Nova

A influência do instagram no desenvolvimento de dismorfia corporal em mulheres: um olhar através da abordagem centrada na pessoa. / Camila Vila Nova Wanderley, Lucas Breno Bezerra Santos, Lucielly Costa Damasceno Santos. Recife: O Autor, 2022.

29 p.

Orientador(a): Prof. Esp. Catarina Burle Viana.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Psicologia, 2022.

Inclui Referências.

1. Dismorfia corporal. 2. Autoimagem. 3. Instagram. I. Santos, Lucas Breno Bezerra. II. Santos, Lucielly Costa Damasceno Santos. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 159.9

## RESUMO

Diante da necessidade de elaboração de estudos atuais a respeito dos impactos das redes sociais na autoestima de mulheres, e do crescente uso e possível influência do Instagram no cotidiano das pessoas, o presente estudo tem como objetivo compreender como esta rede social pode influenciar no desenvolvimento de dismorfia corporal em mulheres. Também visa identificar suas ferramentas e como seu alcance pode atuar na imposição do padrão de beleza, além de analisar, através da perspectiva da Abordagem Centrada na Pessoa, como se dá o processo de dismorfia e compreender de que forma o(a) psicólogo(a) pode atuar diante desta questão. A metodologia de pesquisa utilizada foi a revisão sistemática de literatura, em que 6 artigos de acordo com o tema foram selecionados. Identificou-se que os padrões de beleza estabelecidos pelas interações sociais, intermediados por aplicativos como o Instagram, apresentam impacto direto na vida das mulheres por meio das pressões estéticas lançadas sobre elas, ocasionando problemas de autoestima e afetando a autoimagem, que por sua vez causam danos à saúde física e mental. Torna-se fundamental a procura de um profissional da Psicologia, e aquele que trabalha dentro da Abordagem Centrada na Pessoa pode desenvolver um trabalho eficiente baseado nas teorias de Carl Rogers. Considerando que este é um transtorno pouco debatido, sobretudo ao relacioná-lo com o uso de redes sociais, é necessário salientar a importância de realização de mais estudos sobre o tema, com a intenção de gerar conhecimento e favorecer o atendimento a pessoas que chegam à clínica com esta demanda.

Palavras-chave: dismorfia corporal; Instagram; autoimagem; abordagem centrada na pessoa.

## **ABSTRACT**

Considering the need of updated studies on the impacts of social media on women's self-worth and considering the growing use and possible influence of Instagram in people's daily life, this study aims to understand how this social network can influence the development of body dysmorphia on women. This study also aims to identify Instagram's tools and how its reach can act within the imposition of beauty standards and to analyze, through the perspective of the Person-Centered Approach, how the dysmorphia process takes place and how psychologists may act regarding this issue. The methodology used was the systematic literature review, and 6 articles regarding the theme were selected. It was identified that the beauty standards established by social interactions, mediated by applications such as Instagram, have a direct impact on women's life through the aesthetic pressures that are laid upon them, leading to self-worth problems and affecting their self-image, which, in turn, cause damage to their physical and mental health. Thus, searching for a Psychology professional becomes fundamental and those who work with the Person-Centered Approach can develop an efficient work based on Carl Rogers' theories. Taking into consideration that this is a little discussed condition, especially when related to the use of social networks, it is necessary to underline the importance of more studies on the subject, in order to produce knowledge and to support the treatment of people who come to the clinic with this demand.

**Keywords:** body dysmorphia; Instagram; self-image; person-centered approach.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>As redes sociais e o Instagram.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2</b>	<b>Os padrões de beleza e a dismorfia corporal.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3</b>	<b>O self ideal e o self real na Abordagem Centrada na Pessoa.....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....</b>	<b>17</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>DISCUSSÃO.....</b>	<b>20</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>29</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A autoimagem é uma questão comum quando se trata de psicoterapia em mulheres, que surgem com demandas relacionadas à baixa autoestima e muitas vezes apresentam transtornos, seja alimentar, de ansiedade e/ou depressão, advindos da necessidade de possuir um corpo dentro dos padrões de beleza atuais na sociedade. O culto ao corpo, bastante abrangente através de fotos e vídeos no Instagram, torna-se um ponto crucial nesse processo de insatisfação com a própria imagem e, conseqüentemente, na busca excessiva por mudanças que atendam a esse corpo visto como ideal (GOUVEIA; GUIMARÃES, 2015).

Dentro dos possíveis transtornos desenvolvidos, sobretudo pela incessante busca de uma imagem perfeita, há o Transtorno Dismórfico Corporal ou Dismorfia Corporal, mais conhecido como TDC, que é caracterizado por uma importante afetação na percepção do sujeito a respeito de sua própria imagem. A partir dessas percepções desalinhadas, o TDC leva o indivíduo a preocupações consideradas irracionais com suas características físicas, a exemplo: nariz torto, olhos pequenos, pele manchada, etc., e essa preocupação excessiva, conseqüentemente, causa maiores complicações à saúde física e mental (KOEHLER, 2020).

Os profissionais de Psicologia precisam estar preparados para acolher as demandas dessas mulheres que cada vez mais chegam na psicoterapia insatisfeitas com seus corpos, portanto é de suma importância um estudo minucioso sobre o que de fato pode influenciar e agravar a dismorfia corporal, a fim de lidar com esse cenário e com essas pessoas em um ambiente clínico.

É na perspectiva de conseqüências do uso do Instagram que surge a necessidade de análise das influências que os conteúdos compartilhados podem gerar, sobretudo as imagens e vídeos considerados irreais, alterados por filtros ou pela escolha do usuário de mostrar uma vida feliz e realizada, muitas vezes atrelada a um corpo perfeito. Sendo assim, surge a seguinte pergunta-problema: Como o Instagram pode impactar na percepção das mulheres, levando-as à dismorfia corporal?

Partindo do pressuposto que as mulheres são as mais atingidas pelo culto ao corpo, determinado por um padrão de beleza socialmente aceito, o presente estudo tem como objetivo geral compreender como o Instagram pode influenciar no desenvolvimento de dismorfia corporal em mulheres. Os objetivos específicos são: 1) identificar como o Instagram, suas ferramentas e alcance social, atuam na imposição

do padrão de beleza sobre a mulher; 2) analisar, à luz da Abordagem Centrada na Pessoa, o processo de dismorfia corporal em mulheres e 3) compreender de que forma o(a) psicólogo(a) acepista pode atuar no processo de reconhecimento potencial do indivíduo com dismorfia corporal.

A hipótese da pesquisa parte da ideia de que o Instagram pode impactar na percepção das mulheres com relação à sua própria imagem tanto no consumo de fotografias e estilos de vida de outras pessoas – que costumam ser irreais e/ou arquitetadas para mostrar uma ideia de felicidade advinda da perfeição dos corpos, estabelecida pelos padrões de beleza –, quanto pelas próprias ferramentas do aplicativo, a exemplo dos filtros, que distorcem a imagem apresentada pelas e para as pessoas. Esse impacto na autoimagem pode ser um fator crucial no desenvolvimento de dismorfia corporal, principalmente em mulheres, que sofrem mais com a pressão para atingirem um padrão estético socialmente aceito.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 As redes sociais e o Instagram**

Através da expansão tecnológica, as redes sociais surgiram com a proposta de permitir um novo tipo de interação entre as pessoas: a virtual, a se concretizar ao alcance de poucos cliques. Muito presente na vida cotidiana do sujeito pós-moderno, cada vez mais se torna imprescindível o seu uso em vários contextos, seja pessoal, profissional e/ou a nível de entretenimento e consumo de produtos. Esse novo quadro de relacionamentos virtuais, segundo Silva, Costa e Oliveira (2020, p. 4), “trouxe consigo a ampliação das ‘possibilidades de viver’, transformando-a num estilo de vida focado cada vez mais nos eventos do cotidiano”.

A popularização das redes sociais permitiu uma expansão da vida social como um todo, visto que seus usuários podem, por meio delas, compartilhar detalhes de sua vida com um círculo maior de pessoas, independentemente de estarem ou não em seu convívio presencial.

A busca dos usuários por mais exposição permite que essas redes sobrevivam em meio a várias transformações no modo de viver e de agir, bem como na criação rápida de estilos diversificados, de profissões emergentes, novas tendências e formas de consumo de produtos e informações, como uma grande vitrine de opiniões, conceitos e imagens. Essa vitrine possibilita que o usuário construa uma

personalidade e, a partir dela, uma reputação, permitindo que outros usuários sejam influenciados e construam impressões sobre os outros (RIBEIRO; MOSCON, 2018).

Vários estudos acerca das redes sociais sugerem uma grande necessidade de os usuários terem voz e serem “ouvidos” por outras pessoas, exaltando o desejo de manifestarem suas opiniões, seus gostos e posicionamentos, bem como a manutenção de novas amizades e união com grupos de interesses comuns (OLIVEIRA; ARAUJO; FIGUEIREDO, 2017).

Essa vontade de pertencimento em um grupo gera nos sujeitos a necessidade de permanecer online, conectado, inserido na sociedade, ainda que de forma virtual. Essa comunidade, apesar de menos controlada do que a real, possui regras como em qualquer outra e fomenta um espaço de formação de subjetividades e identidades, tornando-se um mecanismo de influências em diversos sentidos.

Em 2016, foi publicada, através da revista Forbes, uma pesquisa realizada pela Agência Emarketer, em que se concluiu que o Brasil é o país da América Latina com mais usuários que usam seus *smartphones* com objetivo de se conectar nas redes sociais, totalizando o número de 97,8 milhões de pessoas, uma quantidade expressiva e que se estende com relação ao Instagram, onde mais de 95 milhões de fotos são compartilhadas diariamente, com mais de 1 bilhão de usuários ativos no mundo.

Segundo Vermelho *et al* (2014, p. 2), “as novas tecnologias permitiram a criação de meios de comunicação mais interativos, liberando os indivíduos das limitações de espaço e tempo, tornando a comunicação mais flexível”. Dentre tantas possibilidades de comunicação, seja por compartilhamento de fotos, vídeos, diários de bordo e desenvolvimento dos mais variados conteúdos, o Instagram se configura como uma plataforma interativa inaugurada em 6 de outubro de 2010, a partir da simplificação de um aplicativo chamado *Burbn*, no entanto, os desenvolvedores focaram na função de postagens de fotografias por considerarem mais atrativa.

No Instagram é possível o compartilhamento de fotos e vídeos em tempo real, sem nenhuma limitação quantitativa, e cada um pode vir acompanhado de uma descrição, ou seja, um texto de até 220 caracteres, que varia de acordo com o objetivo do usuário ao postar. Além disso, também pode-se usar os *stories*, uma ferramenta de imagens e/ou vídeos em que a proposta é a publicação imediata de algum conteúdo que só permanece na plataforma durante 24 horas, depois é removido. O consumo dos *stories* é mais rápido, porém possibilita uma interação direta e talvez mais concisa a respeito da experiência de quem posta em relação a quem está

interagindo. Já a opção “ao vivo” permite as transmissões e gravações de vídeo em tempo real, que poderão ser salvas e revisitadas pelos seguidores a qualquer hora.

Em todas as possibilidades de comunicação do Instagram, é possível o uso de filtros e edições das imagens e vídeos postados. Esses filtros, de acordo com Gouveia e Guimarães (2015, p. 23), são ferramentas “utilizadas para dar efeitos nas fotos; as possibilidades de manipulação da imagem, como brilho, contraste, saturação; a sincronização e compartilhamento em outras redes sociais”. Diante disso, entende-se que grande parte dos conteúdos compartilhados sofre modificações que podem gerar uma ideia irreal sobre aquilo que é visto pelas pessoas que os consomem.

É certo que o usuário tem o poder de escolha sobre o que mostrar e o que não mostrar tanto de sua aparência quanto de suas experiências, sentimentos e comportamentos; é ele quem constrói o seu capital social através daquilo que apresenta perante a “sociedade” virtual. A imagem que ele aparenta, por si só, não diz respeito apenas à sua presença na comunidade, mas ao retorno que esse compartilhamento pode gerar, seja aceitação, status, visibilidade ou popularidade (GOUVEIA; GUIMARÃES, 2015).

Essa nova forma de se comunicar e interagir interfere na maneira como os indivíduos lidam com aspectos espaciais e temporais da própria realidade; o alcance que os conteúdos compartilhados atingem se tornou tão grande que reflete em como a rotina das pessoas podem ser desempenhadas, configurando toda uma cadeia de influência cultural, cujas consequências necessitam de análise (CASTELLS, 2006).

É importante compreender que o que é visto nas redes sociais reflete um comportamento previamente padronizado e que, de alguma forma, foi socialmente aceito e apreendido por determinado grupo de pessoas. Este conteúdo gera comoção suficiente para ser repassado por outros grupos, assim se transformando numa rede de influências. A questão da imagem corporal passa por este mesmo processo dentro de uma gama ampla de compartilhamentos. Desta maneira, é imprescindível refletir sobre os padrões de beleza dentro da sociedade atual e a relação que pode ter com os transtornos de imagem.

## **2.2 Os padrões de beleza e a dismorfia corporal**

O conceito de beleza perpassa por questões históricas que envolvem diversas culturas, portanto não há um padrão de beleza e ideal de belo definidos e estáticos, comuns a todas as pessoas do planeta e a qualquer época. Em sua definição mais

simples, Ferreira (2000) explica beleza como aquilo que é agradável aos sentidos. Sendo o modo de sentir diferente para cada indivíduo, é certo afirmar que o que é belo pode sofrer distintas percepções, de acordo com o olhar subjetivo dos indivíduos inseridos em determinados grupos.

A valorização da beleza sempre esteve presente numa perspectiva coletiva, sendo evidenciada por meio da arte, pintura e literatura; e é esse belo exposto na arte que anda em conjunto com a percepção social e vem sendo modificado ao longo dos anos, conforme outras influências e fatores se alinham e adequam à realidade das pessoas em resposta às mudanças sociais (ALBUQUERQUE; GUIMARÃES, 2020).

Segundo Silva *et al* (2018, p. 809), “o corpo pode ser compreendido como uma forma biológica moldada pela sociedade, o que faz dele uma forma de compreender os fenômenos sociais”. Logo, esse corpo reproduz uma imagem cheia de sentido, que é percebido pelo próprio sujeito de uma maneira que é, ao mesmo tempo, individual e coletiva, desenvolvendo-se para além daquilo que se é para uma entidade que mescla as relações interpessoais, os códigos de conduta sociais e o desenvolvimento cognitivo e emocional do próprio sujeito.

Em sua origem, o ideal de beleza estava presente nos deuses da mitologia grega; no Egito, a beleza e os rituais de Nefertiti eram exaltados e o uso de maquiagem e produtos de beleza ficaram em destaque; já em Atenas, os cuidados estavam mais ligados ao banho e à prática de exercícios físicos. Com o passar dos tempos, na construção histórica do conceito de beleza, a figura da mulher sempre esteve presente (SILVA *et al*, 2018).

A Revolução Industrial, a globalização e a ascensão do capitalismo no século XX são marcos históricos que transformaram, também, a maneira como corpos são vistos, tornando-se um meio para o comércio de mercadorias das mais variadas vertentes. Entre os anos 60 e 80, o padrão de beleza coloca em evidência mulheres mais magras, conforme os manequins utilizados por marcas influentes no mundo da moda. O corpo exposto nas vitrines e desfiles, visto como ideal, passou a ser associado a uma visão de sucesso atrelado ao consumo, colocando o corpo diferente do exposto em um conceito de menos valia perante a sociedade capitalista. A suposta liberdade corporal adquirida com a chegada da modernidade começa a ocultar punições e estado de excessiva vigilância sobre os corpos que não estão dentro do esperado (SANTOS, 2020).

O corpo feminino colocado dentro de um padrão consumista, exposto de maneira ainda mais evidente por causa da ascensão da globalização e a chegada da internet, começou a gerar impacto na saúde mental das mulheres, que em sua grande maioria desejam ingressar nesses padrões e se comparam a ele. Ao se perceberem diferentes, buscam se encaixar para evitar a inadequação e exclusão dos grupos aos quais querem pertencer. Neste sentido, o sexo feminino é colocado à frente de sentimentos de rejeição ligados ao seu corpo, o que gera questões com a baixa autoestima (OLIVEIRA; HUTZ, 2010).

A fixação de padrões utópicos sobre o corpo das mulheres carrega o sentimento de frustração e, conseqüentemente, dá margem ao desenvolvimento de transtornos alimentares e de imagem. Diante desses transtornos, o Transtorno Dismórfico Corporal ou Dismorfia Corporal (TDC) é compreendido quando há uma distorção no modo de percepção de si do sujeito com relação ao seu corpo. O indivíduo se sente incomodado, de maneira irracional, com uma ou mais características de sua aparência, chegando a causar maiores complicações à saúde física e mental, pois essa percepção distorcida gera profundo sofrimento psíquico e o leva a um processo de erradicação desse sofrimento, que é, na verdade, uma erradicação do suposto “defeito” percebido. Para tal, é comum que pessoas com TDC não meçam conseqüências na tentativa de aniquilar o que considera errado em si mesmas (KOEHLER, 2020).

Os indivíduos com TDC percebem seu corpo de maneira distorcida e se sentem envergonhados com suas características e traços do rosto e corpo, o que causa impacto em suas relações sociais, haja vista que é comum que esses sujeitos se distanciem dos outros por medo da rejeição e vergonha por não estar de acordo com o aceitável (SOUZA; SILVA, 2016).

Diante desse quadro, colocam-se em situações de riscos severos, pois se submetem a procedimentos estéticos altamente invasivos, além de exercícios físicos excessivos e dietas mirabolantes. Alguns transtornos alimentares estão diretamente relacionados ao TDC, como é o caso da bulimia e da anorexia; além da vigorexia, que é um transtorno de imagem.

No quadro de bulimia, a pessoa ingere compulsivamente uma grande quantidade de alimentos e, logo em seguida, tende a provocar vômito para expelir o que foi ingerido. O comportamento compulsivo e subjetivo é a principal característica

desse transtorno, que provoca sentimentos de culpa e vergonha (PAPALIA; OLDS; FELDMAN, 2016).

Os indivíduos que vivenciam a bulimia valorizam excessivamente o corpo considerado ideal, distorcendo, de maneira grosseira, a imagem que possuem sobre si até acreditarem que jamais será boa o suficiente para se encaixar no padrão (DINIZ; LIMA, 2017).

Já a anorexia, para Giordani (2006, p. 81), “é um transtorno no comportamento alimentar com a distorção da autoimagem corporal, sendo sua principal característica o medo mórbido de engordar e uma forma preventiva de realizar a restrição alimentar”. Desse modo, entende-se que, apesar de características próximas em distorção de imagem, a bulimia e anorexia se diferem quando na primeira ocorre uma compulsão na ingestão de alimentos e, na última, ocorre uma restrição na ingestão de alimentos.

Já a vigorexia, também descrita como anorexia reversa ou dismorfia muscular, é o fenômeno no qual o indivíduo se percebe mais artrófico, ou seja, menor e mais “fraco” do que realmente é, levando assim ao excesso de treinamento físico muscular e consumo de suplementos alimentares, aumentando o risco de lesões e desidratação (CASTRO; CATIB, 2014).

O que se percebe quando o assunto é Transtorno Dismórfico Corporal, são duas questões relevantes: a primeira é a existência de um ideal de corpo, algo pelo que os indivíduos se sentem no dever de seguir para se encaixar nos grupos sociais, e a outra é o sentimento de inadequação que a ausência de realização desse ideal causa no funcionamento psíquico. Ambos os fatores podem ser associados aos estudos realizados por Carl Rogers no desenvolvimento da Abordagem Centrada na Pessoa, em que alega que a discrepância entre o ideal e o real pode causar malefícios à saúde mental dos sujeitos.

### **2.3 O self ideal e o self real na Abordagem Centrada na Pessoa**

A Abordagem Centrada na Pessoa (ACP) é o fruto dos vastos trabalhos acadêmicos e experiências clínicas de Carl Rogers (1902 – 1987), que vão desde o fazer psicoterápico aos relacionamentos e conflitos, além de aspectos da personalidade do sujeito. Rogers é considerado um autor de grande importância na consolidação da Psicologia Humanista e no desenvolvimento do conceito de self, trazendo contribuições significativas nas áreas escolar, clínica, organizacional e social (GUIMARÃES; SILVA NETO, 2015).

Em suas obras, Rogers traz alguns conceitos fundamentais da ACP, dentre eles estão: tendência atualizante, self, congruência, self ideal e o self real, importantes para a conexão entre as questões das redes sociais, dos padrões de beleza e da dismorfia corporal com a teoria da ACP.

Segundo Rogers (1997, p. 159), “todo organismo é movido por uma tendência inerente para desenvolver todas as suas potencialidades e para desenvolvê-las de maneira a favorecer o seu enriquecimento”. É a chamada *tendência atualizante*, um processo contínuo e natural que faz o sujeito caminhar para a superação de um determinado estado rumo à atualização de suas potencialidades.

Para o sujeito se atualizar, é preciso todo um contexto de experiências positivas na sua própria percepção, e são essas experiências que vão contribuir para a valorização e conservação de um “eu” (self) fluido, mutável. Através da interação do indivíduo com o meio em que vive, ele pode se desdobrar em experiências em si e criar uma noção deste eu, que irá guiar as suas ações e pensamentos. No entanto, "não se trata tanto do 'eu', tal como existe em realidade, mas do 'eu' tal como é percebido pelo indivíduo" (ROGERS, 1977, p. 43). Sendo assim, o conceito de self é a percepção que o sujeito tem de si mesmo, e é

uma estrutura, isto é, um conjunto organizado e mutável de percepções relativas ao próprio indivíduo. Como exemplo dessas percepções citemos: as características, atributos, qualidades e defeitos, capacidades e limites, valores e relações que o indivíduo reconhece como descritivos de si mesmo e que percebe constituindo sua identidade. Esta estrutura perceptual faz parte, evidentemente – e parte central – da estrutura perceptual total que engloba todas as experiências do indivíduo em cada momento de sua existência. (ROGERS, 1992, p. 44).

Percebe-se que o conceito de self proposto por Rogers faz parte de uma estrutura abrangente que, representada pelo organismo, pode ser considerada uma condição consciente de si, atribuindo significados com os quais a pessoa se identifica e percebe a realidade ao seu redor (MAIA; GERMANO; MOURA JÚNIOR, 2009).

Quando o indivíduo consegue vivenciar um estado de acordo interno que permite que ele entre em contato consigo mesmo, entre o que é sentido e o que é simbolizado, significa que esse sujeito está dentro do *self real*. Por outro lado, quando ele possui a percepção e o conceito de si baseado naquilo que *gostaria* de ser, não do que de fato é, fala-se do *self ideal* (BRANCO, 2012).

O self, à medida que se desenvolve, é influenciado por valores, expectativas sociais, maneiras de sentir e pensar considerados aceitos no nível social em que o sujeito está inserido, e que a pessoa internamente seleciona para buscar uma gama de identificações e se estabelecer como um ser que vai representar esse “eu” (GUIMARÃES; SILVA NETO, 2015).

O self ideal é geralmente carregado de opiniões alheias, pressões sociais e padrões estabelecidos pela sociedade, fazendo com que o indivíduo encaminhe seu próprio “eu” numa direção desvinculada de suas reais necessidades e identificações. Rogers (1991), define o self ideal como um conjunto de características que o indivíduo gostaria que fossem atribuídas a si mesmo. Porém, a insatisfação se estabelece na diferença entre o self ideal e o self real, e é desse desequilíbrio interno que pode surgir a neurose.

Ainda de acordo com Rogers (1992), uma das grandes questões inerente a todos os sujeitos é o fato de ele necessitar ser quem é, viver de forma congruente com seus sentimentos, pensamentos e ações. O autor afirma que, quanto mais a pessoa conseguir assumir, sem receios, a complexidade de seus sentimentos, e agir de acordo com eles, maior será a sua *congruência*. Portanto, a congruência é uma condição básica para que haja aprendizagem e uma vida psíquica mais leve, carregada de sentidos que farão esse indivíduo se tornar aquilo que de fato é.

Sendo assim, o sujeito com uma boa saúde mental precisaria se encontrar numa aceitação daquilo que se é verdadeiramente, abandonando um ideal que, muitas vezes, torna-se inalcançável. Para Rogers (1991), uma forma de prever o comportamento futuro de uma pessoa é saber como ela se vê. Quanto mais realista for a sua autopercepção, mais preparada para uma vida saudável no mundo emocional ela está.

Os conceitos de congruência e self ideal e real podem ser interligadas com a Dismorfia Corporal no sentido de que, a partir do pensamento de Rogers, uma pessoa que sofre com esse transtorno se mantém com a autopercepção desequilibrada, logo, é um sujeito que está vivenciando a incongruência. Esse modo de existir incongruente gera muito sofrimento psíquico, pois esse ser vivencia uma experiência distante de seu próprio self, não o reconhecendo nem o aceitando verdadeiramente.

Neste sentido, é fundamental que o sujeito que vive na incongruência realize um trabalho psicoterápico sério, a fim de entrar em contato com seu self real e começar a viver de fato dentro daquilo que traz sentido à sua existência.

### 3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Para garantir uma discussão ampla e eficaz no presente estudo, escolheu-se o tipo de pesquisa como sendo *qualitativa*. Segundo Soares (2020, p. 1), “a pesquisa qualitativa se caracteriza pelo desenvolvimento conceitual, de fatos, ideias ou opiniões, e do entendimento indutivo e interpretativo a partir dos dados encontrados”, deste modo, esse tipo de pesquisa tem um caráter subjetivo, englobando a espontaneidade e a exploração dos materiais coletados.

Dentro da pesquisa qualitativa, o método a ser utilizado é o de *revisão sistemática de literatura*. Segundo Galvão e Pereira (2014, p. 183), o método escolhido “trata-se de um tipo de investigação focada em questão bem definida, que visa identificar, selecionar, avaliar e sintetizar as evidências relevantes disponíveis”, a fim de garantir uma profunda reflexão a respeito do tema, envolvendo o que já foi descrito na literatura com novas ideias e aportes teóricos, construindo, assim, um novo saber científico.

As bases de dados utilizadas para o levantamento teórico foram as plataformas Google Acadêmico, IndexPsi e Pepsic. O processo de seleção se mostrou um tanto complexo pela escassez de trabalhos que relacionam os temas propostos no presente estudo. Por exemplo, nenhum resultado foi encontrado com os descritores escolhidos inicialmente, que foram: *dismorfia corporal*, *ACP* e *autoimagem*. Várias formas de escrita e maneiras de afunilar a pesquisa foram realizadas, e ainda assim os resultados não se mantiveram dentro da proposta.

Por fim, foram escolhidos descritores mais genéricos, de forma que foi necessária uma leitura mais minuciosa dos trabalhos encontrados para a seleção dos textos. Depois desse processo, encontrou-se resultados favoráveis utilizando os seguintes descritores: *Instagram*, *autoimagem* e *Psicologia*. Foram encontrados, ao todo, 87 artigos. Nenhum desses artigos favoráveis traziam a *ACP* como base de estudo, portanto foi estabelecida a utilização das teorias do próprio Carl Rogers para conceituar e relacionar os temas propostos.

Para a seleção dos resultados, foram utilizados os seguintes critérios de inclusão: projetos datados de 2020 até os dias atuais, ou seja, dos últimos cinco anos, além de que foi dada prioridade para os textos que englobassem todos os temas propostos nesta pesquisa, de forma a contribuir para a discussão, e que estivessem na língua portuguesa. Também foram colocados como critério de inclusão as

pesquisas que possuíam reflexões especificamente sobre as mulheres, sua relação com a autoimagem e padrões de beleza.

Quanto aos critérios de exclusão, foram removidos todos os textos que não estavam em português e que não correspondiam a nenhum dos objetivos da pesquisa, além daqueles que foram considerados antigos, ultrapassados para a realidade atual. Sendo assim, para discutir a temática e responder à pergunta de pesquisa proposta por este estudo, foram utilizados 5 artigos após a leitura do título e resumo, além da seleção do livro de Carl Rogers *Terapia Centrada no Cliente* (1992).

#### 4 RESULTADOS

De acordo com os critérios de inclusão e exclusão definidos metodologicamente, foram selecionados os seguintes artigos dispostos na tabela abaixo, que serviram de subsídio teórico na construção da discussão de pesquisa:

Autor	Ano	Título	Objetivo	Resultados	Consideração Final
BASTIAN, F.C.	2020	Os padrões de beleza e seus efeitos sobre autoimagem, autoestima e imagem corporal.	Analisar a influência dos padrões de beleza estéticos contemporâneos na autoimagem, autoestima e imagem corporal de mulheres.	Os padrões de beleza contemporâneos possuem importante influência sobre a autoimagem e autoestima das mulheres em toda parte.	Há uma relação direta entre a influência dos padrões de beleza e a imagem corporal, autoestima e autoimagem das mulheres.
OLIVEIRA, E.; ANDRADE, L.; SANTOS, M. R.	2020	Capitalismo de vigilância: uma discussão filosófica sobre a influência de redes sociais na autoimagem da mulher.	Investigar como a lógica econômica imbricada nas redes sociais pode influenciar a forma como	A relação entre mídias e redes sociais e a insatisfação corporal da mulher estão relacionadas. Facebook e Instagram estão associados	O capitalismo de vigilância pode interferir no comportamento das mulheres, causando problemas de

			a mulher se percebe.	como as plataformas digitais de interação que mais produzem nas mulheres ansiedade.	ordem psicológica.
BRITO, A.; SIMÕES, R.	2021	Disfunção de imagem: as relações entre as redes sociais e a construção da imagem corporal.	Delinear o aumento, nos últimos anos, dos casos de transtornos relacionados à imagem pessoal e identificar se existe correlação com o uso das redes.	O chamado advento das redes sociais está diretamente relacionado ao crescimento de transtornos.	Do mesmo modo em que as redes sociais são responsáveis pelo aumento de transtornos, hoje, são um dos principais veículos para estimular a aceitação corporal.
LIMA, M.	2021	E fora do story, você está bem? As consequências do uso do Instagram Para a Saúde Mental.	Abordar as consequências que o uso exacerbado do Instagram, bem como as demais redes sociais, pode causar para a saúde mental de seus usuários.	É preciso considerar que as redes sociais sozinhas não causam nenhuma das enfermidades citadas, pois as redes apenas trazem à tona aquilo que o usuário possui em estado latente.	A tecnologia trouxe a solidão, a falta de empatia, isolamento e problemas psicológicos que são efeitos do uso constante das redes sociais.
LAURO, L.	2021	Vitrine do eu: a construção discursiva de estereótipos de beleza feminina no Instagram.	Refletir sobre os estereótipos de beleza feminina no	Os enunciados produzidos no Instagram resultam na construção de estereótipos de corpo feminino	O Instagram é uma vitrine onde os corpos são expostos; entretanto, para que esse

			aplicativo Instagram.	belo e que os corpos que não se enquadram nesses estereótipos são tidos como corpos sem valor.	corpo tenha o direito de orbitar sob as luzes da rede social, é preciso entrar numa ordem discursiva.
--	--	--	-----------------------	--	---

Fonte: criado pelos autores (2022).

Além dos artigos dispostos acima, foi selecionado o livro *Terapia Centrada no Cliente*, de Carl Rogers (1992), como complemento teórico para a análise e interpretação do tema correlacionado à Abordagem Centrada na Pessoa. Foram utilizados conceitos fundamentais desta abordagem para embasar o fazer do profissional da Psicologia que utiliza a ACP na condução de seus atendimentos.

## 5 DISCUSSÃO

O presente estudo teve como finalidade, por meio da revisão sistemática de literatura, entender como o Instagram pode influenciar no desenvolvimento de dismorfia corporal em mulheres, sendo necessário compreender, a partir dos estudos revisados, a ação das mídias sociais no estabelecimento de padrões de beleza e sua influência na autoimagem e autoestima da mulher contemporânea.

As pesquisas analisadas expuseram conexões entre o Instagram e a exposição de forma massiva de padrões de beleza por meio de modificações de imagem e publicações comerciais, que afetam de forma direta e indireta a visão pessoal que a mulher tem de si mesma. O estudo realizado por Lauro (2021) expõe o processo de distorção de imagem em jovens mulheres devido ao uso massivo de filtros do Instagram, que conduzem para padrões de beleza irreais, e também apresenta o movimento do Instagram no ano de 2019, que chegou a banir alguns desses filtros que simulavam procedimentos estéticos devido ao seu impacto na autoestima e percepção de imagem.

Pode-se dizer que o conceito de beleza é abstrato e modificável, claramente relacionado a uma diligência inalcançável pela beleza em sua plenitude. Essa procura está correlacionada com a influência empregada pelo contexto social através de estereótipos projetados na arte, pintura e também na literatura. Esses padrões

atingem de forma abrangente tanto aqueles que sentem a necessidade de adequação quanto os que se sentem excluídos por não apresentarem o padrão de beleza almejado e imposto pelo meio social (ALBUQUERQUE; GUIMARÃES, 2020).

Entender o “belo” e as relações de beleza é uma tarefa extremamente difícil e relativa, porém é inegável sua influência atual sobre pessoas e negócios, mostrando sua importância e impacto tanto na sociedade quanto no ser humano individualmente, visto que essa beleza é construída através das transformações culturais e das manifestações sociais de um ideal, uma verdade própria, ou seja, uma imposição da do que é considerado belo.

Os resultados encontrados apontam para uma relação entre os padrões de beleza e seus prejuízos na autoestima e imagem corporal da mulher. A não aceitação corporal, consequência da sujeição aos padrões de beleza, move mulheres a buscar soluções extremas, frequentemente dispensáveis para alterar sua aparência e alcançar o “corpo ideal”, como a exemplo os procedimentos cirúrgicos, estéticos e as dietas privativas. Foi criado um modelo que para que se obtenha a felicidade e uma vida “perfeita” inserida naquele padrão de beleza, ou seja, ser considerada bela e atraente se tornou uma condição primordial (BASTIAN, 2020).

Toda a sociedade após a industrialização passou por uma reconfiguração, sobretudo com o início da modernização, quando novos desenvolvimentos tecnológicos surgiram. Um exemplo disso é a tecnologia da informação advinda do surgimento da internet. Percebe-se que os conceitos de beleza eram disseminados através de muitas maneiras de informação perpassando pelos meios mais utilizados em cada época. Visto que esses padrões foram sendo reproduzidos através de arte, pintura e literatura, na contemporaneidade se observa o meio digital como grande veículo de comunicação e disseminação desses estereótipos de beleza, tendo grande influência na busca incessante pela “beleza ideal” (OLIVEIRA; ANDRADE; SANTOS, 2020).

A internet e as redes sociais trouxeram novas formas de compartilhamento nunca vistas e de grande alcance, um fenômeno que chamamos de novo formato de globalização. Sendo assim, é importante entender os efeitos causados na sociedade a partir da sua interação com esse espaço e como possui influência nas novas maneiras de construir relações sociais e nas diversas possibilidades de que são oferecidas ao indivíduo para se adaptar e se recriar de forma constante, de acordo com os anseios do meio digital (BRITO; SIMÕES, 2021).

É possível identificar evidências da imposição dos padrões de beleza através das propagandas e comerciais em forma de vídeos e imagens, muitos desses instrumentos editados digitalmente através de programas (*softwares*) de edição, transparecendo características irreais como: a imagem de uma mulher sem celulites, a ausência de marcas de expressão no rosto, entre outras. Toda essa influência lança sobre a sociedade padrões e comparações que apontam para uma disparidade entre o real e o fictício, estabelecido através da manipulação de imagem.

O surgimento da internet tem oferecido vários benefícios para a sociedade, pois cumpre o papel de ponte entre a produção de informação e o consumo, no entanto, é preciso tomar cuidado com as armadilhas advindas de um capitalismo de vigilância, através da manipulação e persuasão de dados, impondo tendências e padrões. Essa alteração de dados e influências na forma de publicidade implicam na disseminação de uma cultura de “corpos perfeitos”, tendo como resultado o impacto negativo na saúde mental (OLIVEIRA; ANDRADE; SANTOS, 2020).

Discussões em torno desse tema tem surgido nos dias atuais, como por exemplo, uma proposta de parlamentares britânicos da Comissão de Saúde e Assistência Social Legislativo, noticiado pela BBC NEWS em 03 de agosto de 2022, pretendendo a obrigatoriedade de informação ao público sobre as alterações nas imagens de modelos vinculadas a propagandas estéticas, e também uma regulamentação consistente na publicidade de procedimentos estéticos. Também apresentou relato de Kim Booker, uma influenciadora que contou aos parlamentares as dificuldades enfrentadas diante do Transtorno Dismórfico Corporal, trazendo à tona a relação dos padrões de beleza disseminados de forma midiática e perfeccionistas através da tecnologia e sua inferência no adoecimento psíquico (BBC, 2022).

O Instagram é uma das principais redes sociais da atualidade e possui um grande poder de influência sobre seus usuários, visto que os usuários se submetem ao funcionamento do algoritmo e assuntos recomendados pelo aplicativo. Os intelectuais responsáveis pela estruturação de algumas das redes sociais mais utilizadas, como Pinterest, Google, Facebook e Instagram, no documentário chamado de O Dilema das redes, de 2020, reconhecem que a configuração utilizada na construção desses algoritmos tinha como finalidade manipular o usuário, que acontece quando o algoritmo de interesse direciona, regulamenta toda experiência vivenciada pelo usuário dentro daquele aplicativo (LIMA, 2021).

Quando se fala de manipulação de conteúdo, associa-se ao direcionamento de informações através de fotos, vídeos, *story* e também anúncios de acordo com as preferências demonstradas pelo usuário sobre o respectivo assunto. Portanto, existe uma manipulação proveniente do que está acima dos usuários, que são os algoritmos.

Uma entrevista concedida em outubro de 2021, por Frances Haugen, ex-funcionária do Facebook, em que afirma que era de conhecimento da empresa que o modo de funcionamento desses algoritmos estava influenciando a saúde mental dos usuários e que eles (os algoritmos) foram programados para estimular uma cultura do discurso de ódio, desta forma, impulsionando conflitos com o objetivo de aumentar o engajamento e o tempo de uso do indivíduo na plataforma (LIMA, 2021).

O funcionamento dos algoritmos está relacionado em como o conteúdo chega ao usuário, por exemplo, se o usuário segue uma modelo, passará a receber indicações de conteúdo de moda e beleza, também publicações de conteúdo patrocinadas por empresas e marcas ligadas a esse nicho de produtos e serviços.

O Instagram deixou de ser apenas uma rede social com objetivo de interação social e se tornou uma forma de empreendimento e renda, assim como outras plataformas digitais, possibilitando a criação de novas profissões e modelos de negócio. Uma das profissões emergentes e bastante conhecida é a de *influencer*, os chamados influenciadores digitais, que em sua grande parte são contratados por empresas e marcas para fazer publicidade e propaganda, divulgando produtos e serviços. Apesar de já inserida e impactante na sociedade, a profissão ainda não tem uma regulamentação efetiva, abrindo espaço para vários questionamentos éticos em relação a sua atuação, como a propaganda de produtos que o próprio influenciador não faz uso, ou relata de forma inverídica os efeitos do produto (LAURO, 2021).

Em 2020, a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica criou uma campanha chamada “Não Existe Milagre”, alertando sobre as manipulações de imagem que são encontradas nas redes sociais, e também advertiu influenciadores que utilizam postagens para obter engajamento sem pensar nas consequências para o público consumidor, que em sua maioria é composto por mulheres (LAURO, 2021).

Outra ferramenta popular do Instagram, além das publicações, são os *stories*, uma das funcionalidades mais popular do aplicativo, sendo um sucesso juntamente com seus filtros, que são efeitos da câmera do próprio aplicativo, utilizando uma tecnologia de realidade aumentada e possibilitando a alteração da própria aparência e do ambiente. Podendo ser criado por qualquer usuário, o mercado dos filtros tornou-

se uma oportunidade comercial onde as marcas podem divulgar serviços e produtos, inclusive possibilitou aos influenciadores digitais aumentar o engajamento com seus seguidores, que passaram a utilizar filtros de sua autoria, no entanto, algumas discussões importantes surgiram a respeito dessa ferramenta.

A autoimagem de mulheres, em sua maioria jovens, foi afetada pela utilização intensa de filtros que direcionavam para padrões de beleza midiáticos e inalcançáveis, com aspectos que se assemelhavam a procedimentos cirúrgicos, como harmonização facial e cirurgias plásticas, permitindo a modificação de traços como alteração da cor dos olhos, emagrecimento das bochechas, uma pele perfeita, entre outros (LAURO, 2021).

Os filtros de aplicativos como o Instagram são ferramentas atraentes que, de início, vieram como uma maneira de descontração e de interação digital. Assim, o que era apenas uma fotografia simples passou a ser uma *selfie* com flores ao redor do rosto, com fantasias e maquiagem, com olhos de outra cor e óculos de vários modelos. No entanto, foi passando de diversão para uma busca incessante para eliminar qualquer tipo de “imperfeição”. Essas reproduções de forma massiva de padrões de beleza através das redes sociais influenciam de forma direta a percepção da própria imagem pela mulher.

Os padrões de beleza estabelecidos pelo mercado, através dos aplicativos e softwares, são utilizados como pontes para modificação e adaptação dessas mulheres a esses moldes, de forma digital por meio da visualização copiosa de fotos editadas e a possibilidade de também modificar as próprias fotos, fazendo-a confrontar sua própria imagem em uma dicotomia entre o real e o ilusório, gerando distorções na autoimagem e levando-a em direção ao Transtorno Dismórfico Corporal.

Nesse processo de distanciamento de si, a percepção do indivíduo tende a ser alterada com relação ao seu corpo, e com isso se sentem envergonhados com suas características, é esse fenômeno que se compreende por dismorfia corporal (KOEHLER, 2020).

Dentro da Abordagem Centrada na Pessoa, esse fenômeno atua numa desestabilização do self pois, segundo Rogers (1992), este atua como a consciência de ser, a noção de si. Na dismorfia, a pessoa vivencia um afastamento da realidade do seu self, criando uma discrepância entre o real e o ideal. O self ideal compreende-se pelo que o sujeito gostaria de ser, e o real, seria o que de fato o sujeito é dentro de suas experiências. Nesse contexto, o sujeito vivencia um estado de incongruência,

sendo o que não se é. Esse movimento é explicado por Rogers (1992, p. 147) quando há uma “discrepância fundamental entre o significado experienciado da situação, da forma como é registrado por seu organismo e a representação simbólica daquela experiência na consciência”.

É diante da inquietação causada pelo processo de dismorfia e incongruência que o sujeito entra em processo psicoterapêutico, na busca pelo estado de congruência onde se permite sentir, pensar e ser de acordo com seu organismo. Para Rogers (1992), acontece uma integração maior da personalidade, tornando possível a emergência de um self mais fluido, percebido sem distorção.

Diante do processo de dismorfia corporal na perspectiva da Abordagem Centrada na Pessoa, é de grande importância que o sujeito que passa por esse transtorno procure atendimento de um profissional da Psicologia. Quanto à atuação, é fundamental que o(a) psicólogo(a) acepista trabalhe com foco no reconhecimento potencial do indivíduo, para que este possa iniciar o processo de autoatualização, entrando em contato com suas experiências.

Rogers (1992) coloca que há três posturas necessárias para o psicólogo acepista em psicoterapia, que auxiliam na garantia de um trabalho engrandecedor para o cliente: a Consideração Positiva Incondicional, a Compreensão Empática e a Congruência. O primeiro se trata do acolhimento quanto às questões do cliente, de um olhar sem julgamentos em que o sujeito possa se sentir livre para trazer suas questões, sabendo que está em um ambiente seguro e que é compreendido na totalidade. Segundo o autor, a consideração positiva incondicional é a capacidade de respeitar e aceitar o cliente tal como ele é e se apresenta, percebendo que ele age à sua maneira e está dentro de um processo em que busca se sentir bem e se encontrar (ROGERS, 1992).

Por este motivo, é de muita importância que o cliente que chega à clínica apresentando a dismorfia corporal se sinta acolhido e respeitado, ainda que dentro de sua incongruência, pois desta forma é garantido um ambiente em que ele possa trazer suas demandas com liberdade, compreendendo que aquele espaço corresponde a ele, para a abertura de novas possibilidades, novas maneiras de enxergar o seu próprio processo.

Já a compreensão empática é um grande contribuinte para o sucesso em terapia, visto que garante o profundo entendimento das demandas do cliente por parte do terapeuta, permitindo que ele se coloque no lugar do outro em suas dores,

sofrimentos e conflitos, sem perder a sua própria experiência e sem desconsiderar os limites de seu próprio eu. Esse é um pilar fundamental para que haja uma compreensão ampla das questões trazidas, a fim de proporcionar mais clareza e atribuir significados relevantes às experiências do cliente (ROGERS, 1992).

Com o objetivo de entender o cliente em sua totalidade, em se colocar no lugar dele, é necessário de fato buscar a clareza entre aquilo que ele fala e o que é interpretado pelo terapeuta, para que não haja ruídos, má-interpretações e significados confusos. Durante a psicoterapia com uma pessoa que apresenta a dismorfia corporal, é um fator importante compreender a forma como ela está se enxergando, o porquê de suas atitudes, seus medos, as escolhas, as objeções. Todo comportamento é a consequência de um pensamento e sentimento, e entre eles é necessário existir um sentido que às vezes o cliente não encontra por si próprio, sendo relevante a presença de um psicoterapeuta que busque a verdadeira compreensão do campo fenomenológico desse cliente.

Para tal, é necessário que o profissional seja congruente consigo mesmo e dentro da relação com o cliente. A congruência do psicólogo acepista é uma condição importante porque faz com que esteja imerso na relação tal como ele é, ciente de seus limites e do limite do outro, porém usando de técnicas, estudos, intuições e emoções para estar comprometido com o processo. Sendo assim, é fundamental que esse psicólogo esteja, também, dentro de seu próprio processo psicoterapêutico, para que se torne um profissional capaz de adentrar o mundo do outro na totalidade.

A proposta da terapia em ACP está baseada dentro da não-diretividade, ou seja, é o cliente quem tem a autonomia necessária para falar o que desejar, permitindo que seus conteúdos sigam o ritmo e o fluxo dito por ele, e o trabalho do profissional é feito em cima do que é trazido. A não-diretividade é uma atitude em face do cliente em que o terapeuta não coloca uma direção para que ele siga, por justamente acreditar que ele é capaz de se compreender e a transformar seus comportamentos autodirigidos, e que ele é capaz de pensar, sentir e agir por si mesmo.

É desta forma não-diretiva que o profissional acepista deve trabalhar com clientes que apresentam a dismorfia corporal, buscando os sentidos que esse sujeito atribui a si mesmo, à sua imagem e corpo, como por exemplo: quais os significados das possíveis cirurgias que escolheu fazer, bem como dos procedimentos estéticos e das dietas, qual a relação com seu corpo, com a comida e os exercícios, qual é a história que esse sujeito tem dentro de suas relações consigo mesmo.

Todas essas informações auxiliam para que o cliente encontre mais clareza entre seus sentimentos, pensamentos e ações, fazendo com que ele possa entrar em contato com os conflitos e com pontos de sua experiência que talvez estejam ocultos em seu self, por justamente trazer ameaças à uma estrutura de consciência que ele considera já organizada.

Trazendo seus sentimentos, emoções e demais questões para dentro do setting, e essas sendo incitadas, compreendidas, interpretadas pelo profissional acepista, o cliente pode começar a olhar as próprias demandas sob outras perspectivas, as quais ele não havia se atentado anteriormente. Inclusive, é o próprio cliente que irá direcionar a necessidade de uso das redes sociais, realizando as escolhas sobre como e o que consumir, identificando o que lhe faz mal e o que é ou não relevante para ele.

É o olhar diferenciado para o mesmo fenômeno, compreendendo-o tal como ele é e se apresenta, que possibilita que o cliente se atualize no sentido de modificar pensamentos, sentimentos e, conseqüentemente, seus comportamentos com relação a essa mesma experiência vivenciada.

Sendo assim, o psicólogo acepista pode atuar utilizando a não-diretividade e as três condições propostas por Rogers para trabalhar o desenvolvimento potencial do cliente dentro do setting terapêutico.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os padrões de beleza estabelecidos pelas interações sociais e pelo capitalismo de vigilância, intermediados por ferramentas de aplicativos como o Instagram, apresentam impacto direto na vida das mulheres, ocasionando baixa autoestima, afetando a autoimagem e gerando transtornos de imagem, alimentares e etc. Há uma relação direta entre mulheres que utilizam o Instagram e estão inseridas no mundo digital, influenciadas seja pelos filtros ou pelo compartilhamento de ideal de corpo perfeito, com os problemas e transtornos que afetam não somente sua saúde física, como também a mental, confirmando, assim, a hipótese inicial desta pesquisa.

O Transtorno Dismórfico Corporal causa conseqüências negativas impactantes na vida das mulheres, desfavorecendo a manutenção de práticas saudáveis para manutenção da vida, a exemplo de procedimentos estéticos invasivos, dolorosos, bem como cirurgias e dietas mirabolantes.

É fundamental que o indivíduo que apresenta esse transtorno realize o acompanhamento psicoterapêutico com um(a) profissional da Psicologia capacitado. O(A) psicólogo(a) que utiliza a Abordagem Centrada na Pessoa em seus atendimentos pode atuar dentro da não-diretividade e das três condições propostas por Rogers (Consideração Positiva Incondicional, Compreensão Empática e Congruência) para trabalhar o desenvolvimento potencial do cliente dentro do setting terapêutico, a fim de que ele se atualize em direção a uma vida mais congruente.

Evidencia-se a necessidade de produção de mais estudos, sobretudo dentro da realidade brasileira, relacionados ao tema discutido e aos assuntos adjacentes, como exemplo, o capitalismo de vigilância, que apresenta uma área ampla para pesquisas relacionadas ao monitoramento realizado pelo mercado, nas buscas e interesses dos usuários e processos de influência desse direcionamento de informação em diversas áreas, não delimitando aos padrões de beleza e relações de imagem, mas também a segmentos alimentícios e de mercado financeiro.

Considerando que a dismorfia corporal é um transtorno pouco debatido, sobretudo ao relacioná-lo com o uso de redes sociais, tão presentes na contemporaneidade, é necessário salientar a importância de realização de mais estudos sobre esse tema, com a intenção de gerar conhecimentos atuais e favorecer o atendimento a pessoas que chegam à clínica com esta demanda. O profissional de Psicologia precisa se atentar a esses novos formatos de interação e estilos de vida, para que de fato compreenda a perspectiva trazida pelo cliente e possa realizar um trabalho eficiente e eficaz.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. F.; GUIMARÃES, M. C. M. Ditadura da beleza: conflitos do próprio eu. **Revista Eletrônica da Reunião Anual de Ciência**, Urbelândia, v. 9, n. 1, p. 4, 2020.
- BASTIAN, F. C. **Os padrões de beleza e seus efeitos sobre autoimagem, autoestima e imagem corporal**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/16630>. Acesso em: 28 maio 2022.
- BRANCO, P. C. C. Revisão dos aspectos monadológicos da teoria de Carl Rogers à luz da fenomenologia social. **Revista do NUFEN**, Belém, v. 4, n. 2, p. 83-98, dez. 2012.
- BRITO, A. A.; SIMÕES, R. P. Disfunção de imagem: as relações entre as redes sociais e a construção da imagem corporal. **Revista Acad. Novo Milênio**, Vila Velha - ES, v. 3, n. 4, 2021. Disponível em: 14-Disfuncao-da-imagem-as-relacoes-entre-as-redes-sociais-e-a-construcao-da-imagem-pessoal.pdf (novomilenio.br). Acesso em: 28 maio 2022.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- CASTRO, V. H. A.; CATIB, N. O. M. Corpo e beleza: como anda a saúde na busca pela perfeição estética? **Revista Eletrônica de Educação e Ciência**, Avaré - SP, v. 4, n. 1, p. 37-42, 2014. Disponível em: [http://www.fira.edu.br/revista/2014\\_vol1\\_num1\\_pag37.pdf](http://www.fira.edu.br/revista/2014_vol1_num1_pag37.pdf). Acesso em: 25 maio 2022.
- DINIZ, N. O.; LIMA, D. M. A. A atuação do psicólogo no atendimento a pacientes com transtorno alimentar de bulimia nervosa. **Rev. Humanidades**, Fortaleza, v. 32, n. 2, p. 214-222, 2017.
- FERREIRA, A. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.
- GALVÃO, T. F.; PEREIRA, M. G. Revisões sistemáticas de literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v. 23, n. 1, p.183-184, jan./mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/yPKRNymgtzwwR8cpDmRWQr/?format=pdf&lang=p>. Acesso em: 25 maio 2022.
- GIORDANI, R. C. F. Uma autoimagem corporal na anorexia nervosa: uma abordagem sociológica. **Psicologia & Sociedade**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 81-88, maio/ago. 2006.

GUIMARÃES, A. P. M.; SILVA NETO, M. C. A formação do self e a dependência afetiva: uma revisão bibliográfica da abordagem centrada na pessoa. **Revista do NUFEN**, Belém, v. 7, n. 2, p. 48-7, dez. 2015.

GOUVEIA, T. M.; GUIMARÃES, C. M. Vida em filtros: construções identitárias no Instagram. **Esferas**, [Brasília], ano 4, n. 6, 2015.

KOEHLER, S. M. F. Transtorno dismórfico corporal: implicações com a vivência da sexualidade saudável. **Revista Científica do Centro Universitário de Barra Mansa**, Barra Mansa - RJ, v. 22, n 43, p. 78-102, 2020.

LAURO, L. **Vitrine do eu**: a construção discursiva de estereótipos de beleza feminina no Instagram. 2021. 134 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

LIMA, M. **E fora do story, você está bem?** As consequências do uso do Instagram para a saúde mental. 62 f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2021.

MAIA, C. M.; GERMANO, I. M. P.; MOURA JÚNIOR, J. F. Um diálogo sobre o conceito de self entre a abordagem centrada na pessoa e psicologia narrativa. **Revista do NUFEN**, Belém, v. 1, n. 2, p. 33-54, nov. 2009.

OLIVEIRA, E.; ANDRADE, L.; SANTOS, M. R. Capitalismo de vigilância: uma discussão filosófica sobre a influência de redes sociais na autoimagem da mulher. **Linguagem em (Re)vista**, Niterói, v. 15, n. 30, ago./dez. 2020.

OLIVEIRA; ARAUJO; FIGUEIREDO. **Redes e mídias sociais**. 2. ed. Revisada e ampliada, 2017.

OLIVEIRA, L. L.; HUTZ C. S. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 15, n. 3, p. 576-578, jul./set. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v15n3/v15n3a15>. Acesso em: 05 abril 2022.

PAPALIA, D. E., OLDS, S. W.; FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento Humano**. 8. ed. Porto Alegre: Artmed, 2016.

RIBEIRO, M. P.; MOSCON, D. Reflexões sobre o uso do Instagram na contemporaneidade. **SEPA – Seminário Estudantil de Produção Acadêmica**, Salvador, v. 17, p. 35-56, 2018. Disponível em: <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/sepa>. Acesso em: 25 maio 2022.

ROBERTS, Michelle. Beleza irreal: parlamentares britânicos querem alerta em fotos de corpo e rosto retocadas. **BBC**, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62402042>. Acesso em: 15 agosto 2022.

ROGERS, C. **De pessoa para pessoa**. Tradução de Mirian L. Moreira Leite e Dante Moreira Leite. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

ROGERS, C. **Psicoterapia e consulta psicológica**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ROGERS, C. **Psicoterapia e relações humanas**. Belo Horizonte: Interlivros, 1977. v. 1, cap. 10.

ROGERS, C. **Terapia centrada no cliente**. São Paulo: Martins Fontes, 1992. cap. 11.

SANTOS, N. M. L. Padrões de beleza impostos às mulheres. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da Fait**, Itapeva - SP, v. 1, p. 1-7, 2020.

SILVA, R. M.; COSTA, E. S.; OLIVEIRA, M. R. A influência das redes sociais sob a construção da subjetividade humana. **Psicologia.pt.**, [S. l.], p. 1-8, 2020.

SILVA, A. F. S. *et al.* A magreza como normal, o normal como gordo: reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social**, [Uberaba], v. 6, n. 4, p. 808-813, 2018.

SOARES, S. J. Pesquisa científica: uma abordagem sobre o método qualitativo. **Revista Ciranda**, Montes Claros - MG, v. 3, n. 1, p. 1–13, 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/ciranda/article/view/314>. Acesso em: 25 maio 2022

SOUZA, S. M.; SILVA, C. C. Z. Concepções de corpo e beleza: a influência da mídia e do mercado na busca da perfeição. **Revista de Trabalhos Acadêmicos**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 1-22, 2016.

TEIXEIRA, L. Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina. **Forbes**, 2016. Disponível em: [http://forbes.com.br/outros\\_destaquas/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/](http://forbes.com.br/outros_destaquas/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/). Acesso em: 25 maio 2022.

VERMELHO, S. C. *et al.* Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 35, n. 126, p.179-196, jan./mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/4JR3vpJqszLSgCZGVr88rYf/?lang=pt>. Acesso em: 25 maio 2022.