



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

**CLÍNICA PSICANALÍTICA NA ERA DIGITAL: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO
E DIVULGAÇÃO PROFISSIONAL EM MÍDIAS SOCIAIS**

Larissa Christine Jeronimo Neiva

Uberaba, MG

2026

Larissa Christine Jeronimo Neiva

**Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e
divulgação profissional em mídias sociais**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal
do Triângulo Mineiro, como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre em Psicologia.**

Linha de pesquisa: Psicologia e Saúde

Orientador: Prof. Dr. Tales Vilela Santeiro

Uberaba, MG

2026

**Catálogo na fonte: Biblioteca da Universidade Federal do
Triângulo Mineiro**

N338c Neiva, Larissa Christine Jerônimo
 Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação
profissional em mídias sociais / Larissa Christine Jerônimo Neiva. -- 2026.
68 f.

 Dissertação (Mestrado em Psicologia) -- Universidade Federal do Triângulo
Mineiro, Uberaba, MG, 2026
Orientador: Prof. Dr. Tales Vilela Santeiro

 1. Psicanálise. 2. Mídia digital. 3. Marketing digital. 4. Intervenção
Baseada em Internet. I. Santeiro, Tales Vilela. II. Universidade Federal do
Triângulo Mineiro. III. Título.

CDU 159.964.2



Ministério da Educação
Universidade Federal do Triângulo Mineiro
Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Psicologia
Uberaba - MG

ATA DE DEFESA E QUALIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação:	Programa de Pós-Graduação em Psicologia				
Evento:	Defesa de Dissertação				
Data:	14/08/2026	Início em:	14h	Término em:	16h20
Número de matrícula da Estudante:	2024.2040.8				
Nome do aluno:	Larissa Christine Jerônimo Neiva				
Título do trabalho:	<i>Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação profissional em mídias sociais</i>				
Área de concentração:	Psicologia				
Linha de Pesquisa:	Psicologia e Saúde				
Projeto de pesquisa vinculado:	Mídias sociais e formação de psicólogos em processos clínicos e da Saúde				

A Banca Examinadora foi designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Psicologia, assim composta dos Professores Doutores: Nádia Laguárdia de Lima (Universidade Federal de Minas Gerais), Vilma Valeria Dias Couto (Universidade Federal do Triângulo Mineiro) e Tales Vilela Santeiro (Universidade Federal do Triângulo Mineiro), Orientador da Mestranda. A Sessão de Defesa ocorreu de maneira remota, por meio da plataforma Google Meet. Ao iniciar os trabalhos, o Presidente da Mesa, Dr. Tales Vilela Santeiro, apresentou a Comissão Examinadora e a Mestranda, agradeceu a presença do público e concedeu a palavra à Discente para a exposição do seu Trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta transcorreram conforme as normas do Programa. A seguir, o Presidente concedeu a palavra, pela ordem, sucessivamente, às Examinadoras, que passaram a arguir a Mestranda. Concluída a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca se reuniu e atribuiu o resultado final, considerando a Dissertação:

APROVADA

Esta Defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Psicologia.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFTM.

Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada, dela sendo lavrada a presente ata, que foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **TALES VILELA SANTEIRO, Professor do Magistério Superior**, em 14/08/2026, às 16:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 215, de 16 de julho de 2024](#).



Documento assinado eletronicamente por **VILMA VALERIA DIAS COUTO, Professor do Magistério Superior**, em 14/08/2026, às 17:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 215, de 16 de julho de 2024](#).



Documento assinado eletronicamente por **Nádia Laguárdia de Lima, Usuário Externo**, em 20/08/2026, às 09:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 215, de 16 de julho de 2024](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.uftm.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1839461** e o código CRC **0AF4217E**.

AGRADECIMENTOS

A escrita dos agradecimentos é um momento muito especial, de elaboração dos atravessamentos e lembranças do percurso e de quem esteve ao longo dele. Espero que eu possa, de alguma forma, contemplar todos que estiveram comigo nessa jornada, mesmo que não sejam diretamente citados.

Agradeço aos meus pais, que sempre estiveram comigo, cuidando, apoiando e incentivando todos os meus sonhos. À minha família, que mesmo à distância, foi fonte de amparo e encorajamento, em especial ao Vô Manoel, que desde pequena me falava sobre a importância do estudo (mesmo que ele não tenha tido a oportunidade de completar o ensino fundamental). Assim, pude ser a primeira pessoa da família a me formar em uma Universidade Federal.

Como dito por BK' em sua canção *Continuação de um sonho*:

“Eu sou a continuação de um sonho
Da minha mãe, do meu pai
De todos que vieram antes de mim
Eu sou a continuação de um sonho
Da minha vó, do meu vô”

Ao Vítor, pelo suporte, paciência, leituras e ajuda nas traduções. Aos meus amigos, por estarem nos momentos divertidos, de conversas nos bares e nos cafês, e nos momentos difíceis sendo um espaço de suporte e auxílio, em especial ao Carlos, Gabriel, Letícia e Sara, que são companheiros da vida, da clínica e da pesquisa.

À Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), ao curso de Psicologia e ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia (PPGP/UFTM) pelo ensino público, gratuito e de qualidade. E aos professores, do maternal à pós-graduação, que fizeram parte e foram essenciais durante a trajetória.

Ao Professor Doutor Tales Vilela Santeiro, por ser um orientador suficientemente bom, que ofereceu nesses últimos sete anos, um ambiente seguro, afetuoso e foi quem me apresentou a possibilidade de pesquisar.

Ao Grupo de Pesquisa Clínica Psicanalítica: brincar aprender pensar, espaço no qual entrei ainda caloura na graduação e que me acompanhou até o momento em que estou me

tornando mestra, pelos aprendizados, partilhas e principalmente por me ensinar que o ambiente da pesquisa pode ser afável.

Aos participantes da pesquisa, que aceitaram o convite para conversar, refletir e compartilhar como têm sido suas experiências com as mídias sociais.

Aos membros da Banca Examinadora de Qualificação e de Defesa, pela rica oportunidade de trocas, contribuições, amadurecimento e ensinamentos.

Por fim, agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio financeiro que viabilizou a execução desta pesquisa, e às experiências político-acadêmicas da Representação Discente do PPGP-UFTM na Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação (ANPEPP).

SUMÁRIO

Resumo	8
Abstract	9
Apresentação da Dissertação	10
Estudo 1	13
Temática e Objetivo do estudo	13
Método	15
Resumo das principais conclusões	16
Estudo 2	18
Temática e Objetivo do estudo	18
Método	20
Resumo das principais conclusões	21
Considerações Finais da Dissertação	23
Referências da Dissertação	25
Apêndices	29
Apêndice A - Roteiro de Entrevista Semidirigida (Estudo 1)	29
Apêndice B - Termo de consentimento Livre e Esclarecido (Estudo 1)	31
Apêndice C - Roteiro de Entrevista Semidirigida (Estudo 2)	34
Apêndice D - Termo de consentimento Livre e Esclarecido (Estudo 2)	36

RESUMO

As mídias sociais estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas, e tiveram seu uso intensificado durante a pandemia da COVID-19, período em que a internet se tornou uma ferramenta essencial para as atividades cotidianas e profissionais. No contexto da Psicologia, houve um aumento significativo tanto da procura quanto da oferta de serviços psicológicos on-line, bem como na divulgação da psicologia. Dessa forma, esta dissertação teve como objetivo geral investigar e analisar as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica que utilizam as mídias sociais para divulgar seu trabalho e a psicanálise, por meio do Instagram e de podcasts. A dissertação é composta por dois estudos. O Estudo 1 investigou as vivências de psicólogos que utilizam o Instagram para divulgar serviços psicológicos, enquanto o Estudo 2 analisou as experiências de psicólogos na produção de podcasts como estratégia de divulgação da psicanálise. Ambos os estudos se caracterizam como uma pesquisa qualitativa, de corte transversal, inspirado no método clínico-qualitativo de Turato. Cada estudo contou com 12 participantes, os dados foram produzidos através de entrevistas semidirigidas, realizadas remotamente e analisadas pela técnica de análise de conteúdo de inspiração clínico-qualitativa. Os resultados do Estudo 1 indicam que a divulgação do trabalho no Instagram é atravessada por tensões entre o desejo de construir uma clínica e as exigências da inserção no mercado de trabalho. Embora favoreça o fortalecimento das redes de apoio entre profissionais, a sustentação do tripé psicanalítico e a circulação de conhecimentos da psicologia e da psicanálise, o Instagram também impõe demandas relacionadas à produtividade, atravessadas pelas dinâmicas algorítmicas e pela exposição a violências, como o assédio sexual e moral, especialmente contra as profissionais. Os resultados do Estudo 2 demonstram que os podcasts de psicanálise emergiram principalmente durante a pandemia de COVID-19, além disso, sua produção têm sido sustentada pelo desejo e contribuições das experiências clínicas dos podcasters, se constituindo como um importante dispositivo de democratização da psicanálise. Dessa forma, esta dissertação contribuiu para ampliar as discussões sobre a inserção de psicólogos de orientação psicanalítica nas mídias sociais, bem como para compreender os impactos das Tecnologias da Informação e Comunicação na formação profissional, na construção da clínica, na divulgação ética de serviços psicológicos e na produção de podcasts sobre psicanálise. Como limitações do estudo, destacam-se a ausência de participantes das cinco regiões do país, a não inclusão de podcasts vinculados às Associações Psicanalíticas e a predominância de profissionais formados durante a pandemia de COVID-19.

Palavra-chave: Mídias sociais. Psicanálise. *Podcast*. Instagram. Psicologia e Saúde.

ABSTRACT¹

Social media have become increasingly integrated into people's daily lives, and their use intensified during the COVID-19 pandemic, a period in which the internet became an essential tool for everyday and professional activities. In the field of Psychology, there was a significant increase in both the demand for and the provision of online psychological services, as well as in the dissemination of psychology. Therefore, the general objective of this dissertation was to investigate and analyze the experiences of psychoanalytically oriented psychologists who use social media to promote their work and psychoanalysis through Instagram and podcasts. The dissertation consists of two studies. Study 1 investigated the experiences of psychologists who use Instagram to promote psychological services, whereas Study 2 analyzed the experiences of psychologists in producing podcasts as a strategy for disseminating psychoanalysis. Both studies are characterized as qualitative, cross-sectional research inspired by Turato's clinical-qualitative method. Each study included 12 psychologists as participants, and the data were generated through semi-structured remote interviews and analyzed using content analysis based on the clinical-qualitative approach. The results of Study 1 indicate that promoting professional work on Instagram is permeated by tensions between the desire to build a clinical practice and the demands of entering the labor market. Although Instagram promotes the strengthening of professional support networks, the maintenance of the psychoanalytic tripod, and the dissemination of psychological knowledge, it also imposes demands related to productivity, algorithmic dynamics, and exposure to violence, such as sexual and moral harassment, particularly against women. The results of Study 2 demonstrate that psychoanalysis podcasts emerged mainly during the COVID-19 pandemic and that their production is sustained by the podcasters' desire and contributions from their clinical experiences, constituting an important means of democratizing psychoanalysis. This dissertation contributes to broadening discussions on the presence of psychoanalytically oriented psychologists on social media, as well as to understanding the impact of these technologies on professional training, the development of clinical practice, the ethical promotion of psychological services, and the production of podcasts on psychoanalysis. The limitations include the absence of participants from all five regions of Brazil, the exclusion of podcasts affiliated with psychoanalytic associations, and the predominance of psychologists who graduated during the COVID-19 pandemic.

Keywords: Social media; Psychoanalysis; Podcast; Instagram; Psychology and Health.

¹ Foi utilizada a Inteligência Artificial Chat GPT para a tradução em inglês, e foi revisado por nós

APRESENTAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

A semente que deu origem a esta pesquisa foi plantada antes mesmo do início da minha graduação em Psicologia. Foi quando fiz um semestre de Jornalismo na Universidade Federal de Ouro Preto e tive a oportunidade de participar da Web Rádio Plural, conheci um novo formato de mídia e me desafiei a entrar na função de editora de alguns episódios de *podcast*, desde então, ele faz parte do meu dia a dia.

O Jornalismo, portanto, foi uma experiência que me atravessou durante toda a graduação de Psicologia, pois estive no cargo de comunicação no Centro Acadêmico III de Fevereiro por duas gestões e na Innovare Jr (Empresa Júnior de Psicologia). Em ambos espaços, a principal forma de comunicação e divulgação foi por meio das mídias sociais, sobretudo o Instagram. Dessa forma, esse percurso me inspirou e despertou o interesse em me aprofundar e pesquisar sobre como têm se dado as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica nas mídias sociais.

Além do já descrito, meu encontro com a psicanálise ocorreu cedo na graduação. Ainda no primeiro período, fui inserida no Grupo de Pesquisa Clínica Psicanalítica: brincar aprender pensar, a convite do meu orientador Professor Doutor Tales Vilela Santeiro, e tive a oportunidade de contribuir e participar de pesquisas dos companheiros do grupo (Iniciação Científica, Trabalho de Conclusão de Curso e Pesquisa do Mestrado). Assim, me apaixonei e mergulhei cada vez mais na psicanálise, participando de cursos, eventos, grupos de estudos, estágios clínicos e de políticas públicas.

Além disso, o uso da internet está inserido no cotidiano dos brasileiros e tem crescido a cada ano, os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD contínua), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que 89% (168 milhões) das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram a internet em 2024, diariamente e majoritariamente através do telefone móvel (IBGE, 2025). Quanto às finalidades, a maioria demonstrou interesse em utilizar a internet para conversar por chamadas de voz ou vídeo; a segunda finalidade foi enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos que não o e-mail, seguido por assistir vídeos, inclusive programas, séries e filmes; usar redes sociais on-line; ouvir músicas, rádio ou podcast (IBGE, 2025). Esses dados reforçam o quanto o uso das mídias sociais e o consumo de podcasts estão presentes no dia a dia da população brasileira.

No que tange o campo da psicologia, a inserção do profissional no mercado de trabalho é um grande desafio, haja vista que muitos profissionais atuam como autônomos (CFP, 2022a). No decorrer do desenvolvimento tecnológico e das mídias sociais, os profissionais da psicologia são atravessados por mudanças na atuação e divulgação do próprio trabalho, como foi apontado na Nota Técnica No 1/2022/SOE/PLENÁRIA, sobre o Uso profissional das redes sociais: publicidade e cuidados éticos (CPF, 2022b), a cartilha com Orientações sobre publicidade profissional (CRP-MG, 2023) e o guia Formei! E agora? Prática em Psicologia (CRP-MG, 2026). Portanto, os novos formatos e divulgação do trabalho são reconhecidos pelo Conselho Federal de Psicologia e pelos Conselhos Regionais de Psicologia que estão produzindo recursos e orientações sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e das mídias sociais.

Ademais, os podcasts têm ganhado uma crescente popularidade, como citado anteriormente nos resultados da PNAD contínua (IBGE, 2025), reforçado pela pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod, 2024), que estimou que o Brasil tenha aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes de podcasts. O podcast é uma forma de democratizar o acesso a informações e à ciência, visto que pode ser acessado gratuitamente pelo site ou pelo aplicativo do agregador, além de possibilitar a acessibilidade e inclusão. Lima (2024) pontua que as mídias sociais, como os *podcasts*, têm sido responsáveis por retirar a psicanálise da inacessibilidade, devolvendo a ela um lugar de ampla circulação na cultura, de forma que hoje, a presença dos psicanalistas na mídia não parece mais um fenômeno que possa ser detido, cabendo-nos, portanto, compreendê-lo.

Dessa forma, torna-se necessário direcionar o olhar para como têm sido as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica na divulgação dos seus serviços através do Instagram e na produção de podcasts como uma forma de difusão da psicanálise. Compreender e investigar essas experiências laborais permite a análise e reflexão sobre a formação, atuação dos profissionais e a realidade cotidiana dos que estão inseridos no mercado de trabalho, tornando imprescindível o desenvolvimento de produções científicas a respeito dessa temática. E assim, contribuir para a promoção de discussões sobre a realidade dos profissionais da psicologia de orientação psicanalítica, visando uma prática ética nas mídias sociais, na produção de conteúdos e na acessibilidade do conhecimento para diversas pessoas.

A presente dissertação é composta por dois estudos empíricos que propõem discutir as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica utilizando as mídias sociais on-line para divulgar o próprio trabalho. Ambos os estudos adotaram a metodologia clínico-qualitativo (Turato, 2008), que possibilitou contextualizações e interpretações ancoradas em conhecimentos psicanalíticos.

O primeiro estudo investigou e analisou as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica que utilizam o Instagram para a divulgação de serviços psicológicos. O segundo estudo investigou as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica na produção de podcasts como divulgação da psicanálise. Assim, esta dissertação permitiu uma imersão nas experiências subjetivas de psicólogos de orientação psicanalítica com as mídias sociais (Instagram e *podcast*) e as novas formas de divulgação do próprio trabalho, que seguem apresentadas nos estudos, nas considerações finais e nos materiais utilizados na pesquisa.

ESTUDO 1

PSICÓLOGOS NAS REDES SOCIAIS? EXPERIÊNCIAS NA DIVULGAÇÃO DE TRABALHOS PSICANALÍTICOS NO INSTAGRAM

TEMÁTICA E OBJETIVO DO ESTUDO

As mídias sociais podem ser definidas como veículos, suportes tecnológicos, ferramentas, ambientes digitais, onde as redes sociais podem ser (ou não) estabelecidas e por onde podemos nos relacionar pressupondo uma comunicação em forma de diálogo (Trevisan & Rocha, 2020). Os modelos de mídia que existiam anteriormente eram apenas aqueles em que uma emissora decidia o que seria transmitido ao público, nas rádios e nas televisões, por exemplo. Na atualidade, quem produz e posta o conteúdo é o próprio sujeito, assim, milhares ou até milhões de pessoas podem acessá-lo e produzi-los (Oliveira, 2025).

Já as redes sociais são como teias ou como laços que interligam sujeitos que podem estar distantes no tempo e no espaço (Santos, 2022). Através das redes sociais, indivíduos e grupos podem se conectar, compartilhar informações e interesses, como formas de fortalecer círculos de amizade, conhecer pessoas de diferentes culturas, trocar experiências e compartilhar ideias. Assim, o grau de vínculo presencial passa a não ser mais critério para estabelecer contatos e acessar informações (Santeiro & Rocha, 2015).

No Brasil, o Instagram é uma das redes sociais mais populares; no *ranking* mundial, ocupa o terceiro lugar com o maior número de usuários (Statista, 2025). Lançado em 2010, teve como fundadores o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger (InvestNews, 2024), ele permite a criação de perfis pessoais e/ou profissionais, postagem de fotos e vídeos, interação por meio de curtidas e comentários, mensagens (*direct*) e vídeos ao vivo (*lives*).

Na psicologia, a relação com a *internet* vem sendo discutida desde a Resolução nº 003/2000 que regulamentava o atendimento psicoterapêutico mediado por computador desde que fizesse parte de um projeto de pesquisa (Conselho Federal de Psicologia [CFP], 2000). A Resolução nº 12/2005, por sua vez, passou a reconhecer serviços psicológicos mediados por computador, desde que não psicoterapêuticos (CFP, 2005). Depois, na Resolução nº 11/2012 orientações psicológicas de diferentes tipos foram permitidas, entendendo-se por orientação

atendimentos pontuais, informativos, focais e de no máximo 20 encontros virtuais, síncronos ou assíncronos (CFP, 2012).

Seis anos mais tarde, na Resolução nº 11/2018 surgiram mudanças mais significativas para o exercício das práticas psicológicas on-line, começando pelo número de sessões, que passou a não ser mais delimitado (CFP, 2018). Posteriormente, em decorrência da crise provocada pela COVID-19, veio a Resolução de nº 4/2020 (CFP, 2020). Foi nesse contexto que vários psicólogos precisaram transferir seus atendimentos presenciais para o formato on-line. Por fim, até o momento, publicada em 2024, a resolução nº 9/2024 revogou a obrigatoriedade do cadastro e-Psi (CFP, 2024). Dessa forma, a trajetória das resoluções citadas aponta e reflete as mudanças graduais e a inserção das práticas psicológicas mediadas por Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs), assim o CFP reconhece que a Psicologia pode se beneficiar de seu uso (CFP, 2022b).

A inserção do profissional de psicologia no mercado de trabalho é um grande desafio, pois muitos atuam como profissionais autônomos (CFP, 2022). E a dificuldade de inserção laboral é especialmente sentida pelos mais jovens ou recém-formados, que mesmo com alta especialização enfrentam um mercado de trabalho desfavorável (CFP, 2022).

Como citado anteriormente, o Instagram faz parte do cotidiano dos brasileiros e também atravessa a prática de psicólogos clínicos de orientação psicanalítica que usam o perfil profissional e/ou pessoal para divulgar o próprio trabalho. Os perfis profissionais são utilizados com o objetivo de promover uma marca, produto, serviço ou até mesmo uma carreira pessoal. Na realidade dos profissionais da psicologia, para além da divulgação de atendimento clínico individual, também ocorre a oferta de outros serviços como: atendimento grupal, supervisão individual e grupal, consultorias, cursos, palestras e grupos de estudos. Essas possibilidades facilitam o acesso e a democratização dos conhecimentos psicológicos e da psicanálise (Almeida, 2022).

Diante do exposto, é fundamental compreender como têm sido as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica que utilizam o Instagram para a divulgação de serviços psicológicos. Aspectos relacionados às motivações para criação de seus perfis, aos sentimentos suscitados, bem como os desafios, potencialidades e resultados ainda são pouco explorados. Portanto, essa pesquisa teve como objetivo investigar e analisar as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica na divulgação do seu trabalho por meio do Instagram.

METODOLOGIA

O estudo consiste em uma pesquisa qualitativa de corte transversal, inspirada no método clínico-qualitativo (Turato, 2008). A pesquisa contou com 12 participantes, dos quais 10 eram mulheres e 2 homens, em média com 28 anos de idade, psicólogos orientados pela psicanálise, atuando há 3,8 anos e residentes das regiões sudeste (83%) e nordeste (16%) do Brasil. Como estratégia para acessar as vivências dos participantes, foi utilizada uma entrevista semidirigida, contendo 19 questões, das quais 8 eram para caracterização do participante e 11 eram focadas em quais os serviços prestados pelo profissional, as motivações, vivências, potencialidade, dificuldades, percepções em ter um perfil no Instagram para a divulgação do seu trabalho e se a temática de redes sociais e internet foram debatidos em suas formações.

A composição dos participantes ocorreu pela técnica de bola de neve, com sementes vindas de contatos da trajetória profissional da pesquisadora e que, a partir das sementes, foram solicitadas sugestões de novos contatos aos participantes e assim sucessivamente. As entrevistas foram encerradas por meio da técnica de saturação dos dados (Fontanella et al., 2011).

Em seguida, as entrevistas foram transcritas com o uso da ferramenta de Inteligência Artificial (IA) *PinPoint* e revisadas pela primeira autora, o que constituiu o *corpus* de análise. Nesse sentido, os dados passaram por uma análise de conteúdo de inspiração clínico-qualitativa (Campos & Turato, 2009; Turato, 2008). Esse método contempla as etapas: (1) pré-análise; (2) definição de categorias e subcategorias; (3) validação externa através de discussões com orientador e pares; (4) apresentação dos resultados de forma descritiva; (5) interpretação dos dados. Para o cumprimento da última etapa, o suporte em conhecimentos psicanalíticos e de materiais do CFP e dos CRP foram considerados, conforme os citados no corpo introdutório.

A entrevista semiestruturada foi discutida e revisada no âmbito dos trabalhos do Grupo de pesquisa Clínica psicanalítica: brincar aprender pensar. Foram realizadas 12 entrevistas aconteceram entre novembro e dezembro de 2025, na modalidade on-line (Google Meet) e tiveram em média 43 minutos cada. Observa-se, ainda, que quaisquer dúvidas foram respondidas durante as entrevistas.

A pesquisa foi articulada com o projeto de pesquisa guarda-chuva intitulado *Mídias sociais e formação de psicólogos em processos clínicos e de saúde* e está cadastrado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CAAE:

26870314.8.0000.5083). Por conseguinte, todos os procedimentos atenderam às exigências da Resolução 510/2016 do CNS/MS. Desse modo, ressalta-se que todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, no qual declararam conhecimento e concordância com os objetivos do estudo.

RESUMO DAS PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo investigar e analisar as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica na divulgação do seu trabalho por meio do Instagram. Os resultados foram organizados a partir de três eixos, divididos em três eixos: (1) *Trajetória: o percurso do clínico de orientação psicanalítica no Instagram* abordará questões relacionadas a quais serviços são oferecidos, quando e como começaram a ter um perfil para divulgar o próprio trabalho, qual o público e demandas que atende no geral e se durante a formação foi discutido sobre redes sociais e divulgação do trabalho; (2) *Vivências e percepções* discutirá quais foram as percepções, como se sentem e quais têm sido as potencialidades e dificuldades na produção e divulgação de conteúdos no Instagram; e (3) *Assédio* tratará dos atravessamentos e violências que percorreram as experiências de divulgar o próprio trabalho nas redes sociais on-line, como o assédio sexual e o assédio moral.

A partir da pesquisa, foi possível compreender que a divulgação do trabalho no Instagram é atravessada por diferentes tensões, envolvendo o desejo de construir uma clínica e a urgência da inserção no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo em que o Instagram amplia e fortalece as redes de apoio entre profissionais, a sustentação do tripé psicanalítico e a circulação de conhecimentos sobre a psicologia entre a população, também impõe demandas relacionadas à produtividade, à necessidade de adaptação às dinâmicas algorítmicas e à violências como assédio sexual e assédio moral, sobretudo contra as mulheres, reforçando a importância de estratégias de proteção no exercício profissional.

Entre as potencialidades da pesquisa estão as contribuições para ampliar as discussões sobre a inserção dos psicólogos de orientação psicanalítica nas mídias sociais e as reflexões acerca dos impactos dessas tecnologias na formação, na construção da clínica e na divulgação ética de serviços psicológicos. Além disso, evidencia a importância de os cursos de graduação ampliarem o debate sobre o uso das redes sociais para a divulgação do trabalho. Como limitações, a pesquisa contou com participantes apenas das regiões sudeste e nordeste do país.

Ademais, a maioria dos participantes concluiu a graduação durante a pandemia, dessa forma, as experiências de profissionais que se formaram anteriormente, foram escassas. Desse modo, pesquisas futuras poderão ampliar essa discussão, investigando diferentes mídias sociais e plataformas digitais.

ESTUDO 2

DIVULGAÇÃO E TRANSMISSÃO DA PSICANÁLISE EM *PODCASTS*²

TEMÁTICA E OBJETIVO DO ESTUDO

Após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), ocorreu a difusão das emissoras de rádio pelo mundo (Gonçalves; Silva, 2020). Assim, a história do rádio é a história de uma linguagem e do desenvolvimento de uma tecnologia de comunicação, que atravessou a vida social, a política mundial e a psicanálise.

No âmbito internacional da difusão de ideias psicanalíticas, entre 1939 e 1968, Winnicott participou de cerca de 60 palestras em programas de rádio transmitido pela British Broadcasting Corporation de Londres, se direcionando a mães, cuidadores de bebês e crianças pequenas, tecendo considerações a respeito de temas diversos da infância (Vallim, 2025). Na França, de 1976 a 1978, Dolto foi responsável pelas emissões do *Lorsque l'enfant parait* transmitido pela Radio France-Inter, onde respondia a cartas do público, relacionadas às vicissitudes do desenvolvimento de crianças e adolescentes (Vallim, 2025).

No contexto brasileiro, as transmissões radiofônicas iniciaram-se em 1920 e se consolidaram em 1923, com a fundação da primeira rádio de alcance nacional, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (Melo et al., 2015). Ainda nos anos 30, o psicanalista Gastão Pereira da Silva, preocupado com a difusão da obra Freudiana para o público leigo, manteve o programa *No mundo dos sonhos* durante três anos, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que segundo suas palavras, radiofonizava os sonhos (enviados pelos ouvintes) como se fossem pequeninas histórias, em *sketchs*, interpretadas pelo *cast* do rádio-teatro (Marcondes, 2015; Silva, 2025).

Na década de 50, Virgínia Bicudo difundiu a psicanálise para o público geral por meio do programa *Nosso mundo mental*, transmitido pela Rádio Excelsior (Melo, 2025), apresentando situações cotidianas que poderiam contribuir para a educação infantil pelo viés psicanalítico. Seu trabalho teve ainda, repercussões em diferentes direções, pois inseriu a psicanálise no campo da prevenção em saúde mental e fomentou o debate sobre a criação da profissão de psicólogo no Brasil.

² Artigo submetido ao periódico “Estudos Interdisciplinares em Psicologia”, aguardando decisão editorial.

Dessa forma, desde os primórdios da psicanálise os psicanalistas utilizaram das tecnologias disponíveis à época, não somente para a popularização, mas para o seu desenvolvimento. Nesse sentido, na recente crise da pandemia do coronavírus foi possível observar uma intensa presença de psicanalistas nas mídias sociais e nos meios de comunicação em massa (Almeida, 2022). Assim, os psicanalistas não apenas assimilam a cultura, mas sobretudo tensionam e dialogam com ela (Souto, 2023). Nesse panorama, tem ocorrido a criação e popularização de *podcasts* de e sobre psicanálise que retratam diversas temáticas da vida cotidiana e da contemporaneidade.

A palavra *podcast* tem origem a partir da junção de *Pod* (de iPod) e *cast*, que vem de *broadcast*, ou “transmissão”. E pode ser definido como uma produção de áudio que se difere da rádio tradicional pela maior maleabilidade de acesso e produção de conteúdo, sendo uma publicação de programas de áudio na *internet*, que podem ser ouvidos on-line, baixados em computador ou no agregador de áudio digital (Freire, 2011). Dessa forma, com a popularização dos *smartphones* e da *internet*, os *podcasts* foram se tornando mais acessíveis.

Trinca e Figueiredo (2022) reforçam a importância da proposta de classificação e categorização dos *podcasts* para o avanço dos estudos sobre o seu consumo. Elas propõem as seguintes categorias de classificação dos programas: (1) os conversados, caracterizados pelo diálogo entre duas ou mais pessoas (mesacast e entrevista); e (2) seriados, quando uma narração segue um roteiro bem estruturado (jornalístico, narrativo, documental, ficcional).

O primeiro *podcast* foi criado em agosto de 2004 por Adam Curry, o *Daily Source Code*. No Brasil, a criação do primeiro programa é atribuída a Danilo Medeiros, quando em outubro do mesmo ano iniciou o *Digital Minds* (Freire, 2017). Em 2008 foi instituída a PodPesquisa, uma iniciativa da Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPod), com o objetivo de conhecer mais sobre o universo do ouvinte de *podcast* no Brasil e subsidiar os seus produtores.

A pesquisa produzida pela ABPod (2024) sobre o panorama 2024/2025 de *podcasts* no país, estima que tenham aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes. Nesse cenário, o Spotify é indicado como o maior agregador, com 49% de preferência dos ouvintes. O levantamento aponta que 23% do público escutam mais de uma vez ao dia e 40% ouvem diariamente. Este aumento de audiência é acompanhado pelo crescimento da produção de *podcasts* em formatos tradicionais, em áudio, seguidos pelos *videocasts*, já os conteúdos mais populares são os de notícias e entretenimento.

Os *podcasts* são considerados uma excelente ferramenta de comunicação, com grandes potencialidades educacionais e de divulgação científica. Eles permitem aproximar estudantes do seu cotidiano profissional e, ainda que indiretamente, qualificar os processos de ensino-aprendizagem.

Lima (2024) pontua que as mídias sociais, como os *podcasts*, têm sido responsáveis por retirar a psicanálise da inacessibilidade, devolvendo a ela um lugar de ampla circulação na cultura, de forma que hoje, a presença dos psicanalistas na mídia não parece mais um fenômeno que possa ser detido, cabendo-nos, portanto, compreendê-lo. Nesse sentido, perguntas como as seguintes perpassaram o processo desta pesquisa: como psicólogos clínicos *podcasters* autoidentificados com a psicanálise têm vivenciado a produção e a transmissão de conteúdo em mídias sociais? Tem havido impacto dessas produções e desse tipo de processo criativo em suas práticas clínicas? Se sim, qual a natureza desse impacto? A ideia de que os *podcasts* democratizam a psicanálise fundamenta esse tipo de escolha profissional? Nesses processos de criação, tem ocorrido tensões entre ética profissional, autopromoção e construção de audiência? Assim, diante desse cenário, o objetivo deste estudo foi investigar e analisar as experiências de psicólogos produtores de *podcasts* como meios de divulgação da psicanálise.

METODOLOGIA

O estudo consiste em uma pesquisa qualitativa de corte transversal, inspirada no método clínico-qualitativo (Turato, 2008). A pesquisa contou com 12 participantes, dos quais 9 eram mulheres, com média de idade de 37 anos, formados em psicologia, orientados pela psicanálise e *podcasters* há pelo menos 2 anos, residentes das regiões sudeste (83%), nordeste (8%) e sul (9%) do Brasil. Os nomes das pioneiras foram extraídos do livro de Caropreso e Cromberg (2025), enquanto os dos pioneiros, referem-se a precursores da psicanálise.

Como estratégia para acessar as vivências, foi utilizada a entrevista semidirigida, discutida e revisada no grupo de pesquisa Clínica Psicanalítica: brincar aprender pensar e contou com questões que contemplaram as motivações, vivências, processos criativos, potencialidade, dificuldades e percepções em ter e produzir um *podcast* sobre psicanálise. As entrevistas aconteceram entre agosto e novembro de 2025, na modalidade on-line (Google Meet) e tiveram em média 40 minutos cada. A composição dos participantes ocorreu pela técnica de amostragem proposital (Turato, 2008).

Foram realizadas 12 entrevistas e a composição dos participantes e a produção de dados foi encerrada através da técnica de saturação dos dados. Em seguida, as entrevistas foram transcritas com o uso da ferramenta de Inteligência Artificial (IA) PinPoint e revisadas pelos autores, os dados passaram por uma análise de conteúdo de inspiração clínico-qualitativa (Turato, 2008). Esse método contempla as etapas: (1) pré-análise; (2) definição de categorias e subcategorias; (3) validação externa através de discussões com orientador e pares; (4) apresentação dos resultados de forma descritiva; e (5) interpretação dos dados. Para o cumprimento da última etapa, o suporte em conhecimentos debatidos no cenário psicanalítico foi considerado associado às questões que perpassam a difusão de conhecimentos ao grande público, conforme os citados no corpo introdutório.

A pesquisa foi articulada com o projeto de pesquisa guarda-chuva intitulado *Mídias sociais e formação de psicólogos em processos clínicos e de saúde* e está cadastrado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CAAE: 26870314.8.0000.5083). Por conseguinte, todos os procedimentos atenderam às exigências da Resolução 510/2016 do CNS/MS. Desse modo, ressalta-se que todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, no qual declararam conhecimento e concordância com os objetivos do estudo.

RESUMO DAS PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Os resultados e discussão foram divididos em três eixos: (1) *O percurso: da criação ao play* abordará questões relacionadas a quando foram criados os *podcasts*, a escolha pelo nome, o processo criativo, a definição de temas, a produção técnica e o público ouvinte; (2) *Do desejo à experiência: vivências dos podcasters* discutirá a motivação para iniciar, como se sentem, quais têm sido as potencialidades, dificuldades e se existem resultados e oportunidades; e (3) *Divulgação e transmissão da psicanálise* tratará sobre a divulgação e transmissão da psicanálise a partir dos *podcasts*.

Esta pesquisa teve como objetivo investigar e analisar as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica na produção de *podcasts* como divulgação da psicanálise. Os resultados foram pensados a partir de uma triangulação dos eixos que contemplaram diferentes aspectos, o primeiro foi sobre o processo de criação, o “por trás” de como acontecem os *podcast*, o segundo teve como foco as experiências, motivações, impressões, potencialidades e dificuldades e por

fim, o terceiro levantou questões de como podemos pensar sobre o processo de transmissão da psicanálise.

A partir da pesquisa realizada foi possível analisar e traçar uma “linha temporal” do uso e atravessamento das tecnologias de comunicação, do rádio ao *podcast*, na história da psicanálise. Entre suas potencialidades, está a proposta de um espaço de reflexão para os *podcasters* sobre suas vivências e experiências enquanto divulgadores da psicanálise, além disso, foi possível compreender mais sobre como a história dos *podcasts* de psicanálise têm se dado no Brasil, quem são os ouvintes, o que motivou a criação, como se sentem, potencialidades dificuldades e resultados. E teve como limitações, a ausência de *podcasters* das regiões norte e centro-oeste do país. Além disso, este estudo não se debruçou nos *podcasts* vinculados às Associações Psicanalíticas, que têm tido uma presença crescente na podosfera, configurando-se como um campo fértil para futuras investigações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO

As mídias sociais passaram a ocupar cada vez mais o cotidiano das pessoas, transformando a comunicação, a economia, a cultura, a política e as relações de trabalho. No contexto da Psicologia, essas mudanças repercutiram sobre a prática profissional, exigindo reflexões e adaptações em relação às possibilidades e os desafios que envolvem a utilização das mídias sociais. Dessa forma, esta dissertação teve como objetivo investigar e analisar as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica que utilizam as mídias sociais para divulgar seu trabalho por meio do Instagram e difundir a psicanálise através dos podcasts.

Os resultados apontam que as mídias sociais, constituem-se como um importante espaço de circulação da Psicologia e da Psicanálise. O Instagram é um recurso amplamente utilizado para a divulgação dos serviços psicológicos, para o fortalecimento das redes de apoio entre os profissionais e para a ampliação da disseminação de conhecimentos. No entanto, foi possível observar a partir dos relatos dos entrevistados, tensões relacionadas às dinâmicas algorítmicas, à lógica da produtividade e às diferentes formas de violência presentes no ambiente digital, especialmente dirigidas as profissionais. Já o podcast os *podcasts* de psicanálise emergiram, sobretudo, durante a pandemia de COVID-19 e sua produção é sustentada pelo desejo e pela experiência clínica dos *podcasters*, favorecendo a democratização do acesso à psicanálise.

Dessa forma, esta dissertação contribuiu para ampliar as discussões sobre a inserção de psicólogos de orientação psicanalítica nas mídias sociais, Instagram e podcast, favorecendo reflexões acerca dos impactos dessas tecnologias na formação profissional, na construção da clínica, na divulgação ética de serviços psicológicos e na circulação da psicanálise.

Por fim, o estudo teve algumas limitações, entre elas está o limite geográfico, por não ter contemplado as cinco regiões do país. Além disso, no Estudo 1, houve a predominância de participantes formados durante a pandemia de COVID-19, dessa forma, apenas as experiências de profissionais que se formaram anteriormente, foram escassas. Já no Estudo 2, não se debruçou nos *podcasts* vinculados às Associações Psicanalíticas, que têm tido uma presença crescente na *podosfera*.

Nesse sentido, pesquisas futuras poderão ampliar a abrangência geográfica dos participantes. Além disso, também se faz necessário investigar a experiência de psicólogos de orientação psicanalítica que são ouvintes de podcasts e a experiência de seguidores, clientes/pacientes que acompanham psicólogos nas mídias sociais, bem como de profissionais de

outras abordagens teóricas, a fim de compreender em que medida as experiências identificadas nesta pesquisa são específicas da orientação psicanalítica ou compartilhadas por psicólogos de diferentes abordagens.

REFERÊNCIAS

- Almeida, A. P. de. (2022). *Psicanálise de boteco: O inconsciente na vida cotidiana*. Paidós.
- Associação Brasileira de Podcasters. (2024). *Resultados PodPesquisa 2024/2025 da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod)*.
https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf
- Campos, C. J. G., & Turato, E. R. (2009). Análise de conteúdo em pesquisas que utilizam metodologia clínico-qualitativa: Aplicação e perspectivas. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 17(2), 259–264.
- Conselho Federal de Psicologia. (2000). *Resolução CFP nº 6/2000: Dispõe sobre a atuação do psicólogo em serviços de saúde*.
https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2000/12/resolucao2000_6.pdf
- Conselho Federal de Psicologia. (2005). *Resolução CFP nº 12/2005: Regulamenta o atendimento psicoterapêutico e outros serviços psicológicos mediados por computador e revoga a Resolução CFP nº 003/2000*.
<https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-do-exercicio-profissional-n-12-2005-regulame>
- Conselho Federal de Psicologia. (2012). *Resolução CFP nº 11/2012: Regulamenta os serviços psicológicos realizados por meios tecnológicos de comunicação à distância, o atendimento psicoterapêutico em caráter experimental e revoga a Resolução CFP nº 12/2005*.
<https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-do-exercicio-profissional-n-11-2012-regulamenta-os-servicos-psicologicos-realizados-por-meios-tecnologicos-de-comunicacao-a-distancia-a-o-atendimento-psicoterapeutico-em-carater-experimental-e-revoga-a-resolucao-cfp-no-12-2005>
- Conselho Federal de Psicologia. (2018). *Resolução CFP nº 11/2018: Regulamenta a prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação e revoga a Resolução CFP nº 11/2012*.
<https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-do-exercicio-profissional-n-11-2018-regulamenta-a-prestacao-de-servicos-psicologicos-realizados-por-meios-de-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-e-revoga-a-resolucao-cfp-no-11-2012>
- Conselho Federal de Psicologia. (2020). *Resolução CFP nº 4/2020: Dispõe sobre regulamentação de serviços psicológicos prestados por meio de tecnologia da*

- informação e da comunicação durante a pandemia da COVID-19.*
<https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-do-exercicio-profissional-n-4-2020-dispoe-sobre-regulamentacao-de-servicos-psicologicos-prestados-por-meio-de-tecnologia-da-informacao-e-da-comunicacao-durante-a-pandemia-do-covid-19>
- Conselho Federal de Psicologia. (2022a). *Censo da psicologia: Volume 1*. Conselho Federal de Psicologia.
https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol1_WEB.pdf
- Conselho Federal de Psicologia. (2022b). *Censo da psicologia brasileira (Vol. 2): Condições de trabalho, fazeres profissionais e engajamento social*. Conselho Federal de Psicologia.
https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol2-1.pdf
- Conselho Federal de Psicologia. (2022c). *Nota técnica SEI CFP-0612475*. Conselho Federal de Psicologia.
https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI_CFP-0612475-Nota-Tecnica.pdf
- Conselho Federal de Psicologia. (2024). *Resolução CFP nº 9/2024: Regulamenta o exercício profissional da psicologia mediado por tecnologias digitais da informação e da comunicação (TDICs) em território nacional e revoga as Resoluções CFP nº 11/2018, de 11 de maio de 2018, e nº 04/2020, de 26 de março de 2020.*
<https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-do-exercicio-profissional-n-9-2024-regulamenta-o-exercicio-profissional-da-psicologia-mediado-por-tecnologias-digitais-da-informacao-e-da-comunicacao-tdics-em-territorio-nacional-e-revoga-as-resolucoes-cfp-no-11-de-11-de-maio-de-2018-e-resolucao-cfp-no-04-de-26-de-marco-de-2020>
- Conselho Regional de Psicologia – Minas Gerais. (2023). *Orientações sobre publicidade profissional*. CRP-MG.
<https://drive.google.com/file/d/1Y2XxDfToRGVcrYAU2PpG0sMQ7B7XgqNG/view>
- Conselho Regional de Psicologia – Minas Gerais. (2026). *Formei! E agora?* CRP-MG.
<https://acervodigital.crp04.org.br/publicacoes/formei-e-agora/>
- Fontanella, B. J. B., Luchesi, B. M., Saidel, M. G. B., Ricas, J., Turato, E. R., & Melo, D. G. (2011). Amostragem em pesquisas qualitativas: Proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. *Cadernos de Saúde Pública*, 27(2), 388–394.
<https://doi.org/10.1590/S0102-311X2011000200020>

- Freire, E. P. A. (2011). O podcast como ferramenta de educação inclusiva para deficientes visuais e auditivos. *Revista Educação Especial*, 24(40), 195–206.
- Freire, E. P. A. (2017). Podcast: Breve história de uma nova tecnologia educacional. *Educação em Revista*, 18(2), 55–71.
- Gonçalves, E. S., Pereira, J. Í. G., & Cunha, R. N. da. (2022). Podcast PSIU e a importância da divulgação científica nas universidades: Um relato de experiência. *Revista PET Brasil*, 1(2), 85–97.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2025). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua): Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) 2024*. Agência IBGE Notícias. https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/7552c746f69b9cb9b436b44bdce6b60a.pdf
- InvestNews. (2024). *A rápida ascensão do Instagram a 'indústria' de cliques e celebridades*. <https://investnews.com.br/negocios/historia-do-instagram/>
- Lima, J. L. (2024). Um psicanalista nas redes, enredado está? *Jornal de Psicanálise*, 57(107), 179–194. <https://doi.org/10.5935/0103-5835.v57n107.13>
- Marcondes, S. R. A. (2015). “Nós, os charlatões”: Gastão Pereira da Silva e a divulgação da psicanálise em *O Malho* (1936–1944) [Dissertação de mestrado]. Fundação Oswaldo Cruz.
- Melo, E., Furtado, A., Silva, P., Fernandes, V., & Pitanga, C. (2015). *História do rádio*. Trabalho apresentado no XXII Prêmio Expocom, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Uberlândia, MG.
- Oliveira, R. A. C. (2025). *Autoridade e influência: A psicanálise e seu encontro com o digital* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Sergipe]. Repositório Institucional da Universidade Federal de Sergipe. <https://ri.ufs.br/handle/riufs/24458>
- Santeiro, T. V., & da Rocha, G. M. A. (2015). O uso das mídias sociais por clínicos: Problematisando fronteiras profissionais e esboçando diretrizes. In T. V. Santeiro & G. M. A. da Rocha (Eds.), *Clínica de orientação psicanalítica: Compromissos, sonhos e inspirações no processo de formação*. Vetor.
- Santos, R. O. dos. (2022a). Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. *Acta Scientiarum. Education*, 44(1). <https://doi.org/10.4025/actascieduc.v44i1.52736>

- Souto, V. de F. (2023). Psicanálise e rede social: Entre a falta e o semblante. *Revista do CEPdePA*, 30, 69–84.
- Statista. (2025). *Países líderes em tamanho de público no Instagram em outubro de 2025*. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Trevisan, N. M., & Rocha, M. D. A. (2020). *Marketing nas mídias sociais (Coleção Marketing nos tempos modernos)*. Saraiva Educação. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571440883>
- Trinca, M. D., & Figueiredo, S. P. de. (2022, setembro). Formatos de podcasts: Uma nova proposta de classificação baseada em estruturas. In *Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Turato, E. R. (2008). *Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa: Construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas* (3ª ed.). Vozes.
- Vallim, M. R. (2025). *Psicanálise e cidadania em Dolto e Winnicott: Os programas de rádio* [Tese de doutorado]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/44362>

APÊNDICES

Apêndice A – Roteiro de Entrevista Semidirigida (Estudo 1)

Entrevista N. _____

Data: ____ / ____ / ____

Início: ____:____ h. _____

Término: ____:____ h. _____

Duração em min: _____

Local onde a pessoa entrevistada estava: _____

Câmera aberta ou fechada? _____

Parte 1 – Dados pessoais de identificação do(a) entrevistado(a):

Nome

Idade

Autodeclaração

Gênero: _____

Étnico-racial: _____

Cidade/Estado onde reside

Instituição de formação do profissional (como psicóloga/o)

Ano de formação (quando se graduou)

Fez pós-graduação? Se sim, qual(is)?

Parte 2 – Dados da entrevista semidirigida

1 - Quais os serviços psicológicos você oferece? Há quanto tempo?

2 - Atende clinicamente desde quando? Qual o público tem atendido? Quais as demandas observadas?

3 - Durante a sua formação, redes sociais/plataformas para divulgar os seus serviços foram apresentadas?

4 - Quando e como você começou a utilizar o Instagram para divulgar o seu trabalho?

5 - Você utiliza outra plataforma/rede social para divulgar o seu trabalho? Se sim, qual(is)?

6 - Você conta ou contou com algum tipo de apoio para produzir conteúdos no Instagram?

7 - Quais são suas percepções sobre o uso do Instagram para divulgação dos seus serviços?

8 - Como você se sente utilizando o Instagram para divulgar o seu trabalho?

9 - Como você tem pensado sobre o uso do Instagram para divulgar seu trabalho, em termos de potencialidades e dificuldades?

10 - Você percebe resultados/oportunidades com a divulgação de serviços pelo Instagram? E quais tipos de resultados/oportunidades?

11 - Gostaria de acrescentar algo que não tenhamos conversado durante a entrevista?

Parte 3 – Dados da observação e auto-observação do entrevistador:

Apresentação pessoal do(a) participante, suas expressões faciais, gesticulações, mudanças na fala (lapsos de língua, silêncios, alterações no timbre e volume da voz, fala embargada), choro, riso e manifestações afins:

Reação ou manifestação contratransferencial:

Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Estudo 1)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Convidamos você a participar da pesquisa “Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação profissional em mídias sociais” o objetivo desta pesquisa é investigar e analisar as vivências de psicólogos de orientação psicanalítica que utilizam o Instagram para a divulgação de serviços psicológicos.

Sua participação é importante, pois permitirá explorar as vivências, os sentidos atribuídos a esse campo de atuação.

Caso você aceite participar desta pesquisa, será necessária realização de uma entrevista que buscará tomar conhecimento de como e quando iniciou a divulgação dos seus serviços pelo Instagram; quais os serviços psicológicos que você oferece; Quais são os públicos que você tem atendido e quais as demandas observadas; e, de forma geral, investigar como você tem lidado com questões que envolvem a divulgação dos seus serviços através do Instagram, bem como conhecer as experiências vivenciadas. O projeto está cadastrado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CAAE: 26870314.8.0000.5083). A entrevista será efetuada através da plataforma Google Meet, levando em conta a acessibilidade, a gratuidade e a possibilidade de sua gravação; com tempo estimado de, aproximadamente, uma hora de duração; ficando ao seu critério e à sua disponibilidade a definição do horário de realização. A entrevista será gravada e, após, será feito o seu download para um dispositivo eletrônico local, apagando todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem". Depois da transcrição dos dados, o material gravado será apagado. A transcrição será armazenada por cinco anos, conforme a resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (que regula a ética em pesquisa com seres humanos no Brasil); e após esse período ela também será destruída.

Dentre os riscos desta pesquisa, identificam-se possíveis sentimentos de desconforto ou constrangimento ao compartilhar suas percepções e vivências profissionais, além de riscos relacionados à privacidade e segurança virtual. Serão adotadas medidas de segurança digital, como a instalação de antivírus e a criptografia dos arquivos. Além disso, durante a entrevista,

tanto você quanto a pesquisadora deverão estar em ambientes físicos privativos e silenciosos. Somente os pesquisadores terão acesso ao material gravado.

Com relação aos benefícios desta pesquisa, destacam-se os benefícios indiretos, como a possibilidade de contribuir para o avanço do conhecimento e a atualização da literatura científica sobre a temática da produção de podcasts como divulgação da psicanálise.

A qualquer momento, durante o estudo ou posteriormente, você poderá solicitar informações sobre a sua participação nesta pesquisa, o que poderá ser feito pelos meios de contato explicitados ao final deste Termo. Sua participação é voluntária e livre de qualquer benefício financeiro. Você é livre para recusar-se a participar ou interromper a entrevista a qualquer momento, sem que haja qualquer prejuízo, bastando apenas informar a pessoa que lhe enviou este documento. Suas respostas serão tratadas de forma anônima, a fim de garantir o sigilo e a privacidade das informações.

Contato do pesquisador principal:

Nome: Tales Vilela Santeiro

E-mail: tales.santeiro@uftm.edu.br

Telefone: (34) 99775-3127

Endereço: Rua Vigário Carlos, n. 100, 5o andar, sala 532 - Nossa Sra. da Abadia, Uberaba - MG, 38025-350.

Formação/Ocupação: Professor do Departamento de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFTM.

Mestranda

Nome: Larissa Christine Jerônimo Neiva

E-mail: larissa.neivaj@gmail.com

Telefone: (31) 99595-4989

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Rua Conde Prados, 191, Bairro Nossa Senhora da Abadia – Uberaba – MG – de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 11:30 e das 13:00 às 17:30. Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto a sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu, voluntário (a) a participar dessa pesquisa, li e/ou ouvi o esclarecimento acima e compreendo para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetida. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão e que isso não afetará o serviço escolar que estou recebendo. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo. Concordo em participar do estudo “Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação profissional em mídias sociais” e receberei uma via deste documento pela internet.

Você consente participar da pesquisa?

() Eu consinto participar da pesquisa.

() Não concordo em participar da pesquisa.

Apêndice C – Roteiro de Entrevista Semidirigida (Estudo 2)

Entrevista N. _____

Data: ____ / ____ / ____

Início: ____:____ h. _____

Término: ____:____ h. _____

Duração em min: _____

Local onde a pessoa entrevistada estava: _____

Câmera aberta ou fechada? _____

Parte 1 – Dados pessoais de identificação do(a) entrevistado(a):

Nome _____

Idade _____

Autodeclaração _____

Gênero: _____

Étnico-racial: _____

Cidade/Estado onde reside _____

Instituição de formação do profissional (como psicóloga/o) _____

Ano de formação (quando se graduou) _____

Fez pós-graduação? Se sim, qual(is)? _____

Parte 2 – Dados da entrevista semidirigida:

- 1) Quando você começou a produzir o podcast?
- 2) Como você começou a produzir o podcast?
- 3) O que te motivou a produzir o podcast?
- 4) Você consome podcasts de psicanálise?
- 5) Quais eram as suas expectativas em produzir o podcast? E o que você buscava alcançar?
- 6) Como foi a escolha pelo nome “Psicanálise de boteco”?
- 7) Como é o processo criativo dos episódios?
- 8) Como você define os temas?
- 9) Você segue temáticas que o público pede?
- 10) Como você percebe o uso do podcast para divulgação da psicanálise?
- 11) E como você se sente produzindo o podcast?
- 12) Quais as potencialidades você tem observado na produção do podcast como uma forma de divulgação da psicanálise?

- 13) Quais as dificuldades você tem observado na produção do podcast como uma forma de divulgação da psicanálise?
- 14) Quais são os públicos que são seus ouvintes?
- 15) Você percebe resultados/oportunidades a partir da produção do seu podcast? E quais tipos de resultados/oportunidades?
- 16) Gostaria de acrescentar algo que não tenhamos conversado durante a entrevista?

Parte 3 – Dados da observação e auto-observação do entrevistador:

Apresentação pessoal do(a) participante, suas expressões faciais, gesticulações, mudanças na fala (lapsos de língua, silêncios, alterações no timbre e volume da voz, fala embargada), choro, riso e manifestações afins:

Reação ou manifestação contratransferencial:

Apêndice D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Estudo 2)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Convidamos você a participar da pesquisa “Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação profissional em mídias sociais” o objetivo desta pesquisa é investigar e analisar as experiências de psicólogos de orientação psicanalítica na produção de podcasts como divulgação da psicanálise. Sua participação é importante, pois permitirá explorar as vivências, os sentidos atribuídos a esse campo de atuação.

Caso você aceite participar desta pesquisa, será necessária realização de uma entrevista que buscará tomar conhecimento de como e quando iniciou a produção do podcast; os públicos que são ouvintes; como é o processo criativo; e, de forma geral, investigar como você tem lidado com questões que envolvem a produção de podcasts como divulgação da psicanálise, bem como conhecer as experiências vivenciadas. A entrevista será efetuada através da plataforma Google Meet, levando em conta a acessibilidade, a gratuidade e a possibilidade de sua gravação; com tempo estimado de, aproximadamente, uma hora de duração; ficando ao seu critério e à sua disponibilidade a definição do horário de realização. A entrevista será gravada e, após, será feito o seu download para um dispositivo eletrônico local, apagando todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem". Depois da transcrição dos dados, o material gravado será apagado. A transcrição será armazenada por cinco anos, conforme a resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (que regula a ética em pesquisa com seres humanos no Brasil); e após esse período ela também será destruída.

Dentre os riscos desta pesquisa, identificam-se possíveis sentimentos de desconforto ou constrangimento ao compartilhar suas percepções e vivências profissionais, além de riscos relacionados à privacidade e segurança virtual. Serão adotadas medidas de segurança digital, como a instalação de antivírus e a criptografia dos arquivos. Além disso, durante a entrevista, tanto você quanto a pesquisadora deverão estar em ambientes físicos privativos e silenciosos. Somente os pesquisadores terão acesso ao material gravado.

Com relação aos benefícios desta pesquisa, destacam-se os benefícios indiretos, como a possibilidade de contribuir para o avanço do conhecimento e a atualização da literatura científica sobre a temática da produção de podcasts como divulgação da psicanálise.

A qualquer momento, durante o estudo ou posteriormente, você poderá solicitar informações sobre a sua participação nesta pesquisa, o que poderá ser feito pelos meios de contato explicitados ao final deste Termo. Sua participação é voluntária e livre de qualquer benefício financeiro. Você é livre para recusar-se a participar ou interromper a entrevista a qualquer momento, sem que haja qualquer prejuízo, bastando apenas informar a pessoa que lhe enviou este documento. Suas respostas serão tratadas de forma anônima, a fim de garantir o sigilo e a privacidade das informações.

Contato do pesquisador principal:

Nome: Tales Vilela Santeiro

E-mail: tales.santeiro@uftm.edu.br

Telefone: (34) 99775-3127

Endereço: Rua Vigário Carlos, n. 100, 5o andar, sala 532 - Nossa Sra. da Abadia, Uberaba - MG, 38025-350.

Formação/Ocupação: Professor do Departamento de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFTM.

Mestranda

Nome: Larissa Christine Jerônimo Neiva

E-mail: larissa.neivaj@gmail.com

Telefone: (31) 99595-4989

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Rua Conde Prados, 191, Bairro Nossa Senhora da Abadia – Uberaba – MG – de

segunda a sexta-feira, das 08:00 às 11:30 e das 13:00 às 17:30. Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto a sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu, voluntário (a) a participar dessa pesquisa, li e/ou ouvi o esclarecimento acima e compreendo para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetida. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão e que isso não afetará o serviço escolar que estou recebendo. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo. Concordo em participar do estudo “Clínica psicanalítica na era digital: produção de conteúdo e divulgação profissional em mídias sociais” e receberei uma via deste documento pela internet.

Você consente participar da pesquisa?

() Eu consinto participar da pesquisa.

() Não concordo em participar da pesquisa.