

## Os afetos on-line: uma análise da intermediação de plataformas digitais na busca por psicoterapia no Brasil

Online affections: an analysis of the intermediation of digital platforms in the search for psychotherapy in Brazil

Juliana Pereira Damasceno Vasques<sup>1</sup>

142

**Resumo:** A pandemia provocada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2 (Síndrome Respiratória Aguda Grave) propiciou, em todo os países, que psicólogos clínicos e seus analisandos repensassem compulsoriamente o processo de psicoterapia. Com a necessidade de manter o distanciamento social e a obrigatoriedade do uso de máscaras em ambientes fechados, as sessões e intervenções individuais ou em grupo passaram a ser realizadas e mediadas pelas telas computadores, tablets ou smartphones, após a liberação do Conselho Federal de Psicologia (CFP). Este artigo pretende trazer reflexões e levantar a discussão sobre este novo modelo de atendimento, bem como contribuir com os desafios apresentados por este novo contexto profissional.

**Palavras-chave:** psicologia clínica, COVID-19; setting; plataformas digitais.

**Abstract:** The pandemic caused by the SARS-CoV-2 coronavirus (Severe Acute Respiratory Syndrome) has led clinical psychologists and their analysands to rethink the psychotherapy process in all countries compulsorily. With the need to maintain social distancing and the mandatory use of masks indoors, individual or group sessions and interventions began to be carried out and mediated by computer screens, tablets, or smartphones after the Federal Council of Psychology (CFP) approval. This article brings reflections and raises the discussion about this new service model, as well as contributes to the challenges presented by this new professional context.

**Keywords:** clinical psychology, COVID-19; setting; digital platforms.

### Introdução: uma pandemia no meio do caminho

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Condição Humana (PPGECH) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR) – Sorocaba. <sup>1</sup> Bacharel em Psicologia pela Universidade Paulista (UNIP), 2018. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade São Judas Tadeu, 1997. Psicóloga clínica. E-mail: julianavasques@estudante.ufscar.br

Recebido em 01/11/2022  
Aprovado em 08/01 /2023

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*



Como consequência do momento de crise sanitária global, instaurada em 2020 com a pandemia do COVID-19, governos, instituições e cidadãos foram forçados a repensar, mais do que seus hábitos, e suas rotinas em um espaço muito curto de tempo – e essa conjuntura acabou por inserir também a categoria de psicólogos em uma nova lógica relacional. Quando a pandemia foi oficializada no Brasil, a definição sobre o modelo de continuidade de acompanhamento terapêutico para pacientes e psicoterapeutas em atividade – ou em início de carreira – tornou-se determinante.

Dado o contexto de isolamento social e distanciamento físico propostos e recomendados pelas autoridades públicas para conter o avanço do vírus, seria possível manter ou iniciar o regime de atendimento aos analisandos de forma presencial? Quais seriam os principais riscos envolvidos para as duas partes? No caso de inviabilidade, quais as principais alternativas? As opções possíveis seriam confiáveis e poderiam garantir, minimamente, mecanismos, dispositivos e práticas presentes em um tratamento presencial, além de segurança das informações e efetividade no processo? Qual, então, seria a nova realidade e rotina profissional contidas nesse tipo de interação?

Mesmo não sendo algo totalmente novo em termos de método, os meios digitais se configuraram como uma das principais opções para pacientes e psicoterapeutas. Tanto que no e-Psi, plataforma do Conselho Federal de Psicologia (CFP) destinada ao cadastro obrigatório de psicólogos que desejam atender on-line, o volume de registros subiu 352% entre 2020 e 2021. Entre o final de 2018, quando o sistema foi disponibilizado, e fevereiro de 2020, foram cerca de 30,6 mil cadastros. Já de março de 2020 até setembro de 2021, mais de 138 mil profissionais buscaram a certificação (AGÊNCIA O GLOBO, 2021).

Importante notar que, já em maio de 2018, a resolução nº 11 do CFP (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA) regulamentou a prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação. O documento revogava a resolução anterior de 2012 sobre o tema. Consultas e/ou atendimentos psicológicos necessitariam, mesmo quando intermediados por plataformas de terceiros, respeitar critérios técnicos, de sigilo, atualização anual de cadastro, bem como ressalvas sobre situações de desastre ou emergências.

Diante deste cenário inédito, porém, houve uma evolução muito significativa de plataformas digitais que realizam essa intermediação on-line. Ainda não há uma nenhuma pesquisa consolidada que nos aponte qual foi o desenvolvimento efetivo e conjunto de atendimentos realizados por psicólogos de forma remota. Porém, é possível encontrar informações isoladas com relatos clínicos produzidos pelos profissionais em observação de seus

atendimentos por este formato, bem como notícias de algumas das empresas que oferecem esse tipo de serviço, tanto para psicoterapeutas como para quem busca tratamento.

Neste artigo, analisamos plataformas de intermediação on-line de psicoterapia que são mais facilmente encontradas ou que acabam por se destacar de alguma maneira – seja por patrocínio ou de forma orgânica – nos primeiros resultados da busca do Google. Vale lembrar que as organizações que dispõem desse tipo de oferta são conhecidas e nomeadas como *startups*. Há quem considere que essa definição se aplica a pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. E há também a ideia de que qualquer nova empresa, em estágio inicial, pode ser considerada *startup* (RIES, 2012). Do ponto de vista mercadológico, é possível encontrar como tendência definir esse tipo de companhia como inovadora, com baixos custos de manutenção, que cresce e ganha escala rapidamente para gerar lucros também em alta velocidade. Alguns exemplos de organizações reconhecidas neste universo são Uber, iFood, entre outras.

Levando em conta todas essas circunstâncias, decidimos investigar como se configuram esses mecanismos que, desde então, passaram a mediar parte do processo de psicoterapia clínica no Brasil. A proposta é entender e, quem sabe, desmistificar essas ferramentas, seja para um psicólogo que ainda não aderiu ou pretende adotar esse tipo de plataforma para trabalhar, seja para um psicoterapeuta iniciante na carreira e que acredita poder encontrar uma oportunidade nessa nova configuração de trabalho.

## Metodologia

O objetivo deste artigo é descrever o caminho em direção a essas plataformas de maneira exploratória, detalhando desde o momento inicial da busca por um profissional ou serviço de psicoterapia sob o ponto de vista de um paciente, a partir de descritores que procuram representar o tema em linguagem que pode ser usada pelos indivíduos ao procurar opções, até o momento anterior à contratação do serviço. Passaremos pela análise dos seguintes critérios:

- a. De que forma essas plataformas aparecem no Google quando realizamos a busca a partir de termos gerais como atendimento psicológico, atendimento psicológico online, psicoterapia online e terapia online;
- b. Como essas plataformas se posicionam, isto é, de que maneira elas se apresentam e quais os argumentos que destacam aos psicoterapeutas;

- c. De que maneira detalham e explicam a dinâmica de funcionamento da plataforma, modelos de remuneração, entre outros elementos para os psicoterapeutas;
- d. Como e o que consta na política de privacidade, considerando que este é um elemento fundamental do processo terapêutico;
- e. Quais informações, instrumentos e dispositivos podem não ficar claros sobre o produto ou serviço oferecido pelas plataformas.

Em uma primeira fase, vamos fazer uma varredura das páginas iniciais de resultados do Google, quando o usuário utiliza alguns termos ou expressões relacionadas ao assunto. A proposta é nos aproximarmos de uma representação do comportamento de um psicólogo ou psicoterapeuta que tem interesse em passar a atender por meios digitais e está em busca de opções disponíveis para realizar seu trabalho. Outra possibilidade aplicável é para profissionais em início de carreira, que vão começar a trabalhar, já considerando o atendimento ou consulta por intermédio de tecnologias da informação e comunicação.

Em vista disso, vamos investigar se, além do empenho em solicitar referências para demais colegas de profissão, conhecidos, amigos e familiares, a busca na internet tende a ser umas das primeiras alternativas na averiguação e na construção de perspectivas sobre esse modelo de trabalho na categoria. Essa trajetória permitirá identificar quais são as plataformas que aparecem com mais frequência nos primeiros resultados da procura. E, assim, escolheremos até quatro serviços para analisar com base em volume e ordem de aparição – aquelas que mais aparecerem, mesmo quando há uma variação nos termos de busca e o quanto mais forem exibidas nas primeiras posições do resultado da primeira página.

## Desenvolvimento da pesquisa

Diante de um cenário inédito de pandemia, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) ganharam um papel central na manutenção da vida comum para uma parcela significativa da população brasileira. Em pesquisa (PAINEL TIC COVID-19, 2022) realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) o telefone celular permaneceu como o principal dispositivo de acesso à internet.

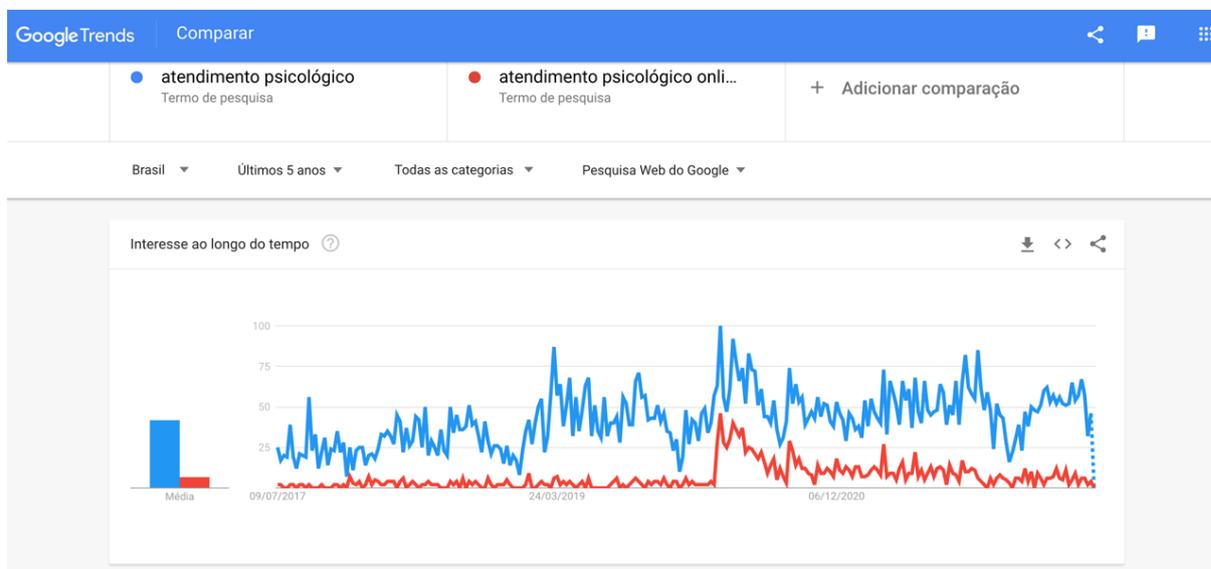
[...] O celular é usado pela quase totalidade dos usuários de Internet (99%); além disso, houve um pequeno aumento no uso da Internet pela televisão, que chegou a 64% dos usuários, com crescimento mais expressivo entre aqueles com 60 anos ou mais (64%),

considerando a população de referência da terceira edição do Painel TIC COVID-19 [Painel TIC COVID-19].

O impacto da pandemia não se deu somente no aspecto ligado à saúde física. Pesquisa realizada (IPSOS, 2021) em parceria com o Fórum Econômico Mundial, colocou o Brasil na quinta posição entre as nações que mais sentiram os efeitos da pandemia no bem-estar emocional. Mesmo com a chegada de 2021, a situação não se alterou para os brasileiros. Um terço dos respondentes declarou, à época, que sua saúde mental piorou. Outros 47% declararam que não há diferença e 20% acreditam que tenha melhorado. O Brasil era, portanto, a 7ª nação, entre 30, cujos entrevistados mais notaram declínio na saúde mental, desde o começo de 2021.

Também à época, a Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) relatou (CONCEIÇÃO; FRISCH, 2021) que 59% de seus associados perceberam aumento de até 25% nas consultas em 2020; 69,3% atenderam pacientes que já haviam recebido alta; e 82,9% perceberam o agravamento dos sintomas em pacientes que permaneciam em tratamento.

Dados como estes poderiam nos sugerir um aumento da busca por serviços profissionais de psicoterapia, no decurso da pandemia. Ao menos, é o que podemos perceber quando olhamos para os dados do Google Trends, ferramenta do Google que traz os termos mais populares buscados pelos usuários de internet na plataforma.



Comparativo de busca por termos relacionados a atendimento psicológico, atendimento psicológico online no Google Trends em 05.07.2022, considerando os últimos cinco anos no Brasil. **Comparativo por atendimento psicológico e atendimento psicológico online no Google Trends.** Disponível em

<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=today%205-y&geo=BR&q=atendimento%20psicol%C3%B3gico,atendimento%20psicol%C3%B3gico%20online>.



Pico de procura pelos termos aconteceram em março de 2020, quando teve início a pandemia de coronavírus. Dados do Google Trends em 05.07.2022, considerando os últimos cinco anos no Brasil.

Há, ao longo do tempo, uma variação – aumento e queda – pela procura por esse tipo de serviço. O pico de busca (GOOGLE TRENDS, 2021), entretanto, aparece de forma bastante nítida no início de março de 2020, exatamente quando a pandemia teve início, e se manteve em um ritmo de pesquisa mais intenso até meados de outubro de 2021 – a exceção no gráfico se dá em setembro de 2019, mas não há como identificar uma razão específica para este pico em especial.

Muitos brasileiros passaram então a adotar o atendimento psicoterapêutico durante a pandemia. É o que mostra levantamento feito sob encomenda da SulAmérica (INSTITUTO FSB, 2022), grupo segurador com 125 anos de existência. De acordo com o estudo, 60% dos entrevistados que se consultam hoje com psicólogos começaram a fazer terapia depois do início da pandemia. Ainda de acordo com a pesquisa, 10% dos entrevistados afirmam que fazem sessões regulares com psicólogos, sendo que a geração Y (nascidos entre 1981 e 1996) é a que mais se consulta, seguida da Geração Z (nascidos entre 1997 e 2012).

Segundo a pesquisa do Instituto FSB, para 53% dos brasileiros, a saúde emocional piorou com a pandemia: 53% relataram sentir ansiedade, 42%, alteração de humor e 41%, insônia. Outro dado que ajuda a corroborar as circunstâncias vem do relatório Insegurança Alimentar no Brasil: Pandemia, Tendências e Comparações Globais (NERI, 2022), divulgado em maio de 2022 pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas e que traz uma compilação dos dados Gallup World Pool: entre 2019, no período antes da pandemia, e o fim de 2021, o indicador que avalia a preocupação à saúde mental dos brasileiros pulou de 56%

para 67%. Os dados encontrados por essas pesquisas revelam a necessidade de compreender de que modo a procura de psicoterapia tem se dado durante a pandemia de COVID-19 no Brasil.

### **A procura pelos intermediários de psicoterapia em tempos digitais**

A primeira etapa dessa avaliação considera o recolhimento de dados por meio da utilização de diversas expressões e palavras-chave no Google. A compreensão é de que o buscador organize os resultados por ordem de prioridade, levando em conta relevância daquele site ou plataforma, volume de acessos do conteúdo desses ambientes, credibilidade da fonte, entre outros parâmetros e elementos digitais. Aqui já há uma questão relevante. Não há clareza ou transparência suficientes sobre a forma de funcionamento e métodos adotados pelos algoritmos do Google e de que maneira eles acabam por determinar a ordem de aparição dos resultados. É o que estudiosos e pesquisadores costumam associar com a filosofia da caixa preta (FLUSSER, 1985), isto é, as informações entram, são processadas, saem, mas sem que ninguém consiga compreender plenamente por quais processos ela passa quando está dentro do mecanismo.

Outro ponto de atenção está relacionado à isenção desse processo. Por mais que o pesquisador utilize a chamada “aba anônima” (GOOGLE, 2022) do navegador Google Chrome para realizar a pesquisa – mecanismo que permite que o usuário navegue com certo grau de privacidade sem deixar registros ou fornecer tantos dados – ou mesmo sem estar logado (conectado) com uma conta pessoal, a tecnologia consegue identificar quem está operando o sistema naquele momento. O que pode interferir nos resultados apresentados, considerando o fato de que os dados resultantes em cada busca tendem a ser personalizados, ou seja, consideram o histórico de navegação do usuário. Temos, portanto, de admitir que essa análise pode se delinear de forma enviesada a partir da máquina e das informações de conectividade do pesquisador. Mesmo que a pesquisa seja realizada na opção anônima em outros computadores, o navegador também vai indicar a localização de quem realiza o processo, portanto, não há como saber quais dados o Google utiliza de cada máquina ou de cada usuário.

Ao acessar a página do Google, assim que o indivíduo começa a digitar as primeiras palavras, a própria plataforma ativa um mecanismo que autocompleta a busca. O pressuposto é de que as sugestões da tecnologia estejam baseadas em outras buscas que seguem os mesmos padrões ou traga os termos próximos mais procurados pelos usuários. Mas, mesmo no ambiente de ajuda da plataforma, não há uma explicação direta sobre como funciona esse procedimento.

O que chama a atenção aqui é se essas recomendações, também baseadas em cálculos algorítmicos sem qualquer informação explícita sobre seu funcionamento, não acaba, de alguma forma, influenciando a escolha de quem está realizando a operação. Afinal, o usuário pode ter uma intenção quando dá início ao processo, mas pode simplesmente selecionar uma das sugestões que não necessariamente é aquela que ele tinha em mente utilizar.

Para elucidar melhor esta fase, registramos as sugestões apresentadas pelo Google – em pesquisa feita em aba anônima e sem que nenhum perfil de usuário estivesse conectado (logado) – quando digitamos expressões relacionadas ao tema. Usamos, para isso, expressões como “atendimento psicológico”, “atendimento psicoterapêutico”, com e sem a opção online, além de “site atendimento psicológico”, “plataforma psicologia online” e “atendimento psicológico online”.

Se levarmos em conta as informações apresentadas – tendo em vista a possibilidade dessas recomendações serem feitas – ressalte-se, pela própria plataforma de buscas – com base em volume de termos associados, podemos perceber indícios que nos levam ao levantamento de algumas hipóteses. O fato das enunciações “gratuito”, “grátis” aparecerem com bastante frequência em quase todas as buscas aponta para um termo possivelmente utilizado mais por usuários do que por psicoterapeutas. Conforme os impactos psíquicos da pandemia cresceram acompanhados pelo agravamento de crises econômica e financeira da população brasileira, seria natural que os indivíduos fossem atrás de opções que os ajudassem sem que isso incorresse em algum tipo de custo ou comprometimento de renda.

Já quando a pesquisa é iniciada juntamente com a associação do termo “online”, vemos algumas mudanças importantes nas sugestões apresentadas pelo buscador que nos inclinam para indicar esse termo como uma demanda de profissionais da área. Encontramos, por esse caminho, frases e termos que indicam a procura por desafios e conexões diretas com o contexto pandêmico, apontando que os usuários querem entender de que maneira esse cenário se configura. Tanto que notamos uma combinação da expressão inclusive com “CFP”, provavelmente na tentativa de compreender as orientações ou posicionamento do Conselho Federal de Psicologia sobre a temática.

É comum, ainda, em determinadas sugestões, encontrar palavras que remetem não só à viabilidade do processo – a exemplo da associação com a expressão “como funciona” – assim como sinais de dúvidas no que diz respeito à eficácia desse modelo de relação entre paciente e psicólogo ou psicoterapeuta quando analisamos a junção, como complemento, do termo isolado “funciona” (o que assinala certa incerteza se essa dinâmica tem resultados ou não).

Interessante notar que, mesmo com essas diversas variações na forma de pesquisar pelo tema, nem mesmo quando a procura do usuário na plataforma é realizada em busca de algum tipo de tecnologia, não há recomendações de buscas relativas a marcas de empresas. Disso, podemos compreender que ou essas organizações, ainda que com grande crescimento ao longo do período pandêmico, não conseguiram ampliar de forma mais veemente suas marcas, ou boa parte do público que procura por esse universo ainda não tem noções exatas das opções disponíveis no mercado.

De toda forma, seria possível entendermos que, mesmo com a aceleração e emergência para a continuidade dos processos psicoterapêuticos provocados pelo contexto da pandemia, as tecnologias mediadoras da consulta clínica ou atendimento por parte dos psicólogos se configuram como um campo incipiente? Não há como identificar com clareza e objetividade também quantos dos profissionais da psicologia apenas transferiram seus processos terapêuticos para tecnologias com as quais mantinham algum tipo de familiaridade ou passaram a contar apenas com tecnologias que já usavam para outros tipos de afazeres (como Zoom, Google Meet, ou até mesmo a chamada de vídeo do aplicativo de mensagens WhatsApp entre tantos outros) para reuniões, aulas ou demais atividades.

Para compreendermos melhor e seguir com a potencial trajetória de quem busca, tanto pelo serviço de um psicoterapeuta quanto de um psicólogo que deseja usar esses recursos para manter ou iniciar seus atendimentos ou consultas, vamos analisar também os resultados apresentados na primeira página exibida pelo Google.

### Os primeiros resultados

Antes de partirmos para o diagnóstico dos resultados, há que se diferenciar também a composição da primeira página de links oferecidas pelo Google a quem utiliza o serviço. Ao completar a busca e avançar na pesquisa, o usuário visualiza uma página com aproximadamente 10 a 15 links. Ao final da primeira página, também é possível encontrar esses mesmos links patrocinados. A depender do termo utilizado (porque há termos, palavras ou expressões que não são passíveis de publicidade ou simplesmente não interessam a quem atua naquele mercado), os primeiros resultados apresentados são os chamados links patrocinados (ou Google Ads). Isto significa que, para que o link apareça ali, é preciso pagar pelo espaço – nos mesmos moldes da publicidade tradicional.

O que se altera, neste caso, é a forma. O buscador dedica um ambiente específico para orientar marcas, empresas e profissionais que desejam adquirir links patrocinados (GOOGLE,

2022). Assim, a plataforma promove uma espécie de leilão (GOOGLE, 2022) entre os anunciantes que desejam pagar por esses primeiros links, o que vai determinar a ordem na qual eles aparecem para os usuários. Todos esses links iniciais são demarcados com a palavra “anúncio” com vistas a informar o usuário de que ele está ali porque alguém pagou por aquele espaço.

Esta primeira página é fundamental porque 75% das pessoas que realizam pesquisas no Google não vão adiante nas demais, isto é, tendem a clicar em links que aparecem somente nos primeiros resultados. Para além disso, quase metade das pessoas (46,9%) tendem a clicar no link que aparece no primeiro link (AHMED, 2020). Algo que acabou se padronizando entre os usuários e um modelo que acaba incentivando o indivíduo a acessar não uma informação a partir de sua relevância social, mas por meio de decisões automatizadas, excluindo qualquer possibilidade de neutralidade da tecnologia.

Não somos mais os sujeitos da realização de valor. Tampouco somos, conforme alguns insistem, o “produto” das vendas do Google. Em vez disso, somos os objetos dos quais as matérias-primas são extraídas e expropriadas para as fábricas de predição do Google. Predições sobre o nosso comportamento são os produtos do Google, e são vendidos aos verdadeiros clientes da empresa, mas não a nós. Nós somos os meios para os fins de outros (ZUBBOF, 2021).

As demais informações fornecidas na página são identificadas como links orgânicos, não pagos, ou seja, são os direcionamentos para que sites e conteúdos que aparecem nessa primeira página sejam selecionados por uma série de critérios em cálculos algorítmicos, que funcionam de maneira desconhecida. Acredita-se que possam ser os conteúdos que recebam maior volume de acesso, que são mais compartilhados, que estão mais organizados, entre diversos elementos analisados. Os links orgânicos acabaram por gerar toda uma indústria de agências e consultores especialistas em *Search Engine Optimization* (SEO, em tradução literal algo como otimização de mecanismo de busca) que prometem desenvolver estratégias e dispositivos para inserir marcas e empresas nos primeiros resultados da busca sem ter de pagar para isso.

Como nosso foco está centrado nas plataformas intermediárias de atendimento ou consulta psicoterapêutica, vamos focar nossa pesquisa e avaliação em primeiras páginas de resultados, a partir da procura por termos e expressões que remetam diretamente ao tema. Mais uma vez, não conseguimos determinar combinações de palavras para a busca que permitam dividir claramente os resultados entre indivíduos que buscam tratamento e profissionais da saúde mental.

Aqui, talvez valha destacar um ponto importante do Código de Ética do Conselho Federal de Psicologia, que traz consigo a resolução CFP no 10, de 20 de outubro de 1997. Ela estabelece critérios para a divulgação, publicidade e exercício profissional do psicólogo, associados a práticas que não estejam de acordo com os critérios estabelecidos neste campo. Em seu artigo 1º, a entidade alerta que é permitido ao profissional, por exemplo, vincular ou associar ao seu título seu número de registro junto ao seu Conselho Regional e comunicar-se apenas com objetivos informativos ou educativos. É vedado a ele divulgar instrumentos e técnicas e uso da categoria, fazer previsões de resultados, propostas públicas de honorários que caracterizem concorrência desleal e, sobretudo, qualquer tipo de autopromoção.

### **A busca por plataformas especializadas**

Para esta análise, definimos as seguintes frases para o levantamento: “site para terapia online” (a); “site para atendimento psicológico online” (b); “melhor plataforma de psicologia online” (c); e “psicologia online” (d).

#### **a. Site para terapia online**

Ao percorrer a primeira página para esta busca específica, encontramos os quatro primeiros links como patrocinados. O primeiro direciona o usuário para um site chamado “Ansiedade Brasil”, que oferece terapia online a partir da experiência em psicologia clínica e terapia cognitivo comportamental com o profissional específico. O campo traz ainda outros dois links do mesmo ambiente: um indicando ao usuário para “vencer a ansiedade” e outro com depoimento de clientes. O link seguinte também direciona para o canal de um profissional da psicologia, apresentado na descrição como psicólogo especialista e pós-graduado em modificação comportamental que atende na cidade de Santos (SP).

O padrão se repete no terceiro link, direcionando o indivíduo que pesquisa para o site de um profissional da psicologia que descreve o serviço para ansiedade, medos, insegurança, tristeza, estresse, irritação, traumas, fobias etc. O último link patrocinado para este primeiro bloco composto somente por anunciantes indica para o que parece ser uma clínica que reúne serviços de psiquiatria e psicologia e que conta com profissionais do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da USP. Somente a partir deste ponto da página é que começam a aparecer opções de plataformas que fazem a intermediação entre profissionais e pacientes.

Entre os oferecidos pelo mecanismo de busca, aparecem reportagens de portais noticiosos indicando listas de sites para se consultar com um psicólogo no modo online. Entre as plataformas que constam entre os links orgânicos, aparecem: Zenklub (2ª posição), Psitto (3ª posição), Psicologia Viva (4ª posição), TelaVita (5ª posição), OrienteMe (7ª posição), PsyMeet (8ª posição), Moodar (10ª posição). Os três últimos links da primeira página de resultados também são patrocinados por três profissionais individuais específicos.

### **b. Site para atendimento psicológico online**

Neste segundo caso, o modelo se repete. Os quatro primeiros links oferecidos pela primeira página de resultados do Google são patrocinados. Aqui, entretanto, apenas o quarto link direciona o usuário para o site de um profissional. O primeiro aponta para uma plataforma intitulada Nossos Psicólogos, o segundo para Ivi, que se identifica como solução de inteligência artificial que cuida da saúde emocional de colaboradores de empresas. Já o terceiro leva o público para uma clínica (Folio) com possibilidade de consulta de diferentes profissionais.

Entre os links orgânicos, como na busca anterior, é comum encontrar na pesquisa por este termo notícias de sites que apontam listas com as principais plataformas de atendimento psicoterapêutico – inclusive alguns dos mesmos registrados anteriormente. A primeira plataforma a aparecer é a Psitto (1ª posição) e, depois, Psicologia Viva (3ª posição). Na sequência dela aparece o link do Conselho Federal de Psicologia para cadastramento de profissionais que desejam atender ou realizar consultas online (e-Psi) e, logo depois, o link para a Universidade de São Paulo sobre “Atendimentos e Práticas Psicológicas On-line do IPUSP”. Então, o usuário encontra link para o Zenklub (6ª posição) e PsyMeet (8ª posição).

Novamente, os três últimos links apresentados são de anunciantes. O primeiro leva o usuário para o Núcleo de Transformação Humana que oferece atendimento presencial e online com psicólogos. O segundo para o aplicativo GetNinjas, uma empresa brasileira que gerencia uma plataforma online para conectar clientes a prestadores de serviços. O último conduz o usuário para a clínica de um profissional e outro (Psicanalistas em Rede).

### **c. Melhor plataforma de psicologia online**

Não há grandes diferenças nos resultados apresentados, em termos de estrutura, quando essa pesquisa é comparada às demais. Também apresenta quatro links patrocinados iniciais sendo o primeiro para a plataforma Central Terapia, o segundo para a plataforma Kompa Saúde

(uma espécie de plano de saúde mental), o terceiro para o site de um profissional (psicanalista clínica), e o quarto para a plataforma Nossa Psicologia.

No caso dos links orgânicos dessa pesquisa, é interessante notar que, apesar de reportagens com listas de opções, os endereços de internet das plataformas ocupam a maior parte da página, demonstrando uma certa “disputa” pelo público. Na sequência aparecem Psitto (1ª posição), Zenklub (4ª posição), TelaVita (5ª posição), Psicologia Viva (6ª posição), Fepo (7ª posição) e Vittude (8ª posição). Já os três últimos links, patrocinados, levam para uma clínica médica de diversas especialidades que também oferece atendimento psicoterapêutico (OnVita), o segundo para a plataforma *empsa*, que conecta pacientes e psicólogos, e o último para um ambiente (Arte de si), que oferece terapia em grupo ou individual para mulheres, mas também arteterapia, mentoria, entre outros serviços.

#### d. Psicologia online

Mais uma vez, encontramos o mesmo tipo de resultado na primeira página, com quatro endereços de internet patrocinados, um bloco de conteúdos orgânicos e mais três links de anunciantes ao final da página. Os primeiros links remetem ao site de uma psicóloga, o segundo para outra profissional da psicologia, assim como o terceiro, e o último, apesar do nome “Calma Psicologia”, pertence também a uma psicóloga.

A sequência dos dados apresentados como links orgânicos mostra um bom posicionamento para algumas plataformas: Psicologia Viva (1ª posição), Zenklub (2ª posição), Central Psicologia (3ª posição), Vittude (6ª posição) e Mundo Psicólogos (8ª posição). Os demais links indicam para o usuário a possibilidade de realização de cursos de psicologia de forma remota (online). Já nos três últimos links, também patrocinados, o resultado do buscador aponta para um profissional específico, para uma clínica de saúde mental chamada Meu Cérebro Saudável, bem como para o site de outra profissional, respectivamente nessa ordem. Ao aplicarmos os dados na tabela 1, temos a seguinte configuração geral das buscas realizadas:

#### Tabela comparativa dos dados encontrados na busca por plataformas de psicoterapia online

Termo de busca	Resultados da busca	Total de links fornecidos	Links patrocinados	Plataformas apresentadas no resultado	Posição link orgânico
Site para terapia online	35.200.000	17	7	Zenklub	2
				Psitto	3
				Psicologia Viva	4
				TelaVita	5

				OrienteMe	7
				PsyMeet	8
				Moodar	10
<b>Site para atendimento psicológico online</b>	11.800.000	17	7	Psitto	1
				Psicologia Viva	3
				Zenklub	6
				PsyMeet	8
<b>Melhor plataforma de psicologia online</b>	14.900.000	13	7	Psitto	1
				Zenklub	4
				TelaVita	5
				Psicologia Viva	6
				Fepo	7
<b>Psicologia online</b>	285.000.000	13	7	Vittude	8
				Psicologia Viva	1
				Zenklub	2
				Central Psicologia	3
				Vittude	6
Mundo Psicólogos	8				

Fonte: elaboração própria

Para facilitar a compreensão: resultados de busca é o volume de endereços que o Google encontrou e que possuem relação com o tema. Total de links fornecidos é o número de links que aparecem na primeira página do resultado. Links patrocinados aponta para a quantidade de endereços de anunciantes exibidos. Plataformas apresentadas são aquelas identificadas entre os links orgânicos (não pagos). E a posição de link orgânicos é a ordem na qual essas plataformas aparecem entre todos os links orgânicos.

Em todos os tipos e variações da pesquisa, há sempre muitos links pagos. Parece haver uma disputa pelas primeiras posições por quem busca por palavras e frases que remetam à temática. A cada pesquisa, alteram-se os links de anunciantes no início e no fim, ou seja, cada uma dessas frases ou expressões exibe ao usuário resultados patrocinados distintos. O único resultado patrocinado que se repete em duas buscas diferentes é o que traz a plataforma Nossa Psicologia.

De toda forma, nos links de anunciantes, portanto patrocinados, há um misto de resultados que indicam plataformas e sites de profissionais independentes, enquanto nos links orgânicos, isto é, não pagos, os resultados apresentam uma combinação entre reportagens e endereços de plataformas que atuam nesse universo com a intenção de conectar pacientes e psicoterapeutas.

A plataforma Psitto aparece em todas as pesquisas realizadas. Isso se deve especialmente porque a empresa tem um blog em seu site com um conteúdo com o título “Sites de Psicólogos Online: descubra as principais plataformas”. Em razão da alta procura dos usuários por esse tipo de serviço, essa informação deve ter sido bastante acessada, o que pode ter melhorado o posicionamento da marca na ferramenta de busca.

Importante ressaltar que links para entidades oficiais e representativas da categoria como conselho federal ou conselhos regionais quase não apareceram nas buscas feitas por essas expressões adotadas. O Conselho Federal de Psicologia aparece como endereço de referência em apenas uma das buscas, enquanto na pesquisa na qual a expressão “site para atendimento psicológico online”, o último destino apontado pelo Google é do Conselho Regional de Psicologia do Paraná.

Alguns dos endereços encontrados nessa pesquisa apresentam informações questionáveis, quando analisadas sob o ponto de vista ético ou ainda não regularizadas pelo Conselho Federal de Psicologia. Um dos casos, por exemplo, é uma plataforma que apresenta diferenciações de métodos digitais de atendimento com preços diferentes para cada um deles, conforme imagem abaixo, com oferta de atendimento via e-mail, chat, texto ou áudio no WhatsApp.

A partir desse levantamento, decidimos, então, selecionar algumas dessas plataformas para analisar o teor, conteúdos, termos de serviço, transparências das informações, entre outros elementos que podem favorecer ou colocar em xeque o processo psicoterapêutico realizado por meios digitais. Adotamos, como critério de escolha, aqueles que mais apareceram nas pesquisas e buscas. Avaliaremos, portanto, os seguintes canais:

- Psitto - <https://www.psitto.com.br/>;
- Zenklub - <https://zenklub.com.br/>;
- Psicologia Viva - <https://www.psicologiaviva.com.br/>;
- PsyMeet - <https://www.psymeetsocial.com/>
- Vittude - <https://www.vittude.com/>.

### *Psitto*

Segundo informações que constam na própria apresentação da plataforma, a Psitto foi criada em 2010, ainda como um consultório físico. E sua *Chief Executive Officer* (CEO) vem buscando aprimorar estratégias de atendimento “com foco na qualidade oferecida aos pacientes”. Ainda segundo a descrição, essa experiência deve acontecer “no ambiente em que

você se sentir mais confortável”. O site oferece abas de contato, ajuda e um blog. Ao clicar em “procurar psicólogos”, o usuário do serviço poderá escolher entre consultas presenciais ou online, especialidades ou temáticas de preferência, horários e valores – que variam entre R\$ 50 a 400 a consulta.

Logo abaixo, no rolar de página, uma recomendação de profissionais com seus perfis e agenda disponível. Ali, também é possível clicar e ler mais detalhes sobre a formação, duração da consulta, valores e contato do psicólogo. Alguns destes profissionais recebem avaliações de pacientes atendidos e ‘estrelas’, de um a cinco. Identificamos a presença de alguns recém-formados, entretanto, boa parte dos psicólogos indicados nesta primeira visita tinham aproximadamente 15 anos de atuação.

Os agendamentos podem ser feitos de forma imediata e, ao clicar em “agendar consulta”, de acordo com o horário escolhido, o paciente tem a opção de ser atendido preferencialmente via WhatsApp, Google Meet, Skype, Zoom e ‘Outros’. Basta deixar o nome completo, e-mail, celular com DDD e escolher sua forma de pagamento (Pix ou cartão de crédito). A plataforma não possui um sistema próprio de atendimento – apenas intermedia o agendamento, deixando a cargo do paciente a escolha pela ferramenta onde a consulta será realizada. Para esclarecimento de dúvidas, o site também disponibiliza um telefone de “Secretaria” (das 7 às 21h) e um número de WhatsApp.

Numa aba discreta, no lado superior direito da tela, é possível visualizar, após rolar o mouse por duas vezes, o link “Sou Psicólogo”. Ali, as informações disponíveis à categoria: “aqui, o psicólogo não paga mensalidade” ou “esqueça logins para gerenciar sua agenda”. Os participantes são chamados de “sócios da Psitto” e, para inscrever-se, o profissional precisa abrir uma candidatura, que será submetida a uma análise. A maneira como este psicólogo é tarifado para se afiliar à plataforma não fica clara, num primeiro momento.

### *Zenklub*

Para a plataforma, “saúde mental é crescimento organizacional”. Conveniada com “mais de 300 empresas e 500 mil colaboradores”, o site oferece dois caminhos em sua home page: “para empresas” e “para especialistas”. Os logotipos das marcas associadas são exibidos em movimento e alguns dos números apresentados, atribuídos aos usuários, também estão em destaque: “71% consideram o Zenklub um dos top 3 benefícios que a empresa oferece”; “84% relatam impacto positivo em produtividade”; “82% perceberam melhora no relacionamento com colegas” e “97% sentiram melhora de qualidade de vida”.

Mais abaixo, encontramos depoimentos de líderes das companhias conveniadas, que falam sobre a experiência de “proporcionar saúde mental” a seus colaboradores. Em alguns casos, o benefício é citado como uma “forma de prevenir o absenteísmo e o cuidado” com os trabalhadores. Há também uma espécie de simulador com números e valores proporcionais, onde a empresa pode calcular seu “retorno sobre o investimento”, de acordo com a quantidade de funcionários que buscarem o serviço, após a parceria firmada. A plataforma alega que oferecer o serviço de terapia online pode “revolucionar o engajamento, a produtividade e o crescimento de seus colaboradores”.

Também podem ser encontradas na home page do site matérias sobre “terapia online gratuita”, estouro da prática mediada por tecnologias na pandemia, o “incremento das startups” e artigos sobre síndrome de burnout.

No link “Para especialistas”, uma mensagem se destaca na tela: “Invista na sua evolução, em você, em novas perspectivas”, com fotos de profissionais chamados de “especialistas Zenklub”. O cadastro para psicólogos só pode ser feito via pessoa jurídica (PJ) e, após a inscrição, o perfil apresentado passa por análise.

Na hipótese de o profissional assinar o chamado “Plano Premium”, a plataforma promete que “seu perfil aparecerá nas buscas” e que ele “terá acesso a outros benefícios, como clientes corporativos”. Por meio de um “escritório digital”, o profissional poderá organizar agenda, disponibilizar horários, visualizar novos agendamentos”, além de contar com um chat com clientes e suporte. Já os pagamentos das consultas realizadas são feitos por meio de dois PIX ou duas transferências bancárias.

A plataforma também destaca que todas as suas chamadas são criptografadas, “o que garante o sigilo e a segurança para todas as sessões realizadas”. Não há especificações ou detalhamento sobre este processo. Por fim, oferece oportunidades para “psicólogos, psicanalistas, terapeutas e coach”.

### *Psicologia Viva*

Com uma interface repleta de cores neutras e desenhos, o Psicologia Viva tem sede em Minas Gerais e, logo em sua página de abertura, mantém no topo a mensagem “Psicólogos e terapia online ao seu alcance”, comunicando o sigilo, a segurança e um link em destaque “agende já sua consulta”. Oferece, após uma rolagem de tela, a possibilidade de que o usuário conheça os profissionais licenciados de acordo com o tema de seu interesse. Há também a possibilidade do atendimento em libras, bastante destacado. A plataforma oferece uma gama de

convênios médicos que repassa os reembolsos de consulta – que podem levar até 45 dias. Além da mensalidade fixa por trimestre ou semestre, os profissionais são descontados em alguns reais, caso optem pelo adiantamento de seus pagamentos.

Entre os clientes, logo abaixo, muitos convênios médicos e algumas empresas conveniadas. Um blog, de acesso livre, destaca artigos sobre relacionamento abusivo, autoestima, terapia familiar e orientação vocacional. O “programa online para empresas” promete a possibilidade de aumento da produtividade, identificação de competências e redução de perdas por “falta de foco, concentração e afastamento por demandas emocionais”.

Vale destacar, ao pé da página inicial, a mensagem com link: “Consulta online por videoconferência é tão eficaz quanto a presencial”. Ao clicar, é possível visualizar um texto chamado “Eficácia de orientação psicológica online”, que cita um estudo realizado por um hospital em Sydney, na Austrália, que envolveu cerca de mil pessoas com “ansiedade e depressão”. Segundo os autores, a investigação mostrou que consultas online “têm alcançado resultados ainda mais eficazes do que consultas presenciais e, depois de seis meses, os resultados alcançados são mantidos constante”. O artigo citado não foi localizado – nem mesmo no próprio site do hospital supracitado.

O site oferece um link para o Conselho Federal de Psicologia, para que o paciente tenha acesso às resoluções e normas técnicas relacionadas ao atendimento online.

### *PsyMeet*

“Terapia online social!”, alerta a home do site. Sem especificar com clareza aos usuários o significado de “social”, a plataforma foca na facilidade de não sair de casa para ter atendimento. Ela destaca a facilidade do acesso e o treinamento dos profissionais associados. Também oferece um passo a passo sobre a procura por um profissional, sugere o clique no “botão do WhatsApp no perfil do psicólogo”, diz que “juntos, combinarão o atendimento” e que a sessão pode ser feita “no seu computador ou dispositivo móvel”. Não se faz claro se a plataforma oferece seu próprio ambiente de atendimento.

Ao clicar em “sou psicólogo”, aparece o convite para fazer parte da equipe. É preciso enviar informações por um formulário e o cadastro não depende de análise para “ir ao ar em minutos”. Os atendimentos individuais são oferecidos aos pacientes que procuram pela plataforma pelo valor de R\$ 30,00. De acordo com o próprio site, “mas todos os outros detalhes podem ser combinados entre você e o paciente”. Links para o Conselho Federal de Psicologia e seu código de ética são encontrados ao pé da página voltada aos profissionais. A justificativa

para o valor é encontrada na aba de perguntas frequentes: “Nossos psicólogos são apaixonados pelo que fazem e estão prontos para atender você”.

Na lista de profissionais oferecida pelo site num primeiro clique em “Encontre seu psicólogo”, sete dos dez psicólogos indicados formaram-se em Psicologia há menos de dois anos.

### *Vittude*

“Seu psicólogo a qualquer hora, em qualquer lugar”, aponta o site da startup. Conversando com o usuário, pergunta: “Vamos lá, por onde você quer começar?”, com links para a ativação de um benefício corporativo ou agendamento de consulta sem benefício. Com clientes de grandes marcas e diferentes setores da indústria e do comércio, os logotipos coloridos vão passando pela tela. Um banner “Vittude Corporate” oferece uma solução de conteúdo especializado de saúde mental para empresas. E, logo abaixo, a informação de que “mais de três milhões de pessoas visitam a Vittude todos os meses”.

Popularizada pela imprensa de economia e negócios durante a pandemia – inclusive por sua captação de recursos no mercado -, a plataforma se apresenta como “referência em terapia online”. Na home page, uma explicação de “como funciona” a terapia online, informando sobre ambiente seguro e princípio da confidencialidade entre psicólogo e paciente. No rodapé da página, um link pode levar o paciente para páginas explicando seus termos de uso e a política de privacidade da empresa.

A startup não trabalha com planos de saúde e recomenda aos pacientes que solicitem seus recibos, ao final das consultas, para que estes sejam aplicados junto a seus convênios para futuros reembolsos. Tudo isso está na aba “Perguntas Frequentes”, bastante visível. O site também oferece o chamado “Vittude Match”, onde o paciente informa dados como idade, se prefere o atendimento online ou presencial, por que está em busca de ajuda, quanto pretende gastar, quais características ele julga importantes (empatia, tempo de carreira, pontualidade, paciência etc.). Ao final, o site recomenda profissionais que se encaixam nas exigências apontadas.

### **Discussão dos resultados**

*Healthtechs* ainda são um assunto bastante novo, no Brasil e no mundo. E há uma dificuldade em buscar referências bibliográficas sobre algo tão contemporâneo. A maioria dos artigos científicos encontrados datam de 2020 a 2021 e estão geralmente focados em economia

e negócios: avaliação de investimentos nesses modelos, responsabilidades sociais e corporativas e competitividade.

Ao buscar, então, notícias sobre a ascensão das *healthtechs* no Brasil durante a pandemia, é possível apontar alguns números bastante significativos para esta investigação: o Psicologia Viva, um dos serviços pesquisados, aponta um crescimento de 600% em seus negócios, durante a pandemia. A empresa indica que a média de consultas diárias subiu de cerca de 350 para quase duas mil (SAÚDE BUSINESS, 2020).

Já a Vittude, outro dos serviços verificados, viu o faturamento crescer “540% e o número de agendamentos de consultas aumentar 700% desde o início da pandemia”. Segundo a empresa, são mais de 450 mil vidas cobertas e cerca de 130 parceiros, que são organizações que contratam os serviços para seus funcionários (EXAME, 2021). Com atuação de cerca de seis anos no Brasil, a Zenklub aponta um crescimento de 154% em seu faturamento e um volume de 350 empresas que contratam os serviços. No que diz respeito a consultas virtuais, a plataforma assinala aumento de 1059% de 2019 para 2021, neste último foram realizadas 603 mil (PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS, 2022).

Na área da saúde, como um todo, é importante notar que houve um longo tempo de relutância em aproveitar o aparente potencial das tecnologias e promover mudanças. O desconhecimento, a falta de entendimento sobre os termos de uso e confidencialidade das ferramentas mais comuns de comunicação remota e, até mesmo, as críticas sobre a abstração ou até ineficácia do método podem não ter contribuído para que a utilização destes meios tenha sido aprimorada, ao longo dos anos. E a pandemia fez com que este ponto de divergência se transformasse, obrigatória e urgentemente, em uniformidade.

O que se observa, após esse período de experiência em caráter inédito e de acordo com as leituras realizadas para esta pesquisa, é que o manejo clínico presencial não perdeu e, talvez, não perderá sua necessidade e importância. Porém, possivelmente, deverá ganhar o incremento das soluções digitais, para os próximos anos. E este será um novo desafio para todo o setor de saúde, não apenas para a área de psicologia.

Já em relação aos sites pesquisados, é possível destacar as mensagens que priorizam as empresas que possam ser parceiras das plataformas, com informações mais relevantes a este público do que aos profissionais que possam se associar a elas para prestar seus serviços. “Alcance melhores resultados com a terapia online”, dizia um deles.

As preocupações se mostraram diferentes, conforme a navegação avançava. Pouco humanizadas, as interfaces parecem mais voltadas para as empresas, como um claro

posicionamento de mercado. As informações para pacientes e profissionais ficam num segundo plano.

Sobre o chamado “atendimento social”, que também se popularizou muito em tempos de pandemia, é importante esclarecer que o Conselho que regulamenta a profissão de psicólogo no Brasil disponibiliza uma tabela de valores-base para os honorários dos profissionais regulamentados. É importante destacar que valores altos não estão diretamente ligados à qualidade ou empatia, mas há que se respeitar uma referência ou base de valoração da prestação de serviços (que pode ser consultada em <https://site.cfp.org.br/servicos/tabela-de-honorarios>) – e, principalmente, os profissionais e seu trabalho.

### Considerações finais

Por fim, os maiores desafios que talvez possamos encontrar nesta nova jornada dizem respeito muito mais à nossa capacitação e especialização, para que a tecnologia seja incorporada no sentido do cuidado. O que, naturalmente, não fere ou anula a importância ou a necessidade do contato presencial e seu compromisso: o fator digital talvez precise ser agregado à realidade e rotina de quem pratica a escuta psicológica.

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), criado pela Portaria Interministerial número 147 de 31/05/1995, em pesquisa divulgada em dezembro de 2022, apontou que a chamada telessaúde avançou no período de pandemia mais severa. Entende-se como telessaúde os serviços prestados remotamente por meio das tecnologias da informação e comunicação (TIC). Segundo o estudo, a teleconsulta foi utilizada por 33% dos médicos e 26% dos enfermeiros participantes. Na comparação com 2019, o serviço teve um incremento de 8% para enfermeiros e 19% para médicos (MOBILE TIME, 2022).

O Senado Brasileiro aprovou um projeto de lei que regulamenta a telessaúde (PL 1998/2000) no Brasil em novembro do ano passado. Seguindo os mesmos preceitos do atendimento presencial, o que inclui confiabilidade dos dados, autonomia profissional, consentimento do paciente e responsabilidade digital. A prática remota está sujeita ao Marco Civil da Internet, à Lei de Proteção de Dados, ao Código de Defesa do Consumidor e à Lei do Prontuário Eletrônico. Ele ainda passa por avaliação na Câmara dos Deputados após revisões e modificações realizadas no Senado (MOBILE TIME, 2022).

A escalabilidade e sustentabilidade deste modelo podem ser temas a serem discutidos num futuro breve. Mas a construção desses ecossistemas tecnológicos, o seu crescimento, alcance e popularização podem nos apontar uma capacidade de absorção de modelo pelo público que procura o serviço, por seus empregadores e pela comunidade global que possui acesso à internet. O passo para trás nos parece improvável.

Ainda é preciso discutir como podemos incorporar soluções digitais de saúde na psicologia, na medicina, no serviço social, entre outras especialidades, buscando o aprimoramento para a qualidade do serviço e de que forma elas podem nos auxiliar na prática clínica. Elas podem ser pensadas, possivelmente, como um complemento - e não uma substituição. A integração do modelo na prática clínica é algo a ser estudado e avaliado, uma vez que se transformou de algo abstrato em palpável.

Há que se refletir, sobretudo, sobre os métodos utilizados para buscar tais saídas afetiva *versus* nossas próprias relações de pesquisa – e desejo - de um produto. A procura pelo serviço de psicoterapia se configura da mesma forma? Manteremos, ao longo do tempo, a busca por meio de amigos e conhecidos, como uma referência importante, ou deixaremos essa escolha para os algoritmos? Uma vez que a forma como se realiza tal busca pode mudar completamente um resultado, isso também provoca alterações ocupacionais e de método de trabalho? Seria, afinal, a psicologia um novo produto?

Nota-se também que, mesmo com uma regulação muito clara dos conselhos, é relativamente fácil encontrar publicidade de profissionais da categoria por meio da aquisição de links patrocinados. Isso pode ser um problema? Estamos comprando um espaço nobre, com mais visibilidade, para um serviço que vai além de uma satisfação pessoal ou de consumo? Uma lógica de compra e venda se encaixa e funciona desta maneira, quando estamos tratando de vidas humanas e suas angústias cotidianas? Isso vai se manter ao longo do tempo ou os órgãos responsáveis adotarão outras medidas de controle ou processos de fiscalização, diante das demandas dos pacientes?

Por fim, quando começamos a fazer essa pesquisa e acessar esses conteúdos e anunciantes, somos confrontados com práticas remotas que ainda precisam de muita discussão: e-mail, whatsapp, áudio, por exemplo. Quanto disso prejudica ou ajuda o processo terapêutico tradicional? Esse método ou abordagem é válido? Esse tipo de oferta tem alta procura?

As reflexões deixadas neste artigo pretendem contribuir para uma discussão coletiva de métodos futuros de atendimento sem a perda da qualidade, mas enfrentando, sobretudo, as mudanças do tempo, da sociedade e do comportamento, diante das possibilidades tecnológicas

que se descortinam em nossas rotinas. Assim, “podemos concluir que não se trata de priorizar uma ou outra ferramenta de trabalho, mas sim de sustentar o compromisso com a responsabilização coletiva” (ROSA, 2018, p. 127).

### Referências bibliográficas

**33% dos médicos brasileiros fizeram teleconsulta em 2022, diz TIC Saúde.** Mobile Time, 2022. Publicada em 05/12/2022. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/05/12/2022/33-dos-medicos-brasileiros-fizeram-teleconsulta-em-2022-diz-tic-saude/>. Acesso em: 21.01.2023.

AHMED, Arooj. **New Study Reveals That the First Organic Result in Google Search Has an Average CTR of 28.5 Percent.** Digital Information World, 2020. Disponível em: <https://www.digitalinformationworld.com/2020/07/new-study-reveals-that-the-first-organic-result-in-google-search-has-an-average-ctr-of-28-percent.html#>. Acesso em: 21.01.2023.

**Ambiente destinado a orientar usuários, marcas e empresas a investirem em links patrocinados chamados Google Ads.** Google, 2023. Disponível em: <https://support.google.com/google-ads/?hl=pt-BR#topic=10286612>. Acesso em 21.01.2023.

**Com solução de saúde mental para empresas, Vittude cresce 540%.** Exame, 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/com-solucao-de-saude-mental-para-empresas-vittude-cresce-540/>. Acesso em: 21.01.2023.

CONCEIÇÃO, Ana; FRISCH, Felipe. **Pandemia aumenta procura por atendimento de saúde mental.** Valor Econômico, 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2021/04/19/pandemia-aumenta-procura-por-atendimento-de-saude-mental.ghtml>. Acesso em: 21.01.2023.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Resolução nº 11, de 11 de maio de 2018.** Dispõe sobre regulamentação da prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação e revoga a Resolução CFP N.º 11/2012. Publicada em 14.05.2018. Disponível em: <https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2018/05/RESOLU%C3%87%C3%83O-N%C2%BA-11-DE-11-DE-MAIO-DE-2018.pdf>. Acesso em: 22.01.2023.

CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA DO TOCANTINS 23ª REGIÃO. **Nota técnica CRP-TO N° 002/2020.** Disponível em: <https://transparencia.cfp.org.br/wp-content/uploads/sites/10/2021/01/Nota-Tecnica-no-002-2020-final-1.pdf>. Acesso em: 22.01.2023.

**Destaque para o maior volume de procura por atendimento psicológico e atendimento psicológico online.** Google, 2023. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=today%205-y&geo=BR&q=atendimento%20psicol%C3%B3gico,atendimento%20psicol%C3%B3gico%20online>. Acesso em: 21.01.2023.

**Explica como funciona o leilão para links patrocinados do Google.** Google, 2023.

Disponível em: <https://support.google.com/google-ads/answer/142918?hl=pt-BR#:~:text=O%20processo%20que%20acontece%20com,passa%20pelo%20leil%C3%A3o%20de%20an%C3%BAncios>. Acesso em: 21.01.2023.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta.** São Paulo: Annablume, 1985.

INSTITUTO FSB. **Pesquisa publica estudo com panorama das saúdes física, emocional e financeira dos brasileiros durante a Pandemia.** Publicada em 11 de janeiro de 2022.

Disponível em: <https://www.fsb.com.br/noticias/instituto-fsb-pesquisa-publica-estudo-com-panorama-das-saudes-fisica-emocional-e-financeira-dos-brasileiros-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 21.01.2023.

IPSOS. **One year of Covid-19. Expectations about when life will return to pre-COVID normal vary widely across the world.** Publicada em 12.04.2021. On-line. Disponível em:

[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-04/wef\\_-\\_expectations\\_about\\_when\\_life\\_will\\_return\\_to\\_pre-covid\\_normal\\_final.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-04/wef_-_expectations_about_when_life_will_return_to_pre-covid_normal_final.pdf). Acesso em: 21.01.2023.

NERI, Marcelo C. **Insegurança Alimentar no Brasil: Pandemia, Tendências e Comparações Internacionais.** Rio de Janeiro, RJ – maio/2022 - FGV Social. Disponível em: <https://cps.fgv.br/FomeNaPandemia>. Acesso em: 22.01.2023.

NOBLE, S.U. **Algoritmos da opressão: como o Google fomenta e lucra com o racismo.** Santo André: Editora Rua do Sabão, 2021.

**Página de suporte do Google que trata de explicar o que é a navegação anônima no navegador Google Chrome.** Google, 2023. Disponível em:

<https://support.google.com/chrome/answer/95464?hl=pt-BR&co=GENIE.Platform%3DDesktop>. Acesso em: 21.01.2023.

PAINEL TIC COVID-19. **Pesquisa on-line com usuários de internet no Brasil. 4ª Edição. Cultura, comércio eletrônico, serviços públicos on-line, telessaúde, ensino remoto e teletrabalho.**

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br); Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br; Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI). Publicado em abril de 2022. Disponível em: [https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20220404170927/painel\\_tic\\_covid19\\_4edicao\\_livro%20eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20220404170927/painel_tic_covid19_4edicao_livro%20eletronico.pdf). Acesso em: 21.01.2023.

**Plataforma de terapia online registra crescimento de 600% em 2020.** Saúde Business, 2021. Disponível em: <https://www.saudebusiness.com/mercado/plataforma-de-terapia-online-registra-crescimento-de-600-em-2020>. Acesso em: 21.01.2023.

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas.** São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROSA, Miriam Debieux. **A clínica psicanalítica em face da dimensão sociopolítica do sofrimento.** São Paulo: Escuta/Fapesp, 2ª edição, 2018.

**Senado aprova PL que regulamenta telessaúde.** Mobile Time, 2022. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/29/11/2022/senado-aprova-pl-que-regulamenta-telessaude/>. Acesso em: 21.01.2023.

**Terapia online cresce e amplia alcance de tratamentos psicológicos.** Agência O Globo, 2021. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2021/10/terapia-online-cresce-e-amplia-alcance-de-tratamentos-psicologicos.html>. Acesso em: 21.01.2023.

**Zenklub, de terapia online para empresas, tem crescimento de 154%.** Pequenas Empresas Grandes Negócios, 2022. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2022/05/zenklub-de-terapia-online-para-empresas-tem-crescimento-de-154.html>. Acesso em 21.01.2023.

ZUBOFF, Shoshana Zuboff. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.