



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA SOCIAL  
MESTRADO EM PSICOLOGIA SOCIAL  
GRUPO DE PESQUISA SUBJETIVIDADE E TRABALHO

PROFISSIONAIS DE PSICOLOGIA EMPREENDEDORES DIGITAIS ?  
UM OLHAR DA PSICOLOGIA SOCIAL DO TRABALHO  
SOBRE A POLIMORFIA LABORAL

MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA

Dezembro/2024

João Pessoa-PB

MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA

PROFISSIONAIS DE PSICOLOGIA EMPREENDEDORES DIGITAIS?

UM OLHAR DA PSICOLOGIA SOCIAL DO TRABALHO

SOBRE A POLIMORFIA LABORAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Psicologia Social.

Orientadora: Profa. Dra. Tatiana de Lucena Torres

Dezembro/2024

João Pessoa-PB

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S586p Silva, Mariana Francelino Celestino.  
Profissionais de psicologia empreendedores digitais?  
: um olhar da psicologia social do trabalho sobre a  
polimorfia laboral / Mariana Francelino Celestino  
Silva. - João Pessoa, 2024.  
136 f. : il.

Orientação: Tatiana de Lucena Torres.  
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Psicologia social do trabalho. 2.  
Empreendedorismo digital. 3. Profissionais de  
psicologia. 4. Plataformas digitais. I. Torres, Tatiana  
de Lucena. II. Título.

UFPB/BC

CDU 316.6(043)



## ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos dezessete dias do mês de dezembro de dois mil e vinte e quatro, de modo online pelo Google meet, reuniram-se em solenidade pública os membros da comissão designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Psicologia Social (CCHLA/UFPB), para a defesa de Dissertação da aluna **MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA** – mat. 20231010510, (UFPB, orientanda, CPF: 065.965.544-65). Foram componentes da banca examinadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> **TATIANA DE LUCENA TORRES** (UFPB, Orientadora, CPF: 028.034.344-23), Prof. Dr. **ANISIO JOSE DA SILVA ARAUJO** (UFPB, Membro Interno ao Programa, CPF: 203.089.304-87), Prof.<sup>te</sup> Dr.<sup>a</sup> **THAIS AUGUSTA CUNHA DE OLIVEIRA MAXIMO** (UFPB, Membro Interno ao Programa, CPF: 053.453.194-64) e Prof. Dr. **FELLIPE COELHO LIMA** (UFRN, Membro Externo à Instituição, CPF: 014.078.604-02). Na cerimônia compareceram, além da examinada, alunos de pós-graduação, representantes dos corpos docente e discente da Universidade Federal da Paraíba e interessados em geral. Dando início aos trabalhos, o(a) presidente da banca, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> **TATIANA DE LUCENA TORRES**, após declarar o objetivo da reunião, apresentou a examinada **MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA** e, em seguida, concedeu-lhe a palavra para que discorresse sobre seu trabalho, intitulado: "**PROFISSIONAIS DE PSICOLOGIA EMPREENDEDORES DIGITAIS? UM OLHAR DA PSICOLOGIA SOCIAL DO TRABALHO SOBRE A POLIMORFIA LABORAL**". Passando então ao aludido tema, a aluna foi, em seguida, arguida pelos examinadores na forma regimental. Ato contínuo, passou a comissão, em secreto, a proceder a avaliação e julgamento do trabalho, concluindo por atribuir-lhe o conceito de "**APROVADA**", o qual foi proclamado pelo presidente da banca, logo que retornou ao recinto da solenidade pública. Nada mais havendo a tratar, eu, Julio Rique Neto, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da UFPB, lavrei a presente ata, que depois de lida e aprovada por todos assino juntamente com os membros da banca. João Pessoa, 17 de dezembro de 2024.

Documento assinado digitalmente



TATIANA DE LUCENA TORRES  
Data: 15/01/2025 20:14:58-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> **TATIANA DE LUCENA  
TORRES**

Documento assinado digitalmente



FELLIPE COELHO LIMA  
Data: 15/01/2025 08:26:27-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. **FELLIPE COELHO LIMA**

*Anisio Jose da Silva Araujo*

Prof. Dr. **ANISIO JOSE DA SILVA  
ARAUJO**

Documento assinado digitalmente



THAIS AUGUSTA CUNHA DE OLIVEIRA MAXIMO  
Data: 14/01/2025 14:06:00-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> **THAIS AUGUSTA  
CUNHA DE O. MAXIMO**

*Julio Rique Neto*

Prof. Dr. **JULIO RIQUE NETO**  
Coordenador do PPGPS

*A Diogo e Pedro Henrique, que por acreditarem em mim, me apresentam uma força que eu mesma desconheço. Este trabalho é para o crescimento da nossa família.*

## AGRADECIMENTOS

A construção de uma dissertação vêm acompanhada de muitos sentimentos. Se, por um lado, vivenciei diversas limitações e desafios, por outro, o mestrado marcou o meu retorno para a academia, há muito tempo desejado e adiado, o que me gera uma enorme gratidão. De fato, a escrita é uma jornada solitária, mas, por sorte, pude nesse processo desenvolver inúmeras discussões e reflexões a nível coletivo, com pessoas que certamente marcaram a minha história como profissional mas, sobretudo, como ser humano.

Por isso, agradeço primeiramente a Deus, que me permitiu perseverar até aqui e cruzou o meu caminho com bons encontros.

Agradeço a Professora Tatiana Torres, pela generosidade, dedicação e acolhimento. Pelas orientações dadas para além do meu processo de escrita. É uma honra te ter como formadora e ter um caminho atravessado pela sua sabedoria, serenidade e inteligência.

Aos(as) professores(as) das bancas examinadoras de qualificação e jornada, Anísio Araújo, Fellipe Coelho Lima, Thaís Máximo e Manuella Castelo Branco, pelo tempo dedicado e pelas preciosas colaborações, sem as quais não teria sido possível o desenvolvimento da escrita e atual apresentação do resultado final. Obrigada por de forma generosa terem me guiado até aqui.

Aos meus colegas do PPGPS/UFPB, em especial àqueles que, de algum modo, mesmo sem perceber, facilitaram o meu caminhar nestes dois anos de curso: Dinara, Jessiane, Joana e Lucas. Obrigada pela partilha!

Aos meus pais, Assis e Fátima, que se dedicaram integralmente à minha educação e, nunca se acomodando, me ensinaram a importância da aprendizagem contínua, na carreira e na vida. Obrigada por me incentivarem.

Ao meu irmão Felipe, cunhada Bia e sobrinha Bebela, que são para mim exemplos de foco, persistência e dedicação. Quem nunca solta a minha mão, e por isso são rede de apoio necessária para que eu possa caminhar sozinha.

À Rosângela, Robertson, Daniel, Misaelle, Guilherme, João, Rafael, Dennis, Natália, Maria e Cida, por através do suporte dado, incentivarem a minha família a correr atrás dos seus sonhos.

Às amigas de escola e graduação, verdadeiros presentes, que além de serem sustento e acaento para a vida, são incentivo para a minha formação profissional, me acompanhando nesta trajetória acadêmica. Elas que com o seu olhar, de certa forma contribuíram para o desenvolvimento desta pesquisa: Alexandra, Amanda, Clarinha, Hedyanne e Julianne.

À Ruana Queiroz, minha eterna sócia e grande amiga, quem primeiro se aventurou comigo pelos desafios do empreendedorismo na psicologia, tornando essa prática menos individual e mais crítica, me fazendo questionar e caminhar até aqui. Obrigada Ru, por sempre me ajudar a florir!

À Camila Dias, que pacientemente me apresentou o mundo do Iramuteq, me auxiliando a fazer pesquisa. Quem divide comigo os desafios da realidade acadêmica, do cotidiano laboral, e da maternidade, como só outra mulher poderia fazê-lo.

Agradeço, ainda, aos participantes desta pesquisa, meus pares, que confiaram a mim a responsabilidade de construir um pouco mais de conhecimento em prol da nossa categoria.

Por último e mais importante, a Diogo, meu marido, amigo e parceiro nos estudos e na vida. Quem me viu mestra antes mesmo de mim, me incentivando a iniciar esta jornada desafiadora, porém extremamente mais leve diante da sua companhia. Você é o meu exemplo de responsabilidade e competência profissional e acadêmica. Obrigada por me ensinar, me apoiar e sonhar junto comigo!

À Pedro Henrique, meu filho amado, o desenvolvimento desta escrita se deu em paralelo ao seu. Há dois anos você preenche a minha vida de sentido e de propósito! Obrigada pela paciência e por ser um menininho extraordinário, com quem se torna “urgente viver encatada”. De todos os títulos que eu venha a ter, o de ser sua mãe será sempre o mais especial!

Diogo e Pedrinho, meu amor por vocês é incondicional!

*“Todo jardim começa com um sonho de amor, antes que qualquer árvore seja plantada ou um lago construído é preciso que eles tenham nascido dentro da alma. Quem não planta jardim por dentro, não planta jardins por fora (...) e não haverá borboletas se a vida não passar por longas e silenciosas metamorfoses. (...) Depois de uma longa espera consegui, finalmente, plantar o meu jardim. Tive de esperar muito tempo porque jardins precisam de terra para existir. Mas a terra eu não tinha. De meu, eu só tinha o sonho. (...) Os sonhos, sendo coisas belas, são coisas fracas. Sozinhos, eles nada podem fazer: pássaros sem asas (...) Mas um dia o inesperado aconteceu. O terreno ficou meu. O meu sonho fez amor com a terra e o jardim nasceu. (...) Não chamei um paisagista porque, por competente que fosse, ele não podia ouvir os recados que eu ouvia. (...) Queria o jardim dos meus sonhos, aquele que existia dentro de mim como saudade. O que eu buscava não era a estética dos espaços de fora; era a poética dos espaços de dentro. (...) Para fazer o meu jardim ele teria que ser capaz de sonhar os meus sonhos... Sonho com um jardim. Todos sonham com um jardim. Em cada corpo, um Paraíso que espera... Nada me horroriza mais que os filmes de ficção científica onde a vida acontece em meio aos metais, à eletrônica, nas naves espaciais que navegam pelos espaços siderais vazios... E fico a me perguntar sobre a perturbação que levou aqueles homens a abandonar as florestas, as fontes, os campos, as praias, as montanhas... Com certeza um demônio qualquer fez com que se esquecessem dos sonhos fundamentais da humanidade.”*

*Rubem Alves*

**PROFISSIONAIS DE PSICOLOGIA EMPREENDEDORES DIGITAIS?  
UM OLHAR DA PSICOLOGIA SOCIAL DO TRABALHO  
SOBRE A POLIMORFIA LABORAL**

**RESUMO**

Situado no campo da Psicologia Social do Trabalho (PST), este estudo teve por objetivo realizar uma análise da relação estabelecida entre os profissionais de psicologia com o empreendedorismo digital como atividade de trabalho. Para atingir a proposta de pesquisa, foram realizados três estudos independentes. O Estudo 1, intitulado *“Autonomia ou precarização do trabalho? Uma análise crítica sobre o empreendedorismo digital”*, trata-se de um ensaio teórico que objetiva analisar criticamente a propagação da demanda pelo empreendedorismo como um dispositivo neoliberal, e revelar as nuances envolvidas no desenvolvimento da subcategoria empreendedorismo digital. O Estudo 2, intitulado *“Revisão sistemática, análise cientométrica e metassíntese qualitativa sobre o trabalho de profissionais da psicologia com o empreendedorismo digital”*, teve como objetivo caracterizar como esta temática tem sido abordada pela literatura científica. Para isto, foi realizada uma revisão sistemática da literatura em sete bases de periódicos. Dez artigos foram selecionados e submetidos à análise cientométrica e metassíntese qualitativa com auxílio de um software de análise textual lexicográfico. Os dados revelaram que as atuais publicações científicas debruçam seu olhar sobre o serviço de psicoterapia online, destacando que, quando envolvida em um contexto de plataformização, esta prática pode refletir situações de precarização do trabalho. Por sua vez, o Estudo 3, sob o título de *“Empreendedorismo digital na psicologia? Análise sobre o perfil profissional e a atividade laboral”*, buscou, através de um questionário online, coletar dados sociodemográficos e do perfil laboral de profissionais de psicologia que têm empreendido através das mídias digitais. Após triagem, 126 respondentes tiveram acesso ao instrumento na íntegra. Com auxílio de um software, os dados coletados foram submetidos à análise estatística

descritiva e análise de correspondência simples (ANACOR). Os resultados apontam para um perfil evidente de profissionais: psicólogas clínicas, que tem utilizado a plataforma Instagram como ferramenta para divulgar serviços e captar clientes. Tematiza-se, nesta pesquisa, o processo de gerenciamento algorítimo ao qual os profissionais de psicologia têm sido submetidos, que não os desenvolve como empreendedores, mas sim como trabalhadores subordinados às lógicas do capitalismo digital e da economia do compartilhamento.

**PALAVRAS CHAVE:** Empreendedorismo digital; Plataformas Digitais, Profissionais de Psicologia; Psicologia Social do Trabalho

# **DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN PSYCHOLOGY? A SOCIAL PSYCHOLOGY OF LABOR PERSPECTIVE ON LABOR POLYMORPHISM**

## **ABSTRACT**

Situated within the field of Social Psychology of Work (SPT), this study aimed to analyze the relationship established between psychology professionals and digital entrepreneurship as a work activity. To achieve this research objective, three independent studies were conducted. The study 1, titled *"Autonomy or Work Precarization? A Critical Analysis of Digital Entrepreneurship"*, is a theoretical essay that critically examines the increasing demand for entrepreneurship as a neoliberal device and unveils the nuances involved in the development of the subcategory of digital entrepreneurship. The study 2, titled *"Systematic Review, Scientometric Analysis, and Qualitative Meta-Synthesis on the Work of Psychology Professionals in Digital Entrepreneurship"*, aimed to characterize how this topic has been addressed in the scientific literature. To this end, a systematic literature review was conducted across seven journal databases. Ten articles were selected and subjected to scientometric analysis and qualitative meta-synthesis with the aid of lexicographic textual analysis software. The data revealed that current scientific publications focus on online psychotherapy services, highlighting that, when embedded in a platformized context, this practice may lead to work precarization. The study 3, titled *"Digital Entrepreneurship in Psychology? An Analysis of Professional Profiles and Work Activities"*, sought to collect sociodemographic and professional profile data of psychology professionals who have engaged in digital entrepreneurship through social media. This was done through an online questionnaire, and after screening, 126 respondents had full access to the instrument. With the aid of statistical software, the collected data underwent descriptive statistical analysis and simple correspondence analysis (ANACOR). The results indicate a clear professional profile: clinical psychologists who use Instagram as a tool to promote their services and attract clients. This research discusses the process of algorithmic management to which psychology professionals are

subjected, showing that rather than developing them as entrepreneurs, it subordinates them to the logics of digital capitalism and the sharing economy.

**KEYWORDS:** Digital Entrepreneurship; Digital Platforms; Psychology Professionals; Social; Psychology of Labor

# **PROFESIONALES DE LA PSICOLOGÍA EMPRENDEDORES DIGITALES: UNA MIRADA DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TRABAJO SOBRE LA POLIMORFIA LABORAL**

## **RESUMEN**

Situado en el campo de la Psicología Social del Trabajo (PST), este estudio tuvo como objetivo realizar un análisis de la relación establecida entre los profesionales de la psicología y el emprendimiento digital como actividad laboral. Para alcanzar el propósito de la investigación, se llevaron a cabo tres estudios independientes. El estudio 1, titulado "*¿Autonomía o precarización del trabajo? Un análisis crítico sobre el emprendimiento digital*", es un ensayo teórico que busca analizar críticamente la propagación de la demanda de emprendimiento como un dispositivo neoliberal y revelar las particularidades involucradas en el desarrollo de la subcategoría de emprendimiento digital. El estudio 2, titulado "*Revisión sistemática, análisis cuantitativo y metanálisis cualitativo sobre el trabajo de profesionales de la psicología con el emprendimiento digital*", tuvo como objetivo caracterizar cómo se ha abordado esta temática en la literatura científica. Para ello, se realizó una revisión sistemática de la literatura en siete bases de datos de revistas científicas. Se seleccionaron diez artículos, los cuales fueron sometidos a un análisis cuantitativo y a una metanálisis cualitativo con la ayuda de un software de análisis textual lexicográfico. Los datos revelaron que las publicaciones científicas actuales se centran en el servicio de psicoterapia en línea, destacando que, cuando está inserto en un contexto de plataformización, esta práctica puede reflejar situaciones de precarización laboral. El estudio 3, titulado "*¿Emprendimiento digital en la psicología? Análisis del perfil profesional y la actividad laboral*", buscó, a través de un cuestionario en línea, recopilar datos sociodemográficos y del perfil laboral de profesionales de la psicología que han emprendido a través de los medios digitales. Tras un proceso de selección, 126 encuestados tuvieron acceso completo al instrumento. Con la ayuda de un software, los datos recopilados fueron sometidos a un análisis estadístico descriptivo y a un análisis de correspondencias simples (ANACOR). Los resultados señalan un

perfil evidente de profesionales: psicólogas clínicas que han utilizado la plataforma Instagram como herramienta para divulgar servicios y captar clientes. Esta investigación tematiza el proceso de gestión algorítmica al que han sido sometidos los profesionales de la psicología, lo que no los desarrolla como emprendedores, sino que los convierte en trabajadores subordinados a las lógicas del capitalismo digital y la economía del compartir.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento digital; Plataformas digitales; Profesionales de la psicología; Psicología Social del Trabajo

## **LISTA DE FIGURAS**

**ESTUDO 2: REVISÃO SISTEMÁTICA, ANÁLISE CIENTOMÉTRICA E METASSÍNTESE QUALITATIVA SOBRE O TRABALHO DE PROFISSIONAIS DA PSICOLOGIA COM O EMPREENDEDORISMO DIGITAL**

Figura 1 - Dendograma de Classes da Classificação Hierárquica Descendente (IRaMuTeQ)

Figura 2 - Apresentação da Análise de Similitude (IRaMuTeQ)

**ESTUDO 3: EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA PSICOLOGIA? ANÁLISE SOBRE O PERFIL PROFISSIONAL E A ATIVIDADE LABORAL**

Figura 1 – Gráfico de correspondência entre as variáveis TGMD e TSED.

Figura 2 – Gráfico de correspondência entre as variáveis JST e TSED.

## **LISTA DE TABELAS**

ESTUDO 2: REVISÃO SISTEMÁTICA, ANÁLISE CIENTOMÉTRICA E METASSÍNTESE QUALITATIVA SOBRE O TRABALHO DE PROFISSIONAIS DA PSICOLOGIA COM O EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Tabela 1 - Descrição dos Artigos Científicos Analisados [N=10] na revisão de literatura

ESTUDO 3: EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA PSICOLOGIA? ANÁLISE SOBRE O PERFIL PROFISSIONAL E A ATIVIDADE LABORAL

Tabela 1 – Perfil das(dos) participantes da pesquisa

Tabela 2 - Resumo das variáveis qualitativas utilizadas na pesquisa

Tabela 3 - Tabulação cruzada Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital (TGMD) e Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED)

Tabela 4 – Teste Qui-quadrado (TGMD X TSED)

Tabela 5 – Tabulação cruzada entre as variáveis Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED) e a Jornada Semanal de Trabalho (JST).

Tabela 6 – Teste Qui-quadrado (TSED X JST)

Tabela 7 – Tabulação cruzada entre as variáveis Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo (PCGE) e o Tipo de Graduação (TG).

Tabela 8 – Teste Qui-quadrado (PCGE x TG)

Tabela 9 – Tabulação cruzada entre as variáveis Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital (TGMD) e o Tipo de Graduação (TG).

Tabela 10 – Teste Qui-quadrado (TGMD X TG)

Tabela 11 – Teste Qui-quadrado (PCGEDXTSED); (PCGEDXTGMD); (PCGEDXPCGE)

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANACOR - Análise de Correspondência

ANEGEPE – Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

APA - American Psychological Association

CAAE - Certificado de Apresentação de Apreciação Ética

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CEP – Comitê de Ética em Pesquisa

CFP – Conselho Federal de Psicologia

CHD - Classificação Hierárquica Descendente

COVID-19 - Coronavirus Disease 2019

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IRAMUTEQ - Interface De R Pour Les Analyses Multidimensionnelles De Textes Et De Questionnaires

MEI - Microempreendedor Individual

PEPSIC - Periódicos Eletrônicos Em Psicologia;

PST – Psicologia Social do Trabalho

SCIELO - Scientific Electronic Library Online

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SPSS - Statistical Package For The Social Sciences

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TICS - Tecnologia da Informação e da Comunicação

UFPB - Universidade Federal Da Paraíba

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>22</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>25</b>
<b>ESTUDO 1 .....</b>	<b>30</b>
<b>AUTONOMIA OU PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO?</b>	
<b>UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE O EMPREENDEDORISMO DIGITAL .....</b>	<b>30</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>30</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>31</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>32</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>33</b>
<b>A DEMANDA DO EMPREENDEDORISMO COMO DISCURSO NEOLIBERAL .</b>	<b>35</b>
<b>EMPREENDEDORISMO, TRABALHO POR CONTA PRÓPRIA, E A</b>	
<b>(IN)FORMALIDADE NO BRASIL .....</b>	<b>37</b>
<b>EMPREENDEDORISMO DIGITAL E A PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO:</b>	
<b>AUTONOMIA OU SUBORDINAÇÃO? .....</b>	<b>40</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>44</b>
<b>ESTUDO 2 .....</b>	<b>48</b>
<b>REVISÃO SISTEMÁTICA, ANÁLISE CIENTOMÉTRICA E METASSÍNTESE</b>	
<b>QUALITATIVA SOBRE O TRABALHO DE PROFISSIONAIS DA PSICOLOGIA COM O</b>	
<b>EMPREENDEDORISMO DIGITAL .....</b>	<b>48</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>48</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>49</b>

<b>RESUMEN.....</b>	<b>50</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>51</b>
<b>MÉTODO .....</b>	<b>53</b>
<i>Procedimento de levantamento de dados .....</i>	<i>53</i>
<i>Crerios de elegibilidade: Inclusão e Exclusão .....</i>	<i>54</i>
<i>Procedimento de seleçã dos Artigos.....</i>	<i>55</i>
<i>Procedimento de análise de dados .....</i>	<i>55</i>
<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>56</b>
<i>Dados cientométricos .....</i>	<i>56</i>
Caracterização das(os) primeiras(os) autoras(es) .....	57
Caracterização dos artigos .....	57
<i>Metassíntese qualitativa .....</i>	<i>58</i>
Metateoria .....	58
Metamétodo.....	59
Metanálise .....	60
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>68</b>
<b>ESTUDO 3 .....</b>	<b>72</b>
<b>EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA PSICOLOGIA? ANÁLISE SOBRE O PERFIL PROFISSIONAL E A ATIVIDADE LABORAL.....</b>	<b>72</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>72</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>73</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>74</b>

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>75</b>
<b>MÉTODO .....</b>	<b>77</b>
<i>Instrumento .....</i>	<i>77</i>
<i>Participantes .....</i>	<i>78</i>
<i>Procedimentos éticos e de coleta de dados .....</i>	<i>79</i>
<i>Procedimento de análise dos dados .....</i>	<i>80</i>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>80</b>
<i>Análise Descritiva .....</i>	<i>80</i>
Perfil sociodemográfico e laboral dos participantes .....	80
Empreendedorismo digital na psicologia: Caracterização da atividade de trabalho.....	81
<i>Análise de Correspondência .....</i>	<i>83</i>
<b>DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>94</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>102</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>104</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO .....</b>	<b>109</b>
<b>REFERÊNCIAS DA DISSERTAÇÃO .....</b>	<b>113</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>137</b>

## APRESENTAÇÃO

“Por querer ajudar as pessoas”. Esta foi a fala de 90% das(dos) alunas(os) da minha turma de graduação em psicologia, em 2010, ao serem questionadas(os) sobre os motivos de terem escolhido aquele curso. A fala revelou a representação que tínhamos, e ainda temos, sobre a(o) profissional de psicologia ser aquela(e) que cuida. E, como atividade de cuidado, ser então um trabalho ainda executado por uma maioria de mulheres que, pelo que se espera, já são essencialmente cuidadoras. Formei-me, assim, amparada por esta lógica. Aprendi a acolher, escutar, ser empática e ética com o outro. Aprendi a realizar atendimentos psicológicos e escolhi fazê-los dentro de um modelo tradicional do que se conhece por psicologia: a do contexto de consultório particular e da oferta do serviço de psicoterapia. Aprendi a trabalhar com isto, encontrar realização e me autodeclarar psicoterapeuta. Mas não aprendi a transformar isto em um emprego, ou quiçá um negócio.

Percebi na prática que a faculdade havia me habilitado para ser psicoterapeuta, mas não para administrar uma carreira como psicóloga clínica. Já no primeiro mês de formada, me deparei com as dúvidas sobre como pagar os impostos e quais seriam eles, como administrar as contas, como manter o funcionamento e a estrutura do consultório, como realizar parcerias e captar clientes. Ensinaaram-me a dar assistência às pessoas que me procuravam precisando de uma escuta clínica, mas não me assistiram sobre como me manter fazendo isso ao longo dos anos. Talvez, a minha experiência tenha me dado a percepção de que a psicoterapia seja a atividade mais rapidamente escolhida e executada pela maioria dos egressos de psicologia, afinal, ela é uma atividade autônoma, não depende que o profissional seja contratado por alguém ou passe em um concurso. Porém, talvez esta atividade também seja a que ao longo dos anos é abandonada por bons profissionais apenas pelo fato deles não terem sido ensinados a manter os seus negócios. Consultórios são pequenas empresas, e empresas mau administradas quebram.

Passei, então, a me capacitar por conta própria: cursos de marketing, finanças e empreendedorismo. Entendi o que eu precisava para finalmente me manter empregada naquilo

que eu já via há muitos anos como atividade de trabalho, atividade construtora de sentido e da minha identidade. Mas vivenciei, neste percurso, dilemas internos e julgamentos externos. Afinal, uma profissão de cuidado não combina muito bem com uma lógica de mercado capitalista. Como aprender a colocar um preço justo, ou para muitos, alto, em cima de um serviço de acolhimento ao sofrimento do outro sem se sentir culpada? Como se manter ativa dentro de um mercado de trabalho extremamente competitivo e adoecedor, sem lançar mão de estratégias incoerentes com a profissão por mim escolhida? Uma profissão que se debruça sobre uma responsabilidade com a saúde mental?

Identifiquei-me com o estudo sobre a gestão de negócios por acreditar que nenhum psicólogo clínico consegue fazer o seu consultório sobreviver e prosperar ao longo de anos estando alheio as atualizações do mercado. Era preciso estudar, era preciso primeiro entender quem se é, para depois conseguir continuar sendo. Então eu era mesmo uma empreendedora? De fato, não sabia. Percebi ao longo dos anos que muitos foram os profissionais de psicologia que tiveram esse mesmo “insight”, como costumamos dizer. Vi então crescer um novo hábito: o de psicólogas(os) estudando empreendedorismo, mas também uma nova carreira: a de profissionais de psicologia ensinando outros profissionais de sua categoria a se tornar empreendedores. Acompanhei, e acompanho, as pessoas assumindo esses lugares de forma independente, por conta própria, sem muita instrução por parte do Conselho Federal de Psicologia ou das graduações. Tarefa arriscada. A independência caminha junto com a liberdade? Somos, então, como categoria profissional, todos responsáveis pelo surgimento de uma psicologia que se posiciona de uma nova maneira. Já não queremos estar limitados as práticas tradicionais? Não queremos mais ser representados como antes? Como então queremos ser vistos agora? E como estamos contribuindo para isto?

Esta pesquisa, portanto, nasce do meu compromisso e responsabilidade com uma psicologia que precisa se atualizar, mas que, como em toda mudança de paradigma, ainda precisa estruturar/fundamentar os caminhos da transformação. Esta pesquisa é, então, um convite para que possamos passar a explorar novos caminhos e novas práticas, iniciando um diálogo sobre o nosso futuro profissional. Para mim, uma conversa que começa pela construção

da ciência e, em se tratando do tema trabalho, só é capaz de gerar conhecimento através do entendimento da vivência dos próprios trabalhadores. Portanto, precisamos acessá-los.

## INTRODUÇÃO

Pensar em trabalho é considerar a sua polimorfia, ou seja, esta concepção supera a ideia de que trabalho é necessariamente emprego, englobando as suas várias manifestações, tais quais o trabalho informal, o formal, os coletivos de trabalho, o trabalho autônomo, o empreendedorismo, entre outros (Sato, 2017). Cada uma destas manifestações é fruto das transformações ocorridas ao longo dos séculos no mundo do trabalho, e provocam implicações para os trabalhadores.

Assim, como defende Oliveira et al. (2022), para compreendermos o trabalho de profissionais de psicologia, é necessário se debruçar sobre a construção da psicologia no Brasil, como ciência e profissão, ao longo dos seus 60 anos de regulamentação. Esta atividade requer não somente o estudo do movimento interno da categoria, ou seja, das contradições, das resistências e dos esforços em diferentes direções por parte de grupos e instituições dentro e fora da profissão, mas também das circunstâncias históricas nas quais estes movimentos se desenvolvem.

O golpe de Estado (1964) ocorre em seguida da regulamentação da psicologia como profissão (1962), e, desta forma, a psicologia se desenvolve sendo influenciada pelas consequências da ditadura militar. Este período foi marcado por transformações políticas e econômicas, entre elas, o desenvolvimento do liberalismo, modelo de capitalismo associado, livre de obstáculos, no qual operava-se uma lógica favorável ao capital e precária para os trabalhadores, caracterizada pela diminuição dos direitos sociais; a mudança drástica na regulação do trabalho em desfavor dos trabalhadores; e a desnacionalização da economia (Oliveira et al., 2022).

Neste período, acompanhando o movimento de industrialização, em que a urbanização teve o seu ápice, a psicologia passa a se concentrar nas capitais, tornando-se urbana e metropolitana. Como outros profissionais da época, as(os) psicólogas(os) estavam a serviço das elites para solucionar os problemas que advinham da modernização e das novas relações de trabalho. Diante deste cenário, cresce a hegemonia da área clínica, na formação e na atuação de psicólogas(os). O

enriquecimento da classe média, em um primeiro momento, criou as condições que favoreceram o surgimento pela demanda da figura do psicoterapeuta, marcada pelo status e elitismo (Langenbach, & Negreiros, 1988). Contudo, ao longo dos anos, em virtude da crise do sistema de acumulação, a classe média experimentou uma decadência econômica, passando a não mais possuir poder de comprar os serviços das(dos) inúmeras(os) profissionais de psicologia que se formavam na época. Assim, parte considerável das(os) psicólogas(os) passaria a optar por uma jornada dupla de trabalho em busca de maiores rendimentos, e a clínica passa a ser a opção da ampla maioria como forma de renda extra, movimento que se cristalizaria como uma das características da institucionalização precária da profissão (Bastos & Gomide, 1989).

Se a história da psicologia como profissão se funda em solos de precarização, em tempos atuais de adoção da ideologia e da agenda política e econômica neoliberal, é que ela se consolida, mantendo aspectos de um trabalho por vezes precário. O neoliberalismo é, fundamentalmente, um liberalismo econômico que encontra na globalização um terreno fértil para se expandir. Esta ideologia exalta o mercado, a concorrência e a liberdade de iniciativa privada, rejeitando a intervenção estatal na economia. Nesse sentido, o próprio Estado passa a fazer uso de estratégias e políticas de flexibilização do trabalho, mantendo aspectos organizacionais do Taylorismo e incorporando aspectos do Toyotismo, em uma junção de divisão do trabalho, multifuncionalidade e desregulamentação (Dias, 1996).

Frente ao cenário supracitado, fomenta-se, então, práticas de terceirização, informalidade e o empreendedorismo. Oliveira (2020), ao discorrer sobre as transformações no mercado de trabalho, defende que o empreendedorismo é uma demanda social contemporânea, caracterizada pelo discurso de que “somos todos empreendedores”. A autora explora como o conceito de empreendedorismo se tornou um dispositivo de governo neoliberal e que estabelece uma continuidade colonial, impondo uma determinada modernidade a ser alcançada e incentivando as pessoas a se adaptarem às exigências do mercado.

É extensa a literatura sobre o empreendedorismo como objeto de estudo “da” psicologia. Contudo, Marcondes (2014) em estudo anterior, já apontava a existência de uma lacuna quando o tema é o ato de empreender como atividade de trabalho “na” psicologia, ou seja, que trata especificamente da caracterização do comportamento empreendedor de psicólogas(os) e das relações entre esse fenômeno e o processo de inserção profissional da categoria. Mesmo assim, o autor indica que o cenário econômico, que vivencia a ausência de ofertas de emprego e à baixa remuneração, reflete em uma alta porcentagem de profissionais de psicologia que recorrem à inserção profissional de forma autônoma. Estes trabalhadores adotam iniciativas e estratégias que os aproximam do ato de empreender nos mais diversos campos de trabalho da psicologia, a fim de consolidar sua atuação no mercado de trabalho e de exercer legitimamente sua profissão.

Diante do exposto, compreende-se que o mundo do trabalho contemporâneo tem sido marcado pela volatilidade e insegurança, que foram ainda mais intensificadas diante do contexto da pandemia de covid-19, que exigiu uma reconfiguração social, política, econômica e tecnológica. Devido a realidade pandêmica, em decorrência das medidas sanitárias de distanciamento social, houve uma aceleração de agenciamentos na relação entre profissionais e tecnologias. Na psicologia, as ofertas de serviços foram amplamente caracterizadas pelos atendimentos virtuais. Contudo, outras práticas psicológicas na internet também passaram a ser observadas, como a prática de influenciar um público a partir da criação de conteúdo digital e também a venda de infoprodutos. Intensificou-se, assim, a inserção das(dos) psicólogas(os) nas mídias digitais (Miranda et al., 2022).

Desta forma, nos questionamos: Perante o contexto já abordado, no qual se inserem as(os) psicólogas(os), o ato de desenvolver negócios e a oferta de produtos/serviços em ambiente digital é uma atividade que se assemelha à prática de empreender, revelando um real desejo das(dos) profissionais de psicologia em investirem de forma criativa na movimentação econômica, demonstrando sua autonomia? Ou configura apenas uma estratégia de, como cita Abílio (2021),

“viração”, ou seja, sobrevivência destas(es) profissionais frente as situações precárias de trabalho?

Historicamente, as questões do trabalho e dos processos organizativos, pelo olhar da psicologia, foram analisadas pela psicologia organizacional, que teve origem na psicologia industrial da virada para o século XX, e assumiu uma perspectiva vinculada aos interesses empresariais e gerenciais, objetivando fornecer subsídios para buscar a eficiência e a produtividade (Sato, 2003). Uma hipótese que explica as razões deste foco de atuação, é a de que a psicologia, mesmo nos países subdesenvolvidos, voltou-se para responder às necessidades de um mercado formal de trabalho. Contudo, sabemos que esse mercado engloba somente uma parte do trabalho e das atividades econômicas capazes de gerar renda para as pessoas (Sato et al., 2008).

Concordamos com Martín-Baró (1989) que defende que tomar o trabalho como objeto central de uma psicologia, sobretudo em nosso contexto latino-americano, implica em assumir um compromisso político que se detém, com particular atenção, aos fatores críticos de nosso sistema laboral. Desta forma, assumimos a Psicologia Social do Trabalho (PST) como campo no qual se situa esta dissertação, pelo fato desta psicologia ter nascido frente a inconformidade com a injustiça social vivida em nossa realidade, postura que resultou em um distanciamento em relação à tradição da psicologia organizacional (Moita, 2020).

A singularidade da PST está presente em: a) seu desenvolvimento histórico, recente e conectado à redemocratização do país e à aproximação da psicologia relacionada ao campo do trabalho com os desenvolvimentos da psicologia social; b) seus princípios e objetivos, defendendo que só é possível estudar a dimensão psicológica do trabalho se situarmos os contextos micro e macrossociais que a compõem, assim, sempre entrelaçando os desenvolvimentos particulares ao transcurso histórico do sistema de produção vigente; c) nas demais ciências com que dialoga, recorrendo às mais diversas disciplinas que lhe permitam ampliar a compreensão do problema humano no trabalho, como a sociologia, que nesta dissertação será bastante visitada; d) em sua ética não liberal, sendo, portanto, orientada pelo ponto de vista e pelos interesses políticos dos trabalhadores, e não do capital, o que resulta da compreensão de que há uma contradição entre

capital e trabalho, ou seja, o trabalho sob a dinâmica capitalista, como defende a tradição marxista, está enredado em relações de poder assimétricas que só poderiam ser superadas através da luta pela expansão dos direitos e garantias dos trabalhadores (Moita, 2020; Sato et al., 2017).

Como afirmam Bernardo et al. (2017), nessa perspectiva, observamos o trabalho de modo crítico, como um fenômeno psicossocial complexo e determinado que configura o contexto social mais amplo. Trata-se de um campo desenvolvido essencialmente no Brasil, e que, estando alinhado aos questionamentos e compromissos das psicologias sociais sociológica e latino-americana, tem como objeto de estudo o trabalho em suas diferentes possibilidades e facetas e caminha, portanto, na contramão dos saberes hegemônicos produzidos no campo da psicologia (Silva, 2023).

A contribuição do campo da Psicologia Social do Trabalho é de oferecer o desenvolvimento de uma psicologia que aborda o trabalho em sua condição central. Considera-se o trabalhar como atividade muito além da simples aplicação das habilidades humanas em favor de questões econômicas, mas como produtor do ser social e, em uma relação dialética, da sociedade (Silva, 2023). Ao compreender o trabalho como atravessado por processos psicossociais, a PST percebe a atividade de trabalho como constituída na intersecção entre os processos macrossociais e as ações locais das pessoas que trabalham, se aproximando do campo do cotidiano. Entende-se o cotidiano como uma esfera na qual acontecem os processos micropolíticos, isto é, processos em que poder e controle comparecem como categorias fundamentais. O cotidiano é, portanto, modelo de organização, e deve ser estudado a partir da vivência dos trabalhadores (Coutinho et al., 2013; Oliveira, 2014; Sato et al., 2008; Sato & Oliveira, 2008; Spink 1996; Spink, 2008).

Dito isto, assumindo uma perspectiva fundamentada no campo da Psicologia Social do Trabalho, esta pesquisa tem por interesse, analisar os processos de trabalho e os processos organizativos, adotando o cotidiano como campo privilegiado de investigação, na medida em

que através dele podemos discorrer sobre as singularidades dos sentidos e dos significados construídos pelos trabalhadores, assim como sobre seus processos de construção identitária.

Como objetivo geral, pretendemos realizar uma análise da relação estabelecida entre os profissionais de psicologia e a atividade de trabalho vivenciada como empreendedorismo digital a partir da inserção destes profissionais nas mídias digitais. Para isto, visamos partir dos seguintes objetivos específicos:

Apresentar os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo digital, e seus paradoxos e contradições a partir de uma perspectiva social crítica (Estudo 1);

Apresentar como, na psicologia, se compreende a atividade de empreendedorismo digital, a partir de sua definição e aplicação em estudos anteriores (Estudo 2);

Analisar o processo identitário de profissionais de psicologia em relação ao empreendedorismo digital (Estudo 3);

Analisar as trajetórias laborais e o perfil de psicólogas(os) empreendedoras(es) digitais, considerando consensos e dissensos (Estudo 3);

Essa pesquisa torna-se relevante por, a partir das contribuições da Psicologia Social do Trabalho, sensível às formas particulares como os trabalhadores se organizam e se relacionam com seu trabalho, visar uma investigação que pretende gerar a construção de formas de enfrentamento dos problemas analisados. Além disto, opondo-se a atitude de reproduzir a ideologia dominante, que propõe técnicas de intensificação da exploração dos trabalhadores e seu controle, o estudo objetiva apontar as contradições existentes na situação de trabalho em análise.

Assim, visa-se a melhoria das condições de trabalho e de vida de profissionais de psicologia, objetivando, ainda, subsidiar compreensões que contribuam para com o processo de formação e desenvolvimento profissional. Pretende-se, assim, promover o exercício da psicologia de maneira ética e segura para os seus usuários. Ademais, com o desenvolvimento desse estudo, objetiva-se fornecer uma discussão que seja capaz de subsidiar novas produções científicas sobre o tema e servir de base para definir prioridades de estudos posteriores.

## **ESTUDO 1**

### **AUTONOMIA OU PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO?**

#### **UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE O EMPREENDEDORISMO DIGITAL**

##### **RESUMO**

Este artigo analisa a relação entre empreendedorismo digital e precarização do trabalho à luz da Psicologia Social do Trabalho. O estudo examina o discurso neoliberal do empreendedorismo, contextualizando-o historicamente e o desdobrando em suas diferentes facetas, com foco na realidade brasileira. A pesquisa aborda a informalidade e o trabalho por conta própria, problematizando a romantização do empreendedorismo em face da crescente flexibilização e desregulamentação do trabalho. O artigo aprofunda a análise do empreendedorismo digital e da plataformização do trabalho, questionando a autonomia e a independência propagadas por esse modelo, revelando mecanismos de controle algorítmico e subordinação velada. A partir daí, discute-se a precarização inerente a essa modalidade de trabalho, marcada pela intensificação do trabalho, pela autogestão subordinada e pela fragilização das relações tradicionais de trabalho.

**PALAVRAS CHAVE:** Empreendedorismo, Empreendedorismo digital, Plataformização, Precarização do trabalho, Autonomia profissional.

**. AUTONOMY OR PRECARIZATION OF WORK? A CRITICAL ANALYSIS OF  
DIGITAL ENTREPRENEURSHIP**

**ABSTRACT**

This article analyzes the relationship between digital entrepreneurship and the precarization of work in the light of the Social Psychology of Work. The study examines the neoliberal discourse of entrepreneurship, contextualizing it historically and unfolding it in its different facets, with a focus on the Brazilian reality. The research addresses informality and self-employment, problematizing the romanticization of entrepreneurship in the face of increasing flexibilization and deregulation of work. The article deepens the analysis of digital entrepreneurship and the platformization of work, questioning the autonomy and independence propagated by this model, revealing mechanisms of algorithmic control and veiled subordination. Based on this, it discusses the precarization inherent in this type of work, marked by the intensification of work, subordinate self-management, and the weakening of traditional work relationships.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, Digital entrepreneurship, Platformization, Precarization of work, Professional autonomy.

# ¿AUTONOMÍA O PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO? UN ANÁLISIS CRÍTICO SOBRE EL EMPRENDIMIENTO DIGITAL

## RESUMEN

Este artículo analiza la relación entre emprendimiento digital y precarización del trabajo a la luz de la Psicología Social del Trabajo. El estudio examina el discurso neoliberal del emprendimiento, contextualizándolo históricamente y desglosándolo en sus diferentes facetas, con foco en la realidad brasileña. La investigación aborda la informalidad y el trabajo por cuenta propia, problematizando la romantización del emprendimiento frente a la creciente flexibilización y desregulación del trabajo. El artículo profundiza el análisis del emprendimiento digital y la plataformización del trabajo, cuestionando la autonomía y la independencia propagadas por este modelo, revelando mecanismos de control algorítmico y subordinación velada. A partir de ahí, se discute la precarización inherente a esta modalidad de trabajo, marcada por la intensificación del trabajo, la autogestión subordinada y la fragilización de las relaciones tradicionales de trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento, Emprendimiento digital, Plataformización, Precarización del trabajo, Autonomía profesional.

## INTRODUÇÃO

Amparada pelo aporte teórico da Psicologia Social do Trabalho (PST), esta pesquisa compreende trabalho como um fenômeno multidimensional, ou uma categoria antro-po-histórica, uma vez que esta é uma atividade em que o ser humano se reconhece enquanto indivíduo que transforma e é transformado pela realidade, dentro de um contexto histórico, social, econômico e político específico (Aquino, 2003). Para a PST, trabalho não se restringe a emprego, à atividade profissional regular, remunerada ou assalariada. É uma categoria que extrapola os limites das organizações e é incorporada à própria constituição subjetiva e social do sujeito. Sendo, portanto, um recurso para a individualização, uma forma de o indivíduo construir um significado de si mesmo e da sociedade em que vive. O trabalho ocupa, assim, posição privilegiada na construção das subjetividades e das sociedades, sendo norteador da elaboração temporal e existencial de cada sujeito, dentro de uma organização histórica específica (Aquino, 2008).

Se para compreendermos a categoria trabalho precisamos nos situar historicamente, para nos debruçarmos sobre a atual morfologia do trabalho, devemos compreender o paradigma econômico e político que fundamenta o capitalismo na atualidade: o neoliberalismo. Desde o início dos anos 1970, vivenciamos um processo de profundas transformações na economia global, o que tem atingido diretamente o mundo laboral. As políticas neoliberais e a reestruturação produtiva geram consequências tais como a flexibilização do trabalho, o fomento tecnológico, o aumento nos níveis de desemprego e subemprego, a maior competitividade e a obsolescência de profissões. Esse processo gera uma grande instabilidade social e econômica, que exige uma gama de estratégias de adaptação no mercado de trabalho (Oliveira et al., 2016).

É, então, neste momento de crise social instaurada que, contraditoriamente, o capital lança para os trabalhadores uma série de discursos de oportunidade de inserção no mercado de trabalho, de abertura de negócios, de independência financeira e de sucesso individual. Em meio a esse

processo, a demanda por um novo perfil de trabalhador e o discurso capitalista fomentam à propagação do espírito empreendedor (Oliveira et al., 2016).

Frente a este cenário, a principal pesquisa sobre empreendedorismo do mundo, o relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizado no Brasil em parceria com a Associação Nacional de Estudos e Pesquisas em Empreendedorismo (ANEGEPE), e divulgado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em sua última edição (GEM, 2023), compartilhou que 48% da população brasileira, entre 18 e 64 anos, manifesta o desejo de no futuro ter o seu próprio negócio, indicando que, entre sonhos como viajar; comprar a casa própria; comprar um automóvel; ter plano de saúde; ter um diploma de ensino superior; fazer carreira em uma empresa ou no serviço público; comprar um celular/tablet/smartphone; casar ou constituir uma família; ser empreendedor está posicionado em terceiro lugar (ficando atrás apenas do desejo de viajar pelo Brasil e comprar a casa própria).

Se as transformações sociais repercurtem em mudanças no mundo do trabalho, é preciso compreendermos, ainda, que ao longo das décadas os trabalhadores e suas formas de produzir foram massivamente impactadas pelo advento de um novo modelo econômico, o do capitalismo da informação, marcado pela revolução tecnológica. Neste novo regime, a principal fonte de riqueza e controle são os dados/informações acumuladas pelas plataformas digitais, e isto molda a opinião pública e influencia comportamentos e decisões no mundo pessoal e na realidade dos negócios (Han, 2022). Assim, observamos ao longo dos anos se fortalecer uma nova forma de empreender, o empreendedorismo digital.

Diante do exposto, entendemos que o estudo sobre o empreendedorismo e suas modalidades, em particular o empreendedorismo digital, assume especial importância para a Psicologia Social do Trabalho, e para a compreensão da relação entre trabalho, subjetividade e identidade no presente momento histórico. Neste artigo, portanto, através da análise do fenômeno do empreendedorismo e do seu desdobramento em empreendedorismo digital, o nosso esforço é de

promover um debate acerca das possíveis relações entre o empreendedorismo digital e a precarização do trabalho.

## **A DEMANDA DO EMPREENDEDORISMO COMO DISCURSO NEOLIBERAL**

“Empreendedorismo” é um substantivo derivado do verbo empreender, e é utilizado para identificar os fenômenos relativos ao empreendedor e o mundo dos negócios, no contexto atual. Acredita-se que o termo empreendedor, *entrepreneur*, na língua francesa, foi pela primeira vez tematizado por volta de 1800 pelo economista francês Jean Baptiste Say ao referir-se ao sujeito que transfere recursos econômicos de um setor para outro, garantindo mais produtividade e maior rendimento (Oliveira et al., 2016). Contudo, a literatura defende a ideia de que não existe consenso em relação ao conceito de empreendedor/empreendedorismo.

Costa et al. (2011) em estudo sobre a dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo, afirmam que mesmo em meio a tanta diversidade, pode-se identificar, de forma genérica, três abordagens mais recorrentes de compreensão acerca dos fenômenos. A primeira abordagem deriva de uma perspectiva de base behaviorista ou comportamental e concentra-se nas tentativas de definição dos perfis das personalidades do empreendedor e em compreender seu comportamento. A segunda é uma abordagem mais ampla da literatura gerencial e concentra-se em estudos sobre as habilidades e competências empreendedoras e sua relação com o espaço organizacional. Já a terceira e última abordagem, alinhada à perspectiva de base econômica acerca do empreendedorismo, concentra-se nas relações entre o tema e as ideias de inovação, risco calculado e desenvolvimento.

Mesmo diante de tantas ideias acerca do empreendedor e de sua função, uma definição que se destaca, sendo resgatada e mais utilizada na atualidade, é a extraída da obra do economista Joseph Schumpeter. Em seus escritos dos anos 1910 e 1920, o empreendedor é compreendido, sobretudo, como sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção. Tais inovações apresentam-se

como potenciadoras de desequilíbrios (ou perturbações) que movimentariam as economias e as sociedades em direção ao desenvolvimento. Assim, o empreendedor é o agente que inicia estas mudanças, alterando o sistema em equilíbrio por meio da identificação de novas oportunidades, e os empreendimentos são a realização de combinações novas (Schumpeter, 1985).

Dito de outra maneira, o atual processo de valorização do empreendedorismo acompanha o surgimento e desenvolvimento de um modelo específico de desenvolvimento econômico e social, pautado pelo capitalismo de mercado. A figura do empreendedor se molda, assim, às transformações ocorridas na cena do capitalismo. Logo, no período clássico de formação do capitalismo, até cerca de 1870, relacionado ao início da Revolução Industrial, com base na propriedade privada e no trabalho assalariado, o empreendedor era visto como um comerciante, artesão ou colono agrícola, desempenhando o papel de alavancar a economia em expansão através do risco e da inovação na oferta de produtos e serviços. Já entre 1870 e 1914, período em que surgem grandes empresas e o capitalismo passa a ser caracterizado pela concentração de capital e monopolização, o papel dos empreendedores se altera. Eles deixam de ser apenas criadores de novos negócios para se tornarem gestores da continuidade e da organização nas grandes empresas, agora fundamental para o sucesso econômico.

Por sua vez, na era contemporânea, o empreendedorismo é amplamente incentivado como uma atitude coletiva, promovida pelo neoliberalismo. O empreendedor atual não é mais uma figura excepcional, mas um modelo ideal incentivado a todos como parte de uma ética empresarial que valoriza a inovação, o risco e a adaptabilidade em um sistema de mercado globalizado e competitivo (Costa et al., 2011). A partir dessa ótica, para que uma sociedade possa potencializar todos os supostos benefícios provenientes de um mercado livre capitalista, pautado em uma agenda neoliberal, necessita do espírito empreendedor gerador de inovação e de riquezas. Assim, o tema do empreendedorismo na atualidade passa a funcionar como um dispositivo, intrincado em uma rede de discursos, práticas e instituições influenciadas pela racionalidade neoliberal.

Neste sentido, entende-se que o potencial para o empreendedorismo seja deslocado do sujeito, isto é, de uma "consciência", "motivação", "comportamento", "espírito" empreendedor, passando a ser compreendido como uma constante chamada à ação, um processo de aprendizado imposto como inescapável. O empreendedorismo configura-se como uma demanda que não está localizada no sujeito, mas que o mobiliza, através da disseminação, produção e reprodução em muitos espaços, em diferentes contextos: *Coachs*, gurus de negócios, revistas, programas de TV e rádio, canais de *streaming*, *podcasts*, perfis em redes sociais, discursos de políticos e economistas, pareceres no Legislativo e no Judiciário são apenas alguns dos incontáveis veículos transmissores dessa demanda (Oliveira, 2020).

## **EMPREENDEDORISMO, TRABALHO POR CONTA PRÓPRIA, E A (IN)FORMALIDADE NO BRASIL**

Em tempos de flexibilização do trabalho, a condição de profissional autônomo ou trabalhador por conta própria torna-se uma das modalidades que vão se expandindo em substituição ao contrato estável. O trabalhador por conta própria é, presumidamente, dono do seu tempo e do fazer profissional, patrão de si mesmo, gozando de liberdade e autonomia, ao contrário de quem trabalha sob o estatuto de assalariado e que deve se submeter à autoridade e à hierarquia da organização empresarial da produção de bens ou de serviços que o emprega (Holzmann, 2013).

O relatório GEM (2023) endossa o conceito de que empreender seja qualquer tentativa de criação (assim como a criação efetiva) de um novo negócio, ter um negócio, formal ou informal, individualmente ou não, como autônomo ou como empresa; ou ainda expandir um empreendimento já existente. Desta forma, segundo o ideário neoliberal, o trabalhador por conta própria é reconhecido como empreendedor, expressão da iniciativa e do dinamismo individuais capazes de movimentar positivamente a economia. A autonomia de que, supostamente, goza esse trabalhador

é vista como vantagem frente ao trabalho subordinado dos empregados, e a liberdade da qual usufrui enquanto produtor de bens e serviços corresponderia à natureza dos indivíduos (Holzmann, 2013).

Desta forma, como menciona Acquaro (2018), a retórica do empreendedorismo, ao lançar luz sobre o prestígio e sucesso da imagem do empreendedor, acaba por suprimir problematizações acerca das relações de precariedade vinculadas as atividades autônomas e ao autoempreendedorismo. O trabalhador por conta própria, autônomo, torna-se empreendedor di si. A relação empregado-empregador é substituída pela relação entre o trabalhador autônomo e o(s) demandante(s) do trabalho. O trabalhador assalariado é incitado a se tornar autônomo (na execução de seu trabalho, mobilizando sua subjetividade, iniciativa e criatividade) e o trabalhador autônomo/independente vê-se diante da exigência de fidelidade para com o cliente. Desta forma, faz-se possível identificar um modelo dual e paradoxal: autonomia na subordinação e submissão na independência (Rosenfield, 2015).

O governo brasileiro, a partir de 2008, criou políticas públicas cujo objetivo é incentivar a criação de novas empresas formais, formalizar os empreendimentos informais já existentes e favorecer a formalização de trabalhadores informais por meio da criação de microempresas individuais. Para atingir esse fim, foram reduzidos os encargos burocráticos e tributários, de maneira que se tornasse atrativo aliar a formalização individual ao pagamento de tributos. Ficaram evidentes, então, a regulamentação do Microempreendedor Individual (MEI), mediante a Lei Complementar n. 128, de 19 de dezembro de 2008 e também outras formas de empreendedorismo de pequena monta, para faixas de renda maiores, mediante o enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, regidas pelo regime de tributação denominado Simples Nacional (Lei Complementar n. 123/2006), que simplifica tanto a burocracia tributária quanto as formas de registro.

Diante disto, o último relatório GEM aponta um aumento contínuo do percentual de formalizados na série histórica brasileira. Por outro lado, em 2023, 57,8% dos empreendedores ainda não tinham formalizado seus negócios. A formalização revela muito sobre a qualidade e o nível de maturidade dos empreendimentos. Em 2023, o percentual brasileiro de empreendedores com CNPJ foi crescente à medida que eles estavam em estágios mais avançados de desenvolvimento dos seus negócios. Nesse sentido, os percentuais se distribuíram assim: empreendedores nascentes, ou seja, com até 3 meses de operação (36,4%), novos, entre 3 meses a 3 anos de operação (46,3%) e estabelecidos (52,3%), com mais de 3 anos de existência.

Sobre as diferentes razões para a formalização dos negócios, o relatório aponta o processo de pejetização, um movimento de muitos empregadores brasileiros convertendo parte de seus empregados em pessoas jurídicas prestadoras de serviços. E dentre as dificuldades inerentes ao processo de se tornar um empreendedor formalizado, a pesquisa identifica que parte das pessoas à frente desses novos negócios formalizados não tem consciência plena, comprometimento e/ou conhecimento suficiente para manterem na regularidade as emissões de notas fiscais, os pagamentos de taxas e impostos e o controle contábil de modo a gerarem para si multas e dívidas.

Portanto, como defendido por Lima (2016), a informalidade e a atividade empreendedora surgem como alternativas possíveis ao concorrido e, principalmente, reduzido mercado de trabalho formal, contudo, são ações que podem estar vinculadas. Por um lado, há um movimento virtuoso de estímulo a formas autônomas de geração de trabalho e renda, além do fortalecimento de uma rede de inserção pelo trabalho com o apoio do Estado brasileiro. Por outro, o empreendedorismo contribui para a substituição do trabalho assalariado, estimula a gestão de si mesmo, enfraquece a ação coletiva e, no que concerne às estratégias de integração ao mercado de trabalho, possibilita a busca por inserções nas franjas do processo formal, resultando assim na criação de um autoempreendedorismo informal e/ou fora das normas legais (Rosenfield, 2015).

A partir dessa lógica, observa-se uma ausência de problematizações acerca do contexto histórico das atuais condições de trabalho, das relações de poder inerentes a esse contexto, da precarização que acompanha o percurso profissional da maior parte dos empreendedores e de qual modelo de trabalhador o conceito de empreendedorismo privilegia (Costa, et al., 2011).

### **EMPREENDEDORISMO DIGITAL E A PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO: AUTONOMIA OU SUBORDINAÇÃO?**

As transformações sociais, políticas e econômicas concretizam nos processos de trabalho as necessidades da globalização, atualmente aprofundada pelo desenvolvimento tecnológico. O novo aparato tecnológico tomou conta de diferentes setores econômicos e sociais modificando e transformando as comunicações e os processos. Indústrias e mercados diversificados foram transformados por inovações no modelo de negócios. Os mercados digitais multifacetados, as mídias sociais, o comércio eletrônico e o software como serviço têm assumido grande visibilidade. Essa expansão da economia digital deve sua existência, em grande parte, ao empreendedorismo que é possibilitado pelas tecnologias digitais (Zaheer, et al., 2019).

Tem se difundido, assim, o empreendedorismo digital, definido como a prática de criar e gerenciar novos negócios ou iniciativas empreendedoras utilizando plataformas e ferramentas digitais, como a internet, redes sociais, aplicativos e tecnologias online, se diferenciando do empreendedorismo tradicional pelo uso intensivo de recursos tecnológicos, pela facilidade de alcance global e pela flexibilidade nas operações, permitindo a oferta de produtos e serviços inovadores no ambiente digital (Nambisan, 2017). O SEBRAE define, em sua cartilha sobre empreendedorismo digital, que o empreendedor digital é aquele que tem um negócio cujos

processos são realizados, principalmente, por meio digital, assim como o relacionamento com parceiros, clientes e funcionários (SEBRAE, 2018).

Como mencionado, o empreendedorismo digital se vale da tecnologia das plataformas digitais. Estas, por sua vez, são sistemas online que facilitam interações, transações e compartilhamento de informações entre usuários, sejam eles indivíduos, empresas ou instituições. Elas funcionam como intermediárias, facilitando a troca de informações, bens e serviços, e proporcionando um espaço para a criação e compartilhamento de conteúdo. Abrangem desde redes sociais e aplicativos, até sites e serviços online como marketplaces e plataformas de streaming. As plataformas digitais estão altamente ligadas às altas performances empresariais, sendo o caminho mais curto para um bom desempenho em conversões/lucro (Hotmart, 2024).

O progresso técnico advindo da criação de novas tecnologias pode gerar benefícios para o desenvolvimento econômico, cultural e social. Contudo, faz-se necessário tematizar que a história demonstra que, muitas vezes, a inovação tecnológica é também acompanhada de sofrimento, traduzido no desemprego ou na exploração indigna do trabalho humano (Sabino & Abílio, 2019). Abílio et al. (2021) apontam a atual dependência às plataformas digitais para executar antigas atividades de trabalho como o fenômeno de “plataformização”. Neste contexto, antigas formas de organização da produção são reconfiguradas, surgem, também, novas práticas produtivas e, em conjunto, observa-se uma radicalização das bases estruturais da exploração e da dominação das classes trabalhadoras pelas classes capitalistas.

Sabino e Abílio (2019) defendem que em tempos de crise econômica, as plataformas se valem do enorme contingente de trabalhadores desocupados, desalentados<sup>1</sup> e subutilizados para

---

<sup>1</sup> De acordo com os dados da última PNAD do IBGE (2024), no Brasil, esta população soma o total de 3,1 milhões de pessoas que estão fora da força de trabalho, contudo, não têm buscado trabalhar por, devido a diferentes motivos, estarem desacreditadas que conseguirão se inserir no mercado de trabalho.

impor-lhes o tratamento jurídico que julgam ser o mais adequado para os seus próprios interesses; inclusive reconfigurando relações de trabalho em setores inteiros. As plataformas digitais atraem trabalhadores por conta própria, autônomos ou independentes, para exercerem um trabalho sob demanda, ou seja, apenas quando necessário (Abílio, 2021). As empresas, desta forma, se abstêm dos direitos trabalhistas, e o trabalhador passa a internalizar o controle da atividade, gerenciando sua jornada de trabalho e o seu desempenho, assim como se responsabilizando pelos custos e burocracias. Contudo, tudo isto ocorre de maneira subordinada às regras determinadas pelos algoritmos das plataformas, em um mecanismo que podemos compreender, então como um autogerenciamento algorítmico e subordinado (Abílio, 2011).

Neste sentido, compreende-se que o trabalho desenvolvido em plataformas digitais não possui relação com o empreendedorismo, uma vez que estes trabalhadores tidos como “empreendedores digitais” não são detentores dos meios de produção e não possuem qualquer influência no modelo de gestão dos negócios. O processo de plataformização, na verdade, em tempos de capitalismo periférico e informalidade latente, se apropria dos modos de vida e subjetivação historicamente assumidos pelos trabalhadores como estratégias de sobrevivência, também conceituado por Abílio (2011) como “viração”, apenas gerenciando de forma centralizada e algorítmica a legitimação da precarização do trabalho.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Frente ao exposto, compreendemos que a história de progresso econômico, político e social brasileira criou as bases para uma sociedade marcada pela profunda desigualdade. A realidade do trabalhador brasileiro pede então por esforços na direção da garantia de direitos e na busca por

cidadania. Faz-se, assim, compromisso da Psicologia Social do Trabalho (PST) o empenho em, dialogando com outras ciências humanas/sociais, assumir uma postura crítica e um enfoque político capaz de compreender os setores marginalizados, discriminados e explorados (Sato, et al., 2018). Logo, este estudo, ao abordar o fenômeno do empreendedorismo digital, se faz uma importante e atual problematização para os teóricos da PST.

A pesquisa demonstra que o discurso do empreendedorismo, especialmente em sua vertente digital, no atual contexto neoliberal, pode servir para obscurecer a precarização do trabalho. A promessa de autonomia e flexibilidade amparada na romantização propagada pela retórica do empreendedorismo, muitas vezes mascara relações de subordinação e exploração, intensificadas pelo uso de plataformas digitais e algoritmos.

Este artigo destaca a importância de um olhar crítico sobre o empreendedorismo digital, considerando as particularidades do contexto brasileiro, marcado pela informalidade latente e pela desigualdade social. O estudo aponta para a necessidade de aprofundar o debate sobre o empreendedorismo, seus desdobramentos e abordagens de atuação. Pois entendemos que o fomento generalizado à atitude empreendedora não problematiza o empreendedorismo que se constitui como meio de sobrevivência e os riscos e dificuldades vivenciados por autoempreendedores, ou trabalhadores por conta própria.

O sujeito trabalhador continua procurando organizar suas experiências cotidianas em um conjunto relativamente estável, que pode ser percebido como o seu Eu. Na contemporaneidade, no entanto, por um lado, os trabalhadores precisam vender sua força de trabalho sob condições que lhes são determinadas pelo capital. De outro, as mudanças nas formas de emprego e o desemprego estrutural, entre outras, trazem exigências de novas competências, habilidades e talentos para se manter empregado. Todas estas situações levam o sujeito a ter que enfrentar cotidianamente o novo e reescrever sua trajetória de vida e sua identidade (Coutinho et al, 2007).

Assumindo o trabalho em sua condição de categoria central na vida dos sujeitos. Concluimos então que o discurso que caracteriza os trabalhadores por conta própria, autônomos, que inserem suas atividades laborais em plataformas digitais, como empreendedores digitais, produz alterações que se expressam no modo de ser dos trabalhadores e nos processos identificatórios de toda uma classe trabalhadora.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abílio, L. C., Amorim, H., & Grohmann, R. (2021). Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, 23(57), 26-56.
- Acquaro, J. (2018). Empreendedorismo feminino ou trabalho por conta própria? Um estudo sobre trabalhadoras na cidade de São Carlos/SP. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal de São Carlos.
- Aquino, C. A. B. (2003). Tiempo y Trabajo: un análisis de la temporalidad laboral en el sector de ocio, hotelería y turismo y sus efectos en la composición de los cuadros temporales de los trabajadores. [Tese de Doutorado]. Universidade Complutense de Madrid.
- Aquino, C. A. B. (2008). O processo de precarização laboral e a produção subjetiva: um olhar desde a psicologia social. *O Público e o Privado*, 6(11), 169-178.
- Costa, A. M., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 179-197.
- Coutinho, M. C., Krawulski, E., & Soares, D. H. P. (2007). Identidade e trabalho na contemporaneidade: Repensando articulações possíveis. *Psicologia & Sociedade*, 19(1), 29-37.

- Global Entrepreneurship Monitor (2023). Relatório GEM Brasil: Empreendedorismo em tempos de crise. <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/#relatorio>
- Han, B. C. (2022). Infocracia: digitalização e a crise da democracia. Editora Vozes.
- Holzmann, L. (2013). O trabalhador por conta própria no Brasil. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, 34(124), 119–137.
- Hotmart. (2024.). Plataformas Digitais: o que são, os tipos e as mais usadas. Hotmart. <https://hotmart.com/pt-br/blog/plataformas-digitais>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2024). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Novos indicadores sobre a força de trabalho - Trimestre de 2024/03*. [https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilios\\_continua/Trimestral/Novos\\_Indicadores\\_Sobre\\_a\\_Forca\\_de\\_Trabalho/pnadc\\_202403\\_trimestre\\_novos\\_indicadores.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Novos_Indicadores_Sobre_a_Forca_de_Trabalho/pnadc_202403_trimestre_novos_indicadores.pdf)
- Lima, F. C. (2016). Ideologia e significado do trabalho: o caso dos trabalhadores por conta própria. [Tese de Doutorado]. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. (2006, 15 de dezembro). Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Presidência da República. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)
- Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. (2008, 19 de dezembro Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de

- julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Presidência da República. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm)
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029– 1055.
- Oliveira, E. N. P., Moita, D. S., & Aquino, C. A. B. (2016). O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização. *Psicologia Política*, 16(36), 207–226.
- Oliveira, F. M. U. (2020). A demanda por empreender: uma proposta para o estudo do empreendedorismo de acordo com a psicologia social do trabalho. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 23(2), 115-128.
- Rosenfield, C. (2015). Autoempreendedorismo: forma emergente de inserção social pelo trabalho. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 30(89), 115-128.
- Sabino, A. M.; & Abilio, L. C. (2019). Uberização: O empreendedorismo como novo nome para a exploração. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento*, 2 (2), 109-135.
- Sato, L., Coutinho, M. C., & Bernardo, M. H. (2018). *Psicologia social do trabalho*. Editora Vozes Limitada.
- Schumpeter, J. A. (1985). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. São Paulo: Nova Cultural.
- SEBRAE (2018). *Empreendedorismo digital*. <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/empreendedorismo-digital,f914438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>.

Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 1-20.

## **ESTUDO 2**

# **REVISÃO SISTEMÁTICA, ANÁLISE CIENTOMÉTRICA E METASSÍNTESE QUALITATIVA SOBRE O TRABALHO DE PROFISSIONAIS DA PSICOLOGIA COM O EMPREENDEDORISMO DIGITAL**

### **RESUMO**

Este estudo teve como objetivo caracterizar como o trabalho de profissionais de psicologia com o empreendedorismo digital tem sido abordado nas produções científicas atuais. Para tanto, foi realizada uma revisão sistemática da literatura em sete bases de periódicos, buscando: (1) artigos científicos, teóricos ou empíricos; (2) disponíveis integralmente e de acesso livre; (3) publicados entre os anos 2019-2023, em português, inglês ou espanhol; (4) focados no trabalho empreendedor de psicólogas(os) nas mídias digitais. Após a avaliação independente de três juízas, 10 artigos foram selecionados, organizados e submetidos à análise cienciométrica e metassíntese qualitativa dos dados, utilizando um software de análise textual. Os resultados indicam que a literatura se dedica a compreender a inserção de profissionais de psicologia nas mídias digitais por meio do desenvolvimento do serviço de psicoterapia online, e se debruçam sobre a análise desta atividade através de duas perspectivas: a) O viés da responsabilidade da psicologia como profissão, se dedicando a compreensão acerca dos tensionamentos éticos que envolvem a postura da(o) psicóloga(o) que adere a esta modalidade de trabalho, assim como debatendo sobre as competências e habilidades necessárias a(o) profissional; b) O viés do compromisso social, crítico e político da psicologia como ciência, uma vez que se faz necessário problematizar os impactos da inserção do

psicólogo clínico em plataformas digitais de atendimento psicológico. Pois, ao se inserir em uma lógica de mercado capitalista, esta atividade revela importantes conflitos em relação aos princípios e condutas que regem os profissionais de psicologia, além de inserir as(os) psicólogas(os) em um gerenciamento algorítmico que provoca subordinação e promove, assim, práticas precárias de trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** psicologia; empreendedorismo; internet

**SYSTEMATIC REVIEW, SCIENTOMETRIC ANALYSIS, AND QUALITATIVE  
METASYNTHESIS ON THE WORK OF PSYCHOLOGY PROFESSIONALS WITH  
DIGITAL ENTREPRENEURSHIP**

**ABSTRACT**

This study aimed to characterize how the work of psychology professionals with digital entrepreneurship has been addressed in current scientific productions. For this purpose, a systematic literature review was conducted in seven journal databases, seeking: (1) scientific articles, theoretical or empirical; (2) fully available and open access; (3) published between 2019-2023, in Portuguese, English or Spanish; (4) focused on the entrepreneurial work of psychologists in digital media. After independent evaluation by three judges, 10 articles were selected, organized and submitted to scientometric analysis and qualitative meta-synthesis of data, using textual analysis software. The results indicate that the literature is dedicated to understanding the insertion

of psychology professionals in digital media through the development of online psychotherapy services, and focuses on the analysis of this activity through two perspectives: a) The bias of responsibility of psychology as a profession, dedicating itself to understanding the ethical tensions that involve the posture of the psychologist who adheres to this modality of work, as well as debating the skills and abilities necessary for the professional; b) The bias of the social, critical, and political commitment of psychology as a science, since it is necessary to problematize the impacts of the insertion of the clinical psychologist in digital platforms for psychological care. Because, by inserting itself into a capitalist market logic, this activity reveals important conflicts in relation to the principles and conducts that govern psychology professionals, in addition to inserting psychologists into an algorithmic management that causes subordination and thus promotes precarious work practices.

**KEYWORDS:** psychology; entrepreneurship; internet

**REVISIÓN SISTEMÁTICA, ANÁLISIS CIENTOMÉTRICO Y METASÍNTESIS  
CUALITATIVA SOBRE EL TRABAJO DE PROFESIONALES DE LA PSICOLOGÍA  
CON EL EMPRENDIMIENTO DIGITAL**

**RESUMEN**

Este estudio tuvo como objetivo caracterizar cómo se ha abordado en las producciones científicas actuales el trabajo de los profesionales de la psicología con el emprendimiento digital. Para ello, se realizó una revisión sistemática de la literatura en siete bases de datos de revistas, buscando: (1)

artículos científicos, teóricos o empíricos; (2) disponibles en su totalidad y de acceso abierto; (3) publicados entre los años 2019-2023, en portugués, inglés o español; (4) enfocados en el trabajo emprendedor de psicólogos/as en las redes digitales. Tras la evaluación independiente de tres jueces, se seleccionaron 10 artículos, que fueron organizados y sometidos a análisis cuantitativo y metasíntesis cualitativa de los datos, utilizando un software de análisis textual. Los resultados indican que la literatura se dedica a comprender la inserción de los profesionales de la psicología en las redes digitales a través del desarrollo del servicio de psicoterapia online, y se centra en el análisis de esta actividad desde dos perspectivas: a) El sesgo de la responsabilidad de la psicología como profesión, dedicándose a la comprensión de las tensiones éticas que implican la postura del/de la psicólogo/a que se adhiere a esta modalidad de trabajo, así como debatiendo sobre las competencias y habilidades necesarias para el profesional; b) El sesgo del compromiso social, crítico y político de la psicología como ciencia, ya que se hace necesario problematizar los impactos de la inserción del psicólogo clínico en plataformas digitales de atención psicológica. Pues, al insertarse en una lógica de mercado capitalista, esta actividad revela importantes conflictos en relación a los principios y conductas que rigen a los profesionales de psicología, además de insertar a las(os) psicólogas(os) en una gestión algorítmica que provoca subordinación y promueve, así, prácticas precarias de trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** psicología; emprendimiento; internet

## INTRODUÇÃO

A economia global passou por transformações que atingem diretamente o mundo do trabalho. Políticas neoliberais e a reestruturação produtiva resultaram em desregulamentação/flexibilização do trabalho; desaparecimento de postos de trabalho;

desemprego e crescente competitividade. Essas mudanças geram instabilidade social e econômica, impactando os trabalhadores e demandando estratégias de adaptação. Nesse contexto, ganham força discursos que prometem autonomia, independência financeira e sucesso individual, impulsionando, assim, a cultura do empreendedorismo (Oliveira & Aquino, 2016).

Para Dornelas (2008) empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que transforma ideias em oportunidades. Schumpeter (1985) afirma que empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente ao introduzir novos produtos e serviços, através da criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. É, portanto, quem cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes.

A literatura especializada levanta que existem diferentes formas de empreender. Fomentando o debate, destaca-se a recente expansão das tecnologias digitais, que vêm transformando a relação do homem com suas atividades e produzindo novas possibilidades de trabalho e negócios. Logo, o empreendedorismo digital surge como um novo espaço de atuação profissional e um rico campo para pesquisa (Nambisan, 2017).

O quanto uma profissão consegue se adaptar às demandas sociais, é fundamental para a manutenção de sua relevância. Em relação à psicologia, desde os anos 2000 o conselho profissional discute e regulamenta o atendimento psicológico mediado pelas tecnologias de informação e comunicação (TICS). Porém, foi apenas em 2020, com a pandemia de covid-19 e com as medidas de isolamento social dela resultantes, que houve um despertar mais significativo da profissão para a importância, uso e impacto da digitalização. O Conselho Federal de Psicologia (CFP), no último censo sobre “quem faz a psicologia brasileira”, divulgou a expectativa de que o número de psicólogos(os) aderindo às TICS como ferramenta de trabalho, só irá crescer, demonstrando uma prática que já têm se fortalecido como necessária, não apenas para a mediação da relação profissional-cliente em psicoterapia, mas também em outras atividades profissionais (Peixoto e Bentivi, 2022).

Diante deste contexto, para compreender como está se configurando a relação entre o trabalho de profissionais de psicologia, o empreendedorismo e as práticas em plataformas digitais, optamos por fazer um estudo de abordagem mista, caracterizado por uma revisão sistemática de literatura das produções científicas publicadas nesta temática, seguida de uma análise cientométrica e uma metassíntese qualitativa. Para tanto, buscou-se responder: (a) quais as características dos estudos científicos (nacionais e internacionais) sobre esta temática? (b) quais os aportes teóricos e metodologias utilizadas nas pesquisas? (c) quais os consensos e as contradições encontradas nos estudos selecionados? (d) qual a agenda de pesquisa que se configura, diante dos achados e lacunas existentes na produção científica atual?

As análises dos dados serão amparadas nos fundamentos da Psicologia Social do Trabalho (PST). A escolha por este posicionamento se dá pelo fato de a PST se apresentar como campo de atuação, teorização e produção do conhecimento, que, atravessado por referenciais teóricos e metodológicos diversos, debruça-se sobre os temas do mundo do trabalho antes negligenciados pela psicologia organizacional, que concentrou-se nas práticas de trabalho formais e na intensificação dos modelos produtivos típicos do capitalismo. Assim, a PST parte de uma postura ética e política crítica quanto à polimorfia que envolve as relações de trabalho no contexto contemporâneo, contemplando seus fenômenos macro ou microestruturais, sistêmicos ou locais, históricos ou cotidianos. Portanto, considerando as relações de trabalho informal, autônoma, empreendedora, entre outras (Sato et al., 2018).

## **MÉTODO**

### *Procedimento de levantamento de dados*

Caracterizada como uma modalidade de pesquisa que, tal qual afirmam Galvão e Ricarte (2019), segue protocolos específicos, possui alto nível de evidência, e busca entender e dar alguma logicidade a um *corpus* documental, a revisão sistemática de literatura foca no seu caráter de

reprodutibilidade por outros pesquisadores. Logo, serão apresentados de forma explícita as bases de dados bibliográficas consultadas, as estratégias de busca empregadas, o processo de seleção dos estudos, os critérios de elegibilidade e o procedimento de análise de cada estudo investigado.

Respeitando-se as peculiaridades de cada banco de periódicos científicos, foi desenvolvida, no mês de março do ano de 2024, uma busca por estudos sobre a temática "psicologia" e "empreendedorismo digital" em sete bases de dados eletrônicas (nacionais e internacionais): Google Acadêmico; PePSIC (Periódicos Eletrônicos em Psicologia); Portal Periódicos CAPES; APA Psyc Info (American Psychological Association); SciELO (Scientific Electronic Library Online); Scopus; e Web of Science. Como descritores, foram utilizados os termos: "psicologia"/"profissionais de psicologia"/"psicólogos" em simultaneidade aos termos "empreendedorismo"/"empreendedorismo digital"/"mídias digitais" /"redes sociais"/ "plataformas digitais"/"marketing digital", estando em qualquer campo do texto. Os mesmos descritores, após traduzidos por inteligência artificial, foram utilizados nas línguas inglês e espanhol.

#### *Critérios de elegibilidade: Inclusão e Exclusão*

Foram considerados como critérios de inclusão: (1) artigos científicos, teóricos ou empíricos; (2) disponíveis integralmente e de acesso livre; (3) com foco na atuação de profissionais de psicologia que empreendem através das mídias digitais e (4) publicados nos últimos cinco anos em português, inglês ou espanhol. O limite temporal foi estabelecido considerando que a temática estudada é recente e que alguns fenômenos analisados foram intensificados diante do contexto da pandemia de covid-19 (a partir do ano 2020). Os critérios de exclusão foram: 1) Resenhas, resumos, trabalhos em anais de congressos, teses, dissertações, capítulos e livros; 2) Estudos que não abordam a relação dos profissionais de psicologia com as mídias digitais em uma perspectiva de negócio/mercado (empreendedora).

É importante destacar que dentre os 10 artigos analisados neste estudo, nenhum utilizou o

termo “empreendedorismo digital” ao se referir à atividade de trabalho exercida pelos profissionais de psicologia na internet, não se referindo aos profissionais como empreendedores. Nesta pesquisa, tal qual defendem Hafezieh et al. (2011), definimos empreendedorismo digital como uma subcategoria do empreendedorismo, na qual parte ou tudo o que seria físico em um negócio tradicional passa a funcionar por meio de plataformas digitais. Além disto, sustentamos a compreensão de que ser empreendedor é uma atitude atualmente incentivada pelo discurso neoliberal vigente, que apoiado na retórica da modernização influencia os trabalhadores a se adaptarem às exigências do mercado atual (Oliveira, 2020). Desta forma, visando, através da postura crítica da Psicologia Social do Trabalho, dialogar com a temática do empreendedorismo, optamos por incluir os artigos em nossas análises, questionando os motivos pelos quais o termo empreendedor não foi evidenciado.

#### *Procedimento de seleção dos Artigos*

Inicialmente foram encontrados 45 artigos. Contudo, após exclusão por duplicidade, chegou-se ao total de 31 estudos. Seguindo uma triagem inicial, que incluiu a leitura dos resumos, objetivos e resultados dos artigos, foram excluídas 17 pesquisas, chegando ao número de 14 estudos. A relação de artigos foi enviada a três juízas para que, após leitura na íntegra, de forma independente, avaliassem se o estudo, de fato, discutia a temática da relação de trabalho entre profissionais de psicologia e o empreendedorismo nas mídias digitais. Após esta análise, considerando a decisão favorável de pelo menos duas juízas, 10 artigos foram incluídos neste estudo. A figura contida no Apêndice A demonstra o fluxo de procedimentos da revisão de literatura, e a Tabela apresentada no Apêndice B demonstra a descrição dos 10 artigos selecionados, sendo estes materiais utilizados como fontes secundárias para a análise proposta neste estudo.

#### *Procedimento de análise de dados*

Os 10 artigos selecionados, lidos na íntegra, tiveram suas principais características sistematizadas em duas etapas: 1) Análise cientométrica e 2) Metassíntese qualitativa. A

cientometria preocupa-se com a dinâmica da ciência, como atividade social, tendo como objetos de análise o próprio desenvolvimento científico: no que tange a produção, circulação e consumo (Santos & Kobashi, 2009). O termo metassíntese, por sua vez, refere-se às pesquisas que têm como objetivo sintetizar os dados de um conjunto de estudos de abordagem metodológica qualitativa sobre um tema, e dentre as diferentes abordagens para a construção de metassínteses, destaca-se o metaestudo. De acordo com Paterson et al. (2001), nos metaestudos ocorrem: 1) Análise dos métodos (metamétodo); 2) Análise de referenciais teóricos e analíticos (metateoria) e 3) Análise dos achados das pesquisas (metanálise de dados).

Para realização da metanálise utilizou-se um software gratuito de análise textual lexicográfico, o IRaMuTeQ [Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires] versão 0.7 (Ratinaud, 2014). Foi organizado um corpus textual contendo os resultados e discussões dos 10 artigos, tendo sido os 2 textos de estudos internacionais (um em inglês e outro em espanhol) traduzidos para o português através de inteligência artificial.

Inicialmente, com o intuito de realizarmos a divisão e classificação dos segmentos de texto presentes no corpus, conforme vocábulos associados, realizou-se a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), análise que parte da lógica de correlação para apresentar um esquema hierárquico de classes (Camargo & Justo, 2013). Em seguida, geramos uma Análise de Similitude, que possui sua base na teoria dos grafos, possibilitando a visualização das conexões e da estrutura do corpus, para identificar a coocorrência entre palavras (Marchand & Ratinaud, 2012). Todos os procedimentos realizados possibilitaram uma melhor compreensão e análise qualitativa dos dados.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### *Dados cientométricos*

Para a análise cientométrica, buscamos inicialmente evidenciar as características dos primeiros autores dos artigos: (1) gênero; (2) área de formação acadêmica; (3) vinculação

institucional. Depois, optou-se por caracterizar os artigos acessados considerando: (1) Qualis CAPES; (2) frequência anual; (3) idioma.

#### *Caracterização das(os) primeiras(os) autoras(es)*

Dentre os 10 artigos analisados, encontramos 8 primeiras autoras mulheres (80%) e 2 homens (20%). Nenhum autor escreveu mais de um estudo. Sobre à formação acadêmica das(os) pesquisadoras(es), 9 autoras(es) (90%) estão inseridas(os) na área da psicologia, enquanto apenas 1 (10%) é da área de comunicação e informação. Quanto à localização das instituições as quais as(os) autoras(es) são afiliadas(os), apenas 2 artigos foram internacionais, estando seus autores situados na Colômbia e na Itália. Dentre as produções brasileiras, foram encontrados 8 artigos, dos quais a maioria dos autores, 5 (62,5%), é do eixo Sul-Sudeste, enquanto 1 autor é do Centro-Oeste (12,5%), 1 do Norte (12,5%), e 1 do Nordeste (12,5%).

O fato de os estudos serem predominantemente realizados por pesquisadoras do campo da psicologia, mulheres vinculadas a instituições brasileiras, em sua maioria, pertencentes ao eixo Sudeste-Sul do Brasil, corrobora com pesquisas anteriores que revelam a psicologia como uma profissão majoritariamente feminina, e na qual a Região Sudeste concentra o maior contingente de profissionais formados (44%), enquanto a Região Sul detém o maior número de profissionais ativos (96,7%) (Conselho Federal de Psicologia, 2022).

Ademais, a maior concentração de publicações no eixo Sudeste-Sul do Brasil pode ser explicada pelo fato destas regiões serem apontadas como as maiores produtoras de conhecimento em todas as áreas, estimulado tanto pelos altos investimentos estatais nas instituições localizados nessa região como pela antiguidade de suas estruturas de pesquisas (Cavalcante, 2011).

O artigo publicado na área da comunicação, revela, no entanto, que apesar do fenômeno analisado ser de interesse da ciência psicológica, também deve ser estudado por outras áreas do

conhecimento, pois a capacitação de psicólogas(os) para trabalharem no cenário virtual pode ser um nicho de atuação para diversos profissionais (a exemplo dos comunicadores).

### *Caracterização dos artigos*

Com relação aos estratos de classificação do Qualis-Periódico (Qualis CAPES, quadriênio 2017-2020), destacamos que os artigos internacionais (2) ainda não foram classificados. Além disso, 1 artigo, inserido na área da comunicação e informação, possui qualis A3. As publicações brasileiras no campo da psicologia (7), por sua vez, demonstram não haver homogeneidade quanto ao nível de classificação: 2 (28,57%) possuem qualis B4; 2 (28,57%) B1, 2 (28,57%) A2 e 1 (14,5%) A3. No que concerne a data de publicação, foi levantado 1 (10%) artigo do ano 2019; nenhum do ano 2020; 1 (10%) do ano 2021; 4 (40%) do ano 2022 e 4 (40%) do ano de 2023. Já em relação ao idioma das publicações, foram encontrados, entre os 10 artigos analisados, 8 (80%) em português, 1 (10%) em espanhol, e 1 (10%) em inglês. O aumento no número de publicações a partir do ano de 2022 pode revelar que o interesse pela relação estabelecida entre profissionais de psicologia e mídias digitais se tornou crescente durante a pandemia da covid-19, resultando em publicações em um momento pós pandêmico.

### *Metassíntese qualitativa*

#### *Metateoria*

Uma vez que poucos estudos se posicionam/esclarecem os aportes teóricos que norteiam suas discussões, observamos uma lacuna quanto à evolução teórica do tema analisado. Dentre os artigos que apontaram o referencial teórico que subsidiou o olhar sobre o objeto estudado, não encontramos homogeneidade. Foram mencionadas a Teoria da Subjetividade (Vaz & Mori, 2022), a Teoria Ator-Rede (Silva et al., 2019), a Teoria Crítica da Sociedade (Antunes et al., 2022) e a

Análise Fenomenológica Interpretativa (Margherita et al.). A ausência de um destaque teórico pode indicar um tema ainda recente, que está sendo explorado por diferentes abordagens teóricas.

### *Metamétodo*

No que diz respeito a tipologia da pesquisa, há uma predominância de estudos exploratórios e qualitativos, objetivando explorar aspectos subjetivos e contextuais de um fenômeno recente, principalmente por meio da análise de conteúdo. Não foi encontrada nenhuma revisão de literatura. A revisão, no entanto, aparece como etapa inicial de 3 (30%) diferentes estudos: Telles e Santos (2023); Miguel et al. (2021); Marques et al. (2022). 4 (40%) estudos se comportam como etnografia online, imersão netnográfica ou observação mediada por computador: Silva et al. (2019); Lima e Arruda (2023); Antunes et al. (2022), Marques et al. (2022). 2 (20%) se apresentam como ensaio teórico: Souza et al. (2023); Valderrama et al. (2022), e 3 (30%) realizaram entrevistas/encontros com os seus participantes (Telles & Santos, 2023; Vaz & Mori, 2022; Margherita et al., 2023). Apenas 1 (10%) pesquisa (Miguel et al., 2021) pode ser considerada do tipo quali-quantitativa, por analisar seus dados, coletados através de instrumento/questionário, em duas etapas: uma análise através de software, por meio de estatísticas de comparação, e uma compreensão dos dados textuais por meio da análise de conteúdo temática. Assim, uma vez que neste estudo temos o objetivo de realizar uma metassíntese qualitativa, optamos por incluir apenas os dados qualitativos do estudo de Miguel et al. (2021) em nossas análises.

Como sujeitos da pesquisa, foi quase unânime a escolha pelos profissionais imersos na área da psicologia clínica. Dos 10 artigos analisados, apenas 1 estudo (10%) realiza uma pesquisa de levantamento de dados entre psicólogas(os) sem se restringir a área em que atuam (Miguel et al., 2021), enquanto 9 (90%) se detiveram a discorrer sobre a oferta do serviço de psicoterapia, sendo que 6 destes (66,67%) discutiram sobre a conduta profissional de forma individualizada, sua inserção no mercado de trabalho, e a internet como um recurso no qual a postura ética do

profissional de psicologia precisa ser preservada (Telles & Santos, 2023; Vaz & Mori, 2022; Silva et al., 2019; Souza et al., 2023; Valderrama et al., 2022; Lima & Arruda, 2023), enquanto que 3 (33,33%) refletem sobre uma nova lógica de mercado, a dos serviços de plataformas digitais que oferecem atendimento psicológico, e as suas consequências para a psicologia, seus profissionais e seus clientes (Antunes et al., 2022; Marques et al., 2022; Margherita et al., 2023).

O massivo interesse pela prática de psicoterapia reflete a história da psicologia, na qual a área clínica tem ainda se comportado como hegemônica. Contudo, como defende Oliveira et al. (2022), faz-se necessário compreender que área não é sinônimo de local de atuação, assim como não se esgota em uma associação entre saberes e práticas. Assim, devemos pensar na atuação da(o) psicóloga(o) clínica(o) para além dos domínios do consultório (físico ou digital) e do serviço de psicoterapia. Ademais, a psicologia é composta por diferentes áreas e, portanto, psicólogas(os) que atuam com outras especialidades e outros serviços/produtos, que não a psicoterapia, também estão imersos em um mundo digitalizado e marcado pelo apelo à inserção tecnológica. Como apontam Peixoto e Bentivi (2022) em pesquisa sobre o atual panorama do uso de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) pelas psicólogas(os), antes da pandemia, no Brasil, a clínica é o campo que fazia o menor uso de TICs (33,1%), sendo a tecnologia maior absorvida por áreas como a Psicologia Social/Comunitária (40,2%) e o Trânsito (41,3%). Logo, os estudos analisados nesta revisão de literatura não compreendem todos os campos de inserção dos profissionais de psicologia nas mídias digitais. Observamos, assim, uma lacuna na construção do conhecimento na área.

### *Metanálise*

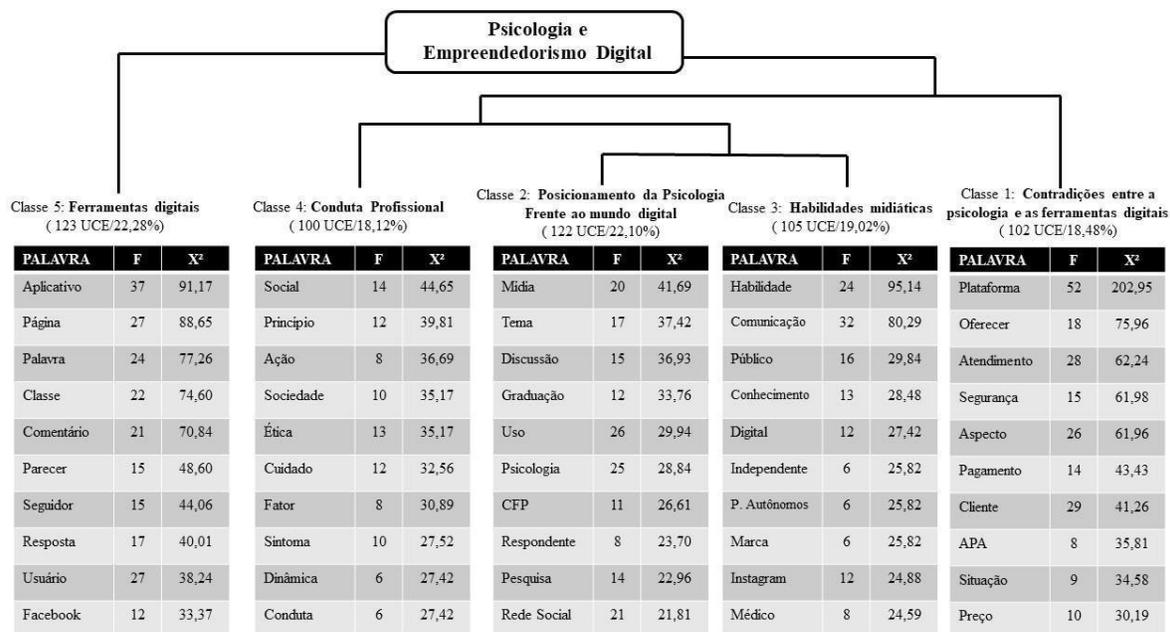
Com o auxílio do IRaMuTeQ, um corpus textual contendo os resultados e discussões dos 10 artigos foi submetido a uma análise de Classificação Hierárquica Descendente (CHD). O software dimensionou o corpus textual em 756 diferentes segmentos de texto, dos quais apenas 552 foram considerados na análise. Assim, os resultados da CHD revelaram 73,02% de taxa de retenção

de segmentos de texto. De acordo com os manuais do software, uma taxa de retenção que indica um bom aproveitamento é igual ou maior que 75% (Camargo & Justo, 2013). Contudo, prosseguimos com a CHD devido ao fato de alguns autores considerarem a retenção mínima de 70% suficiente (Mendes et al., 2019). Para realização da CHD, foram consideradas as palavras que estivessem incluídas nos seguintes critérios: Valor de  $\chi^2 > 3,84$ ; valor de  $p < 0,05$  e valor de frequência igual ou maior a 5,73. O ponto de corte foi estabelecido levando-se em consideração a relação entre o número de ocorrências por texto (26847) e o número de formas (4680).

O dendrograma da [Figura 1](#) demonstra as 10 primeiras palavras que, de acordo com os critérios estabelecidos, constituem o conteúdo das classes da CHD.

**Figura 1 -**

*Dendrograma de Classes da Classificação Hierárquica Descendente (IRaMuTeQ)*



Logo, o corpus dividiu-se em três eixos, formando inicialmente a classe 5 (22,28% dos segmentos de texto) que não mais se decompôs, em uma segunda divisão, foi constituída a

classe 1 (18,48%), sem ramificações, e uma terceira divisão originou as classes 4 (18,12%), 3 (22,10%) e 2 (19,02%).

A classe 5: intitulada de “Ferramentas digitais”, é a que mais se diferencia das demais, sendo composta por estudos que se debruçam sobre a análise dos aspectos técnicos dos “aplicativos” (palavra de maior frequência na classe), plataformas e páginas da internet que oferecem conteúdos/serviços psicológicos. Esta classe compreende as particularidades do funcionamento das ferramentas, como comportamento da página, interação com o usuário, serviços oferecidos e forma de pagamento. Como demonstrado neste trecho:

“Os erros de cobranças gerados pelo aplicativo foram justificados por uma falta de compreensão dos usuários a respeito de seu funcionamento e características. Os comentários apontam, portanto, o cliente como quem não compreende a política do aplicativo.” (Texto 8)

Logo, a classe 5: “Ferramentas digitais”, aponta maior preocupação com as estruturas de funcionamento das plataformas/ferramentas digitais utilizadas para intermediar o atendimento psicoterápico online. A classe 1, por sua vez, se opõe a classe 5 pelo fato de, apesar de também buscar o entendimento sobre as “plataformas” (palavra de maior frequência na classe) nas quais o serviço de psicologia está inserido, ter maior preocupação com a relação estabelecida entre a ferramenta e quem a utiliza (profissionais de psicologia), discutindo se as características deste ambiente online são ou não coerentes com os princípios norteadores da prática psicológica. Como podemos observar:

“Tal exigência ainda não leva em conta especificidades socioeconômicas de eventuais clientes, ao contrário do que preza o Código de Ética Profissional do Psicólogo, além de promover a concorrência” (Texto 9)

“O Código de Ética Profissional do Psicólogo determina que o preço não pode ser usado para propaganda. Encontramos uma controvérsia interessante neste ponto. Pensar as possibilidades de um atendimento online inclui pensar que o consumidor precisa ter uma forma segura de efetuar os pagamentos, e é isso que o pagseguro oferece”. (Texto 3)

Devido a isto, a classe 1 foi intitulada de “Contradições entre a psicologia e as ferramentas digitais”, pois abrange dois aspectos interessantes: Por um lado, reflexões sobre como a psicologia tradicional se relaciona com o atual mundo pós digitalização, enfatizando aspectos que nos fazem pensar que a lógica mercadológica que sustenta as plataformas digitais é incoerente com os valores da psicologia. Por outro lado, no entanto, apontando o quanto, uma vez inserida na lógica do mercado de trabalho, imerso em um cenário capitalista, globalizado e cada vez mais tecnológico, a profissão da(o) psicóloga(o) não é imune às necessidades da modernização, sendo, assim, necessária uma adequada adaptação dos próprios princípios inseridos em seus códigos e normativas ao atual contexto.

O estudo das práticas cotidianas, na perspectiva psicossocial, adotada pela Psicologia Social do Trabalho, denota, particularmente, a sensibilidade de compreender a relação entre trabalho e cotidiano, sendo pelo cotidiano que se dão os processos organizativos e micropolíticos. Uma forma de compreender a importância do cotidiano é atravessada pelo reconhecimento da distância entre trabalho prescrito e trabalho real, noção dada pela ergonomia (Ombredane & Faverge, 1955). Pois, se a tarefa prescrita não é capaz de antecipar-se à imprevisibilidade inerente aos sistemas de trabalho, ou seja, se observamos lacunas existentes entre o que é planejado por trabalhadores e gestores e o que efetivamente é realizado no confronto entre os planos e a realidade concreta, será no dia-a-dia, nas ações cotidianas, que recairá sobre os trabalhadores os desafios e astúcias de criar articulações (Coutinho et al., 2016).

Ao se debruçarem sobre a lógica das plataformas digitais, as classes 5 e 1 da CHD revelam, ainda, que os estudos analisados tem tido interesse por uma nova realidade de trabalho que tem sido assumida pelas(os) psicólogas(os): a da adesão ao trabalho em plataformas/aplicativos que intermedeiam serviços psicológicos. O fenômeno do capitalismo de plataforma, como apresenta Antunes (2023), esconde uma via de precarização do trabalho, pois, se apropriando do discurso de que o profissional terá mais liberdade/autonomia, e assim propagando a retórica de que o profissional autônomo em contexto de plataformização é um empreendedor, a empresa de tecnologia obtém a mais valia gerada pelo serviço, sem preocupação com deveres trabalhistas.

Neste cenário, diversos custos são repassados para o próprio trabalhador, como a compra/aluguel de meios de trabalho e sua manutenção, assim como também boa parte das responsabilidades trabalhistas/fiscais. Frente a isto, compreendemos que a produção científica atual tem lançado luz sobre a necessidade de que novas pesquisas se debruçam sobre os impactos dos atuais desdobramentos da plataformização na carreira de profissionais de psicologia e suas consequências para o trabalhador.

Se as classes 5 e 1 se debruçam sobre o comportamento das plataformas digitais, as classes 4, 3 e 2 tematizam o comportamento/ postura da própria categoria profissional que as utiliza. A classe 4, intitulada “Conduta profissional”, tematiza sobre o compromisso social que a(o) psicóloga(o) deve ter ao fazer uso das mídias, trazendo a importância de manter princípios e ações que valorizem a ética e o cuidado ao bem estar da sociedade. Esta classe, na qual a palavra que aparece com maior recorrência é “social”, se debruça sobre o quanto é necessário que os profissionais de psicologia mantenham sua postura crítica, não se deixando levar por atitudes que contribuem para a psicopatologização da sociedade ou banalização de questões importantes para a saúde pública, apenas como forma de garantir sua promoção/suas vendas. Ademais, a classe reitera o quanto é de extrema importância que o profissional preze pela segurança do usuário, não apenas no que diz respeito aos seus dados compartilhados na internet, mas também à sua condição emocional, como mostra o trecho a seguir:

“Ganha relevância a integração da competência técnico-profissional para usar de forma adequada as ferramentas tecnológicas com as competências éticas. Isso implica que cada profissional deve submeter a sua própria observação e avaliação essa integração”. (Texto 5)

Se a classe 4 se debruça sobre uma avaliação da conduta da(do) psicóloga(o), a(o) responsabilizando, a nível individual, pelo seu compromisso com o exercício da profissão, a classe 2, por sua vez, nomeada de “Posicionamento da psicologia frente ao mundo digital”, reflete sobre o fazer destes profissionais enquanto categoria e, assim, se debruça sobre como a psicologia enquanto construtora de conhecimento, ainda precisa evoluir suas discussões sobre a atuação dos seus

profissionais frente a um mercado de trabalho marcado pelo capitalismo da informação (Han, B., 2022). Isto fica evidente no seguinte trecho:

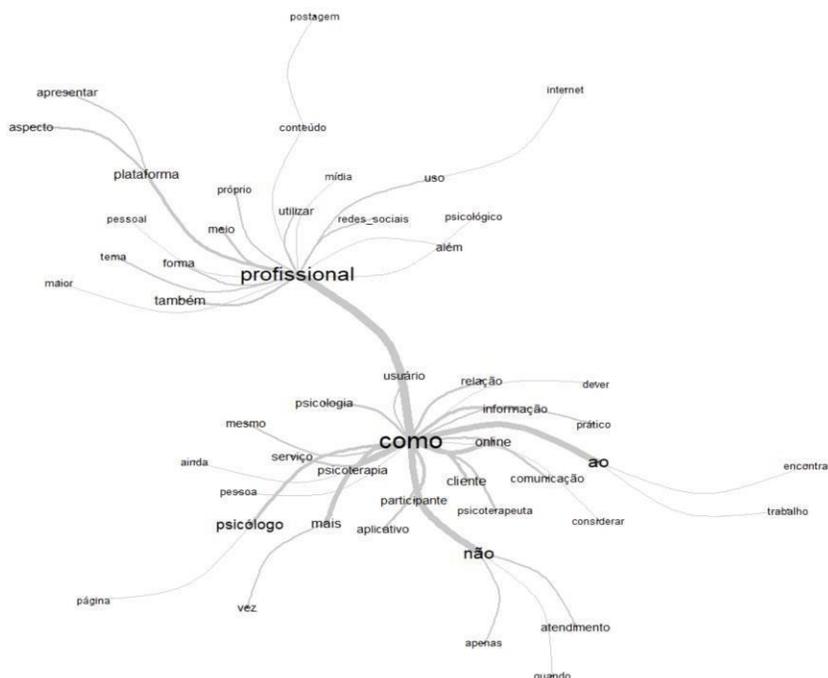
“A esmagadora maioria também apresenta respostas que apontam para a quase total ausência de discussões sobre mídia na graduação.” (Texto 6)

Por sua vez, “Habilidades midiáticas” foi o nome definido para a classe 3, que aborda estudos que se debruçam sobre as “habilidades” (palavra de maior frequência na classe) necessárias a(ao) psicóloga(o) como profissional autônoma(o) que utiliza as mídias digitais como ferramenta de trabalho, como expressa o trecho abaixo:

“Ele precisou aprimorar suas habilidades de escrita, estratégia de comunicação e compreensão das lógicas da plataforma digital, o que conseguiu por meio de cursos, leituras, tentativa e erro, e prática em sua própria rede social.” (Texto 1)

## Figura 2 -

### Apresentação da Análise de Similitude (IRaMuTeQ)



A Análise de Similitude, que gerou a [Figura 2](#), acima, aponta insights interessantes que

contribuem com os resultados da CHD. Para realização desta análise, foram estabelecidos os mesmos critérios de inclusão utilizados na CHD. Contudo, por questões de ajustes gráficos, selecionamos para compor a imagem apenas as primeiras 50 palavras de maior frequência no corpus textual. Os resultados demonstram que os estudos sobre a relação do profissional de psicologia com a mídia focam em discussões sobre técnica e ética. Por um lado, o destaque para a palavra “profissional”, lança luz sobre a reflexão acerca de quem é a(o) psicóloga(o) que tem aderido ao trabalho nos cenários virtuais: quais as técnicas, conhecimentos e habilidades que esta(este) profissional possui ou deve adquirir. Por outro lado, se reforça o cuidado sobre “como” este profissional deve se portar. A ênfase na palavra “não” indica que os estudos se dedicam a discutir o que não condiz com uma conduta profissional adequada (ética).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Frente aos resultados obtidos, chegamos a uma síntese final dos dados, que destacou a natureza exploratória dos estudos acerca da relação entre profissionais de psicologia e o empreendedorismo digital. A baixa quantidade de estudos encontrados dentro da temática (10), a heterogeneidade das publicações quanto aos estratos de classificação dos periódicos; o aporte teórico e os métodos utilizados; assim como o fato de que ainda não há um autor que, dentre os estudos selecionados, se destaca nas citações, apontam para o entendimento de que este campo de pesquisa ainda está em estágio inicial de desenvolvimento. Nota-se que o interesse pela temática em análise se tornou crescente com a pandemia de covid-19 e que por isso as publicações passaram a datar de um momento pós pandêmico. Devido ao fato de o fenômeno ser recente, justifica-se a escassez de publicações. Contudo, percebe-se que novas revisões de literatura, incluindo teses, dissertações, livros e documentos técnicos, possam encontrar maior número de estudos.

Ademais, o fato de não haver nenhum artigo que referiu-se aos profissionais de psicologia como empreendedores levanta algumas questões que tornam-se relevantes problemas norteadores para o desenvolvimento de pesquisas futuras:

- a) Sendo o empreendedorismo um movimento ligado à inovação, a atividade de atendimento psicológico, historicamente já exercida pela maioria dos profissionais de psicologia de forma autônoma, por si só, não se revela um negócio/empreendimento. Logo, o atendimento psicológico online pode não estar sendo compreendido como atividade empreendedora, por ser apenas mais uma opção de modalidade/ intermediação de uma prática já existente na psicologia, a psicoterapia. Questiona-se os motivos pelos quais negócios que ofertam psicoterapia não são compreendidos como empreendimentos, assim como se destaca a importância de novas investigações sobre outras práticas/serviços/produtos ofertados por psicólogas(os) na internet.
- b) A não identificação de negócios que ofertam psicoterapia como práticas empreendedoras pode ser reflexo da associação negativa do empreendedorismo, em particular o digital, com práticas não éticas e incoerentes com os valores da psicologia, como demonstram os dados desta pesquisa. Novos estudos, que incluam a percepção do público que é cliente do serviço, assim como de seus profissionais, sobre a temática, se fariam relevantes.
- c) Entende-se que quando as(os) psicólogas(os) realizam a psicoterapia online inseridas em plataformas digitais, elas(eles) são absorvidas(os) por um contexto de plataformação. Esta nova modalidade de trabalho opera no fértil terreno do neoliberalismo e sua lógica empreendedora. Pois, propagando a promessa de liberdade no gerenciamento do próprio trabalho, as plataformas digitais atraem trabalhadores por conta própria, autônomos ou independentes. O trabalhador passa a internalizar o controle da atividade, gerenciando sua jornada de trabalho e o seu desempenho, assumindo um comportamento empreendedor. Contudo, tudo isto ocorre de maneira subordinada às regras

determinadas pelos algoritmos das plataformas, em um mecanismo que podemos compreender, então, como um autogerenciamento algorítmico e subordinado, que nada se assemelha à autonomia esperada no empreendedorismo. Observa-se, assim, a necessidade de questionamentos sobre a identidade deste profissional e as estratégias por ele desenvolvidas em seu cotidiano laboral.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antunes, D. C., Holanda, R. R., Sousa, B. L. F., Júlio, N. O., & Silva, L. M. (2022). Psicoterapia on-line e economia do compartilhamento: Um estudo de caso do aplicativo FalaFreud. *Psicologia USP*, 33, 1-15.
- Antunes, R. (2023). Uberização do trabalho e capitalismo de plataforma: uma nova era de desantropomorfização do trabalho? *Análise Social*, 58(3), 512-532.
- Baggio, A., & Baggio, D. (2015). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Britto, F., & Wever, L. (2003). Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. *Negócio*.
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518.
- Cavalcante, L. R. (2011). *Desigualdades regionais em ciência, tecnologia e inovação (CT&I) no Brasil: uma análise de sua evolução recente*. Rio de Janeiro: IPEA.
- Conselho Federal de Psicologia. (2022). Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro: Formação e inserção no mundo do trabalho. Brasília: CFP. [https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo\\_psicologia\\_Vol1.pdf](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol1.pdf)
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Elsevier.
- Coutinho, M. C., Oliveira, F., & Sato, L. (2016). Olhar o cotidiano: percursos para uma psicologia social do trabalho. *Psicologia USP*, 27(2) 289-295.

- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: Conceituação, produção e publicação. *LOGEION: Filosofia da Informação*, 6(1), 57–73.
- Hafezieh, N., Akhavan, P., & Eshraghian, F. (2011). Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(4), 267-279.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Editora Vozes.
- Lima, L. S. M., & Arruda, A. B. (2023). Psicólogos no Instagram: A abordagem de transtornos mentais e a patologização da vida neste espaço. *Diálogo e Interação*, 17(2), 36-50.
- Marchand, P., & Ratinaud, P. (2012). L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels: les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française. *JADT*.
- Margherita, G., Caffieri, A., & De Maio, N. (202). When the algorithm 'matches' us: The experiences of early-career psychologists on online platform services for psychotherapy and counselling in Italy. *Counselling & Psychotherapy Research*, 24(2), 666– 680.
- Marques, L. G., Ottolia, R. F., Silva, N. H. L. P., & Antúnez, A. E. A. (2022). Psicoterapia online: Regulamentação e reflexo nas plataformas de atendimento. *Psicologia em Pesquisa*, 16, 1-25.
- Mendes, A. M., Tonin, F. S., Buzzi, M. F., Pontarolo, R., & Fernandez-Llimos, F. (2019). Mapping pharmacy journals: A lexicographic analysis. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 15(2), 1464-1471.
- Miguel, R. B. P., Arndt, G. J., & Pires, J. G. (2021). Psicólogos e o uso das mídias: Um relato de pesquisa. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 41, 1-15.
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029– 1055.

- Oliveira, E. N. P., Moita, D. S., Aquino, C. A. B. (2016). O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização. *Psicologia Política*, 16(36), 207–226.
- Oliveira, I. F., Costa, V. C. A., & Yamamoto, O. H. (2022). A Psicologia no Brasil: Uma história em construção. In A. V. B. Bastos (Org.), *Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro: Formação e inserção no mundo do trabalho*, (1)(pp. 11-41). Conselho Federal de Psicologia.
- Ombredane, A., & Faverge, J. M. (1955). *L'analyse du travail*. Paris, França: PUF.
- Paterson, B. L., Thorne, S. E., Canam, C., & Jillings, C. (2001). *Meta-study of qualitative research: A practical guide to meta-analysis and meta-synthesis*. Sage.
- Peixoto, A. L. A., & Bentivi, D. R. C. (2022). O impacto de novas tecnologias na atuação profissional. In A. V. B. Bastos (Org.), *Quem faz a Psicologia brasileira? Condições de trabalho, fazeres profissionais e engajamento social* (pp. 150–169). Conselho Federal de Psicologia.
- Ratinaud, P. (2014). Iramuteq: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires - 0.7 alpha 2. <http://www.iramuteq.org>.
- Sabino, A. M.; Abilio, L. C. (2019). Uberização: O empreendedorismo como novo nome para a exploração. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento*, 2 (2), 109-135.
- Santos, R. N. M., & Kobashi, N. Y. (2009). Bibliometria, cientometria, infometria: Conceitos e aplicações. *Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, 2(1), 155-172.
- Sato, L., Coutinho, M. C., & Bernardo, M. H. (2018). *Psicologia social do trabalho*. Editora Vozes Limitada.
- Schumpeter, J. A. (1985). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. Nova Cultural.

- Silva, C. M., Junior, S. P., Andrade, F. S., & Botelho, R. W. M. (2019). Etnografia das práticas psis no Facebook. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 9(2), 197-220.
- Souza, M. F. F., Siqueira, S. H. A., Oliveira, A. A., Mazini, É. G., Damasceno, M. R., Carvalho, M. H., & Marques, G. C. (2023). Início de carreira na Psicologia Clínica. *Pensar Acadêmico*, 21(4), 1346-1352.
- Telles, M., & Santos, L. C. (2023). Autônomos e conectados: Desenvolvimento de competências comunicacionais e presença de profissionais em plataformas digitais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 20(58), 242-264.
- Valderrama, B. P. B., Uribe-Cerdas, O. E., Vera-Márquez, Á. V., Acero-Rodríguez, P. D., & Jiménez-Jiménez, W. A. (2022). Perspectiva del cuidado en la ciberpsicología: Reflexiones éticas. *Revista de Psicología*, 25(2), 237-245.
- Vaz, A. M. de A., & Mori, V. D. (2022). Configurações subjetivas da psicoterapia em sua divulgação no Instagram: Reflexões sobre a atuação do psicoterapeuta. *Investigação Qualitativa Durante e Pós-Pandemia*, 15, 1-14.

### **ESTUDO 3**

## **EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA PSICOLOGIA? ANÁLISE SOBRE O PERFIL PROFISSIONAL E A ATIVIDADE LABORAL**

### **RESUMO**

Este estudo objetiva realizar uma análise da relação entre os profissionais de psicologia e o empreendedorismo digital. Para tanto, foi realizado um levantamento de dados, por meio de questionário inserido na plataforma Google Forms. Para delinear os sujeitos da pesquisa, respeitamos o critério de acessibilidade, tendo, através da divulgação do estudo em redes sociais, sido alcançados o total de 126 respondentes. As informações acessadas foram submetidas a análises estatísticas descritivas e testes de associação realizados com o auxílio de um software de análise estatística. Os resultados indicam um perfil evidente de psicólogas(os) que se consideram empreendedoras(es) digitais. Destaca-se que são mulheres; formadas em instituição de ensino privada há mais de 1 ano e atuando na profissão pelo mesmo período, com ênfase de atuação na área da psicologia clínica. Estas profissionais não trabalham com a psicologia apenas na internet e utilizam as mídias digitais entre 1 a 5 anos, período que coincide com a realidade imposta pela pandemia da covid-19. Em especial, utilizam a rede social Instagram como estratégia para captar clientes e divulgar serviços, e se capacitaram para exercer esta atividade por conta própria. Os dados da análise de associação entre as variáveis qualitativas da pesquisa, associados ao perfil dos participantes, revelam a necessidade de uma maior problematização sobre a retórica do empreendedorismo digital no campo da psicologia, fenômeno que tem impactado a categoria

profissional e sua construção identitária, se mostrando, hoje, como uma oportunidade para os profissionais, mas também sublimando condições de precariedade existentes na profissão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Profissionais de Psicologia; Psicólogos; Empreendedorismo digital; Mídias digitais; Psicologia Social do Trabalho.

## **DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN PSYCHOLOGY? ANALYZING THE PROFESSIONAL PROFILE AND WORK ACTIVITY**

### **ABSTRACT**

This study aims to analyze the relationship between psychology professionals and digital entrepreneurship. To achieve this, data collection was conducted through a questionnaire hosted on the Google Forms platform. The selection of research participants followed an accessibility criterion, with a total of 126 respondents reached through the study's dissemination on social media. The accessed data were subjected to descriptive statistical analyses and association tests performed using statistical analysis software. The results indicate a clear profile of psychologists who consider themselves digital entrepreneurs. It is noteworthy that the majority are women; graduated from private educational institutions more than a year ago and have been practicing their profession for the same period, predominantly in the field of clinical psychology. These professionals do not exclusively practice psychology online and have been using digital media for 1 to 5 years a period that aligns with the reality imposed by the COVID-19 pandemic. Specifically, they use the social network Instagram as a strategy to attract clients and promote their services, and they trained themselves to carry out this activity independently. The association analysis between the qualitative variables of the research, linked to the participants' profiles, reveals the need for further critical examination of the rhetoric of digital entrepreneurship in the field of psychology a phenomenon

that has impacted the professional category and its identity construction. Today, it presents itself as an opportunity for professionals but also conceals existing precarious conditions within the profession.

**KEYWORDS:** Psychology Professionals; Psychologists; Digital Entrepreneurship; Digital Media; Social Psychology of Work.

## **¿EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA PSICOLOGÍA? ANALIZANDO EL PERFIL PROFESIONAL Y LA ACTIVIDAD LABORAL**

### **RESUMEN**

Este estudio tiene como objetivo realizar un análisis de la relación entre los profesionales de la psicología y el emprendimiento digital. Para ello, se llevó a cabo una recopilación de datos mediante un cuestionario insertado en la plataforma Google Forms. Para delimitar a los sujetos de la investigación, se respetó el criterio de accesibilidad, logrando alcanzar un total de 126 encuestados a través de la divulgación del estudio en redes sociales. La información recopilada fue sometida a análisis estadísticos descriptivos y pruebas de asociación, realizadas con el apoyo de un software de análisis estadístico. Los resultados indican un perfil evidente de psicólogas/os que se consideran emprendedoras/es digitales. Se destaca que son mujeres; egresadas de instituciones privadas hace más de un año y que han estado ejerciendo la profesión durante el mismo período, con énfasis en el área de la psicología clínica. Estas profesionales no trabajan únicamente con la psicología en internet y utilizan las redes digitales desde hace entre 1 y 5 años, un período que coincide con la realidad impuesta por la pandemia de COVID-19. En particular, utilizan la red social Instagram como estrategia para captar clientes y promocionar servicios, y se han capacitado de manera autodidacta para ejercer esta actividad. Los datos del análisis de asociación entre las variables cualitativas del estudio, en relación con el perfil de los participantes, revelan la necesidad de una mayor problematización sobre la retórica del emprendimiento digital en el campo de la

psicología, un fenómeno que ha impactado a la categoría profesional y su construcción identitaria. Hoy se presenta como una oportunidad para los profesionales, pero también oculta condiciones de precariedad existentes en la profesión.

**PALABRAS CLAVE:** Profesionales de la psicología; Psicólogos; Emprendimiento digital; Redes sociales; Psicología social del trabajo.

## INTRODUÇÃO

Segundo Dornelas (2014), mesmo sendo um fenômeno conceituado de diferentes modos, ao analisarmos algumas definições para o termo “empreendedorismo”, encontraremos algumas características consensuais, principalmente no que diz respeito ao comportamento do empreendedor, tais como: iniciativa para criar um novo negócio; paixão pelo que faz; utilização de recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico; e conhecimento dos riscos calculados e a possibilidade de fracasso. Desta forma, o autor define que empreendedorismo seria o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

As transformações sociais e tecnológicas têm promovido inovações para o mundo dos negócios, proporcionando novos paradigmas, gerando novos cenários produtivos e impactando a economia e as cenas do trabalho. Desta forma, diferentes atividades laborais tem sofrido modificações diante do desenvolvimento tecnológico e da consequente inserção dos profissionais no contexto de digitalização/ virtualização. Sobre as transformações ocorridas na atividade de trabalho de empreendedores, Bezerra et al. (2022) em estudo da literatura sobre a temática, compreendem que uma abordagem crescente e que requer atenção é o empreendedorismo digital, que engloba a mudança de produtos físicos em serviços digitais, a interação dos consumidores nas redes sociais e a introdução de dispositivos digitais nos processos de compra. Pode-se dizer que esta modalidade de empreendedorismo é organizada em diferentes tipos, a citar o Marketing de

Afiliaados (divulgaçaõ de anúncios/venda de produtos inseridos em plataformas); o E-commerce (qualquer tipo de comércio online, toda compra e venda que é realizada por meio de um equipamento eletrônico); o Influenciador digital (indivíduo que usa seus perfis nas redes sociais para dialogar com seu público) e o Live Streaming (Plataformas de streaming ao vivo que possibilitam a interação com o público através de diferentes recursos digitais).

No que diz respeito a história da psicologia como profissão, devido à ausência de ofertas de emprego e à baixa remuneração, identifica-se que uma alta porcentagem de trabalhadores recorrem à inserção profissional de forma autônoma, adotando estratégias que os aproximam do ato de empreender. O empreendedorismo, através da oferta de novos serviços/produtos, criando novas maneiras de se relacionar com o cliente e promover o acesso de novas populações à psicologia, atua como alternativa para o alcance de notoriedade da profissão e fuga do desemprego por parte das(dos) psicólogas(os) (Marcondes, 2014, Marcondes & Zanelli, 2016).

Quanto ao atravessamento das tecnologias, das mídias digitais e das redes sociais na prática do profissional de psicologia, há pelo menos 18 anos o Conselho Federal de Psicologia (CFP) discute e regulamenta o atendimento psicológico mediado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICS). Contudo, com a pandemia de covid-19 e com as medidas sanitárias de distanciamento social dela resultantes, vivenciamos uma aceleração de agenciamentos na relação entre as(os) psicólogos(os) e as tecnologias. Frente a este cenário, foram evidenciadas duas práticas profissionais: a) A oferta de serviços psicológicos amplamente caracterizada pelos atendimentos online, mediados (em modalidade remota), b) O desenvolvimento de perfis de psicólogas(os) na internet, com o objetivo de divulgar serviços e produzir conteúdo, pautando modos de fazer e de divulgar a psicologia nas redes sociais, a exemplo do Instagram. Estas(es) profissionais assumiram, portanto, o papel de criadoras(es) de conteúdo digital ou influenciadoras(es) digitais (Miranda, et al., 2023).

Diante do atual contexto, fundamentado pelo arcabouço teórico da Psicologia Social do Trabalho (PST), este estudo parte da defesa de que o trabalho ocupa posição central na sociedade e

na construção da subjetividade, sendo norteador da compreensão do homem enquanto ser social, construindo sentidos e significados, guiando sua noção do tempo e da realidade. Compreende-se, assim, o trabalho como um recurso para a individualização, uma forma do indivíduo construir um significado de si mesmo e da sociedade onde vive, assumindo, pois, importância na estruturação do sujeito e de processos psíquicos, tais como identidade e saúde mental. Desta forma, para investigarmos fenômenos do mundo do trabalho, faz-se necessário pensar as consequências psicossociais de desarranjos que possam surgir entre o trabalho realizado, a identidade e as significações (Aquino, 2008; Bendassolli, 2011).

Logo, nesta pesquisa, levanta-se a necessidade de problematizar se, uma vez que o empreendedorismo é compreendido como uma ação envolvida com o desenvolvimento econômico e com a condição de inovação, liberdade e criatividade, todas as práticas desenvolvidas pelos profissionais de psicologia em ambiente virtual estão mesmo se configurando como um empreendedorismo digital. Desta forma, visamos analisar os vários níveis de relação consequentes do fenômeno do empreendedorismo digital na psicologia. Com esta finalidade, partimos dos seguintes objetivos específicos: a) Identificar o perfil de profissionais de psicologia que têm se identificado como empreendedoras(es) digitais, assim como suas trajetórias laborais; b) Caracterizar como se organiza a atividade de trabalho desta(e) profissional (estratégias, recursos, processos, produtos, serviços).

## **MÉTODO**

### *Instrumento*

As informações foram acessadas por meio de um questionário online (Apêndice C), inserido na plataforma Google Forms. O instrumento, formulado no final de dezembro de 2023, inicialmente foi submetido à análise independente de seis juízes(as). Como juízes(as), foram selecionados(as) especialistas em psicologia, psicólogas proprietárias de empresas no campo da

psicologia e pesquisadores em outras áreas correlatas. Foi solicitado que os leitores opinassem sobre o tempo destinado para a conclusão do instrumento; a relevância das questões e a ordem de apresentação, levando em consideração a pertinência e coerência com a temática central da pesquisa. Após análise, perguntas foram excluídas/incluídas, a sequência das questões foram alteradas, assim como a redação e o formato (múltipla escolha ou pergunta direta). Desta forma, concluímos o objetivo de divulgar um questionário de fácil acesso, de rápida compreensão e resposta. A estrutura final do instrumento se apresentou da seguinte maneira: Uma fase de triagem; um questionário com 20 questões abertas e de múltipla escolha sobre a prática profissional na psicologia, no empreendedorismo e nas mídias digitais; e um questionário sociodemográfico contendo 7 perguntas de respostas de múltipla escolha. Todas as etapas eram obrigatórias. Em média, os respondentes levaram 10 minutos para concluir sua participação.

### *Participantes*

A versão final do questionário foi aberta ao público em 05 de fevereiro de 2024 e teve sua possibilidade de receber respostas encerrada em 30 de abril do mesmo ano. As pessoas tiveram acesso ao instrumento através de link compartilhado em larga escala, de forma independente e aleatória, através das redes sociais Instagram e Whastapp. Como pré-requisito para acessar ao instrumento na íntegra, os participantes eram solicitados a responder inicialmente uma fase de triagem. Nesta etapa, era preciso confirmar se 1) “É profissional de psicologia”; 2) “Se considera empreendedor” e 3) “Trabalha ofertando algum serviço ou produto através das mídias digitais”. Ao todo, 163 pessoas, de todo o país, tiveram acesso ao instrumento, porém já na primeira pergunta 2 questionários foram excluídos por não serem representativos de profissionais de psicologia. Ao evoluírem para a segunda pergunta, 23 pessoas foram impedidas de continuar a responder ao questionário, por não se considerarem empreendedoras, e na terceira questão, por sua vez, 12 pessoas pararam de acessar ao instrumento, uma vez que não preenchiam o critério sinalizado. Desta forma, 126 psicólogas(os) responderam ao questionário na íntegra.

### *Procedimentos éticos e de coleta de dados*

O presente estudo recebeu parecer favorável do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) sob Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) Nº 74148423.8.0000.5188, parecer Nº 6.460.951 (Anexo A). Os participantes assinaram o TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice D) e foram instruídos sobre o caráter voluntário e anônimo, assim como benefícios/riscos da pesquisa. Todos foram orientados sobre a possibilidade de desistir de participar a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

Todas as pessoas participantes do estudo responderam ao questionário de forma auto-aplicada, seguindo as instruções contidas no formulário. Ao final da pesquisa os resultados serão amplamente divulgados nas redes sociais da pesquisadora, e também serão encaminhados para o Conselho Federal de Psicologia.

### *Procedimento de análise dos dados*

Os dados da pesquisas foram analisados de duas maneiras, inicialmente pelo método de estatística descritiva com base na frequência absoluta e relativa das respostas obtidas com o questionário. Em seguida, com o auxílio de um software para análise estatística (Statistical Package for the Social Sciences – SPSS), aplicou-se o método estatístico de análise fatorial denominado Análise de Correspondência (ANACOR), uma técnica exploratória que, segundo Greenacre (2016), foi desenvolvida para analisar tabelas de contingência de dupla e múltiplas entradas, por meio de medidas de correspondência entre linhas e colunas permitindo, assim, obter uma representação gráfica multidimensional da dependência entre as linhas e/ou colunas, onde estas representam variáveis categóricas. A representação gráfica é obtida pela distribuição de scores das categorias de linhas e colunas; marcando estas categorias como pontos, onde os scores são utilizados como as coordenadas destes pontos. A ANACOR é uma análise que demonstra as relações entre variáveis categóricas e contínuas.

## RESULTADOS

Esta seção será apresentada em duas etapas. Inicialmente, os dados obtidos através da pesquisa realizada, serão apresentados de forma descritiva, de modo a compreendermos o perfil dos respondentes: profissionais de psicologia que afirmam trabalhar com o empreendedorismo digital. Posteriormente, serão realizadas associações entre as variáveis categóricas obtidas, com o intuito de evidenciar possíveis padrões e tendências que caracterizam a organização da atividade de trabalho.

### *Análise Descritiva*

#### *Perfil sociodemográfico e laboral dos participantes*

O estudo apresentou um perfil de participante mais evidente (tal qual demonstra a Tabela 1): Mulheres, com idade entre 20 e 40 anos, que se graduaram em instituição de ensino privada, não têm formação em outras áreas do conhecimento para além da psicologia, e trabalham em jornadas totais entre mais de 20 horas até 40 horas por semana. Sobre a área de atuação profissional dentro da psicologia, questão para a qual as(os) respondentes poderiam informar mais de uma resposta, a pesquisa evidenciou um dado extremamente significativo: 99,20% das participantes realizam seu trabalho no contexto da psicologia clínica, totalizando um número de 125 das(dos) 126 respondentes.

**Tabela 1 –***Perfil das(dos) participantes da pesquisa*

<b>Perfil sociodemográfico</b>			<b>Perfil laboral</b>		
<b>Gênero</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Graduação</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Feminino	120	95,2	Instituição Ens. Pública	40	31,7
Masculino	6	4,8	Instituição Ens. Privada	86	68,3
Outro	-	-	<b>Tempo de formada(o)</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Idade</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Menos de 1 ano	13	10,3
20 a 30 anos	47	37,3	De 1 até 5 anos	35	27,8
31 a 40 anos	58	46,03	Mais de 5 até 10 anos	38	30,2
41 a 50 anos	17	13,49	Mais de 10 anos	40	31,7
51 a 60 anos	3	2,38	<b>Formação</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
61 anos ou mais	1	0,87	Graduação	85	67,5
<b>Região do país</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Especialização	93	73,8
Norte	2	1,6	Mestrado	30	23,8
Nordeste	52	41,6	Doutorado	9	7,1
Sul	16	12,8	<b>Áreas de conhecimento</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Sudeste	45	36	Apenas Psicologia	97	76,98
Centro Oeste	10	8	Formação em outras	29	23,02
<b>Estado Civil</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Exercício profissional</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Solteiro(a)	36	28,6	Menos de 1 ano	17	13,5
Casado(a)	63	50	De 1 até 5 anos	38	30,2
União Estável	18	14,3	Mais de 5 até 10 anos	37	29,4
Viúvo(a)	-	-	Mais de 10 anos	34	27
Divorciado(a)	9	7,1	<b>Atuação profissional*</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Nº de Filhos(as)</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Psi.	13	10,3
Nenhum	79	62,7	Psi. Da Saúde/Hospitalar	14	11,1
1	30	23,8	Psi. Social/Comunitária	11	8,7
2	14	11,1	Psi. Escolar/Educacional	8	6,3
3	3	2,4	Psi. Clínica	125	99,20
4 ou mais	-	-	Psi. do Esporte	2	1,6
<b>Renda Mensal</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Área acadêmica	6	4,76
Nenhuma	1	0,8	Estimulação Cognitiva	1	0,8
Até 1 salário mínimo (SM)	13	10,3	Psi. Do Tráfego	1	0,8
De 1 até 3 SM	34	27	Orientação profissional	1	0,8
Mais de 3 até 6 SM	31	24,6	Psi. Jurídica	1	0,8
Mais de 6 SM	47	37,3	Mentoria	1	0,8
<b>Jornada de trabalho</b>	<b>F</b>	<b>%</b>			
Até 10h semanais	14	11,1			
De 10h até 20h semanais	15	11,9			
Mais de 20h até 30h sem.	42	33,3			
Mais de 30h até 40h sem.	35	27,8			
Mais de 40h semanais	20	15,9			

*Empreendedorismo digital na psicologia: Caracterização da atividade de trabalho*

Dando seguimento às análises, torna-se crucial apresentar um resumo das respostas das(dos) participantes da pesquisa a respeito de algumas características de sua atividade de empreendedorismo nas mídias digitais. Tal qual demonstra a tabela apresentada no Apêndice E, 100% das(dos) respondentes (126) faz uso da rede social Instagram como ferramenta digital de trabalho.

De modo geral, no cenário da internet, essas(esses) profissionais trabalham apenas com conteúdos/produtos/serviços inseridos no campo da psicologia, porém não trabalham apenas no meio digital e dedicam menos de 10 horas de trabalho às suas atividades online. Além disto, identificam que possuem um nicho específico de atuação. Quanto as finalidades de uso do meio digital como ferramenta de trabalho, pergunta para a qual as(os) participantes poderiam emitir mais de uma resposta, a maioria sinalizou que objetiva, através da internet, captar clientes 86,5% (109) ou divulgar serviços e produtos 80,2% (101), apesar de que 65,9% (83) alega utilizar a internet para fazer vínculo/contato com outros profissionais (networking), e 50,8% (64) alega utilizar a internet para venda de serviços e produtos.

Já em relação há quanto tempo utilizam o meio digital como ferramenta de trabalho, notou-se uma evidente discrepância, 53,2% das(doss) respondentes (67) fazem uso há cerca de 1 até 5 anos enquanto apenas 0,8% (1) utiliza mídias digitais a mais de 10 anos. Quanto a percepção de se foram capacitadas para o empreendedorismo durante a graduação de psicologia, uma porcentagem significativa de pessoas 89,7% (113) respondeu que nada, já em relação a terem sido capacitadas de forma específica para o empreendedorismo digital, observamos que esta insatisfação ainda se tornou crescente, tendo 99,2% das respondentes (125) dito que não foram nada capacitadas durante a faculdade, enquanto apenas 0,8% (1) acredita que foi pouco instruída. Por sua vez, em relação ao quanto o Conselho Federal de Psicologia norteou as práticas destas profissionais de psicologia na internet, as(os) respondentes sinalizaram que pouco se sentem instruídas(os).

Uma vez que sentem que não foram capacitadas(os) durante o curso de psicologia para esta atividade laboral, as(os) psicólogas(os) tem se capacitado de outras formas. Sendo uma pergunta que permitia mais de uma opção de resposta, 69% das(dos) respondentes (87) sinalizaram ter sido autodidatas quanto ao tema empreendedorismo digital, enquanto que 48,4% (61) dizem ter feito curso com profissionais especialistas na área de tecnologia, informação e comunicação, 38,1% (48)

indicam ter feito cursos/capacitações ministradas por outras(os) psicólogas(os) e 31,7% (40) pagam assessoria e mentoria (mas não sinalizou com qual tipo de profissional). Quanto a quem gerencia as mídias (plataformas, sites, aplicativos, redes sociais) que a(o) profissional utiliza em seu trabalho, 79,4% (100) dos respondentes sinalizaram trabalhar por conta própria, enquanto um número menos significativo, 18,3% (23) indicou ser assessorado por profissionais especialistas na área de mídias digitais.

### *Análise de Correspondência*

Foi realizada a Análise de correspondência (ANACOR) no software SPSS, visando a possível associação entre as variáveis categóricas que foram empregadas na pesquisa. Essas variáveis desempenham um papel fundamental na compreensão do grau de envolvimento do profissional de psicologia contemporâneo com o empreendedorismo digital. A análise dessas variáveis permite não apenas descrever esse envolvimento, mas também identificar possíveis associações e determinar o grau de interferência e dependência entre elas, contribuindo para uma compreensão mais abrangente do fenômeno em estudo. A Tabela 2 indica as variáveis utilizadas na análise, a tabela apresentada no Apêndice F, por sua vez, identifica o resumo dos valores de *P* para correspondência entre elas, lembrando que um valor  $p < 0.05$  revela uma relação significativa entre as variáveis testadas.

Embora todas as questões tenham se caracterizado como objetivas e com respostas de múltipla escolha, algumas das questões apresentam possibilidades de respostas pautadas na compreensão/avaliação dos respondentes, uma vez que os questionários foram autoaplicados e emanam respostas que se baseiam na perspectiva de cada participante. Defendemos, portanto, que acessar a compreensão dos participantes é uma etapa importante para um entendimento inicial e exploratório do fenômeno estudado.

**Tabela 2 –***Resumo das variáveis categóricas e nominais utilizadas na pesquisa*

<b>Abreviatura da variável</b>	<b>Descrição da Variável</b>	<b>Objetivo da variável</b>	<b>Respostas de múltipla escolha</b>
<i>JST</i> (Jornada Semanal de Trabalho)	Descreve o tempo que a(o) profissional se dedica semanalmente ao trabalho na psicologia.	Saber o grau de esforço e horas de trabalho dedicadas ao exercício da psicologia.	Menos de 10h; De 10h até 20h; Mais de 20h até 30h; Mais de 40h.
<i>TG</i> (Tipo de Graduação)	Descreve se a(o) profissional concluiu graduação em instituição pública ou privada.	Saber o tipo de graduação e sua influência em outras variáveis.	Público; Privado.
<i>APMD</i> (Apenas Psicologia no Meio Digital)	Descreve se a(o) profissional só exerce atividade de trabalho na psicologia por meio digital ou não.	Saber o ambiente de atuação da(do) profissional.	Atua somente no meio digital (Sim); Atua em diferentes meios (Não);
<i>TCG</i> (Tempo de Conclusão da Graduação)	Descreve a quanto tempo a(o) profissional concluiu a graduação.	Saber a experiência de mercado da(do) profissional.	Menos de 1 ano; De 1 até 5 anos; Mais de 5 até 10 anos; Mais de 10 anos.
<i>TUMD</i> (Tempo de Utilização do Meio Digital como recurso para o trabalho)	Descreve a quanto tempo a(o) profissional atua no meio digital.	Saber a experiência da(do) profissional no meio digital.	Menos de 1 ano; De 1 até 5 anos; Mais de 5 até 10 anos; Mais de 10 anos.
<i>TSED</i> (Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital)	Descreve o tempo que a(o) profissional se dedica semanalmente a empreender no digital.	Saber o grau de esforço e horas de trabalho dedicadas ao empreendedorismo digital.	Menos de 10h; De 10h até 20h; Mais de 20h até 30h; Mais de 40h.

<b>Abreviatura da Variável</b>	<b>Descrição da Variável</b>	<b>Objetivo da variável</b>	<b>Respostas de múltipla escolha</b>
<i>TGMD</i> (Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital)	Revela quem faz o gerenciamento da mídia digital da(do) Profissional.	Descrever o grau de envolvimento da(do) participante com a gerência de sua mídia digital.	Gerencia sozinha(o); Gerenciamento por profissionais especialistas na área de mídias digitais/comunicação;
<i>PCGE</i> (Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo)	Revela como a(o) profissional percebe que a faculdade de psicologia a(o) capacitou para a atividade de empreendedorismo.	Descrever se a(o) profissional se achou suficientemente capacitada(o) para empreender após a graduação em	Não se acha Capacitada(o); Pouco capacitada(o); Capacitada(o).
<i>PCGED</i> (Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo Digital)	Revela como a(o) profissional percebe que a faculdade de psicologia a(o) capacitou para a atividade de empreendedorismo digital.	Descrever se a(o) profissional se achou capacitada(o) para empreender no meio digital após a graduação em psicologia.	Não se acha Capacitada(o); Pouco capacitada(o); Capacitada(o).
<i>PNCFP</i> (Percepção sobre o Norteamento do CFP)	Revela como a(o) profissional se percebe instruída(o) pelas normas do Conselho Federal de Psicologia para atuar nas mídias digitais.	Saber a percepção do profissional sobre o papel do Conselho Federal de Psicologia quanto a instruir os(as) psicólogos(as) para atuar nas mídias	Nenhum norteamento; Pouco Norteamento; Norteamento suficiente; Bastante norteada(o).

A primeira análise de correspondência a qual nos debruçamos investiga a relação entre o Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital (TGMD) adotado pelos participantes da pesquisa e o Tempo Semanal dedicado às suas atividades no Empreendedorismo Digital (TSED) ( $p < 0.008$ ), como demonstra a [Tabela 3](#).

**Tabela 3 –**

*Tabulação cruzada Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital (TGMD) e Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED)*

		TGMD			Total	
		Gerenciamento Próprio	Gerenciamento de especialista	Gerenciamento PAT		
TSED	Menos de 10h	Contagem	69	14	0	83
		Expected Count	65,9	15,2	2,0	83,0
		Resíduos	3,1	-1,2	-2,0	
	De 10h até 20h	Contagem	21	5	2	28
		Expected Count	22,2	5,1	0,7	28,0
		Resíduos	-1,2	-,1	1,3	
	Mais de 20h até 30h	Contagem	9	2	0	11
		Expected Count	8,7	2,0	0,3	11,0
		Resíduos	0,3	,0	-0,3	
	Mais de 40h	Contagem	1	2	1	4
		Expected Count	3,2	,7	0,1	4,0
		Resíduos	-2,2	1,3	0,9	
	Total	Contagem	100	23	3	126
		Expected Count	100,0	23,0	3,0	126,0

A [Tabela 3](#) exibe a distribuição conjunta das frequências observadas e esperadas para cada combinação das categorias das duas variáveis, além dos resíduos, que indicam a diferença entre as frequências observadas e esperadas. Observa-se que a maioria dos respondentes (69) dedica menos de 10 horas semanais ao empreendedorismo digital e gerencia suas mídias digitais de forma própria. Chama a atenção o baixo número de respondentes (3) que utilizam o gerenciamento Próprio com Apoio de Terceiros (PAT),

independentemente do tempo dedicado. Não houveram respondentes que declararam trabalhar entre 30h a 40h. 87

**Tabela 4 –**

*Teste Qui-quadrado (TGMD X TSED)*

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	17,512 <sup>a</sup>	6	0,008
Razão de verossimilhança	12,942	6	0,044
Associação Linear por Linear	6,557	1	0,010
N de Casos Válidos	126		

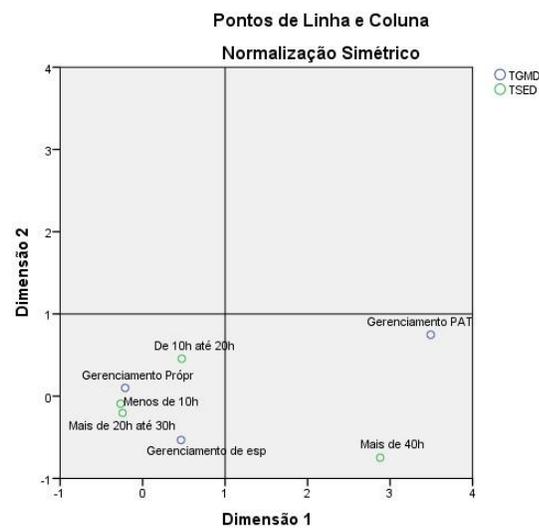
A Tabela 4 apresenta os resultados dos testes de Qui-quadrado, que avaliam a significância estatística da associação entre as variáveis. O valor do Qui-quadrado de Pearson (17,512) e a significância associada ( $p = 0,008$ ) indicam haver uma associação estatisticamente significativa entre o tempo dedicado ao empreendedorismo digital e o tipo de gerenciamento de mídias adotado. Os testes da razão de verossimilhança e de associação linear por linear também corroboram com a conclusão, com valores de  $p < 0,05$ . Logo, com o resultado das tabelas 3 e 4 elegemos que há associação entre as variáveis TGMD (Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital) e TSED (Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital).

A análise de correspondência geralmente é representada por um gráfico de dispersão em duas dimensões, onde cada ponto representa uma categoria de uma das variáveis. A proximidade entre os pontos indica a força da associação entre as categorias. A Figura 1 exhibe graficamente os resultados da análise de correspondência entre o TGMD e o TSED, indicando que **as(os) profissionais de psicologia que se identificam como empreendedoras(es) digitais e gerenciam sozinhas(os) as suas ferramentas de trabalho no ambiente virtual, tendem a trabalhar menos horas**

(menos de 10h), enquanto que aquelas(es) que gerenciam por conta própria, mas com apoio de terceiros, tendem a trabalhar mais horas (mais de 40 horas), já as(os) psicólogas(os) que delegam o gerenciamento das suas mídias para especialistas na área de comunicação/mídia, trabalham entre 20h a 30h semanais com o empreendedorismo digital.

**Figura 1 –**

*Gráfico de correspondência entre as variáveis TGMD e TSED.*



Dando continuidade à análise da variável Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED) vamos agora explorar sua associação com a Jornada Semanal de Trabalho (JST) total das(dos) profissionais respondentes da pesquisa.

**Tabela 5 –**

*Tabulação cruzada entre as variáveis Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED) e a Jornada Semanal de Trabalho (JST).*

		JST					Total
		Até 10h	De 10h até 20h	Mais de 20h até 30h	Mais de 30h até 40h	Mais de 40h	
TSED	Menos de 10h	12	12	28	21	10	83
	De 10h até 20h	1	3	9	10	5	28
	Mais de 20h até 30h	1	0	5	4	1	11
	Mais de 40h	0	0	0	0	4	4
Total		14	15	42	35	20	126

**Tabela 6 –**

*Teste Qui-quadrado (TSED X JST)*

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	28,071 <sup>a</sup>	12	0,005
Razão de verossimilhança	23,328	12	0,025
Associação Linear por Linear	8,858	1	0,003
N de Casos Válidos	126		

Fonte: Autor (2024)

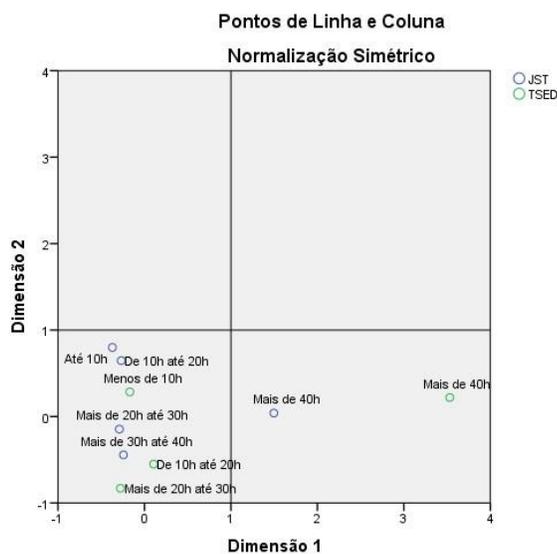
Fonte: Autor (2024)

Observando os dados fornecidos pelas Tabelas 4 e 5, compreendemos que o valor do Qui-quadrado de Pearson (28,071) e a significância estatística ( $p = 0,005$ ) indicam que existe uma associação estatisticamente significativa entre TSED e JST, ou seja, o tempo dedicado ao empreendedorismo digital está relacionado à jornada de trabalho semanal total exercida pelos respondentes da pesquisa, que também atuam em outras atividades de trabalho no campo da psicologia. A razão de verossimilhança (23,328) e a significância estatística ( $p = 0,025$ ) também apontam para a existência de associação entre as variáveis, reforçando a conclusão.

O teste de associação linear por linear (8,858) e a significância estatística ( $p = 0,003$ ) indicam que existe uma relação linear entre TSED e JST, sugerindo que **o tempo dedicado ao empreendedorismo digital aumenta/diminui de forma linear com a jornada semanal de trabalho**. Assim, como demonstra a Figura 2, as(os) profissionais que possuem jornada semanal de trabalho no empreendedorismo digital menor que 10h, alegam trabalhar, no total, somando com os seus trabalhos em outros campos da psicologia, entre 10h a 20h semanais. Já as(os) respondentes que trabalham mais de 10h até 30h no digital, possuem jornada total de trabalho entre 20h a 40h. Enquanto as(os) profissionais que trabalham mais de 40h semanais, no total, com atividades ligadas à psicologia, indicam também trabalhar mais de 40h semanais com o empreendedorismo digital. Ou seja, podemos inferir que quanto mais as psicólogas dedicam tempo ao trabalho digital, mais tempo dedicam ao trabalho na psicologia, o que pode indicar jornadas exaustivas de trabalho.

**Figura 2 –**

*Gráfico de correspondência entre as variáveis JST e TSED.*



A terceira correspondência realizada foi entre as variáveis Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo (PCGE) e o Tipo de Graduação (TG). A Tabela 7 de contingência mostra a distribuição das frequências observadas para cada combinação das categorias das duas variáveis.

**Tabela 7 –**

*Tabulação cruzada entre as variáveis Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo (PCGE) e o Tipo de Graduação (TG).*

		PCGE		Total
		Não capacitou em nada	Capacitou pouco	
Universidade Pública	Contagem	39	1	40
	Expected Count	35,9	4,1	40,0
Faculdade Particular	Resíduos	3,1	-3,1	
	Contagem	74	12	86
	Expected Count	77,1	8,9	86,0
	Resíduos	-3,1	3,1	
	Contagem	113	13	126
Total	Expected Count	113,0	13,0	126,0

**Tabela 8 –***Teste Qui-quadrado (PCGE x TG)*

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	3,871 <sup>a</sup>	1	0,049
Razão de verossimilhança	4,804	1	0,028
Associação Linear por Linear	3,840	1	0,050
N de Casos Válidos	126		

Com os dados da tabulação cruzada entre as duas variáveis e com um p-valor de 0,049 (Qui-quadrado de Pearson), que é menor que o nível de significância usual de 0,05, há evidências suficientes para compreendermos que há uma associação estatisticamente significativa entre a percepção que os respondentes possuem de se foram capacitados ao longo da formação em psicologia para exercer a atividade de empreendedorismo e o tipo de instituição de ensino na qual estudaram (universidade pública ou privada).

Prosseguindo com a análise da variável Tipo de Graduação (TG), vamos agora investigar sua associação com a variável Tipo de Gerenciamento da Mídia Digital (TGMD).

**Tabela 9 –**

*Tabulação cruzada entre as variáveis Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital (TGMD) e o Tipo de Graduação (TG).*

		TGMD			
		Gerenciamento Próprio	Gerenciamento de especialista	Gerenciamento PAT	Total
TG	Universidade Pública	29	8	3	40
	Faculdade Particular	71	15	0	86
	Total	100	23	3	126

*Teste Qui-quadrado (TGMD X TG)*

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	6,896 <sup>a</sup>	2	0,032
Razão de verossimilhança	7,334	2	0,026
Associação Linear por Linear	3,714	1	0,054
N de Casos Válidos	126		

Observando os dados das Tabelas 9 e 10, percebemos que independentemente do tipo de graduação onde se formou a(o) profissional participante do estudo, existe uma maior procura das(os) profissionais pela modalidade de Gerenciamento Próprio. Em contrapartida, o Gerenciamento PAT (Próprio com Auxílio de Terceiros) só tem sido uma escolha de profissionais formados em universidades públicas. Por meio dos resultados do teste Qui-quadrado de Pearson, temos um valor de 6,896 e um valor de  $p = 0,032$ . Considerando um nível de significância de 0,05 (5%), **podemos inferir que o tipo de graduação pode influenciar a escolha pelo tipo de gerenciamento da mídia digital.**

Por fim, apresentamos a associação da variável Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo Digital (PCGED) com as variáveis (Tempo Semanal no Empreendedorismo Digital (TSED); TGMD (Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital) e Percepção de Capacitação durante a Graduação para o Empreendedorismo (PCGE).

**Tabela 11 –***Teste Qui-quadrado (PCGEDXTSED); (PCGEDXTGMD); (PCGEDXPCGE)*

<b>Testes de qui-quadrado PCGED x TSED</b>			
	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	30,744 <sup>a</sup>	3	0,000
Razão de verossimilhança	7,166	3	0,067
Associação Linear por Linear	10,227	1	0,001
N de Casos Válidos	126		
<b>Testes de qui-quadrado PCGED x TGMD</b>			
	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	41,328 <sup>a</sup>	2	0,000
Razão de verossimilhança	7,846	2	0,020
Associação Linear por Linear	13,934	1	0,000
N de Casos Válidos	126		
<b>Testes de qui-quadrado PCGED x PCGE</b>			
	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	8,762 <sup>a</sup>	1	0,003
Razão de verossimilhança	4,614	1	0,032
Associação Linear por Linear	8,692	1	0,003
N de Casos Válidos	126		

Os dados da [Tabela 11](#) revelaram que o teste Qui-quadrado de Pearson (valor = 30,744,  $df = 3$ ,  $p < 0,001$ ) indicou forte evidência de que há associação entre a percepção de capacitação em empreendedorismo digital e o tempo dedicado à prática do empreendedorismo digital. Similarmente, o teste Qui-quadrado (valor = 41,328,  $df = 2$ ,  $p < 0,001$ ), indica associação significativa entre a percepção de capacitação e o tipo de gerenciamento da mídia digital utilizado. Novamente, o teste Qui-quadrado (valor = 8,762,  $df = 1$ ,  $p = 0,003$ ) revelou associação entre a percepção de capacitação em empreendedorismo digital e a percepção de capacitação em empreendedorismo de forma geral.

## **DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

De acordo com Peixoto e Bentivi (2022), é razoável supor que a pandemia de covid-19 se apresenta como um divisor de águas em relação as transformações tecnológicas ocorridas no mundo do trabalho, atravessando as práticas profissionais pela digitalização e marcando a inserção dos trabalhadores no contexto virtual. Corroborando com os autores, os dados de nossa pesquisa revelam que os profissionais de psicologia respondentes se inseriram no trabalho de

empreendedorismo digital justamente durante o período pandêmico, o que demonstra <sup>95</sup> uma estratégia de enfrentamento adotada diante das medidas de isolamento social, necessárias na época para a contenção da disseminação do Coronavírus.

É necessário destacar que a inserção das psicólogas(os) nas mídias digitais no contexto da pandemia foi influenciada por estratégias do Conselho Federal de Psicologia, que adotou medidas de flexibilização de normas, publicadas pela Resolução CFP nº 04/2020. Essa resolução suspendeu temporariamente algumas exigências da Resolução CFP nº 11/2018, que regulamentava a prestação de serviços psicológicos online. A flexibilização visava garantir a continuidade do atendimento psicológico durante a crise sanitária, permitindo que mais psicólogos oferecessem seus serviços de forma remota, e, portanto, suspendia a obrigatoriedade da(do) profissional ter cadastro na plataforma oficial do CFP (e-Psi), e ampliava os tipos de demanda que poderiam ser atendidas na modalidade remota.

Podem ser apontados diversos benefícios sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na prática psicológica, destacando-se a ampliação de alcance do serviço, uma vez que a modalidade de atendimento remoto atinge um público que não possui acesso a profissionais de psicologia na sua localidade de origem (Emmelkamp, 2005). Conseqüentemente, essa acessibilidade também é positiva para as(os) psicólogas(os), que podem desfrutar de flexibilidade espacial e temporal na realização de sua atividade laboral. Outros pontos positivos são a diminuição do custo do atendimento, visto que a estrutura para realizar o atendimento online é menos onerosa que a do atendimento presencial e a eliminação de empecilhos para a participação de processos terapêuticos ligados aos estigmas com tratamento/acompanhamento psicológico (Calam et al., 2000).

Frente a tantos benefícios, no entanto, nos resta questionar o porque de, como aponta a literatura, a relação de profissionais de psicologia com as tecnologias/mídias digitais só ter se tornado expressiva recentemente, com a pandemia. Supomos que as resistências à adesão tecnológica neste campo profissional é reflexo de debates que evoluíram desde o código de ética profissional aprovado pela resolução 002/87 (CFP, 1987), que já fazia menção e já mostrava alguma

preocupação com a utilização de registros audiovisuais gerados por serviços psicológicos.<sup>96</sup>A evolução das discussões sobre a temática no interior do Conselho Federal de Psicologia, aborda o receio de que os serviços psicológicos online ou mediados por tecnologias não garantam a qualidade do atendimento, a segurança das informações e o cumprimento do conjunto de princípios e diretrizes éticas que norteiam a prática profissional da psicologia.

Além disso, pesquisas anteriores refletem que as(os) psicólogas acreditam que as TICs podem tornar as relações mais impessoais, gerando dificuldades na construção de vínculo profissional-cliente e facilitam mal-entendidos e reações negativas que teriam sido observadas durante um atendimento presencial (Lovejoy et al., 2009; Jermone & Zaylor, 2000). Vale ressaltar, portanto, que a literatura aponta achados e discussões que focam no modelo clínico, reforçando a ideia da psicologia clínica e, por consequência, da psicoterapia, historicamente como área hegemônica na prática de psicólogas(os) (Aguiar Neto; 1988; Coimbra, 2004; Langenbach e Negreiros, 1988; Mello, 2010).

Contudo, faz-se necessário debater que a prática psicológica contemporânea, em especial no cenário de evolução tecnológica e digitalização, tem se estendido. Miranda et al. (2022), em pesquisa recente, observam a crescente inserção do profissional de psicologia nas mídias digitais, em especial nas redes sociais. Inúmeros perfis e sites conduzem o público para a marcação de consultas psicológicas ou para participar de eventos 100% on-line e gratuitos e que, ao final, ofertam infoprodutos para serem adquiridos, serviços esses que têm sido amplamente divulgados e se destacado nas redes sociais mais do que a própria oferta de atendimento psicológico.

De acordo com Silva (2021), o contexto digital é extremamente favorável ao empreendedorismo, pois as barreiras de entrada são poucas, e a oferta de infoprodutos, ou seja, de produtos digitais que transmitem conhecimento ou informação, tais como cursos online, ebooks, apostilas, podcasts, webinars, templates e planilhas, se torna uma possibilidade de negócio neste contexto. Destaca-se, assim, uma possibilidade de desdobramento do empreendedorismo digital na psicologia, para diferentes áreas, para além da modalidade clínica. Nossa pesquisa corrobora com estes dados apresentados por pesquisas anteriores, pois apesar de a maioria dos respondentes

alegarem utilizar a internet para captação de clientes ou divulgação do trabalho, metade do público<sup>97</sup> informou fazer uso das mídias digitais para vender produtos/serviços, demonstrando o avanço crescente da adesão a esta estratégia pela categoria.

Os resultados de nossa pesquisa indicam, ainda, que a percepção das(dos) psicólogas(os) sobre o quanto a graduação em psicologia as(os) capacitou para o empreendedorismo digital está associada a diferentes aspectos, como escolhas em relação as estratégias utilizadas para desenvolver o trabalho nas mídias e o tempo dedicado a esta atividade. Pesquisas como a de Peixoto e Bentivi (2022), apresentam dados que propõem que a psicologia é uma profissão com baixa apropriação das novas tecnologias e provavelmente muito fechada à inovação. Sugere-se, assim, uma prática baseada em métodos, técnicas e ferramentas (provavelmente) muito tradicionais. Esses resultados apontam para dois problemas fundamentais: a) uma possível subutilização das ferramentas digitais, o que nos permite inferir que as(os) psicólogas(os) não se beneficiam do maior potencial que a tecnologia possibilita; b) que talvez os cursos de formação não estejam sendo capazes de acompanhar o acelerado ritmo de transformação social ou não enxerguem como a tecnologia pode vir a impactar no exercício profissional.

Por consequência, nosso estudo revelou um elevado número de profissionais que se capacitam por conta própria para realizar práticas na internet (69%), e que gerenciam sozinhas(os) as suas mídias digitais (79,4%). Em consonância com as ideias de Mora et al. (2008) o dado sugere que muitas(os) psicólogas(os) fazem uso de inovações tecnológicas sem estarem devidamente familiarizadas(os) e preparadas(os) para isso. Outro dado importante, foi o fato de 38,1% das(dos) profissionais terem se capacitado com a ajuda de outras(os) psicólogas(os). Como defende Antunes (2005), a precarização do trabalho se manifesta de diversas formas, dentre elas a intensificação do trabalho e a polivalência, nas quais o profissional se vê obrigado a realizar tarefas que extrapolam sua especialidade e/ou competências originais. Essa situação gera diversas consequências negativas, como aumento do estresse, redução da qualidade do trabalho e desvalorização profissional.

Apesar de nossos resultados revelarem que, ao se capacitarem e adquirerem habilidades de gerenciamento de um negócio online, as(os) psicólogas(os) estão construindo para si uma nova possibilidade de carreira: a de mentoras de outras(os) profissionais de psicologia, é preciso nos atentarmos a duas problemáticas envolvidas nesta situação: a) Estas(es) psicólogas(os) formadoras possuem desenvolvimento técnico/ético suficiente para atuação e replicação das práticas online? b) No contexto das redes sociais, a pressão para atuar como "multiprofissional" se intensifica, com a necessidade de as(os) psicólogas(os) dominarem marketing digital, design, edição de vídeos, entre outras funções, o que pode revelar uma sobrecarga de trabalho e uma entrada em campos marcados como de saberes de outros profissionais, evidenciando um lado de precarização do trabalho no empreendedorismo digital.

Em nosso estudo, os dados da análise de correspondência indicaram que existe uma relação linear entre o tempo semanal dedicado às atividades de empreendedorismo digital e a jornada semanal total de trabalho das(os) profissionais de psicologia. Ou seja, a quantidade de horas dedicadas ao ato de empreender é compatível com a quantidade de horas trabalhadas ao todo com a psicologia. As(os) profissionais que indicaram trabalhar 40 horas semanais com o empreendedorismo, também indicaram trabalhar 40 horas ao todo na semana. Os dados revelaram ainda, que as(os) profissionais de psicologia que se identificam como empreendedoras(es) digitais e gerenciam sozinhas(os) as suas ferramentas de trabalho no ambiente virtual, tendem a trabalhar menos horas (menos de 10h), enquanto que aqueles que gerenciam por conta própria, mas com apoio de terceiros, tendem a trabalhar mais horas (mais de 40 horas). Estes resultados sugerem que a quantidade de horas trabalhadas, assim como o tipo de gerenciamento adotado, possui relação com o estágio de desenvolvimento do negócio digital. Quanto mais se capacitam para empreender ou investem em seu negócio, mais as profissionais tendem a assumir esta atividade como principal. Contudo, é importante indicar que uma parcela pouquíssimo expressiva de nossa amostra indicou que trabalha apenas na atividade de empreendedorismo digital (28,6%), assim como dedica mais de 40 horas a esta atividade (2,4%).

Os dados de nosso estudo refletem, ainda, que o estágio de desenvolvimento dos negócios digitais das(dos) psicólogas(os) não tem associação com o estágio de desenvolvimento destas(es) profissionais no exercício da carreira em psicologia. A análise de correspondência não gerou associação estatisticamente significativa entre o tempo de conclusão da graduação destas(es) profissionais e a jornada semanal total de trabalho, assim como a jornada semanal no empreendedorismo digital, ou a forma como elas(eles) gerenciam suas mídias. Ademais, não houve uma diferença expressiva quanto ao tempo de conclusão da graduação e tempo de exercício na profissão, em relação a adesão ao empreendedorismo digital, mostrando que independente do atual estágio de desenvolvimento na carreira, as(os) psicólogas(os) tem se inserido nas mídias digitais. Estes dados corroboram com outros estudos (Dutta, 2018; Hearn & Foth, 2007; Tuten & Solomon, 2017) que refletem que em tempos de redes sociais/ mídias digitais os profissionais autônomos tem sido “obrigados” a se readaptarem e se vender na internet. Resta, então, saber se, como aponta o GEM 2023, estas(estes) profissionais estão assumindo a tarefa de empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade, por desejo ou como consequência de outras problemáticas, sobretudo, sociais e econômicas.

Como defende Sabino e Abílio (2019), o progresso técnico advindo da criação de novas tecnologias é característica presente no desenvolvimento econômico, além de carregar consigo transformações culturais e sociais significativas para a sociedade. Contudo, a história demonstra que, muitas vezes, a inovação tecnológica é acompanhada de sofrimento. Assim, nossa discussão, como já exposto, defende alguns benefícios decorrentes da inserção de profissionais de psicologia nas mídias, tanto para os trabalhadores quanto para seus clientes. Porém, é necessário destacar também que alguns modos de execução das atividades de trabalho neste contexto podem estar construindo um cenário em que psicólogas(os) estão à mercê da precarização.

Falamos, inicialmente, dos benefícios do atendimento online, mas não debatemos as consequências de quando este atendimento acontece gerenciado por empresas-aplicativos. Além disso, os dados de nosso estudo refletem uma prática crescente entre as(os) psicólogas(os): o uso da rede social, se destacando, em nossa pesquisa, de modo especial o Instagram, para se divulgar,

captando novos clientes, assim como utilizando a plataforma para vender serviços e produtos. Desta maneira, seja se inserindo na rede social para se promover, ou se vinculando a uma plataforma de atendimento online para mediar as tarefas decorrentes do serviço de psicoterapia em caráter remoto: como captação de cliente; pagamento; registro do atendimento e reprodução da sessão em vídeo/áudio; as(os) psicólogas(os) estão, por consequência, se inserindo em um fenômeno denominado plataformização ou uberização do trabalho.

No atual contexto histórico, marcado por uma agenda neoliberal, pela fragilização dos direitos do trabalhador, por uma crise econômica, pela revolução digital e pela propagação da economia de compartilhamento, as plataformas digitais têm se aproveitado do enorme contingente de profissionais inseridos em um brutal excedente de mão de obra, atraídos pelas demandas e movidos pela necessidade, ou por vezes pela possibilidade imediata de auferir maiores ganhos. Antes, a “uberização” era um fenômeno associado ao fato de plataformas digitais se apropriarem dos modos de vida periféricos e passarem a gerenciar de forma algorítmica atividades exercidas, em sua maioria, de modo informal, como forma de sobrevivência, tal qual o trabalho dos “motoboy”/entregadores. Contudo, hoje este termo descreve a crescente tendência de empresas que usam plataformas digitais para conectar trabalhadores autônomos diretamente com clientes, eliminando intermediários tradicionais e criando um novo tipo de relação trabalhista (Abílio et al., 2021; Antunes, 2018). A prática tem, portanto, atingindo diferentes setores da economia, incluindo as profissões mais especializadas e, assim, o trabalho de profissionais de psicologia.

No que diz respeito a prática da psicoterapia online, observa-se o crescimento da oferta de aplicativos e plataformas digitais para conectar profissionais aos seus possíveis clientes. Como herança da “uberização”, nota-se a intensificação do trabalho frente a um contexto de excessiva competição. Pois as(os) psicólogas(os) inseridas nestas plataformas irão competir com seus pares para “conquistar” clientes e, para isso, precisam construir marcas de si mesmas(os) com o propósito de ter boa reputação nos sites e aplicativos, para receberem avaliações positivas, o que pode aumentar a reputação de uma(um) psicóloga(o) ou garantir sua exclusão da plataforma. Entende-se, portanto, que a(o) profissional deva criar uma estrutura de comunicação para atrair

pacientes/clientes e, conseqüentemente, aumentar suas consultas pela plataforma, bem como, garantir boas pontuações ao ser avaliada(o). Nesse sentido, essas(es) profissionais também acabam por recorrer a prática de criação de conteúdo nas redes sociais, sendo levadas(os) a se tornarem *influencers* para que consigam mais seguidores que possam converter em clientes (Salles, 2023).

Desta forma, valendo-se da retórica do empreendedorismo, altamente propagada em nossa sociedade atual, as empresas-aplicativo apostam no discurso de que ser empreendedor é positivo, reverberando a promessa de que os trabalhadores terão mais liberdade/autonomia para decidir como desejam trabalhar, podendo escolher, por exemplo, seus horários e locais de trabalho. No entanto, essa concepção de flexibilidade pode ser ilusória, sendo apenas uma expressão do quanto as plataformas almejam dispensar aos seus trabalhadores o tratamento jurídico de autônomos ou independentes, se ausentando de a eles conferir direitos, apenas usufruindo de sua mais-valia (Antunes, 2023).

Em nossa pesquisa, 100% das(os) profissionais identificou utilizar a rede social Instagram. Compreendemos este aplicativo como uma plataforma digital que promove a legitimação da exposição como empreendedorismo (Souza, 2019). As(os) psicólogas(os) se comportam como um tipo de trabalhador de plataforma que realizam o que Duffy (2017) chama de trabalho aspiracional. Ao utilizar o Instagram para se promoverem, estas profissionais produzem conteúdo de modo a se comportarem como influenciadoras(es) digitais, compreendido como uma manifestação do empreendedorismo digital. Este trabalho é, contudo, fornecido de forma não remunerada, na esperança de ganhar um nível suficiente de destaque, aspirando alguma forma de obtenção futura de receita, colocando as(os)trabalhadores em condição de insegurança. Ademais, inúmeras pesquisas já apontam que a rede social tem promovido uma venda de si mesmo como "microcelebridade" e associam esta atitude de autopromoção online a impactos na construção da identidade e na saúde mental (Marwick, 2013; Zhao et al., 2008).

O Instagram, como qualquer outra plataforma digital, possui suas próprias regras, algoritmos e métricas de engajamento que ditam a visibilidade e o alcance das publicações. Logo, assim como acontece com as(os) psicólogas(os) vinculadas às plataformas de atendimento remoto,

as(os) profissionais de psicologia que dependem do Instagram para alcançar seu público e gerar <sup>102</sup> renda acabam se sujeitando as regras do aplicativo, muitas vezes de forma inconsciente. Desta forma, a autonomia, tão romantizada no discurso do empreendedorismo, se torna mais um autogerenciamento algoritmo. As(s) profissionais, inundadas(os) pela retórica do empreendedorismo como algo que as(os) empodera e lhes transforma em donas de si, na realidade acabam por se reconhecer empreendedoras(os), mas, por vezes, só estão refletindo uma relação de subordinação às plataformas digitais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Entendendo que a nossa pesquisa teve como participantes mulheres; em número expressivo, estando no nordeste do país; e que são, em parte, incluídas em uma faixa etária que abarca o que podemos chamar de juventude trabalhadora, compreendemos a relevância de problematizar a precarização do trabalho que envolve o fenômeno do empreendedorismo digital em análise, uma vez que o público pesquisado já é historicamente caracterizado por se encontrar às margens da precarização e da exploração da sua força produtiva (Druck, 2011; Gorender, 2000; Organização Internacional do Trabalho, 2020; ).

A partir da análise dos dados coletados, constatamos que a promessa de flexibilidade e autonomia do trabalho incutidas no discurso do empreendedorismo, e em particular em sua modalidade digital, se contrapõe à realidade de intensificação da jornada de trabalho, necessidade de múltiplas habilidades e investimento constante em capacitação. Embora as(os) participantes da pesquisa se identifiquem como empreendedoras(es) digitais, a crescente migração para essa modalidade de trabalho levanta questionamentos sobre as reais motivações por trás dessa escolha:

a) A inserção de psicólogas(os) no ambiente digital seria reflexo do encontro estabelecido entre o real desejo de empreender com uma oportunidade de trabalho crescente e que não impõe tantos limites burocráticos para sua adesão? b) Sendo as(os) psicólogas(os) uma categoria profissional ainda marcada por uma longa luta em favor da regulamentação do seu piso salarial e da jornada

semanal de trabalho, respectivamente representados pelo Projeto de Lei 2079/19 e pela Sugestão 103 Legislativa (SUG) 13/2022, ainda em tramitação nas esferas nacionais, o “empreendedorismo digital” seria uma resposta dos profissionais à precarização do trabalho e a necessidade de complementação de renda, visto que, corroborando com pesquisas anteriores, os profissionais analisados possuem mais de um emprego/atividade de trabalho? (CFP, 2022).

Entendemos que a inserção de profissionais autônomos nas mídias digitais tem sido uma consequência da digitalização da vida, na qual a sociedade, de uma forma geral, tem se comunicado através das mídias sociais e, por isso, através delas, realizado as buscas pelos profissionais aos quais gostaria de contratar. Nesta perspectiva, a inserção de psicólogas(os), de forma cada vez mais atuante, na internet, tem sido uma obrigatoriedade, talvez irreversível, que é reflexo deste contexto cultural macrossocial. A identificação das(dos) psicólogas(os) como empreendedoras(es), possivelmente influenciada pela retórica do empreendedorismo, aponta para a necessidade de aprofundar a investigação sobre a identidade profissional nesse contexto. É crucial que as(os) profissionais de psicologia estejam no centro do debate sobre as implicações das novas tecnologias no exercício da profissão, buscando uma compreensão crítica do impacto do empreendedorismo digital na saúde do trabalhador e na qualidade dos serviços prestados. As psicólogas analisadas estariam sendo de fato empreendedoras ou apenas “se virando” na internet como forma de sobreviver aos impactos absorvidos pela sua profissão?

De nosso ponto de vista, em suma, corroborando com as ideias de Sabino e Abílio (2019), é preciso desconstruir criticamente a ideia de que trabalhadores em condição de plataformização estejam se tornando empreendedores, pois, em sua expressiva maioria, não são detentores de capital, assim como sua atividade não está associada à inovação. Na realidade, o que está em jogo na relação entre muitos dos profissionais que atuam por conta própria inseridos em plataformas digitais, são novas formas de controle e gerenciamento que operam sobre um trabalhador que está inteiramente desprotegido, reduzido à condição de autônomo, e que segue, entretanto, tendo seu trabalho subordinado e controlado pelas redes sociais/páginas/aplicativos. Não possuindo, como se é esperado pela figura do empreendedor, qualquer ingerência nas tomadas de decisão dos negócios.

Reconhecemos as limitações desta pesquisa, especialmente o número restrito<sup>104</sup> de participantes, o que pode comprometer a representatividade dos resultados. Futuros estudos com amostras mais amplas e estratégias mais objetivas de mensuração das variáveis, se fazem necessários para aprofundar a análise do fenômeno, em especial no que tematize a motivação para empreender e a construção da identidade profissional. Também destacamos a relevância do desenvolvimento de estudos qualitativos que visem aprofundar os resultados encontrados nesta pesquisa, de modo a compreender os sentidos do trabalho e as consequências do empreendedorismo digital na identidade e na saúde das trabalhadoras em destaque, considerando inclusive, aspectos como gênero e grupo geracional, variáveis que se apresentaram relevantes no presente estudo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abílio, L. C., Amorim, H., Grohmann, R. (2021). Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, 23(57), 26-56.
- Aguiar Neto, M. C. (1988). A produção do conhecimento fora do espaço acadêmico. In Conselho Federal de Psicologia (Orgs.), *Quem é o psicólogo brasileiro?* (pp. 17-31). EDICON.
- Antunes, R. (2005). *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. Cortez Editora.
- Antunes, R. (2018). *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. Boitempo.
- Antunes, R. (2023). Uberização do trabalho e capitalismo de plataforma: uma nova era de desantropomorfização do trabalho?. *Análise Social*, 58(3), 512-532.
- Aquino, C. A. B. (2008). O processo de precarização laboral e a produção subjetiva: um olhar desde a psicologia social. *O Público e o Privado*, 6(11), 169-178.
- Bendassolli, P. F. (2007). Trabalho e identidade em tempos sombrios: insegurança ontológica na experiência atual com o trabalho. *Ideias & Letras*.

- Bendassolli, P. F. (2011). Crítica às apropriações psicológicas do trabalho. *Psicologia e Sociedade*, 23(1), 75-84.
- Bezerra, R. S. P., Souza, M. A. de, & Gonçalves, G. A. da C. (2022). Estudo bibliométrico da produção científica internacional sobre empreendedorismo digital. *Revista de Gestão e Secretariado*, 13(2), 75–100.
- Calam, R., Cox, A., Glasgow, D., Jimmleson, P. & Larsen, S. G. (2000). Assessment and therapy with children: Can computers help?. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 5(3), 329-343.
- Coimbra, C. M. B. (2004). Práticas “psi” no Brasil do “milagre”. Algumas de suas produções. *Mnemosine*, 0(0), 48-52.
- Conselho Federal de Psicologia. (2022). Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro: Formação e inserção no mundo do trabalho. Conselho Federal de Psicologia. [https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo\\_psicologia\\_Vol1.pdf](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol1.pdf)
- Conselho Federal de Psicologia. (2022). Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro: condições de trabalho, fazeres profissionais e engajamento social. Conselho Federal de Psicologia. [https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo\\_psicologia\\_Vol2.pdf](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol2.pdf)
- Dornelas, José. (2014). *Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: LTC.
- Druck, G. (2011). Trabalho, gênero e saúde: a precarização do trabalho feminino. *Cadernos de Saúde Pública*, 27(2), 247-255.
- Duffy, B. (2017). (Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work. Yale University Press.

- Dutta, S. (2018). The impact of social media on business success. *Journal of Management Research*, 18(2), 81-91.
- Emmelkamp, P. M. G. (2005). Technological innovations in clinical assessment and psychotherapy. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 74, 336-343.
- Global Entrepreneurship Monitor (2023). Relatório GEM Brasil: Empreendedorismo em tempos de crise. <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/#relatorio>
- Gorender, J. (2000). *O escravismo colonial*. São Paulo: Ática.
- Greenacre, M. (2016). *Correspondence Analysis in Practice* (3rd ed.). Chapman and Hall/CRC.
- Hearn, A., & Foth, M. (2007). Action research and online community building. *Internet Research*, 17(2), 112-127.
- Jermone, L. W., & Zaylor, C. (2000). Cyberspace: Creating a therapeutic environment for telehealth applications. *Professional Psychology: Research and Practice*, 31, 478-483.
- Langenbach, M., & Negreiros, T. C. G. M. (1988). A formação complementar: Um labirinto profissional. In Conselho Federal de Psicologia (Orgs.), *Quem é o psicólogo brasileiro?* (pp. 86-99). EDICON.
- Lovejoy, T. I., Demireva, P. D., Grayson, J. L. & McNamara, J. R. (2009). Advancing the practice of on-line psychotherapy: An application of Rogers' diffusion of innovations theory. *Psychotherapy Theory, Research, Practice, Training*, 46(1), 112-124.
- Marcondes, R. C. (2014). *Entre buscar oportunidades e obter reconhecimento: Comportamento empreendedor de psicólogos em sua trajetória profissional*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Marcondes, R. C., & Zanelli, J. C. (2016). *Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais)*. Curitiba: Juruá

- Marwick, A. E. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.
- Mello, S. L. M. (2010). Por que escrevemos antes, por que escrevemos agora? In O. H. Yamamoto, & A. L. F. Costa (Orgs.), *Escritos sobre a profissão de psicólogo no Brasil* (pp. 163-168). EDUFRN.
- Miranda, D. W., Xavier, M. P., Silva, L. B. R. da, & Mesquita, T. C. (2023). Tensionamentos éticos do fazer profissional mediado pelas tecnologias: A prática emergente de psicólogas(os) influenciadores/criadores de conteúdo digital. In L. de Lara, L. R. da Cruz, & P. dos Passos (Orgs.), *Digitalização da vida e produção de subjetividades* (pp. 77-94). Abrapso Editora.
- Mora, L., Nevid, J. & Chaplin, W. (2008). Therapist treatment recommendations for internet-based therapeutic interventions. *Computers in Human Behavior*, 24, 3052-3062.
- Organização Internacional do Trabalho. (2020). *Trabalho decente e juventude: desafios e oportunidades*. OIT.
- Peixoto, A. L. A., & Bentivi, D. R. C. (2022). O impacto de novas tecnologias na atuação profissional. In A. V. B. Bastos (Org.), *Quem faz a Psicologia brasileira? Condições de trabalho, fazeres profissionais e engajamento social* (pp. 150–169). Conselho Federal de Psicologia.
- Resolução CFP nº 04 RESOLUÇÃO Nº 4, DE 26 DE MARÇO DE 2020. ( 2020, 26 de março). Dispõe sobre regulamentação de serviços psicológicos prestados por meio de Tecnologia da Informação e da Comunicação durante a pandemia do COVID-19. Conselho Federal de Psicologia.

- Resolução CFP N° 11, DE 11 DE MAIO DE 2018. (2018, 11 de maio). Regulamenta a prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação e revoga a Resolução CFP N.º 11/2012. Conselho Federal de Psicologia.
- Resolução CFP 002 de 15 de agosto de 1987 (1987, 15 de agosto). Aprova o código de ética do Psicólogo. Conselho Federal de Psicologia.
- Sabino, A. M.; Abilio, L. C. (2019). Uberização: O empreendedorismo como novo nome para a exploração. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento*, 2 (2), 109-135.
- Salles, H. (2023, 27 de março). A algoritmização do divã e o trabalho em plataformas digitais. *Le Monde Diplomatique Brasil*. <https://diplomatique.org.br/a-algoritmizacao-do-diva-e-o-trabalho-em-plataformas-digitais/>
- Silva, L. C. O., & Campos, E. B. D. (2021). *Psicologia da carreira - Volume 2: Práticas em orientação, desenvolvimento e coaching de carreira*. Vetor Editora.
- Souza, V. L. D. (2019). Digital influencers: um estudo sociológico sobre o empreendedorismo digital e a cultura da recomendação. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal de São Carlos.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO

Concluí-se que este estudo teve caráter exploratório, e buscou investigar a relação de trabalho de psicólogas(os) com o empreendedorismo digital à luz da Psicologia Social do Trabalho, lançando luz sobre um fenômeno emergente e carente de aprofundamento científico. A pesquisa revelou a crescente adesão de profissionais de psicologia às práticas de atendimento psicológico online e também a inserção nas mídias sociais, especialmente no Instagram, impulsionada pela retórica neoliberal do empreendedorismo e intensificada pela pandemia de covid-19.

Constatamos que a adesão ao empreendedorismo digital por psicólogas(os), frequentemente motivada pela precarização do mercado de trabalho e pela necessidade de adaptação à realidade pandêmica, nem sempre se traduz em autonomia e inovação, pilares do conceito tradicional de empreendedorismo. A pesquisa evidenciou que, em muitos casos, a prática profissional online se aproxima mais de uma forma de autogerenciamento subordinado às plataformas digitais, com a intensificação da exploração e precarização do trabalho, implicando em tensionamentos éticos e desafios à saúde mental dos profissionais.

A análise crítica a respeito do discurso neoliberal em torno do empreendedorismo, revelou a necessidade de problematizar a romantização da atividade empreendedora, desvelando que ao propagar esta retórica, deixamos de debater acerca do contexto histórico das atuais condições de trabalho na qual crescem as necessidades de sobrevivência e os números de trabalhadores atuando por conta própria. Desta forma, deixamos de analisar a precarização que acompanha a vida profissional da maior parte dos “empreendedores” e sobre qual modelo de trabalhador o conceito de empreendedorismo realmente privilegia.

Compreendemos que a presente pesquisa possui algumas limitações que devem ser consideradas, destacamos que: a) O tamanho da amostra do Estudo 3 é relativamente pequeno, o que pode comprometer a generalização dos resultados para toda a categoria profissional. b) A acessibilidade aos participantes da pesquisa, que foi feita por meio de redes sociais, pode ter gerado

um viés de seleção de participantes devido as estratégias algorítmicas das redes sociais. Contudo, apesar das limitações, a pesquisa apresenta contribuições relevantes:

Para a sociedade:

Este estudo contribui para a sociedade ao problematizar a retórica do empreendedorismo digital, revelando as nuances e contradições presentes nesse modelo de trabalho. Esse debate é crucial para que a sociedade possa ter uma visão mais crítica sobre o empreendedorismo digital e seus impactos na vida dos trabalhadores, especialmente em um contexto de crescente digitalização e plataformização do trabalho. A discussão sobre os tensionamentos éticos que envolvem os serviços de psicologia em caráter digital, contribui para com a proteção dos usuários.

Para a comunidade acadêmica:

A pesquisa contribui para a comunidade acadêmica ao aprofundar o debate sobre o empreendedorismo digital e a precarização do trabalho no campo da psicologia, a partir de uma perspectiva crítica e contextualizada pela Psicologia Social do Trabalho. O estudo oferece dados e reflexões relevantes para o desenvolvimento de novas pesquisas e para a ampliação do conhecimento científico sobre a temática, ainda incipiente e em fase de desenvolvimento, como apontam os dados do Estudo 2.

Para profissionais de psicologia:

A pesquisa contribui para as(os) profissionais de psicologia ao oferecer uma análise crítica sobre o empreendedorismo digital, revelando as possíveis implicações na atuação e identidade profissional da categoria. O estudo também contribui para a reflexão sobre a formação profissional, a necessidade de capacitação para o empreendedorismo digital e a importância de uma atuação ética e responsável no contexto da digitalização. Além disso, analisa as implicações sociais e políticas do processo de inserção de psicólogas(os) nas mídias digitais, destacando a necessidade de resistência e organização das(dos) trabalhadoras(es).

Vimos que historicamente a área da psicologia clínica foi marcada como a de maior adesão de profissionais de psicologia. Compreendemos que o serviço de psicoterapia, que pode acontecer de modo autônomo, facilita a inserção das(dos) psicólogas(os) no mercado de trabalho. Portanto,

estratégias como a modalidade de atendimento online, se colocam como ainda mais um recurso que facilita a colocação profissional. Contudo, os resultados desta pesquisa apontam que para recrutar uma clientela, as(os) psicólogas estão se valendo de outras estratégias de “negócio”, como a venda de infoprodutos e a produção de conteúdo em redes sociais.

Uma vez que as(os) próprias(os) trabalhadoras(es) se reconhecem como empreendedoras(es), este foi o termo utilizado nesta pesquisa. Contudo, apesar de defendermos que não há necessidade de tornar as prática ditas “empreendedoras” como algo a ser proibido ou estigmatizado, faz-se necessário ressaltar a importância de se diferenciar as práticas de empreendedorismo genuíno, com criação de valor e inovação, das práticas de "viração" e subordinação às plataformas digitais. Entende-se que em um cenário de digitalização crescente, o estímulo a estratégias criativas de propagação da psicologia, dentro dos ambientes formadores de psicólogas(os), se faz relevante, pois uma vez que inevitavelmente estão surgindo empresas-aplicativos que se apropriam da prática/conteúdo psicológico para angariar clientes e lucro, torna-se ideal que ao menos estas plataformas possam ser desenvolvidas pelos próprios profissionais de psicologia, ao invés de só explorarem seu conhecimento e mão de obra.

Contudo, precisamos: a) problematizar se estas estratégias de inserção tecnológica são reflexos de uma já antiga precarização da profissão de psicologia, que coloca o profissional a mercê de necessidades de sobrevivência e complementação de renda, ou se de fato refletem o desejo por empreender. b) Debater dentro do Conselho Federal de Psicologia e especialmente, nos órgãos reguladores dos direitos trabalhistas, estratégias que possam garantir ao profissional boas condições de trabalho e barreiras capazes de arrefecer o processo de precarização proveniente do gerenciamento algorítmico característico desse tipo de atividade de trabalho.

Sabemos que o CFP ao longo dos anos tem produzido resoluções que regulamentam o atendimento psicoterápico online. Assim como recentemente publicou a Nota Técnica nº 1/2022, intitulada "Nota Técnica sobre Uso Profissional das Redes Sociais: Publicidade e Cuidados Éticos",

para orientar a postura de psicólogas(os) nas mídias digitais. Contudo, como demonstram os dados de nossa pesquisa, os profissionais ainda se sentem desamparados. Logo, estudos como este auxiliam na compreensão de que, frente a realidade do controle dos algoritmos, a regulação do trabalho de profissionais de psicologia na internet necessita da evolução de políticas públicas e legislação específica.

Para a construção do conhecimento no campo da Psicologia Social do Trabalho:

O estudo contribui para o desenvolvimento do conhecimento no campo da Psicologia Social do Trabalho ao investigar um fenômeno recente e relevante para a área: o empreendedorismo digital. A pesquisa oferece uma análise crítica e contextualizada sobre o tema, aprofundando a compreensão sobre as relações entre trabalho, subjetividade e identidade no contexto da digitalização, e contribuindo para a construção de um campo de conhecimento mais crítico e engajado com as demandas sociais contemporâneas.

Por último, sugerimos uma agenda de pesquisa que possa incluir profissionais de psicologia que trabalham com mídias digitais, mas não se consideram empreendedores, como forma de aprofundar as discussões sobre a construção identitária. Faz-se necessário ainda, a realização de entrevistas ou outras formas de acessar os trabalhadores de modo mais singular, com o intuito de aprofundarmos as compreensões sobre motivações para empreender. Concluímos que quando se fala sobre o fenômeno do empreendedorismo, o que de fato encontramos é uma polimorfia laboral. Pois, existem diversas manifestações da atividade, incluindo discursos que assemelham trabalhadores precarizados ao status de empreendedor. Desta forma, outros estudos na área da psicologia podem tematizar particularidades envolvidas em diferentes atividades de empreendedorismo digital, como por exemplo, a venda de infoprodutos e as práticas de influenciadores digitais, em estreita relação com a exposição da vida e o adoecimento dos trabalhadores. Ressalta-se a relevância de que novas pesquisas se debrucem sobre a análise do

cotidiano laboral, investigando as estratégias utilizadas pelas(os) trabalhadoras(es) para lidar com realidade da atividade profissional.

## REFERÊNCIAS DA DISSERTAÇÃO

- Abílio, L. C. (2021). Empreendedorismo, autogerenciamento subordinado ou viração? Uberização e o trabalhador just-in-time na periferia. *Contemporânea – Revista de sociologia da UFSCar*, 11(3), 933 – 955.
- Abílio, L. C., Amorim, H., & Grohmann, R. (2021). Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, 23(57), 26-56.
- Acquaro, J. (2018). Empreendedorismo feminino ou trabalho por conta própria? Um estudo sobre trabalhadoras na cidade de São Carlos/SP. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal de São Carlos.
- Aquino, C. A. B. (2003). Tiempo y Trabajo: un análisis de la temporalidad laboral en el sector de ocio, hotelería y turismo y sus efectos en la composición de los cuadros temporales de los trabajadores. [Tese de Doutorado]. Universidade Complutense de Madrid.
- Aquino, C. A. B. (2008). O processo de precarização laboral e a produção subjetiva: um olhar desde a psicologia social. *O Público e o Privado*, 6(11), 169-178.
- Bastos, A. V. B., & Gomide, P. I. C. (1989). O psicólogo brasileiro: Sua atuação e formação profissional. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 9(1), 6-15.
- Bernardo, M. H.; Oliveira, F. D.; Souza, H. A. D.; & Sousa, C. C. D. (2017). Linhas paralelas: as distintas aproximações da Psicologia em relação ao trabalho. *Estudos de Psicologia*, 34, 15-24.

[https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI\\_CFP--0612475-Nota-Tecnica.pdf](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI_CFP--0612475-Nota-Tecnica.pdf)

Costa, A. M., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 179-197.

Coutinho, M. C., Krawulski, E., & Soares, D. H. P. (2007). Identidade e trabalho na contemporaneidade: Repensando articulações possíveis. *Psicologia & Sociedade*, 19(1), 29-37.

Coutinho, M. C., Borges, R. C. P., Graf, L. P., & Silva, A. S. (2013). Todo dia em uma casa diferente: entre trajetórias, sentidos e o cotidiano laboral de diaristas. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1125-1138.

Dias, E. F. (1996). Capital e trabalho: a nova dominação. In Sindicato de Eletricitários (Orgs.), *A ofensiva neoliberal, reestruturação produtiva e luta de classes* (pp. 48). Sindicato dos Eletricitários.

Global Entrepreneurship Monitor (2023). Relatório GEM Brasil: Empreendedorismo em tempos de crise. <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/#relatorio>

Han, B. C. (2022). *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Editora Vozes.

Holzmann, L. (2013). O trabalhador por conta própria no Brasil. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, 34(124), 119–137.

Hotmart. (2024.). *Plataformas Digitais: o que são, os tipos e as mais usadas*. Hotmart. <https://hotmart.com/pt-br/blog/plataformas-digitais>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2024). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Novos indicadores sobre a força de trabalho - Trimestre de 2024/03*.

[https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilios\\_continua/Trimestral/Novos\\_Indicadores\\_Sobre\\_a\\_Forca\\_de\\_Trabalho/pnadc\\_202403\\_trimestre\\_novos\\_indicadores.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Novos_Indicadores_Sobre_a_Forca_de_Trabalho/pnadc_202403_trimestre_novos_indicadores.pdf)

profissional. In Conselho Federal de Psicologia (Orgs.), *Quem é o psicólogo brasileiro?* (pp. 86-99). EDICON.

Lima, F. C. (2016). *Ideologia e significado do trabalho: o caso dos trabalhadores por conta própria*. [Tese de Doutorado]. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. (2006, 15 de dezembro). Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Presidência da República.

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)

Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. (2008, 19 de dezembro) Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Presidência da República.

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm)

Marcondes, R. C. (2014). *Entre buscar oportunidades e obter reconhecimento: Comportamento empreendedor de psicólogos em sua trajetória profissional*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal de Santa Catarina.

Martín-Baró, I. (1989). *Psicología política del trabajo en America Latina*. *Revista de Psicología de El Salvador*, 3(31), 21.

Miranda, D. W.; Xavier, M. P.; Silva, L. B. R.; & Mesquita, T. C. (2023). *Tensionamentos éticos do fazer profissional mediado pelas tecnologias: A prática emergente de psicólogas(os) influenciadores/criadores de conteúdo digital*. In Lara, L.; Cruz, L. R.; & Passos, P. (Orgs.), *Digitalização da vida e produção de subjetividades* (pp. 77-94). Abrapso Editora.

- Moita, D. S. (2020). Trabalho digital e organização ágil: a vivência espaço-temporal de trabalhadores em tecnologias de informação. [Tese de Doutorado]. Universidade Federal do Ceará.
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029– 1055.
- Oliveira, F. (2014). Perspectivas psicossociais para o estudo do cotidiano de trabalho. *Psicologia USP*, 25(1), 41-50.
- Oliveira, E. N. P., Moita, D. S., & Aquino, C. A. B. (2016). O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização. *Psicologia Política*, 16(36), 207–226.
- Oliveira, F. M. U. (2020). A demanda por empreender: uma proposta para o estudo do empreendedorismo de acordo com a psicologia social do trabalho. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 23(2), 115-128.
- Oliveira, I. F.; Costa, V. C. A.; & Yamamoto, O. H. (2022). A Psicologia no Brasil: Uma história em construção. In A. V. B. Bastos (Org.), *Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro: Formação e inserção no mundo do trabalho*, (1)(pp. 11-41). Conselho Federal de Psicologia.
- Rosenfield, C. (2015). Autoempreendedorismo: forma emergente de inserção social pelo trabalho. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 30(89), 115-128.
- Sabino, A. M.; & Abilio, L. C. (2019). Uberização: O empreendedorismo como novo nome para a exploração. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento*, 2 (2), 109-135.
- Sato, L. (2003). Psicologia, saúde e trabalho: distintas construções dos objetos “trabalho” e “organizações”. In Z. A. Trindade & A. N. Andrade (Orgs.), *Psicologia e saúde: um campo em construção* (pp. 167-178). Casa do Psicólogo.
- Sato, L., & Oliveira, F. (2008). Compreender a gestão a partir do cotidiano de trabalho. *Aletheia*, 27, 188-197.

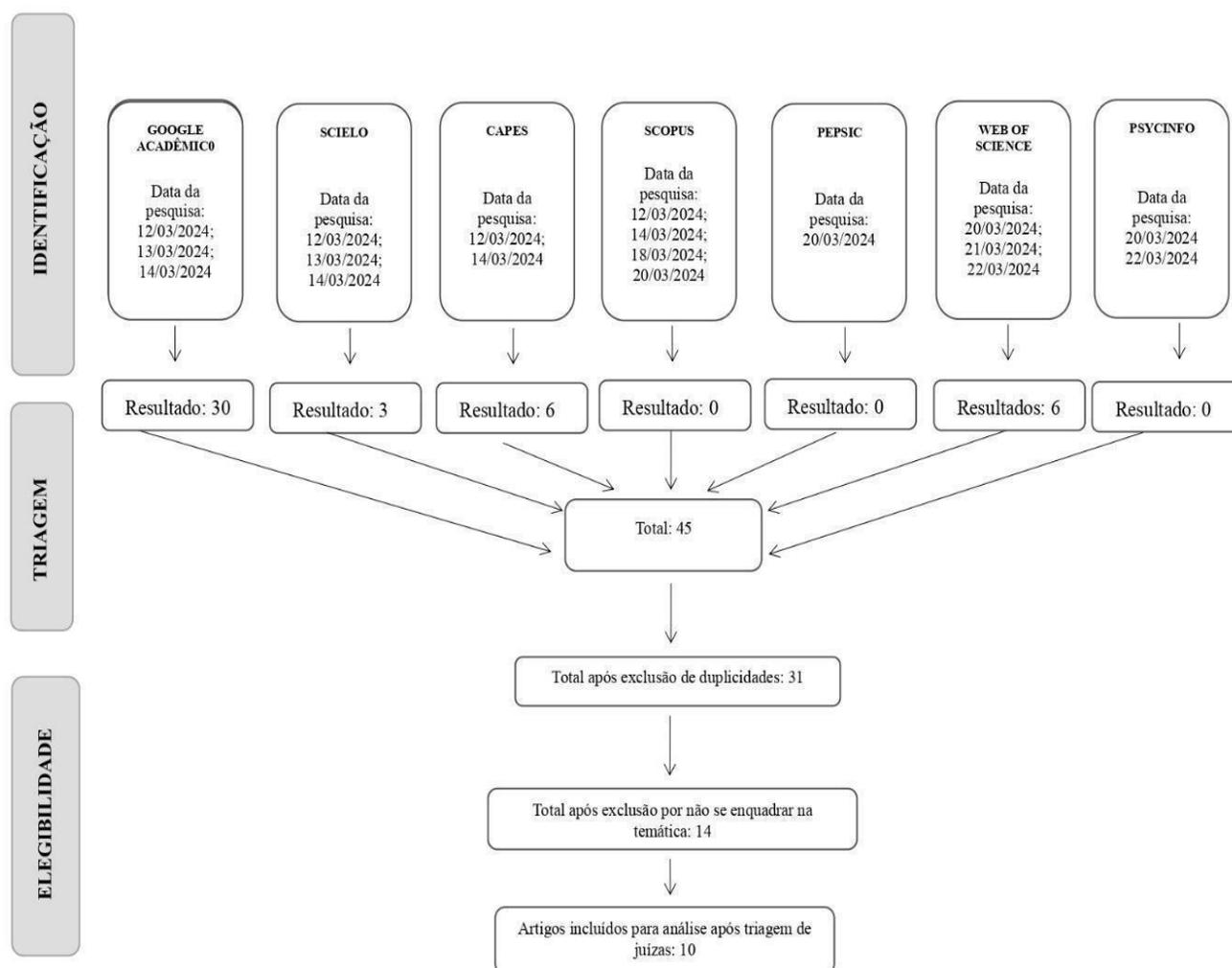
- Sato, L., Bernardo, M. H., & Oliveira, F. (2008). Psicologia social do trabalho e cotidiano: a vivência de trabalhadores em diferentes contextos micropolíticos. *Psicología para América Latina*, 15, 1-15. <https://doi.org/10.11606/issn.1870-350X.v15i1>
- Sato, L. (2017). Diferentes faces do trabalho no contexto urbano. In M. C. Coutinho, M. H. Bernardo & L. Sato (Orgs.), *Psicologia social do trabalho* (pp. 151-174). Vozes.
- Sato, L.; Coutinho, M. C.; Bernardo, M. H. (2017). A Perspectiva Da Psicologia Social Do Trabalho. In: In Coutinho M. C., Bernardo, M. H. & Sato, L. (Orgs.), *Psicologia Social do Trabalho* (pp. 11-25). Vozes.
- Sato, L., Coutinho, M. C., & Bernardo, M. H. (2018). *Psicologia social do trabalho*. Editora Vozes Limitada.
- Schumpeter, J. A. (1985). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. São Paulo: Nova Cultural.
- Sebrae (2018). Empreendedorismo digital. <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/empreendedorismo-digital,f914438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>.
- Silva, J. L. (2023). *Facetas do trabalho por conta própria: Relatos de carregadores de caminhão e trabalhadores(as) da área de tecnologia da informação*. [Tese de Doutorado]. Universidade de São Paulo.
- Spink, P. K. (2008). O pesquisador conversador no cotidiano. *Psicologia & Sociedade*, 20, 70-77.
- Spink, P. K. (1996). Organização como fenômeno psicossocial: notas para uma redefinição da psicologia do trabalho. *Psicologia & Sociedade*, 8(1), 174-192.
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 1-20.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A

#### FIGURA 1 –

*Diagrama do fluxo de procedimentos da revisão de literatura*



## APÊNDICE B

### *Descrição dos Artigos Científicos Analisados [N=10] na revisão de literatura do Estudo 1.*

<b>TÍTULO</b>	<b>AUTORES</b>	<b>REFERÊNCIA/ANO</b>
Autônomos e conectados: desenvolvimento de competências comunicacionais e presença de profissionais em plataformas digitais	Marcio Telles; Luiza Carolina dos Santos	Telles e Santos (2023)
Configurações Subjetivas da Psicoterapia em sua Divulgação no Instagram: Reflexões sobre a Atuação do Psicoterapeuta	Amanda Maria de Albuquerque Vaz, Valéria Deusdará Mori	Vaz e Mori (2022)
Etnografia das práticas psis no Facebook	Cristiane Moreira da Silva, Sylvio, Pecoraro Júnior, Francyne dos Santos Andrade, Rafael Welington Moreira Botelho	Silva et al. (2019)
Início de carreira na psicologia clínica	Matheus Felipe Ferreira de Souza, Sérgio Henriques Alves de Siqueira, Andrea Alves de Oliveira, Étore Gomes Mazini, Márcio Rocha Damasceno, Márcia Helena de Carvalho, Gederson Câmara Marques	Souza et al. (2023)
Perspectiva del cuidado en la ciberpsicología: reflexiones éticas	Blanca Patricia Ballesteros-de Valderrama, Orlando Enrique Uribe-Cerdas, Ángela Victoria Vera-Márquez, Paulo Daniel Acero- Rodríguez, William Alejandro Jiménez-Jiménez	Valderrama et al. (2022)
Psicólogos e o Uso das Mídias: Um Relato de Pesquisa	Raquel de Barros Pinto Miguel, Gilmar Joanol Arndt, Jeferson Gervásio Pires	Miguel et al. (2021)
Psicólogos no Instagram: a abordagem de Transtornos Mentais e a patologização da vida neste espaço	Lorena Sthefany Maravilha de Lima, André Benassuly Arruda	Lima e Arruda (2023)
Psicoterapia on-line e economia de compartilhamento: um estudo de caso do aplicativo FalaFreud	Deborah Christina Antunes, Rochelly Rodrigues Holanda, Brenda Lohanna Fernandes Sousa, Natacha Oliveira Júlio, Lays Mendes Silva	Antunes et al. (2022)
Psicoterapia On-line: regulamentação e reflexões nas plataformas de atendimento	Luísa Gianoni Marques, Rafael Fontan Ottolia, Nara Helena Lopes Pereira da Silva, Andrés Eduardo Aguirre Antúnez	Marques et al. (2022)
When the algorithm ‘matches’ us: The experiences of early-career psychologists on online platform services for psychotherapy and counselling in Italy	Giorgia Margherita, Alessia Caffieri, Nadia De Maio	Margherita et al. (2023)

## APÊNDICE C

*Questionário utilizado para coleta de dados do Estudo 2.*

### TRIAGEM

**Caso você responda sim para TODAS as perguntas contidas nesta sessão,** você estará incluído no perfil desta pesquisa, logo, solicitamos que você siga para a etapa do questionário e agradecemos desde já a sua participação.

**Você é Profissional de psicologia?**

*Marcar apenas uma opção.*

Sim  Não

**Você se considera um(a) EMPREENDEDOR(A)?**

*Marcar apenas uma opção.*

Sim  Não

**Você trabalha ofertando algum serviço ou produto através de mídias digitais?**

*Marcar apenas uma opção.*

Sim  Não

### QUESTIONÁRIO

**Sua graduação em Psicologia foi realizada em:**

*Marcar apenas uma opção:.*

Universidade Pública  Faculdade Particular

**Há quanto tempo você concluiu a graduação em psicologia?**

Menos de 1 ano

Mais de 1 até 5 anos

Mais de 5 até 10 anos

Mais de 10 anos

**Ainda sobre a sua formação acadêmica como profissional de psicologia. Você possui (Será possível marcar mais de uma opção de resposta)**

Graduação  Especialização

Mestrado  Doutorado

**Caso, além da formação em psicologia, você possua graduação/especializações em outras áreas, comente quais seriam:**

**Há quanto tempo você exerce a psicologia profissionalmente?**

Menos de 1 ano

Mais de 1 até 5 anos

Mais de 5 até 10 anos

Mais de 10 anos

**Qual sua área de atuação na psicologia? (Será possível marcar mais de uma opção de resposta)**

Organizacional/Trabalho  Saúde/Hospitalar

Social/Comunitária  Escolar/Educacional

Clínica  Esporte

Outro\_\_

**Você possui algum nicho específico de mercado/atuação? Qual?**

**No seu trabalho como profissional de psicologia, você faz uso do meio digital para (Será possível marcar mais de uma opção de resposta):**

Captar pacientes/clientes

Divulgar serviços e produtos

- Vender serviços e produtos
- Me conectar a outros profissionais (fazer "networking")
- Outro:

**Há quanto tempo você utiliza o meio digital como ferramenta de trabalho?**

- Menos de 1 ano
- Mais de 1 até 5 anos
- Mais de 5 até 10 anos
- Mais de 10 anos

**Quais plataformas digitais você utiliza no seu trabalho (Será possível marcar mais**

**de uma opção de resposta):**

- Instagram
- TikTok
- Twitter Hotmart
- Outro

**Você acredita que a graduação em psicologia te capacitou a ser um(a) empreendedor(a)?**

- Nada  Pouco
- Suficiente  Bastante

**Você acredita que a graduação em psicologia te capacitou para o empreendedorismo digital?**

- Nada  Pouco
- Suficiente  Bastante

**Como você se capacitou para exercer o empreendedorismo digital (Será possível marcar mais de uma opção de resposta)?**

- Aprendi estudando por conta própria

Fiz curso com profissionais de psicologia

Fiz curso com profissionais da área de tecnologia, publicidade, marketing, empreendedorismo ou afins

Pago assessoria/mentoria  Outro:

**Quantas horas por semana você dedica ao seu trabalho no empreendedorismo digital?**

Até 10h  De 10 até 20h

Mais de 20h até 30h  Mais de 30h até 40h

Mais de 40h

**Quem gerencia suas mídias digitais?**

Trabalho sozinho(a)

Outro profissional de psicologia

Profissionais especialistas na área de mídias digitais/comunicação

Outro:

**Você exerce a psicologia apenas no meio digital?**

Sim  Não

**Caso tenha respondido “não” para a pergunta acima, indique quais seus outros lugares de atuação:**

**O seu trabalho no empreendedorismo digital é voltado apenas para serviços/produtos inseridos no campo da psicologia?**

Sim  Não

**Caso tenha respondido “não” para a pergunta acima, indique com quais outros serviços/produtos você trabalha no meio digital.**

**Você acredita que as normas e resoluções do Conselho Federal de Psicologia são suficientes para nortear sua prática na internet?**

- Nada
- Pouco
- Suficiente
- Bastante

**Qual seu gênero?**

- Masculino  Feminino
- Prefiro não comentar
- Outro \_\_\_\_

**Qual sua idade (em anos)?**

**Qual estado/cidade onde você mora e trabalha?**

**Qual seu estado civil?**

- Solteiro(a)  Casado(a)
- União estável  Viúvo(a)
- Divorciado(a)

**Qual o número de filhos que você possui?**

- Nenhum  1
- 2  3  4 ou mais

**Qual sua renda mensal atual?**

- Nenhuma renda  Até 1 salário mínimo (R\$ 1.320)
- De 1 até 3 salários mínimos  Mais de 3 até 6 salários mínimos
- Mais de 6 salários mínimos

**Quantas horas você trabalha por semana?**

- Até 10h  De 10 até 20h
- Mais de 20h até 30h  Mais de 30h até 40h  Mais de 40h

## **APÊNDICE D**

### *TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido*

Prezado(a),

Este é um convite para você participar da pesquisa "ANÁLISE PSICOSSOCIAL DA RELAÇÃO DE PROFISSIONAIS DE PSICOLOGIA COM O EMPREENDEDORISMO DIGITAL COMO ATIVIDADE DE TRABALHO", desenvolvida pela pesquisadora Mariana Francelino Celestino Silva, mestranda do Programa de Pós Graduação em Psicologia Social da Universidade Federal da Paraíba.

Esta pesquisa pretende compreender a dinâmica emergente na relação entre profissionais de psicologia e o empreendedorismo digital. Você está sendo convidado(a) a responder um questionário sobre o tema, o que levará uma média de tempo de apenas 10 minutos. Sua participação é muito importante. Lembre-se que você não será identificado(a) em nenhum momento da pesquisa, e apenas as pesquisadoras do estudo terão acesso às suas respostas. Em nenhum momento suas respostas serão divulgadas, a não ser para a finalidade científica deste estudo, e mesmo assim seu anonimato será mantido.

A pesquisa busca preencher uma lacuna de informações sobre a relação entre psicólogos(as) e empreendedorismo digital, fornecendo, assim, uma possível compreensão do fenômeno, dados para futuras pesquisas e para intervenções necessárias. Os resultados podem ajudar as(os) profissionais de psicologia que também são empreendedoras(es) a compreender melhor os desafios e estratégias psicossociais envolvidas no empreendedorismo digital, promovendo o desenvolvimento profissional. O estudo pode contribuir para a valorização da profissão e para a compreensão do papel dessas(es) profissionais no contexto digital. Para além de uma contribuição teórica e crítica, a pesquisa também irá atuar enquanto recurso para a escuta do sofrimento pessoal sobre questões que estão intimamente envolvidas nas atividades de trabalho. Além disso, os dados produzidos podem subsidiar o desenvolvimento de

intervenções e apoio psicossocial direcionados a psicólogos(as) empreendedoras(es), visando um diálogo com a saúde da(o) trabalhador(a). Ademais, a pesquisa pode fornecer caminhos para a formação das(os) profissionais de psicologia e posicionamento do Conselho Federal de Psicologia (CFP) a respeito de uma postura necessária em termos de normas atualizadas e conduta ética e crítica no uso dos domínios digitais, algo que favorece toda a categoria profissional e também a sociedade, que passa a consumir informações sobre psicologia online de forma mais segura e confiável.

Informamos que essa pesquisa oferece riscos mínimos para a saúde das(os) participantes, pois utiliza um procedimento não invasivo, o questionário. Porém, em caso de desconforto, as pesquisadoras comprometem-se a realizar encaminhamentos para um serviço de apoio psicológico realizado na Clínica Escola de Psicologia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) no Campus I.

Deixamos evidente que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, você não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelas pesquisadoras. Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano. As pesquisadoras estarão à sua disposição para qualquer dúvida em qualquer etapa da pesquisa.

Por fim, destaca-se que o presente estudo tem parecer favorável do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) sob Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) N°

74148423.8.0000.5188, parecer N° 6.460.951.

Caso aceite participar, solicitamos a sua assinatura (marcar a opção abaixo) neste Termo de Consentimento.

Concordo em participar da pesquisa

Não concordo em participar

## APÊNDICE E

Percepções dos participantes quanto a sua atividade de trabalho no empreendedorismo digital.

<i>Nicho de atuação</i>	<b>F</b>	<b>%</b>	<i>Jornada de Trabalho no ED</i>	<b>F</b>	<b>%</b>
Possui nicho específico	99	78,5	Até 10h semanais	83	65,9
Não possui nicho	27	21,42	De 10h até 20h semanais	28	22,2
<b>Finalidade das mídias*</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Mais de 20h até 30h sem.	11	8,7
Captar clientes	10	8	Mais de 30h até 40h sem.	1	0,8
Divulgar serviços/produtos	10	8,0	Mais de 40h semanais	3	2,4
Vender serviços/produtos	64	50,8	<b>Gerência das mídias*</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Networking	83	65,9	Por conta própria	100	79,4
<b>Tempo de trabalho no digital</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Outra(o) Psicóloga(o)	23	18,3
Menos de 1 ano	41	32,5	<b>Trabalha apenas no digital</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
De 1 até 5 anos	67	5	Não	90	71,4
Mais de 5 até 10 anos	17	13,5	<i>Sim</i>	36	28,6
Mais de 10 anos	1	0,8	<i>No digital trabalha só com psi.</i>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Ferramenta digital*</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Não	18	14,3
Instagram	126	100	<i>Sim</i>	108	85,7
<i>Tik Tok</i>	23	18,3	<b>Instruções CFP</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Hotmart	21	16,7	Nada	19	15,1
Youtube	3	2,5	Pouco	82	65,1
Facebook	2	1,5	Suficiente	23	18,3
<b>Empreendedorismo na Faculdade</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	Bastante	2	1,6
Nada	11	8			
Pouco	13	1			
Suficiente	-	-			
Bastante	-	-			
<b>Empreend. Digital (ED) na</b>	<b>F</b>	<b>%</b>			
Nada	12	9			
Pouco	1	0,5			
Suficiente	-	-			
Bastante	-	-			
<b>Como se capacitou para o ED*</b>	<b>F</b>	<b>%</b>			
Por conta própria	87	6			
Curso com outras(os) psicólogas(os)	48	3			
Curso com especialistas em	61	4			
Paga assessoria/mentoria	40	3			

\*Outros dados foram excluídos desta tabela levando-se em consideração a formatação da imagem e devido ao fato de corresponderem a menos de 1% das respostas.

## APÊNDICE F

*Resumo dos valores de P para correspondência das variáveis qualitativas utilizadas na pesquisa*

\* $p < 0,05$

\*\* $p < 0,01$

Abreviatura da variável	JST	TG	APMD	TCG	TUMD	TSED	TGMD	PCGE	PCGED	PNCFP
JST (Jornada semanal de trabalho)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TG (Tipo de Graduação)01	0,459	X	X	X	X	X	X	X	X	X
APMD (Apenas Psicologia Meio Digital)	0,822	0,304	X	X	X	X	X	X	X	X
TCG (Tempo de Conclusão Graduação) 02	0,679	0,079	0,722	X	X	X	X	X	X	X
TUMD (Tempo de Utilização Meio Digital)03	0,597	0,507	0,577	0,450	X	X	X	X	X	X
TSED (Tempo Semanal Empreendedorismo Digital)03	0,005**	0,163	0,115	0,438	0,922	X	X	X	X	X
TGMD (Tipo de Gerenciamento de Mídia Digital)02	0,918	0,032*	0,446	0,481	0,359	0,008**	X	X	X	X
PCGE (Percepção de Capacitação Graduação Empreendedorismo)01	0,783	0,049*	0,226	0,410	0,897	0,226	0,265	X	X	X
PCGED (Percepção de Capacitação Graduação Empreendedorismo Digital)01	0,254	0,141	0,525	0,311	0,821	0,000**	0,000**	0,003**	X	X
PNCFP (Percepção Norteamento do CFP)02	0,991	0,562	0,431	0,651	0,592	0,506	0,705	0,588	0,062	X

**ANEXOS****ANEXO A**

*Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)*

CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
PARAÍBA - CCS/UFPB

**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

**Título da Pesquisa:** ANÁLISE PSICOSSOCIAL DA RELAÇÃO DE PSICÓLOGOS COM O EMPREENDEDORISMO DIGITAL COMO ATIVIDADE DE TRABALHO

**Pesquisador:** MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 74148423.8.0000.5188

**Instituição Proponente:** Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

**DADOS DO PARECER**

**Número do Parecer:** 6.460.951

**Apresentação do Projeto:**

Trata-se de uma dissertação de mestrado do Programa de Pós Graduação em Psicologia Social da Universidade Federal da Paraíba cuja pesquisadora vai realizar uma análise

psicossocial da relação estabelecida entre os profissionais de psicologia com o empreendedorismo digital como atividade de trabalho.

**Objetivo da Pesquisa:**

**Objetivo Primário:**

Como objetivo geral pretendemos realizar uma análise psicossocial da relação estabelecida entre os profissionais de psicologia com o empreendedorismo digital como atividade de trabalho.

**Objetivo Secundário:**

Caracterizar a organização da atividade de trabalho do/a psicólogo/a empreendedor/a digital (locais, ferramentas, processos, produtos, funções);

Caracterizar o conteúdo exposto nas mídias digitais por estes profissionais;

Analisar o sentimento identitário dos psicólogos em relação ao empreendedorismo digital, considerando suas estratégias psicossociais para lidar com demandas específicas, dilemas éticos e sociais;

Analisar as trajetórias laborais de psicólogos/as empreendedores/as digitais, considerando

**Endereço:** Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

**Bairro:** Cidade Universitária

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB **Município:** JOAO PESSOA

Página 01 de 05

CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
PARAÍBA - CCS/UFPB



consensos e dissensos.

### **Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

#### **Riscos:**

Podemos elencar como único risco resultante desta pesquisa para os sujeitos participantes, a possibilidade de surgimento de algum grau de desconforto ou impacto psicológico na etapa de entrevistas, visto que poderão ser abordados tópicos sensíveis. Os participantes podem experimentar desconforto emocional ou estresse ao relembrar suas experiências e compartilhá-las. Contudo, tal impacto será minimizado pelo fato de as entrevistas serem conduzidas por profissional psicólogo habilitado para a escuta e também pelo compromisso dos pesquisadores em viabilizar outros espaços de escuta e acolhimento em caso de necessidade. Em casos de desconforto, o participante pode ainda desistir da entrevista ou solicitar a sua interrupção por um momento (com a possibilidade de continuar em um outro dia) ou a sua desistência do estudo.

#### **Benefícios:**

A pesquisa busca preencher uma lacuna de informações sobre a relação entre psicólogos e empreendedorismo digital, fornecendo, assim, uma possível compreensão do fenômeno, dados para futuras pesquisas e para intervenções necessárias. Os resultados podem ajudar os psicólogos empreendedores a compreender melhor os desafios e estratégias psicossociais envolvidas no empreendedorismo digital, promovendo o desenvolvimento profissional. O estudo pode contribuir para a valorização da profissão de psicólogo e para a compreensão do papel desses profissionais no contexto do empreendedorismo digital. Para além de uma contribuição teórica e crítica, a pesquisa também irá atuar enquanto recurso para a escuta do sofrimento pessoal sobre questões que estão intimamente envolvidas nas atividades de trabalho. Além disso, os dados coletados podem subsidiar o desenvolvimento de

intervenções e apoio psicossocial direcionados a psicólogos empreendedores, visando um diálogo com a saúde do trabalhador. Ademais, a pesquisa pode fornecer caminhos para a formação dos psicólogos e posicionamento do Conselho Federal de Psicologia a respeito de uma postura necessária em termos de normas atualizadas e conduta ética e crítica no uso dos domínios digitais, algo que favorece toda a categoria de psicólogos e também a sociedade, que passa a consumir informações sobre psicologia online de forma mais segura e confiável.

### **Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

Este estudo possui delineamento metodológico transversal, multimétodo, misto sequencial, em

**Endereço:** Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

**Bairro:** Cidade Universitária

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB **Município:** JOAO PESSOA

CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
PARAÍBA - CCS/UFPB



Continuação do Parecer: 6.460.951

quatro fases distintas: 1) Revisão de literatura do tipo sistemática com metassíntese qualitativa e análise cientométrica; 2) Questionário de dados dos participantes; 3) Pesquisa documental com fontes primárias oriundas de materiais divulgados nas mídias digitais de profissionais de psicologia e 4) Entrevistas narrativas com roteiro semiestruturado. 1ª Etapa) Revisão sistemática de literatura com metassíntese qualitativa: Serão levantadas publicações no

banco de periódicos Google Acadêmico, tendo como critério para busca artigos nacionais e internacionais que versem sobre o tema do empreendedorismo digital enquanto atividade de trabalho na psicologia/de psicólogos. Para tanto, utilizaremos os descritores: Psicologia AND Empreendedorismo digital; Psicólogo AND Empreendedorismo digital, em português e em inglês. O objetivo desta etapa é analisar a literatura sobre a temática estudada para que se possa melhor compreender o fenômeno, sua relevância e as lacunas existentes no conhecimento científico sobre a temática. Os artigos serão selecionados de acordo com os seguintes critérios de inclusão: 1) Abordar a temática da psicologia enquanto empreendedorismo digital, 2) Estar disponível na íntegra para leitura. Não serão utilizados critérios de recortes temporais.

2ª Etapa) Questionário: Para acessar as redes sociais dos/as psicólogos/as empreendedores/as digitais, utilizaremos um questionário com questões objetivas de respostas de múltipla escolha. Através do Google Forms, disponibilizaremos o instrumento para ser respondido por psicólogos e psicólogas que se consideram empreendedores digitais. O estudo, de caráter exploratório, por meio da amostragem por conveniência, utilizando critérios de acessibilidade pelo método bola de neve, tem como objetivo captar os dados sociodemográficos dos participantes, assim como identificar quais as plataformas digitais (redes sociais/sites/aplicativos) por eles utilizadas. Neste formulário, será disponibilizado também uma pergunta sobre o interesse em participar das próximas etapas da pesquisa (análise da mídia digital – site/rede social utilizada pelo profissional - e entrevista) e, portanto, também junto ao questionário será divulgado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

3ª Etapa) Pesquisa documental: A partir das informações disponibilizadas no questionário será possível acessar os sites/redes sociais/aplicativos identificados pelos participantes no formulário, e, assim, será realizada uma análise dos conteúdos disponibilizados em cada domínio. Tendo, esta etapa, o propósito de identificar e compreender o perfil do psicólogo empreendedor digital, como se comunica com os seus clientes e quais os produtos e serviços que tem divulgado.

4ª Etapa) Entrevista: Em

adequação ao formato da pesquisa, que tem a condição de estudo qualitativo, tendo por objetivo compreender as vivências dos participantes em suas atividades laborais, será utilizada a técnica de entrevista narrativa do tipo “história de vida”, com 10 sujeitos participantes das fases anteriores do estudo, pelo critério de acessibilidade. A etapa visa acessar as experiências e

**Endereço:** Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

**Bairro:** Cidade Universitária

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB **Município:** JOAO PESSOA

Página 03 de 05

CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
PARAÍBA - CCS/UFPB



Continuação do Parecer: 6.460.951

vivências dos sujeitos, assim como, proporcionar uma reflexão a partir da relação dialógica com a pesquisadora. Para isto, será realizada uma entrevista conduzida através de uma questão norteadora: “Gostaria que me contasse sua história de trabalhador/a, desde quando começou a trabalhar até os dias de hoje.”

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Os termos de apresentação obrigatória atendem aos requisitos formais do CEP.

**Recomendações:**

Não há recomendações.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Sou de parecer favorável a execução desse projeto de pesquisa, salvo melhor juízo.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

Certifico que o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba – CEP/CCS aprovou a execução do referido projeto de pesquisa. Outrossim, informo que a autorização para posterior publicação fica condicionada à submissão do Relatório Final na Plataforma Brasil, via Notificação, para fins de apreciação e aprovação por este egrégio Comitê.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tip o Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_P ROJETO_2207243.pdf	13/09/2023  18:25:34		Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	CERTIDAOINSTITUICAO.pdf	13/09/2023  18:14:16	MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	13/09/2023  18:12:55	MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.pdf	13/09/2023  18:12:32	MARIANA FRANCELINO CELESTINO SILVA	Aceito

Declaração de	DECLARACAOPESQUISADORAS.p	13/09/202	MARIANA	Aceito
Pesquisadores	df	18:12:11	FRANCELIN O CELESTINO SILVA	

**Endereço:** Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

**Bairro:** Cidade Universitária

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB **Município:** JOAO PESSOA

Página 04 de 05

CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
PARAÍBA - CCS/UFPB



Continuação do Parecer: 6.460.951

Folha de Rosto	FOLHADEROSTO.pdf	13/09/2023	MARIANA	Aceito
		18:10:16	FRANCELINO CELESTINO SILVA	

**Situação do Parecer:** Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:** Não

JOAO PESSOA, 26 de Outubro de 2023

**Assinado por:** Eliane Marques Duarte de Sousa (Coordenador(a))