

O TRABALHO DO PSICÓLOGO NAS REDES SOCIAIS: psicoeducação e precarização. ¹

¹ Hayanne Galvão Pereira Alves Especialista em Psicoterapia hayanne.galvao@gmail.com
Universidade Federal do Maranhão

RESUMO

O artigo explora o papel do psicólogo nas redes sociais, enfatizando a psicoeducação e os desafios da precarização. Destaca a importância de uma abordagem crítica e educativa, promovendo a consciência e a transformação das condições de vida dos indivíduos.

Palavras-chave: Redes sociais; Psicoeducação; Precarização.

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e a democratização do acesso à internet no Brasil, as redes sociais se consolidaram como uma das principais ferramentas de comunicação e de interação no país. De acordo com os últimos dados do Relatório Digital Brazil 2024, desenvolvido pelo Data Reportal (2024), que tem como objetivo, a análise e divulgação de tendências e dados sobre o comportamento digital dos usuários, o Brasil possui 144 milhões de usuários ativos nas redes sociais. Houve um aumento de perfis de 2,0 milhões entre o início de 2023 e o início de 2024. Cerca de 66,3 % da população brasileira está conectada à internet, sendo as redes sociais, como Instagram, Facebook e WhatsApp, as plataformas mais acessadas (DataReportal, 2024).

As redes sociais, são plataformas digitais voltadas para a interação e o compartilhamento de conteúdo entre usuários, são gerenciadas pelas *Big Techs*, corporações que controlam grande parte das infraestruturas tecnológicas e dos fluxos de dados globais. Empresas como Meta e Google são exemplos de *Big Techs*, pois não apenas fornecem as plataformas, mas também modulam os algoritmos que determinam como a informação circula e como as interações ocorrem. Nesse contexto, as redes sociais operam sob uma lógica de mercantilização de dados e maximização do engajamento dos usuários, reforçando o poder econômico e político dessas empresas (França, 2021; Silveira, 2021; Ferreira et al., 2023).

Nesse contexto, muitos profissionais da psicologia utilizam as redes sociais para divulgar seus trabalhos, promover conteúdos psicoeducativos e engajar o público com discussões relevantes sobre bem-estar emocional e saúde mental. O uso dessas plataformas permite que os psicólogos ultrapassem as barreiras físicas dos consultórios e alcancem indivíduos que, de outra forma, poderiam não ter acesso a informações provenientes da profissão. Assim, a presença digital torna-se uma alternativa para a democratização e universalização de conteúdos ligados à prática profissional do psicólogo. A presença digital pode ser compreendida como a existência de algo no campo digital, esta presença se estabelece por meio de produção, compartilhamento, ou consumo de conteúdos nos diversos ambientes virtuais e pode ser estruturada com base em ações planejadas e estratégicas (Miguel, Arndt, Pires,

2021; Wrobel et al., 2021; França, 2021).

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa trata-se de um ensaio teórico, de abordagem qualitativa e foi desenvolvida com o objetivo de refletir sobre o trabalho do psicólogo nas redes sociais, com foco nas perspectivas de psicoeducação e precarização. A metodologia adotada envolveu uma análise documental e uma revisão de literatura, descritas a seguir.

A primeira etapa consistiu na análise documental das publicações oficiais do CFP, com o objetivo de compreender as orientações éticas e normativas sobre a atuação do psicólogo nas redes sociais. Flick (2009) destaca que o material documental é uma importante fonte para a compreensão de processos sociais, o que reforça a relevância de examinar resoluções, notas técnicas e orientações éticas da entidade. Foram considerados documentos disponíveis no site oficial da entidade, como resoluções, notas técnicas e orientações.

Na segunda etapa, foi realizada uma revisão de literatura com o objetivo de identificar estudos acadêmicos que discutem a interface entre psicologia, redes sociais e psicoeducação, além de explorar os impactos desse contexto na precarização do trabalho do psicólogo. De acordo com Lakatos e Marconi (2010), a revisão da literatura é fundamental para situar a pesquisa em um contexto mais amplo e identificar lacunas no conhecimento existente.

As publicações foram selecionadas na plataforma *ResearchRabbit*, com base em critérios de inclusão para garantir a relevância das publicações analisadas. Os artigos deveriam ter sido publicados entre 2014 e 2024, estar escritos em português, e apresentar os descritores alguns dos seguintes descritores: "Psicoeducação", "Redes-Sociais" e "Precarização" nos títulos ou resumos. Após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 16 estudos para compor o corpus da análise. A seleção foi realizada por conveniência, priorizando publicações de acesso aberto que contribuíssem para reflexões sobre o impacto das redes sociais na prática psicológica, nos desafios éticos e nas transformações no mundo do trabalho.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Orientações do Conselho Federal de Psicologia a respeito do trabalho do psicólogo nas redes sociais:

Ao tomar como base o princípio fundamental 5 do código de ética do psicólogo que determina que: "O psicólogo contribuirá para promover a universalização do acesso da população às informações, ao conhecimento da ciência psicológica, aos serviços e aos padrões éticos da profissão" (CFP, 2005, p. 7), pode-se pensar nos meios onde essa universalização será realizada. O que antes era divulgado por meio de publicações de livros, periódicos especializados, revistas de psicologia e outros meios analógicos, com o advento do ciberespaço, a divulgação com foco na universalização modificou-se, ganhando também espaço no campo virtual (CFP, 2005; Pereira et al.; 2024).

Com base nessas mudanças possibilitadas pela tecnologia e pela inserção das redes sociais no cotidiano das pessoas, o Conselho Federal de Psicologia (CFP) estabeleceu diretrizes específicas para a utilização das redes sociais por psicólogos. Segundo o CFP, é fundamental que os profissionais mantenham a ética e o sigilo, evitando a exposição de conteúdos sensíveis e a oferta de serviços que possam ser interpretados como consultas ou intervenções terapêuticas diretas (CFP, 2022).

O Código de Ética de 2005 pode ser pautado como ponto de partida. Estabelece os princípios fundamentais para a prática do psicólogo, como o respeito à dignidade humana, à confidencialidade e à integridade dos clientes, aplicáveis também às redes sociais. Ele proíbe a autopromoção, o uso de informações sensacionalistas e a exploração da credulidade das pessoas, orientando os profissionais a manterem uma postura ética, tanto na divulgação de conteúdos quanto na apresentação de serviços psicológicos nas plataformas digitais (CFP, 2005). Pereira et al. (2024) destacam alguns pontos que os profissionais precisam seguir para promover publicamente seus serviços:

"Informará o seu nome completo, o CRP e seu número de registro; b) Fará referência apenas a títulos ou qualificações profissionais que possua; Divulgará somente qualificações, atividades e recursos relativos a técnicas e práticas que estejam reconhecidas ou regulamentadas pela profissão; Não utilizará o preço do serviço como forma de propaganda; e) Não fará previsão taxativa de resultados; Não fará auto-promoção em detrimento de outros profissionais; Não proporá atividades que sejam atribuições privativas de outras categorias profissionais; Não fará divulgação sensacionalista das atividades profissionais" (p. 271).

Outro documento importante para orientação dos profissionais no ambiente virtual é a Resolução CFP Nº 11/2012. Que regulamenta a prestação de serviços psicológicos por meio de tecnologias da informação e comunicação, reforça que a atuação online, incluindo a produção de conteúdo em redes sociais, deve seguir os mesmos princípios da prática presencial. Ela proíbe práticas mercantilistas e estabelece que a divulgação de serviços nas redes sociais deve ser informativa e educativa, sem prometer resultados garantidos ou comprometer o sigilo dos clientes. A Resolução CFP Nº 016/2019 complementa essas orientações ao regulamentar a publicidade e a propaganda dos serviços psicológicos, estabelecendo que a divulgação nas redes deve ser ética, sem sensacionalismo, e voltada à psicoeducação, garantindo que o psicólogo preserve a seriedade da profissão e o bem-estar das pessoas (CFP;2012;2019).

Além do Código de Ética e das Resoluções anteriormente mencionadas, o Conselho publicou a Nota Técnica CFP Nº 1/2022 com o objetivo de instruir os profissionais da categoria com informações sobre os critérios que precisam ser respeitados na divulgação profissional nas redes sociais. de acordo com a presidente do CFP, Ana Sandra Fernandes, a Nota Técnica "foi elaborada para instruir a categoria quanto aos critérios que precisam ser atendidos para as divulgações profissionais nas redes sociais" (CFP, 2022).

A Nota Técnica sobre Uso Profissional das Redes Sociais enfatiza a importância de uma abordagem ética na divulgação de serviços psicológicos em plataformas digitais. Os psicólogos devem ter cautela ao utilizar seus perfis pessoais para fins de publicidade, evitando confusões que possam comprometer a clareza das informações divulgadas. A Nota ressalta que as publicações nas redes sociais têm um alcance potencialmente amplo e duradouro, o que torna essencial que os profissionais analisem criticamente o conteúdo que pretendem compartilhar, assegurando que ele respeite os padrões éticos e científicos da profissão. A ética na comunicação é um aspecto central, e os profissionais devem garantir que suas publicações contribuam para a promoção da psicologia de forma respeitosa e informativa, sem comprometer a integridade dos atendimentos realizados (CFP, 2022).

Por fim, a Nota Técnica orienta que os psicólogos devem estar cientes dos riscos éticos associados ao uso das redes sociais, incluindo a possibilidade de

disseminação de informações que não estejam em conformidade com os princípios éticos da profissão. A formação contínua e o conhecimento sobre as ferramentas digitais são essenciais para que os profissionais possam manejar adequadamente as informações que compartilham, promovendo uma prática responsável e ética nas redes sociais. Essa conscientização é vital para preservar a imagem da psicologia e a confiança do público nos serviços prestados (CFP, 2022).

As diretrizes estabelecidas pelo CFP para a atuação dos psicólogos nas redes sociais enfatizam a necessidade de uma conduta ética e responsável, assegurando que o conteúdo divulgado esteja em conformidade com os princípios da profissão e promova o bem-estar psicológico dos indivíduos (CFP, 2022). Nesse contexto, a psicoeducação apresenta-se como uma estratégia eficaz para a produção de conteúdo nas plataformas digitais, contribuindo para a universalidade do conhecimento acerca da prática profissional do psicólogo, fornecendo informações que podem ser relevantes para a difusão de cuidados relativos à saúde mental de modo geral.

3.2 Psicoeducação como alternativa para produção de conteúdo nas redes sociais

A psicoeducação é um processo que visa transmitir conhecimentos sobre questões psicológicas e de saúde mental, com o objetivo de informar indivíduos e comunidades sobre as condições de saúde, ajudando no desenvolvimento de habilidades de enfrentamento e promoção de bem-estar. Este conceito envolve a educação sobre transtornos mentais, tratamentos disponíveis, estratégias de manejo de sintomas e a importância da adesão ao tratamento, entre outros temas relevantes (Alves et al., 2024).

O papel da psicoeducação na disseminação de conhecimentos psicológicos para a população geral é fundamental, pois busca tornar informações complexas acessíveis e compreensíveis. Isso é feito por meio de abordagens que utilizam linguagem clara, recursos visuais e atividades interativas, permitindo que as pessoas se sintam mais informadas e empoderadas em relação à suas condições de saúde mental. Além disso, a psicoeducação promove a conscientização sobre estigmas

associados a transtornos mentais, contribuindo para uma maior aceitação e compreensão social (Araújo Bertulino et al., 2021; Alves et al., 2024).

Uma pesquisa realizada no contexto do Projeto Pró-Mente, desenvolvido pela Universidade de Pernambuco (UPE) em Garanhuns, analisou o impacto do Instagram como ferramenta de comunicação e integração entre a universidade e a comunidade, coletando dados diretamente do aplicativo, realizando uma avaliação detalhada das interações e do alcance das publicações. Os resultados mostraram que as postagens alcançaram um total significativo de visualizações e interações, evidenciando a eficácia da rede social na divulgação de informações sobre saúde mental e na promoção de ações de cuidado com a ansiedade (Araújo Bertulino et al, 2021). Os autores destacaram que:

"Essa relação mútua de troca de dados e comunicação feita entre as pessoas inseridas na Universidade e com a comunidade, através do Instagram possibilitou que a psicoeducação fosse realizada para além da prática da extensão que ocorreu em grupos e que houvesse uma maior interação entre os participantes, mesmo à distância. Isto é, o uso da rede social como suporte desde o momento de divulgação pôde estreitar os vínculos relacionais e alavancar a disseminação psicoeducacional que em forma de post, comentários e diálogos online abrangeu a prática de extensão a seguidores, sem que eles necessariamente fossem inscritos no PRO MENTE " (p. 25).

As redes sociais podem ser utilizadas como ferramentas de difusão de informações psicoeducativas, pois são construídas com base em uma arquitetura que utiliza algoritmos para delimitar preferências e agrupar dados relativos aos hábitos e tendências de seus usuários, tornando o acesso e ao conteúdo e consequentemente ao profissional algo mais direto, já que muitos psicólogos possuem páginas profissionais, onde produzem conteúdos e falam diretamente com sua audiência. Apesar dos benefícios, há também desafios e riscos associados a essa exposição. Para a categoria profissional, um dos maiores riscos é a banalização do conhecimento técnico, que pode ser diluído em conteúdos superficiais e mercadológicos, além da precarização da prática profissional, resultando em sobrecargas de trabalho resultantes da exigência em se fazer presente digitalmente (França, 2021; Machado 2021).

3.3. A presença digital dos psicólogos, precarização e mercantilização da prática profissional

De acordo com Antunes (2018) estamos presenciando a expansão do novo

proletariado na era digital, onde os trabalhos ganharam novos contornos com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), " estamos vivenciando o crescimento exponencial do novo proletariado de serviços, uma variante global do que se pode denominar escravidão digital" (p. 35). O autor prossegue e pontua que:

"O mundo do capital vem assistindo a uma forte ampliação de seus mecanismos de funcionamento, incorporando novas formas de geração de trabalho excedente (...) O resultado dessa processalidade é que, em todos os espaços possíveis, os capitais convertem o trabalho em potencial gerador de mais-valor, o que inclui desde as ocupações, tendencialmente em retração em escala global, que ainda estabelecem relações de trabalho pautadas pela formalidade e contratualidade, até aquelas claramente caracterizadas pela informalidade e flexibilidade, não importando se suas atividades são mais intelectualizadas ou mais manuais" (p. 36).

Os psicólogos enquanto classe profissional também fazem parte do novo proletariado na era digital, enquanto prestadores de serviços, na tentativa de construção e fortalecimento da presença digital nas redes sociais, acabam oferecendo serviços gratuitos ou subvalorizados, contribuindo para a desvalorização da profissão e conseqüentemente para a precarização da prática profissional (Simião et al, 2024).

Aquino (2005) pontua que a compreensão da precarização laboral pode originar-se de dois âmbitos que, à primeira vista, parecem distintos, mas que na verdade se complementam. O primeiro, de natureza mais coloquial, refere-se às condições de trabalho específicas de cada contexto organizacional. O segundo, de caráter mais estrutural, relaciona-se às profundas transformações na organização do trabalho ocorridas nos últimos anos, baseadas em sua dimensão social e nas implicações que daí decorrem. É com base na segunda percepção de caráter mais estrutural que se pode traçar um paralelo entre a precarização e a presença dos psicólogos nas redes sociais. O autor (2005) reforça que:

"As transformações advindas da nova organização do capitalismo geraram o que se convencionou em chamar 'crise da sociedade do trabalho', uma vez que deram início ao questionamento sobre o sentido e o lugar do trabalho na estrutura social bem como seu impacto na construção subjetiva do trabalhador. É o processo de mudança que constitui o que denominamos precarização" (p. 3).

Com base no conceito de precarização e nas novas dinâmicas do mundo do trabalho impostas pelas demandas do capitalismo, se faz necessário empreender uma reflexão acerca do trabalho do psicólogo no Instagram, já que este, é um campo organizado, modulado e configurado de acordo com as necessidades do mercado.

Um ponto importante nessa construção é a compreensão de como as redes sociais funcionam, e sob quais princípios elas atuam. Silveira (2021) frisa que "Um dos principais modos de controle que os gestores das plataformas possuem sobre seus usuários se dá pela modulação das opções e dos caminhos de interação e de acesso aos conteúdos publicados" (p. 39). A modulação é um elemento importante da arquitetura das redes sociais, e é conceituada como:

Um processo de controle da visualização de conteúdos, sejam discursos, imagens e sons. As plataformas não criam discursos, mas possuem sistemas algoritmos que distribuem os discursos criados pelos seus usuários, sejam corporações, sejam pessoas. Assim os discursos são controlados e vistos, principalmente, por e para quem está dentro dos critérios que constituem as políticas de interação desses espaços virtuais (p. 39).

A modulação nas redes sociais está a serviço da expansão do neoliberalismo que, apresenta-se como, a nova roupagem do capitalismo, operando nas redes e plataformas com o objetivo de dissipar ações coletivas que criam lógicas diferentes das lógicas voltadas à concorrência e a reprodução do discurso capitalista. Um exemplo disso é o discurso amplamente difundido nas redes sociais ligado ao empreendedorismo e à "gestão de si mesmo" (Silveira, 2021). Essa visão corrobora com o modelo gerencialista, que é criado e difundido em ambientes institucionais. O trabalhador é estimulado a cultivar uma visão de liberdade e autonomia, com base na incorporação de crenças e valores atrelados a um grupo operacional de práticas, mas na verdade, é dependente e submisso às instituições, que operam em sua subjetividade. A proliferação de uma visão atrelada ao indivíduo como sua própria empresa, ou empreendedor de si, colabora com uma lógica mercadológica de venda de serviços e produção de conteúdos nas redes sociais, com foco em atrair cada vez mais clientes, esvaziando pautas de saúde mental (Dias et al, 2019; Covaleski, Freitas, 2024).

Um exemplo desse esvaziamento pode ser visto na pesquisa intitulada "A Banalização da Psicologia nas Redes Sociais: O Impacto da Tecnologia no Saber Fazer do Psicólogo" que foi realizada com o intuito de investigar como a exposição dos psicólogos nas redes sociais afeta a percepção e o comportamento das pessoas em relação à saúde mental. O objetivo principal da pesquisa foi analisar os conteúdos que viralizam nas redes sociais e como esses conteúdos, muitas vezes superficiais ou incompletos, podem levar a autodiagnósticos e à trivialização das doenças psicológicas (Simião et al, 2024).

Os principais efeitos da banalização da psicologia nas redes sociais incluem a promoção de auto diagnósticos inadequados, onde indivíduos se identificam com transtornos mentais sem a devida avaliação profissional, o que pode resultar em consequências graves para sua saúde mental. Além disso, a superficialidade dos conteúdos compartilhados pode desinformar o público sobre a complexidade das questões psicológicas, levando a uma percepção distorcida das doenças mentais.

Essa situação é agravada pela busca de engajamento por parte de alguns profissionais, que podem priorizar a popularidade em detrimento da qualidade e da responsabilidade na informação, contribuindo para um cenário onde a psicologia é tratada de maneira banal, alinhados a uma postura mercadológica e individualista de exercício profissional (Simião et al, 2024).

Martins (2020) crítica a psicologia burguesa, que frequentemente reproduz um "ideal de conscientização" que ignora as raízes sociais da alienação e do desamparo. A psicologia tradicional tende a desconsiderar o papel do trabalho na formação da subjetividade, tratando-o apenas como uma fonte de renda. No entanto, a autora argumenta que o trabalho deve ser compreendido como uma atividade vital que molda a relação do ser humano com suas condições de vida. Assim, os psicólogos têm a responsabilidade de integrar essa compreensão em sua prática, reconhecendo que a subjetividade é profundamente influenciada pelas relações sociais de produção.

A autora destaca a importância do papel do psicólogo em um contexto marcado pelas mudanças impostas pelo capitalismo, enfatizando que a psicologia deve ir além da mera análise dos sintomas do desamparo. Para isso, é fundamental que os psicólogos adotem uma abordagem educativa, que promova a formação e ampliação da consciência humana. Essa perspectiva implica ajudar os indivíduos a compreenderem suas condições de vida e a desenvolverem uma consciência crítica sobre sua existência, permitindo que se vejam não apenas como vítimas de circunstâncias, mas como agentes capazes de transformar suas realidades (Martins, 2020). Por fim, a autora ressalta que a alienação, exacerbada pela organização capitalista, gera desafios significativos para a saúde mental dos indivíduos. O papel do psicólogo, portanto, é não apenas tratar os efeitos psicológicos da alienação, mas também ajudar os indivíduos a se reconectarem com sua humanidade e a compreenderem as dinâmicas sociais que contribuem para seu desamparo. Essa

abordagem crítica e engajada é essencial para que a psicologia possa efetivamente contribuir para a transformação das condições objetivas de vida, promovendo uma maior realização das pessoas como sujeitos de sua própria história (Martins 2020).

4. CONCLUSÃO

No documentário O Dilema das redes (2020) o Jornalista Andy Lewis diz que: "Se você não está pagando pelo produto, então você é o produto", referindo-se ao uso gratuito das redes sociais por parte dos usuários que acessam e produzem conteúdos nesses campos virtuais, ao passo que as *Big Techs* comercializam anúncios e dados gerados em seus domínios. As redes sociais oferecem aos psicólogos uma ferramenta ampla para disseminação de conhecimento, alcançando um público diversificado com possibilidade de democratizar e universalizar informações psicoeducativas, que podem contribuir positivamente para a sociedade no geral. No entanto, essa presença digital exige um cuidado rigoroso, para que o trabalho do psicólogo, não entre em contextos precarizantes, tendo como principal referencial a visão mercadológica de produção de conteúdo em detrimento de uma visão ética e engajada socialmente (França, 2021; Simião et al, 2024).

As diretrizes do Conselho Federal de Psicologia (CFP) podem ser importantes aliadas para os profissionais que desejam construir sua presença digital. Estar a par das diretrizes e recomendações éticas pode ajudar na preservação e no compromisso social de produção de conteúdo de fato de valor. A psicoeducação se apresenta como uma alternativa viável para a produção de conteúdo de qualidade, essa estratégia educacional não visa substituir o atendimento clínico, mas sim fornecer informações que possam auxiliar o público a compreender melhor questões relacionadas ao bem-estar emocional e psicológico. No entanto, é crucial que os profissionais saibam diferenciar a psicoeducação de práticas de intervenção (CFP, 2022; Araújo Bertulino et al, 2021; Alves et al, 2024).

Conhecer o funcionamento e a arquitetura das redes sociais é imprescindível, assim como uma visão ampliada do mundo do trabalho em que estamos inseridos, tendo em mente que estamos em um contexto neoliberal, que tem como objetivo a constante produção em detrimento da qualidade do que é produzido e

consequentemente da saúde do trabalhador. O papel do psicólogo nas redes precisa ser elaborado a partir de uma visão crítica da própria ferramenta, não apenas tratando efeitos psicológicos, mas também ajudando os indivíduos a se reconectarem com sua humanidade e a compreenderem as dinâmicas sociais que contribuem para seu desamparo. Essa abordagem crítica e engajada é essencial para que a psicologia possa efetivamente contribuir para a transformação das condições objetivas de vida, promovendo uma maior realização das pessoas como sujeitos de sua própria história, inclusive da história editada e criada na narrativa das redes. (Antunes, 2018; Aquino, 2005; Silveira, 2021; Martins 2020; Dias et al, 2019; Covaleski, Freitas, 2024).

REFERÊNCIAS

ALVES, Gabriela Costa, et al. Psicoeducação em contexto de saúde mental: uma revisão sistemática. Arquivos de Ciências da Saúde da UNIPAR, vol. 28, n.º 1, junho de 2024, p. 577–92. DOI.org (Crossref) , <https://doi.org/10.25110/arqsaude.v28i1.2024-10906>.

AQUINO, Cassio Adriano Braz de. Reflexões sobre a precarização laboral: uma perspectiva da Psicologia Social. In: II Jornada Internacional de Políticas Públicas, 2005, São Luis. Anais. São Luís: UFMA, 2005.

ANTUNES, Ricardo. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018. Recurso digital.

ARAÚJO BERTULINO, Tatiana, et al. Instagram como ferramenta de comunicação e integração entre universidade e comunidade no projeto pro mente. Revista de Extensão da UPE, vol. 5, n.º 1, maio de 2021, p. 19–29. DOI.org (Crossref) , <https://doi.org/10.56148/2675-2328reupe.v5n1.230.pp19-29>.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Código de Ética Profissional do Psicólogo. Resolução CFP nº 010, de 21 de julho de 2005. Dispõe sobre o Código de Ética Profissional do Psicólogo. Brasília, DF: CFP, 2005. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2005/07/codigo_etica.pdf. Acesso em: 14 set. 2024.

_____. Regulamenta a prestação de serviços psicológicos por meio de tecnologias da informação e da comunicação. Resolução CFP nº 11, de 11 de maio de 2012. Brasília, DF: CFP, 2012. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2012/05/resolucao2012_11.pdf. Acesso em: 14 set. 2024.

_____. Regulamenta a publicidade e a propaganda no exercício profissional da Psicologia. Resolução CFP nº 016, de 20 de dezembro de 2019. Brasília, DF: CFP, 2019. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wpcontent/uploads/2019/12/resolucao2019_16.pdf. Acesso em: 14 set. 2024.

_____. Nota Técnica sobre Uso Profissional das Redes Sociais: Publicidade e Cuidados Éticos. Nota Técnica Nº1/2022/SOE/PLENÁRIA, 2022.

CFP divulga orientações à categoria sobre publicidade nas redes sociais. CFP, 22 de junho de 2022. Disponível em: <https://site.cfp.org.br/cfp-divulga-orientacoes-acategoria-sobre-publicidade-nas-redes-sociais>

COVALESKI, Rogério, FREITAS, Flávia Carvalho de. Da Racionalidade Neoliberal à Autoajuda Empreendedora dos Coaches: Capitalismo Afetivo, Cultura da Inspiração e Felicidade nos Contextos Pandêmico e Pós-pandêmico. Revista Memorare , vol. 11, n.º 1, julho de 2024. <https://doi.org/10.59306/memorare.v11e12024%p>.

DIAS, Cledinaldo Aparecido, et al. Ideologia gerencialista e adoecimento mental no trabalho. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, vol. 22, n.º 2, dezembro de 2019, p. 185–98. DOI.org (Crossref) , <https://doi.org/10.11606/issn.19810490.v22i2p185-198>.

Digital 2024: Brasil. DataReportal – Global Digital Insights, 23 de fevereiro de 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>.

FERREIRA, Vanessa Rocha, et al. A utilização de tecnologias pelas Big Techs para obter vantagens desleais no mercado digital. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, vol. 9, n.º 1, agosto de 2023. DOI.org (Crossref) , <https://doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0030/2023.v9i1.9514>.

FLICK, Uwe. 2009. Introdução à pesquisa qualitativa. 3ed. Editora Artmed, São Paulo, SP, Brasil.

FRANÇA, Denise Raquel Pereira Santos. A presença digital de psicólogos a partir da utilização do Instagram. São Luís: Centro Universitário UNDB, 2021.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Lígia. Desamparo e Sociedade Capitalista: O que a Psicologia tem a dizer? In: TULESKI Silvana; FRANCO, Adriana; CALVE, Tiago (Orgs.) Materialismo histórico-dialético e psicologia histórico-cultural: expressões da luta de classes no interior do capitalismo. Paranaíba: EduFatecie, 2020. p.155-170.

MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais. In: AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (org.). A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2021. p. 4969.

MIGUEL, R. DE B. P.; ARNDT, G. J.; PIRES, J. G. Psicólogos e o Uso das Mídias: Um Relato de Pesquisa. Psicologia: Ciência e Profissão, v. 41, p. e224152, 2021. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003224152>

O DILEMA das redes. Direção: Jeff Orlowski. Produção: Larissa Rhodes. Los Gatos: Netflix, 2020. 1 vídeo (94 min), son., color. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81254224>.

PEREIRA, Alanda Maria Ferro et al. O/A psicólogo/a está online: um Mapeamento Sistemático sobre o Uso das RSO. Fronteira: Journal of Social, Technological and Environmental Science, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 269–290, 2024. <https://doi.org/10.21664/2238-8869.2024v13i1.p269-290>.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In: AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (org.). A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2021. p. 33-47.

SIMIÃO, Emanuele Caldas De Sousa, et al. A banalização da psicologia nas redes sociais: o impacto da tecnologia no saber fazer do psicólogo. Revista IberoAmericana de Humanidades, Ciências e Educação, vol. 10, n.º 5, maio de 2024, p. 2388–96. DOI.org (Crossref) , <https://doi.org/10.51891/rease.v10i5.13869>.

WROBEL, Lucas Antonio de Moraes, et al. Redes e representações sociais: a imagem



REALIZAÇÃO:



APOIO:



da Psicologia no Instagram. Trabalhos de Conclusão de Curso - Faculdade Sant'Ana, 2021.

<https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/tcc/article/view/2172>.