

MÍDIA E PSICOLOGIA: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Raquel de Barros Pinto Miguel^{1 2}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2042-7223>

Derick Henri Guirunas^{1 3}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8367-6772>

Gabriel Carvalho Leandro^{1 4}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2612-8312>

Maria Laura Silveira dos Santos^{1 5}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-8509-7494>

Marina Brinkmann de Arruda Campos^{1 6}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-9357-426X>

Safira Karen Palma^{1 7}, Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-2669-7964>

RESUMO. A presente pesquisa teve como objetivo realizar uma revisão de literatura a fim de identificar a produção sobre mídia desenvolvida pela área da psicologia no Brasil. Para tanto, foram feitos levantamentos em bases de dados nacionais, utilizando duas combinações de descritores: mídia e psicologia; comunicação e psicologia. Com os dados obtidos foi possível verificar a exígua produção sobre o tema. Por meio da análise dos artigos foram identificados autores e instituições que se destacam na produção do conhecimento sobre o assunto. Também, verificou-se que a mídia aparece nos artigos tanto como objeto de estudo, quanto como instrumento para coleta de informações. A análise apontou que o interesse pela psicologia em pesquisar a mídia aumentou na última década. Nos últimos anos, o meio digital vem ganhando destaque entre as pesquisas. Por fim, espera-se que esta pesquisa, além de apresentar um panorama da produção acadêmica da psicologia brasileira sobre mídia, possa apontar as lacunas, indicando novas e urgentes possibilidades de investigação sobre a interface mídia e psicologia.

Palavras-chave: Mídia; psicologia; comunicação.

MEDIA AND PSYCHOLOGY: A LITERATURE REVIEW

ABSTRACT. The present research aimed to carry out a literature review in order to identify the production on media developed by the field of Psychology in Brazil. Therefore, surveys were made in national databases, using two combinations of descriptors: media and psychology; communication and psychology. Through the survey it was possible to verify the meager production on the subject. Through the analysis of articles, authors and institutions that stand out in the production of knowledge on the subject were identified. It was also possible to verify that the media appears in the articles both as an object of study and as an instrument for collecting information. The analysis showed that interest of Psychology in researching the media has increased over the past decade. In recent years, the digital medium has gained prominence among research. Finally, it is hoped that this research, in addition to presenting an overview of the academic production of Brazilian

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis-SC, Brasil.

² E-mail: raquelbarros@hotmail.com

³ E-mail: derick_henri@hotmail.com

⁴ E-mail: gabriel Leandro58@gmail.com

⁵ E-mail: imaginalaura1@gmail.com

⁶ E-mail: maribrnk@gmail.com

⁷ E-mail: safirapalma@gmail.com



Psychology on media, can point out the gaps, indicating new and urgent research possibilities on the interface between media and Psychology.

Keywords: Media; psychology; communication.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA: UNA REVISIÓN DE LITERATURA

RESUMEN. La presente investigación tuvo como objetivo realizar una revisión de la literatura para car la producción sobre medios de comunicación desarrollados por el área de Psicología en Brasil. Para eso, se hicieron encuestas de bases de datos nacionales, utilizando dos combinaciones de descriptores: medios de comunicación y psicología; comunicación y psicología. A través de la encuesta fue posible verificar la pequeña producción sobre el tema. A través del análisis de los artículos, se identificaron autores e instituciones que se destacan en la producción de conocimiento sobre el tema. También fue posible verificar que los medios de comunicación aparecen en los artículos tanto como objeto de estudio, como instrumento para recopilar información. El análisis encontró que el interés de la Psicología en investigar los medios de comunicación ha aumentado en la última década. En los últimos años, el medio digital ha ganado importancia entre las investigaciones. Por fin, se espera que esta investigación además de presentar una visión general de la producción académica de la psicología brasileña en los medios de comunicación, pueda señalar las brechas, indicando nuevas y urgentes posibilidades de investigación sobre en la interfaz de medios y Psicología.

Palabras clave: Medios de comunicación; psicología; comunicación.

Introdução

A relação entre mídia e psicologia tem se mostrado cada vez mais intensa na contemporaneidade. A ascensão da presença do meio digital no cotidiano aponta para a construção de novas formas de relacionamento e de interação (Digital 2020 Brazil, 2020). A mídia, assim, se apresenta como importante espaço que participa de forma direta ou indireta nos processos de constituição de subjetividades.

Com o intuito de compreender as formas como a psicologia vem se aproximando das discussões relacionadas à mídia no meio acadêmico, a presente pesquisa teve como objetivo realizar uma revisão de literatura a fim de identificar a produção sobre mídia desenvolvida pela área da psicologia no Brasil.

Inicialmente é possível adiantar que a produção acadêmica acerca dessa interface é exígua. Entretanto, cabe ressaltar que a preocupação com a temática existe. Tal afirmação pode ser observada, por exemplo, através de ações desenvolvidas tanto pelo Conselho Federal de Psicologia (CFP), quanto por alguns dos Conselhos Regionais desta profissão (CRP). É possível citar, assim, a publicação 'Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade', fruto do *Seminário Internacional Mídia e Psicologia: Produção de Subjetividade e Coletividade* que aconteceu em 2007 no Rio de Janeiro. Essa obra vem mostrar o engajamento político de tal instituição nas discussões em prol da democratização das comunicações.

A referida publicação traz, no bojo de suas discussões, a preocupação no que tange à importância de se pensar a mídia a partir do olhar da psicologia. Tal fato fica evidente

quando se tem em mente que a construção da subjetividade é objeto central para a psicologia. Nesse sentido, Bock (2009, p. 19) afirma que

Essa relação subjetividade e mídia está estabelecida, e os psicólogos, sendo profissionais da subjetividade, têm-na estudado, mas pouco. Há muitos anos a Psicologia contribui com o campo da comunicação. No entanto, a leitura crítica dessa relação, a possibilidade de ampliar a compreensão da sociedade sobre essa relação e a contribuição para uma educação que enfrente a relação com a mídia são questões que têm sido pouco debatidas, apesar de estudadas em alguns espaços de nossa profissão.

Complementando essa visão, é possível, então, pensar na mídia como um instrumento de mediação que, ao mesmo tempo em que participa do processo de constituição dos sujeitos, retrata um contexto cultural e social construído e transformado por estes sujeitos. Os significados veiculados pela mídia são apropriados pelos sujeitos e transformados em mediações na constituição destes. Vista assim, a mídia passa a ser considerada um fator que contribui na construção das subjetividades (Miguel, 2012).

Sob outro viés, a intrínseca relação entre mídia e psicologia pôde, ainda, ser verificada por meio de uma pesquisa realizada com a parceria entre o Conselho Regional de Psicologia de Santa Catarina (CRP/12) e o NUGEMS – Núcleo de Estudos e Ações em Gênero, Educação, Mídia e Subjetividade⁸, entre 2016 e 2018. A pesquisa teve a proposta de compreender como profissionais da psicologia se relacionavam com a mídia, tanto como fonte de informação quanto como objeto e ferramenta de trabalho. Alguns resultados evidenciaram o quanto o uso do meio digital, apesar de muito frequente para lazer e como fonte de informação, era pouco utilizado para fins profissionais. Tal fato também foi encontrado no estudo realizado pelas pesquisadoras Hallberg e Lisboa (2016).

Esse cenário, porém, tem se modificado nos últimos anos. Tem-se assistido, atualmente, aumento significativo do uso das redes sociais como meio de divulgação de conteúdos psicológicos, bem como para autopromoção de profissionais da área. Ao ‘navegar’ por redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*, é possível se deparar com várias contas de profissionais de psicologia apresentando seus serviços. Além disso, a regulamentação para a realização de atendimento psicoterápico *online* vem sendo alvo de discussão do CFP, especialmente nos últimos meses, em razão da chegada da pandemia desencadeada pela Covid-19.

O cenário deixa, dessa forma, evidente a importância de a psicologia voltar-se aos estudos sobre a mídia. Pensando a mídia não apenas como instrumento de mediação, mas também como possível ferramenta de trabalho e de divulgação do conhecimento científico produzido pela psicologia, na contemporaneidade.

Diante do exposto, ficam evidentes os diálogos possíveis entre a psicologia e os estudos sobre as mídias. Dessa forma, espera-se que a presente revisão de literatura possa apresentar um panorama sobre como a mídia vem sendo estudada por profissionais da área da psicologia. Tal panorama, além de retratar o cenário atual, pode servir para apontar fragilidades e novas possibilidades de investigação acerca da interface mídia e psicologia.

Método

Visando verificar a produção acadêmica nacional sobre mídia pela área da psicologia, foram realizados levantamentos nas seguintes bases de dados: SCIELO/Br, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS-Psi), PsycINFO, SCOPUS e Pepsic⁹. Ressalta-se que o

⁸ O NUGEMS está vinculado ao Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

⁹ <https://scielo.org/>; <http://www.bvs-psi.org.br/php/index.php>; <https://www.apa.org/pubs/databases/psycinfo/>; <https://www.scopus.com>; <http://pepsic.bvsalud.org>.

estudo aqui apresentado compreende uma revisão integrativa, método que “[...] permite a síntese de múltiplos estudos publicados e possibilita conclusões gerais a respeito de uma particular área de estudo” (Mendes, Silveira, & Galvão, 2008, p. 759).

Para a realização destas investigações foram utilizadas as seguintes combinações de termos descritores: ‘psicologia e mídia’; ‘psicologia e comunicação’. A opção por utilizar uma combinação com a palavra ‘comunicação’ veio com o intuito de capturar possíveis referências que pudessem escapar da combinação ‘psicologia e mídia’. Assim, foram consideradas para o *corpus* de análise aquelas que apresentavam a palavra comunicação associada aos meios de comunicação e/ou mídia¹⁰.

Em todas as bases de dados analisadas examinou-se o acervo completo até o ano de 2019, mais especificamente até a data em que os levantamentos foram realizados (10 e 11 de junho de 2019). Desta forma, a pesquisa abrangeu todas as referências indexadas nestas bases de dados. Destaca-se que nas bases de dados internacionais consultadas foram computados, apenas, os trabalhos em língua portuguesa. Cabe ressaltar, que todas as etapas desta revisão foram divididas entre os autores do presente texto.

Com base nos levantamentos realizados, foram registradas e contabilizadas todas as referências encontradas para as combinações de descritores utilizadas, destacando o título da referência, tipo de publicação, autor/a, instituição a qual o/a autor/a está vinculado/a, ano da publicação e periódico. É importante ressaltar que durante esse processo de busca com diferentes descritores, houve repetição de referências. Nesse caso, após exame inicial, as repetições foram descartadas da contagem final. Ou seja, cada pesquisa localizada foi contabilizada uma única vez.

Tendo em mãos o mapeamento das referências encontradas, foi possível realizar uma primeira análise dos resumos dos trabalhos, bem como dos textos completos quando os mesmos estavam disponíveis. Por meio dessa primeira análise, foram verificados os temas estudados. Após o levantamento dos temas pesquisados, estes foram agrupados em grandes categorias temáticas. Assim, com uma leitura mais aprofundada de cada pesquisa, foi possível alocar cada referência nas respectivas categorias. Destaca-se, ainda, que ao analisar os resumos, foi possível verificar que nem todas as referências estavam diretamente relacionadas à temática em questão. Estas pesquisas foram descartadas da coleta, tal como será explicado na próxima sessão.

Resultados e discussão

Será apresentada a relação entre a incidência de pesquisas sobre esse tema e o número total de textos encontrados a partir do descritor ‘psicologia’, a fim de proporcionar um panorama da produção de artigos que tenham a mídia como alvo de estudo pela Psicologia.

Ao lançar unicamente a palavra ‘psicologia’ na base Scielo Brasil foram encontradas 8.896 referências. Diante da combinação ‘psicologia e mídia’ foram encontradas 66 referências e, com a combinação ‘psicologia e comunicação’, 326. Na base de dados PEPSIC, os números foram: 7.397 para ‘psicologia’, 57 para ‘psicologia e mídia’, e 230 referências para ‘psicologia e comunicação’. O levantamento realizado na base Psycinfo apresentou 3.564 sob o descritor ‘psicologia’. Ao utilizar a combinação ‘psicologia e mídia’, foram encontradas 394 referências e, com ‘psicologia e comunicação’, 985. Consultando a base de dados BVS, 10.860 referências foram encontradas para ‘psicologia’. ‘Psicologia e mídia’ somaram 22, enquanto ‘psicologia e comunicação’, 40 referências. Por fim, a

¹⁰ Destaca-se que ao utilizar o termo ‘mídia’, estão contemplados os diferentes meios de comunicação, sejam impressos, audiovisuais, analógicos ou digitais.

pesquisa na base Scopus trouxe os seguintes números: 5.306 para 'psicologia', oito para 'psicologia e mídia', e dez referências para 'psicologia e comunicação'.

Os números encontrados levam a algumas considerações. A primeira delas aponta para uma exígua produção acadêmica sobre o tema mídia pela psicologia quando comparado ao universo de artigos produzidos na psicologia. Assim, somando os trabalhos encontrados com as duas combinações de descritores 'psicologia e mídia' e 'psicologia e comunicação', pode-se dizer que as referências sobre essas temáticas representam 6% dos estudos desenvolvidos pela psicologia.

Porém, esse número se torna ainda mais baixo quando a proporção é analisada tendo como base as referências que realmente tinham a mídia como assunto central. Ou seja, das 2.138 referências encontradas nas bases de dados diante das duas combinações de descritores, nem todas tratavam de estudos na interface mídia e psicologia, como dito na seção destinada ao método. Muitas delas apenas citavam, em seus resumos, a palavra mídia e/ou comunicação. Fazendo uma primeira análise das referências, somente 367 das 2.138 encontradas realmente diziam respeito a estudos sobre mídia pela psicologia. Dessa forma, refazendo a proporção a partir destas 367 referências, encontrou-se que apenas 1,01% dos trabalhos realizados na psicologia é sobre mídia.

No que tange às duas combinações de descritores utilizadas, cabe analisar os números encontrados. Utilizando 'psicologia e mídia' foram encontradas, no total, 547 referências. Já com 'psicologia e comunicação', 1.591. Entretanto, uma primeira análise indicou que a combinação que utilizava a palavra 'comunicação', mesmo que tenha trazido quase o triplo de trabalhos quando comparada à outra combinação, reunia muitas pesquisas que não se referiam a estudos realizados pela psicologia sobre mídia e/ou comunicação. Assim, apenas 175 referências, das 1.591, foram classificadas para comporem o *corpus* de análise desta pesquisa, ou seja, 10% dos trabalhos encontrados nesta combinação foram utilizados. Por outro lado, embora o descritor 'psicologia e mídia' tenha capturado um número menor de referências, 35% dos trabalhos localizados apresentavam relação com a temática em questão, perfazendo 192 das 547 referências encontradas.

A explicação está no fato de que, na maioria das vezes, quando a palavra 'comunicação' aparecia nos resumos se referia a processos de comunicação e não a temas relacionados aos meios de comunicação e/ou à mídia. Cabe, porém, ressaltar que mesmo tendo capturado grande número de referências que não se encaixava, considera-se ter sido importante o uso da combinação 'psicologia e comunicação', uma vez que agregou importantes informações, complementando o quadro de produção sobre mídia pela psicologia.

Em valores totais, portanto, a pesquisa indicou que das 2.138 referências encontradas a partir das duas combinações de descritores, 367 diziam respeito a estudos sobre mídia desenvolvidos no âmbito da psicologia. Eliminando as repetições¹¹, ficou um total de 313 referências. Tendo chegado a este número, mais uma questão foi observada: mesmo que todas estas 313 contemplassem estudos sobre mídia realizados no âmbito da psicologia, nem todas tinham a mídia como assunto principal. Diante disso, mais uma classificação foi estabelecida: estudos que tinham a mídia como assunto principal e estudos que tinham a mídia como assunto secundário. Estes englobam as referências que, mesmo ao abordarem a interface mídia e psicologia, o fazem de forma superficial, referindo-se à mídia apenas como um elemento para explicar um estudo voltado para outras temáticas.

¹¹ As repetições não foram eliminadas quando feita a proporção, pois o número de trabalhos sobre 'psicologia' que serviu de base para o cálculo também foi feito sem retirar possíveis repetições.

Diante dessa classificação, das 313 referências, 246 foram classificadas como tendo a mídia como assunto principal. Sendo assim, todas as reflexões que virão na sequência terão como base estas 246 referências.

Todas as 246 referências analisadas são artigos publicados em periódicos científicos brasileiros e escritos na língua portuguesa. Com relação ao ano de publicação, foram encontrados registros desde a década de 1990. Pode-se verificar aumento nas publicações a partir dos anos 2000 e, em especial, a partir de 2011, tendo ápice no ano de 2018.

Com base nos resumos, pôde-se identificar os/as pesquisadores/as que mais publicaram sobre mídia na área da psicologia. Entre eles/as estão Adriane Roso, Inês Henningen, Neuza M. F. Guareschi, Moisés Romanini e Mary Jane P. Spink. Os quatro primeiros são pesquisadores do estado do Rio Grande do Sul. A primeira é professora na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e os outros três, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Todos fazem parte de um mesmo grupo de pesquisadores, vinculados à psicologia social. Mesmo que seu nome não apareça entre os autores mais frequentes, Pedrinho A. Guareschi foi orientador de Adriane e Moisés e também faz parte do mesmo grupo de pesquisadores. Mary Jane P. Spink, por sua vez, é professora na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Essa informação coloca a psicologia social da UFRGS como destaque na produção de estudos sobre a mídia, mas outras universidades também merecem destaque. Vale explicar que se chegou às universidades por meio da filiação dos/as autores dos artigos que compuseram a amostra analisada. Sendo assim, destacam-se as seguintes instituições: Universidade de São Paulo (USP), PUC-RS, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), PUC-SP e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

A partir da leitura dos resumos e, em alguns casos dos textos, das 246 referências que compuseram o *corpus* de análise, foi possível perceber que a mídia era abordada, predominantemente, de duas maneiras: como tema de estudo ou como instrumento para o estudo. Por 'mídia como tema de estudo' entendemos os artigos que centram suas reflexões sobre a mídia; nesses artigos a mídia era a estrela principal, era em torno dela que girava a discussão. Como exemplo, pode-se citar o artigo 'O futuro: a psicologia e a web', de Garção e Aldrighi (1999), onde os autores discutem sobre como a web transforma os relacionamentos, e o que psicólogos poderão fazer diante dessa realidade.

Com relação à classificação 'mídia como instrumento', faz-se alusão aos artigos que têm a mídia como veículo, como instrumento para a realização de seus estudos. O texto de Roso, Strey, Guareschi e Bueno (2002), intitulado 'Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero', serve como exemplo, pois utiliza anúncios publicitários como instrumento para acessar as informações que deseja sobre questões raciais e de gênero.

Na amostra analisada, predominaram os trabalhos que têm a mídia como tema de estudo, mas a diferença é pequena: 55% das referências encaixam-se nesta classificação, enquanto o restante em 'mídia como instrumento'.

Classificação das referências quanto às categorias temáticas

Com base na análise das 246 referências que compuseram a amostra, foram identificadas oito categorias temáticas. As categorias serão apresentadas na sequência, destacando alguns estudos pertencentes a cada uma delas. Antes, porém, cabe ressaltar que algumas referências se encaixaram em mais de uma categoria. Optou-se, assim, durante o texto a seguir, alocar os artigos citados nas categorias com as quais se identificou maior proximidade.

O que a mídia fala sobre

Esta categoria engloba pesquisas que têm a mídia como instrumento e fonte de informação a respeito de certo tema. Nesta categoria estão incluídas, também, as pesquisas que abordam sobre como a mídia retrata um determinado assunto.

Com 79 artigos, esta é a categoria que reuniu o maior número de referências. A grande maioria utiliza a mídia como um instrumento para responder a um determinado questionamento. Diversos temas são abordados: gênero e sexualidade; saúde; corpo; política; violência; drogas; infância e adolescência; paternidade e maternidade; risco e aventura; Brasil; educação; trabalho e empreendedorismo; raça; idoso; meio ambiente.

Gênero e sexualidade foi o assunto mais presente entre os artigos que compõem a categoria em questão, com 16 estudos. Entre estes, pode-se citar o artigo 'Mídia e lesbianidade: uma análise sobre posicionamentos na telenovela Senhora do Destino' (Borges, 2011), que tematiza a representação televisiva de mulheres lésbicas. Outro exemplo é o estudo 'A legalização do abortamento no discurso do jornal Folha de São Paulo (2011-2014)' (Mikael-Silva & Martins, 2016) encara o tratamento midiático quanto à complexa discussão da legalização do aborto, apontando para uma multiplicidade de discursos que envolvem o tema: religioso, feminista, sanitário, político.

O segundo assunto mais frequente entre estes 79 artigos engloba questões relacionadas à 'saúde'. Entre as 13 publicações, foram encontrados artigos sobre HIV/AIDS: 'Representações sociais e ciências aplicadas: o caso da prevenção do HIV' (Camargo, Bousfield, & Wachelke, 2011), bem como sobre TDAH: 'Representações da mídia escrita/digital para o transtorno de déficit de atenção com hiperatividade no Brasil (2010 a 2014)' (Brzozowski & Caponi, 2017). Destacam-se, ainda, artigos que buscaram elucidar a cobertura midiática frente aos serviços de saúde pública no Brasil, principalmente em um viés de exposição de seus problemas estruturais, como no estudo 'Crise dos serviços de saúde no cotidiano da mídia impressa' (Menegon, 2008).

Na sequência, tem-se o tema 'corpo', reunindo oito artigos. A maioria destes aborda questões relacionadas aos padrões de beleza e suas representações midiáticas. O artigo 'O discurso cirurgia estética na mídia especializada e o projeto do corpo feminino perfeito' (Cabeda & Guareschi, 2004) tecem reflexões sobre a banalização das cirurgias estéticas pela busca incessante – impulsionada pela mídia – de um corpo feminino considerado 'perfeito'.

No que tange aos demais temas abordados, cada um reuniu entre uma e seis referências. O tema 'idoso', por exemplo, abriga dois sensíveis artigos. Em 'Meios de comunicação impressos, representações sociais e violência contra idosos' (Saraiva & Coutinho, 2012), as autoras tratam sobre como os casos de violência e maus-tratos contra idosos são veiculados pela mídia. O segundo artigo levanta o assunto tabu sobre suicídio entre idosos, no elucidante 'Suicídio de idosos e mídia: o que dizem as notícias?' (Côrte, Khoury, & Mussi, 2014).

Educação e tecnologia

Apresentando um compilado de 41 artigos, esta é a segunda categoria em termos de número de referências. Os trabalhos aqui agrupados abordam, de diferentes maneiras, as relações entre educação e tecnologia.

A maior parte dos trabalhos, que compuseram esta categoria, trouxe discussões sobre o uso da mídia como recurso para a educação. Não há, neste conjunto de 21 artigos, uma temática comum predominante, tampouco um tipo de mídia predominante, encontrando-se revistas, jogos (físicos e eletrônicos), rádio, filmes, músicas como alguns

dos veículos abordados nos trabalhos. Apesar disso, os trabalhos aqui agrupados se assemelham na forma com que as diferentes mídias são apresentadas e utilizadas, abordando-as como um recurso para a aprendizagem, tanto em contextos formais quanto informais. Com a finalidade de exemplificar, cita-se o trabalho 'Sexualidade na sala de aula: tecendo aprendizagens a partir de um artefato pedagógico' (Silva & Ribeiro, 2011) no qual as autoras apresentam a seção 'Sexo' da revista *Capricho* como um artefato pedagógico na sala de aula, um facilitador para outras maneiras de abordar o tema da sexualidade além daqueles contemplados nos currículos escolares.

Entre os artigos que compõem essa amostra, os temas ensino a distância (EaD) e prática docente junto às tecnologias também estão presentes (15 referências). Dos trabalhos que discutem o EaD, é possível trazer o artigo 'A percepção do outro no ambiente virtual de aprendizagem: presença social e suas implicações para a Educação a Distância' (Coelho & Tedesco, 2017). Este estudo explora as maneiras como as interações interpessoais se desenvolvem nos contextos midiáticos, em especial no EaD.

Por fim, foram encontrados cinco estudos que tratavam da produção de material midiático, tanto físico quanto digital, para fins educacionais. Um exemplo é o estudo desenvolvido por Peuker, Lima, Freire e Castro (2017), intitulado 'Construção de um material educativo para a prevenção do câncer de colo do útero'. Nele, as autoras descrevem o processo de construção de um material educativo sobre a prevenção do câncer de colo de útero, realizado através da parceria entre profissionais da enfermagem, psicologia e design.

Relação mídia e sujeito

As 41 referências aqui elencadas discutem a relação estabelecida entre as pessoas e os diferentes veículos midiáticos. Ou seja, contemplam a relação e não apenas o que a mídia mostra sobre algo, nem tampouco os efeitos da mídia sobre as pessoas.

Gorrese e Jablonski (2002), em 'Da comunicação do afeto ao afeto da comunicação: as cartas de fãs de telenovelas', fazem uma análise de cartas enviadas a um ator de novelas por suas fãs. Os autores identificam essas cartas como um exercício de subjetividade e uma oportunidade de elaboração afetiva. Também trazendo a discussão sobre fãs, Vimieiro (2013) discute em seu artigo 'Fã-ativismo no Twitter: Comunidades online de fãs de esporte e a campanha #ForaRicardoTeixeira', as práticas *online* de fãs de esportes.

Entre os trabalhos que abordam as relações afetivas no meio digital, pode-se citar o artigo 'Relações amorosas na contemporaneidade e indícios do colapso do amor romântico (solidão cibernética?)'. Nele, Guedes e Assunção (2006) investigam como as novas tecnologias participam do contexto das relações afetivas, destacando que o meio digital pode contribuir para o culto narcísico e individualista.

Para investigar a relação que as pessoas estabelecem com a técnica de realidade aumentada, Galvão, Carmona e Ricarte (2018) desenvolveram uma pesquisa com crianças e adolescentes hospitalizados, apresentada no artigo 'A realidade aumentada e a disseminação da informação para crianças e adolescentes: estudo misto convergente'. O estudo mostra que os participantes da pesquisa avaliaram de maneira positiva o uso da tecnologia, indicando, assim, o potencial do recurso da realidade aumentada para a propagação de informações para crianças e adolescentes.

Em 'A expressão e a elaboração do luto por adolescentes e adultos jovens através da internet' (Peruzzo, Jung, Soares, & Scarparo, 2007), é explorado o uso das redes sociais como espaço de expressão de sentimentos. Para tanto, os pesquisadores desenvolveram uma pesquisa na rede social *Orkut*, analisando depoimentos de usuários sobre a vivência

do luto. A pesquisa apontou para a importância do espaço virtual no processo de elaboração do luto, evidenciando as redes sociais como relevante campo de estudo para a área da psicologia.

Análise dos efeitos do uso da mídia

Esta categoria reúne 30 artigos que tratam, centralmente, dos efeitos – sejam positivos ou negativos – que o uso dos diferentes veículos midiáticos, especialmente os digitais, provocam nos sujeitos na contemporaneidade.

Os trabalhos que abordam os efeitos negativos predominam. Entre eles está ‘Medos infantis, cidade e violência: expressões em diferentes classes sociais’ (Vilhena, Bittencourt, Zamora, Novaes, & Bonato, 2011), onde as autoras discutem o papel da mídia na perpetuação da cultura do medo e, conseqüentemente, na construção de medos infantis. Copetti e Quiroga (2018) no artigo ‘A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem de adolescentes’, trazem que transtornos como anorexia e bulimia podem surgir, ou ser agravados, por influência dos conteúdos veiculados nas redes sociais digitais.

Questões como a influência da publicidade, a cultura de consumo e o vício em internet também surgiram entre os artigos dessa categoria. Este último tema é abordado por Fortim e Araújo (2013) no artigo ‘Aspectos psicológicos do uso patológico de internet’. Nele, as autoras apresentam os resultados de uma pesquisa feita com usuários que se declararam viciados em internet.

Quatro artigos discutiram a questão do *cyberbullying*. ‘Violência virtual entre alunos do ensino fundamental de diferentes estados do Brasil’ (Stelko-Pereira, Brito, Batista, Gondim, & Bezerra, 2018), através de um estudo sobre a ocorrência de *cyberbullying* em escolas brasileiras, aponta para a importância da prevenção ao problema, especialmente entre estudantes do oitavo e nono anos do ensino fundamental, onde a presença desse tipo de violência foi identificado com maior frequência.

O artigo ‘Uso de Internet e de Jogos Eletrônicos entre Adolescentes em Situação de Vulnerabilidade Social’ (Oliveira et al., 2017) tece reflexões sobre como o uso da internet pode contribuir para promover oportunidades que visem diminuir a desigualdade social. Nesse sentido, aborda a importância da inclusão digital e da capacitação de adolescentes para que façam bom uso da internet, usando as tecnologias a favor da cidadania.

Política, cidadania e movimentos sociais

Os 15 artigos categorizados nesse grupo trazem à tona discussões sobre a democratização da comunicação, as oligarquias midiáticas, bem como a mídia como espaço de expressão e de construção/solidificação identitária para determinados grupos e movimentos sociais.

O artigo ‘Lutas por reconhecimento dos surdos na Internet: efeitos políticos do testemunho’, das autoras Garcêz e Maia (2009), é um exemplo de trabalho que discute a formação da identidade política. Da mesma forma, evidencia a relevância e as oportunidades que os veículos midiáticos oferecem para grupos minoritários, marginalizados e movimentos sociais, favorecendo sua expressão, reconhecimento e visibilidade nas mídias e auxiliando na mobilização de estratégias de resistência.

No que tange à democratização da comunicação e oligopólios da imprensa, o artigo ‘Direitos e a grande mídia brasileira’ (Lemos, Galindo, Queiroz, Nogueira, & Costa, 2015), à luz dos pensamentos de Michael Foucault, aborda as lutas por democratização da mídia, bem como os discursos dos meios de comunicação. O estudo indica que a mídia brasileira

atua de forma a criar relações de saber e poder, perpetuando processos de dominação através de suas práticas discursivas.

Mídia e psicologia: implicações para formação e atuação profissional

As 20 referências classificadas nesta categoria desenvolvem reflexões sobre as implicações das tecnologias digitais para a formação e para a atuação profissional em psicologia. É interessante destacar que a maior parte dos trabalhos se concentra a partir de 2010.

Entre os trabalhos que discutem, especificamente, a utilização das mídias digitais como um recurso para a atuação de psicólogos, é possível citar o artigo 'Experimentando o dispositivo terapêutico de grupo via internet: primeiras considerações de manejo e desafios éticos' (Donnamaria & Terzis, 2011), que aborda a prática e o ponto de vista ético da terapia *online*, descrevendo os primeiros resultados de uma pesquisa sobre um grupo terapêutico *online* fundamentado na psicanálise. No que se refere à influência das novas mídias na formação em psicologia, Stoque, Scotton, Lisboa e Neufeld (2016) em seu artigo 'Tecnologias da informação e comunicação e formação do psicólogo clínico' discorrem sobre as influências das TICs (tecnologias da informação e da comunicação) na formação dos psicólogos, especialmente no contexto clínico.

Alguns trabalhos enfatizam os efeitos das mudanças acarretadas pelas mídias no exercício da profissão. Silva (2004), em seu trabalho intitulado 'A influência dos meios de comunicação social na problemática da escolha profissional: o que isso suscita à Psicologia no campo da orientação vocacional/profissional?', pondera sobre a influência dos meios de comunicação na escolha profissional, considerando-a como parte importante do processo de constituição do sujeito e discutindo qual o papel da psicologia diante dessa problemática. Pensando os efeitos dessas mudanças na psicologia de modo mais amplo, no artigo 'Mídia e psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade', Moreira (2010) reflete a respeito da influência da mídia sobre a subjetividade, discutindo o aumento do potencial de produção subjetiva da mídia com a chegada da internet.

Impactos causados pelas novas tecnologias

Esta categoria compreende 12 referências que se debruçam sobre as transformações suscitadas pelas novas tecnologias na contemporaneidade.

Severiano (2013), em seu artigo intitulado 'A juventude em tempos acelerados: reflexões sobre consumo, indústria cultural e tecnologias informacionais', analisa, a partir das novas tecnologias midiáticas, do consumo fetichizado e da indústria cultural, a experiência de aceleração do tempo no ritmo de vida dos jovens. Com base na psicologia social crítica, ela discute a assimilação do tempo livre pela lógica produtivista do trabalho.

Em 'Big Data, exploração ubíqua e propaganda dirigida: novas facetas da indústria cultural', os pesquisadores Antunes e Maia (2018) trazem reflexões sobre a falsa ideia de liberdade e as novas formas de manipulação que vêm com a ascensão da cultura digital.

Com o objetivo de estudar os potenciais do método cartográfico de Deleuze e Guattari no contexto das redes digitais, o artigo 'Cartografias no ciberespaço: experimentações metodológicas em espaços híbridos' (Albuquerque, Hennigen, & Fonseca, 2018) dialoga sobre as possíveis associações da cartografia com outras estratégias metodológicas, a fim de compreender a complexidade dos processos de subjetivação com o advento das tecnologias digitais.

Reflexões teórico-metodológicas

Essa foi a categoria que reuniu o menor número de artigos. As oito referências que a compõem voltam-se para o estudo teórico e/ou metodológico da mídia.

‘Emoção e subjetividade na paixão-pesquisa em comunicação: desafios e perspectivas metodológicas’, artigo de autoria de Baptista (2001) desenvolve discussão sobre a questão da ‘emoção’ e da ‘subjetividade’ na produção de pesquisas em comunicação, questionando os procedimentos e a relevância da objetividade na academia.

Pode-se citar, também, uma revisão de literatura acerca da temática mídia, adolescência e sexualidade desenvolvida pelas autoras Miguel e Toneli (2007) no artigo ‘Adolescência, sexualidade e mídia: uma breve revisão de literatura nacional e internacional’.

Considerações finais

A realização desta revisão de literatura permitiu vislumbrar um panorama a respeito da produção de conhecimento, por parte da psicologia brasileira, sobre a mídia. Além de uma produção exígua, tal como apontado no início do texto e nos resultados apresentados, foi possível perceber maior produção de estudos a partir dos anos 2010.

Diversos tipos de mídia foram alvo de estudo: televisão, revistas, jornais, rádio, anúncios publicitários. Porém, merece destaque o fato de, especialmente a partir de 2016, predominarem os estudos voltados para o meio digital: redes sociais, TICs, jogos digitais, blogs, sites e a internet em si.

As 246 referências analisadas mostraram que a psicologia tem se apropriado do tema mídia sob diferentes enfoques. O mais frequente é utilizando-a como um recurso para ter acesso a informações sobre um determinado assunto, como exemplificado na categoria ‘o que a mídia fala sobre’. Importante ressaltar, outrossim, que a visão negativa sobre os meios de comunicação é bastante frequente entre os estudos analisados. É muito comum o uso da expressão ‘a influência da mídia’ trazendo, geralmente, uma consequência ruim: violência, transtornos alimentares, solidão, preconceito.

Por outro lado, foi possível verificar muitos pesquisadores que se debruçam sobre a interface mídia e educação, voltando seus estudos, em especial, para a análise das repercussões das novas tecnologias nos processos de ensino e aprendizagem. Mais da metade das referências sobre esse assunto discutiu a utilização de veículos midiáticos – sejam analógicos ou digitais – como recursos educacionais.

No que tange a pesquisas que tratam, especificamente, da relação entre mídia e psicologia, refletindo sobre as implicações para a formação e atuação de profissionais da área, elas representam uma parcela pequena dos estudos analisados, perfazendo 8% das 242 referências. A maioria delas está direcionada para as mídias digitais. Quando o tema é pensar a prática de psicólogos, o foco está nas possibilidades de intervenções psicológicas *online*, especialmente a psicoterapia. Foram sete os estudos sobre esta questão, a maioria deles publicado a partir de 2016. Desafios éticos, possibilidades psicoterapêuticas e a viabilidade do vínculo terapêutico estão entre os tópicos abordados nestas referências.

Como apontado no início deste texto, o contexto atual, em especial após desencadeada a pandemia provocada pela Covid-19, tem apontado para a imperiosa presença dos meios digitais na vida contemporânea. O meio digital tem sido protagonista, mais do que nunca, nesse momento. Além de fonte de informação, as novas tecnologias têm proporcionado encontros que estão proibidos no ‘mundo real’. Afeto, companhia, colo,

aconchego são encontrados através de vídeos, fotos, videochamadas e aplicativos que proporcionam encontros virtuais com familiares, amigos e colegas de trabalho.

Assim, as redes sociais, a exemplo de outras plataformas que compõem a esfera digital, podem ser consideradas importante espaço de produção de sentidos, na medida em que têm possibilitado novas formas de significação da realidade política, econômica e afetiva. Neste sentido, pode-se pensar que o digital é condição de produção dos processos de subjetivação hoje, produzindo uma materialidade discursiva (Dias, 2018).

Tal cenário indica, assim, para a importância de a psicologia debruçar-se sobre esse tema. Mesmo que seja possível defender que a psicologia há muito deveria ter se dedicado aos estudos sobre a mídia – por compreender as inúmeras contribuições dessa área de conhecimento para a compreensão das relações estabelecidas entre as pessoas e os diferentes veículos midiáticos ao longo da história – não se pode negar que, atualmente, essa questão tornou-se premente.

Dessa forma, diante do que foi exposto, entende-se que esta revisão de literatura mais do que apresentar um cenário acerca da interface psicologia e mídia vem apontar as lacunas nessa relação. Espera-se, assim, que ela possa contribuir indicando a existência de um importante nicho de pesquisas para a área da psicologia, central para a compreensão da constituição de subjetividades no contexto contemporâneo.

Referências

- Albuquerque, A. S., Hennigen, I., & Fonseca, T. M. G. (2018). Cartografias no ciberespaço: experimentações metodológicas em espaços híbridos. *Psicologia & Sociedade*, 30. doi: <https://dx.doi.org/10.1590/1807-0310/2018v30174086>
- Antunes, D. C., & Maia, A. F. (2018). Big Data, exploração ubíqua e propaganda dirigida: novas facetas da indústria cultural. *Psicologia USP*, 29(2), 189-199. doi: <https://dx.doi.org/10.1590/0103-656420170156>
- Baptista, M. L. (2001). Emoção e subjetividade na paixão-pesquisa em comunicação: desafios e perspectivas metodológicas. *Revista Ciberlegenda*. doi: <https://doi.org/10.22409/c-legenda.v0i04.26121>
- Bock, A. M. B. (2009). Abertura. In Conselho Federal de Psicologia [CFP]. *Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade* (p. 15 - 25). Brasília, DF: Autor.
- Borges, L. S. (2011). Mídia e lesbianidade: uma análise sobre posicionamentos na telenovela Senhora do Destino. *Gerai: Revista Interinstitucional de Psicologia*, 4(1), 60-72. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v4n1/v4n1a07.pdf>
- Brzowski, F. S., & Caponi, S. (2017). Representações da mídia escrita/digital para o transtorno de déficit de atenção com hiperatividade no Brasil (2010 a 2014). *Revista Physis*, 27(4), 959-980. doi: <https://doi.org/10.1590/s0103-73312017000400006>
- Cabeda, S. T., & Guareschi, N. (2004). O discurso cirurgia estética na mídia especializada e o projeto do corpo feminino perfeito. *Psicologia Argum*, 22(39), 19-26. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-170104-2916>
- Camargo, B. V., Bousfield, A. B. S., & Wachelke, J. (2011). Representações sociais e ciências aplicadas: o caso da prevenção do HIV. *Temas em Psicologia*, 19(1), 27-41. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v19n1/v19n1a04.pdf>

- Coelho, W. G., & Tedesco, P. C. A. R. (2017). A percepção do outro no ambiente virtual de aprendizagem: presença social e suas implicações para Educação a Distância. *Revista Brasileira de Educação*, 22(70), 609-624. <https://doi.org/10.1590/s1413-24782017227031>
- Copetti, A. V. S., & Quiroga, C. V. (2018). A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. *Revista de Psicologia da IMED*, 10(2), 161-177. doi: <https://dx.doi.org/10.18256/2175-5027.2018.v10i2.2664>
- Côrte, B., Khoury, H. T. T., & Mussi, L. H. (2014). Suicídio de idosos e mídia: o que dizem as notícias? *Psicologia USP*, 25(3), 253-261. doi: <https://doi.org/10.1590/0103-6564D20140003>
- Dias, C. (2018) *Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Campinas, SP: Pontes Editores.
- Digital 2020 Brazil*. (2020). Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>
- Donnamaria, C. P., & Terzis, A. (2011). Experimentando o dispositivo terapêutico de grupo via internet: primeiras considerações de manejo e desafios éticos. *Revista da SPAGESP*, 12(2), 17-26. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-29702011000200003&lng=pt&tlng=pt
- Fortim, I., & Araujo, C. A. (2013). Aspectos psicológicos do uso patológico de internet. *Boletim - Academia Paulista de Psicologia*, 33(85), 292-311. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2013000200007&lng=pt&tlng=pt
- Galvão, M. C. B., Carmona, F., & Ricarte, I. L. M. (2018). A realidade aumentada e a disseminação da informação para crianças e adolescentes: estudo misto convergente. *Brazilian Journal of Information Science: Research Trends*, 12(3), 111-119. doi: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2018.v12n3.09.p111>
- Garção, J., & Aldrighi, T. (1999). O futuro: a psicologia e a web. *Psicologia. Teoria e Prática*, 1(2), 37-42.
- Garcêz, R. L. O., & Maia, R. C. M. (2009). Lutas por reconhecimento dos surdos na Internet: efeitos políticos do testemunho. *Revista de Sociologia e Política*, 17(34), 85-101. Recuperado de: <https://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a07v17n34.pdf>
- Goresse, G., & Jablonski, B. (2002). Da comunicação do afeto ao afeto da comunicação: as cartas de fãs de telenovelas. *Interações*, 7(14), 35-58. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072002000200003&lng=pt&tlng=pt
- Guedes, D., & Assunção, L. (2006). Relações amorosas na contemporaneidade e indícios do colapso do amor romântico (solidão cibernética?). *Mal-Estar e Subjetividade*, 6(2), 396-425. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482006000200007

- Hallberg, S. C. M., & Lisboa, C. S. M. (2016). Percepção e uso de tecnologias da informação e comunicação por psicoterapeutas. *Temas em Psicologia*, 24(4), 1297-1309. doi: <http://dx.doi.org/10.9788/TP2016.4-06>.
- Lemos, F. C. S., Galindo, D., Queiroz, G. F., Nogueira, T. S., & Costa, N. D. F. (2015). Direitos e a grande mídia brasileira. *Revista Psicologia Política*, 15(32), 61-73. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpp/v15n32/v15n32a05.pdf>
- Mendes, K. D. S., Silveira, R. C. C. P., & Galvão, C. M. (2008). Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 17(4), 758-764. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>
- Menegon, V. S. M. (2008). Crise dos serviços de saúde no cotidiano da mídia impressa. *Psicologia & Sociedade*, 20, 32-40. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822008000400006>
- Miguel, R. B. P. (2012). Os cuidados de si e os cuidados do outro: lugares de gênero na publicidade da revista Capricho (décadas de 1950-1960). *Projeto História*, 45, 219-242. Recuperado de: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/15013/11207>
- Miguel, R. B. P., & Toneli, M. J. F. (2007). Adolescência, sexualidade e mídia: uma breve revisão de literatura nacional e internacional. *Psicologia em Estudo*, 12(2), 285-293. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722007000200009>
- Mikael-Silva, T., & Martins, A. M. (2016). A legalização do abortamento no discurso do jornal Folha de São Paulo (2011-2014). *Temas em Psicologia*, 24(3), 991-1007. doi: <http://dx.doi.org/10.9788/TP2016.3-12Pt>
- Moreira, J. O. (2010). Mídia e psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. *Psicologia para América Latina*, (20). Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2010000200009&lng=pt&tlng=pt
- Oliveira, M. P. M. T., Cintra, L. A. D., Bedoian, G., Nascimento, R., Ferré, R. R., & Silva, M. T. A. (2017). Uso de internet e de jogos eletrônicos entre adolescentes em situação de vulnerabilidade social. *Trends in Psychology*, 25(3), 1167-1183. doi: <https://doi.org/10.9788/tp2017.3-13pt>
- Peruzzo, A. S., Jung, B. M. G., Soares, T., & Scarparo, H. B. K. (2007). A expressão e a elaboração do luto por adolescentes e adultos jovens através da internet. *Estudos e Pesquisa em Psicologia*, 7(3), 90-102. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812007000300008
- Peuker, A. C., Lima, N. B., Freire, K. M., Oliveira, C. M. M., & Castro, E. K. (2017). Construção de um material educativo para a prevenção do câncer de colo do útero. *Estudos Interdisciplinaes em Psicologia*, 8(2), 146-160. doi: 10.5433/2236-6407.2016v8n2p146

- Roso, A., Strey, M. N., Guareschi, P., & Bueno, S. M. N. (2002). Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero. *Psicologia & Sociedade*, 14(2), 74-94. doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822002000200005>
- Saraiva, E. R. A., & Coutinho, M. P. L. (2012). Meios de comunicação impressos, representações sociais e violência contra idosos. *Psicologia em Estudo*, 17(2), 205-214. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722012000200004>
- Severiano, M. F. V. (2013). A juventude em tempos acelerados: reflexões sobre consumo, indústria cultural e tecnologias informacionais. *Revista de Ciências Sociais - Política & Trabalho*, 1(38). Recuperado de: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/politicaetrabalho/article/view/13807>
- Silva, B. O., & Ribeiro, P. R. C. (2011). Sexualidade na sala de aula: tecendo aprendizagens a partir de um artefato pedagógico. *Revista Estudos Feministas*, 19(2), 521-533. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2011000200014>
- Silva, J. S. (2004). A influência dos meios de comunicação social na problemática da escolha profissional: o que isso suscita à Psicologia no campo da orientação vocacional/profissional? *Psicologia: Ciência e Profissão*, 24(4), 60-67. doi: <https://doi.org/10.1590/S1414-98932004000400008>
- Stelko-Pereira, A. C., Brito, R. M. S., Batista, D. G., Gondim, R. S., & Bezerra, V. M. (2018). Violência virtual entre alunos do ensino fundamental de diferentes estados do Brasil. *Psicologia da Educação*, (46), 21-30. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-69752018000100003&lng=pt&tlng=pt
- Stoque, F. M. V., Scotton, I. L., Lisboa, C. S. M., & Neufeld, C. B. (2016). Tecnologias da informação e comunicação e formação do psicólogo clínico. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, 12(2), 83-90. doi: <https://dx.doi.org/10.5935/1808-5687.20160015>
- Vilhena, J., Bittencourt, M. I. G. F., Zamora, M. H., Novaes, J. V., & Bonato, M. C. R. (2011). Medos infantis, cidade e violência: expressões em diferentes classes sociais. *Psicologia Clínica*, 23(2), 171-186. doi: <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000200011>
- Vimieiro, A. C. (2013). Fã-ativismo no Twitter: comunidades online de fãs de esporte e a campanha #ForaRicardoTeixeira. *Ciberlegenda*, 1(38), 55-68. doi: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2012.0350>

Recebido em 09/06/2020

Aceito em 29/03/2021

Contribuição dos autores

Raquel de Barros Pinto Miguel, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.

Derick Henri Guirunas, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.

Gabriel Carvalho Leandro, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.

Maria Laura Silveira dos Santos, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.

Marina Brinkmann de Arruda Campos, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.

Safira Karen Palma, concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados; redação do manuscrito, revisão crítica do conteúdo e aprovação da versão final a ser publicada.