REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

# PSICOLOGIA NA ERA DIGITAL: O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE PSICOEDUCAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DO MUSICOTERAPEUTA

**Amanda Coelho Ferreira de Oliveira**
Graduanda em Psicologia, Faculdade UNAMA Boa Vista, Boa Vista-RR, Brasil.
http://lattes.cnpq.br/5807239328993187
https://orcid.org/0009-0007-3622-032X
E-mail: Coelhoamanda50@gmail.com

**Eduarda Deckmann Peukert**
Graduanda em Psicologia, Faculdade UNAMA Boa Vista, Boa Vista-RR, Brasil.
http://lattes.cnpq.br/9096592293252650
https://orcid.org/0009-0002-4439-8121
E-mail: dudadeckmann@gmail.com

**Gabriella Matias da Silva**
Professora da Unama. Especialista em Terapia Cognitiva, Educação Especial e Psicomotricidade. Neuropsicologia, Psicologia Clínica, Psicologia Jurídica e Psicologia Organizacional.
https://orcid.org/0009-0009-5192-0898
E-mail: gabriellamatiaspsi@hotmail.com

DOI-Geral: http://dx.doi.org/10.47538/RPS-2026.V3N4
DOI-Individual: http://dx.doi.org/10.47538/RPS-2026.V3N4-04

**RESUMO:** Este artigo analisa criticamente as possibilidades e os limites do Instagram para a psicoeducação em saúde mental e a divulgação do trabalho do musicoterapeuta, considerando seu potencial aplicação em Boa Vista-RR. Desenvolveu-se revisão narrativa da literatura, complementada por análise de documentos normativos, com seleção intencional de estudos sobre alfabetização em saúde mental, comunicação digital, evidências clínicas e ética profissional. A discussão foi organizada por eixos temáticos, confrontando resultados, alcances e limitações dos materiais consultados. Estudos sobre campanhas digitais indicam possibilidades de circulação e interação, mas não permitem equiparar engajamento a aprendizagem, redução de estigmas ou procura por atendimento. Na literatura clínica, revisões apontam benefícios da Musicoterapia para determinados desfechos, cuja interpretação depende da população, da intervenção e da qualidade metodológica dos estudos. Os resultados sustentam cinco critérios editoriais: precisão conceitual, fonte localizável, comunicação proporcional à evidência, respeito à privacidade e encaminhamento adequado ao cuidado. Conclui-se que o Instagram pode funcionar como canal educativo complementar, sem substituir avaliação profissional ou comprovar efeitos clínicos. Não foram coletados dados de usuários de Boa Vista, o que delimita as conclusões e orienta pesquisas futuras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Musicoterapia. Instagram. Psicoeducação. Saúde mental.

## PSYCHOLOGY IN THE DIGITAL AGE: THE USE OF INSTAGRAM AS A TOOL FOR PSYCHOEDUCATION AND THE PROMOTION OF A MUSIC THERAPIST'S WORK

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

**ABSTRACT:** This article critically examines the potential and limitations of Instagram for mental health psychoeducation and communication about music therapists' professional work, considering possible applications in Boa Vista, Roraima, Brazil. A narrative literature review was complemented by an analysis of professional and regulatory documents, with purposive selection of studies on mental health literacy, digital communication, clinical evidence, and professional ethics. The discussion was organized into thematic strands and compared the findings, scope, and limitations of the sources. Studies of online mental health campaigns suggest opportunities for reach and interaction, but engagement cannot be equated with learning, stigma reduction, or actual help-seeking. Clinical reviews report benefits of music therapy for certain outcomes, while interpretation depends on the population, intervention, and methodological quality of each study. Five editorial criteria emerge: conceptual accuracy, traceable sources, claims proportionate to the evidence, respect for privacy, and appropriate referral to care. Instagram may therefore serve as a complementary educational channel, rather than a substitute for professional assessment or proof of clinical effects. No data were collected from users in Boa Vista, which limits local inferences and informs future research.

**KEYWORDS:** Music therapy. Instagram. Psychoeducation. Mental health.

## INTRODUÇÃO

A circulação de informações sobre saúde mental já não se limita aos serviços especializados, às publicações científicas ou às campanhas institucionais. Plataformas digitais reúnem explicações produzidas por profissionais, experiências pessoais, publicidade e conteúdos selecionados por mecanismos de recomendação. Essa combinação pode aproximar temas de saúde do cotidiano de quem busca orientação, mas também dificulta distinguir conhecimento científico de conselhos sem fundamentação.

A Organização Mundial da Saúde (OMS, 2022), ao defender o fortalecimento de sistemas e ações comunitárias de saúde mental, oferece o horizonte de interesse público para essa discussão: ampliar o acesso à informação tem valor quando ela ajuda a compreender necessidades e possibilidades reais de cuidado. Assim, a relevância de uma publicação não pode ser aferida somente pelo número de pessoas que a visualizam.

A psicoeducação é pertinente a esse cenário porque pretende favorecer compreensão e autonomia, em vez de oferecer respostas clínicas universais. Sua contribuição está na explicação acessível de fenômenos, na identificação de recursos disponíveis e na orientação sobre situações em que é necessário buscar ajuda. Ao sistematizar o conceito de alfabetização em saúde mental, Jorm (2012) relaciona

conhecimento público ao reconhecimento de problemas, às opções de tratamento, às possibilidades de prevenção e às formas de apoio.

Na comunicação digital, esse objetivo impõe uma exigência adicional: condensar informações em vídeos e imagens sem converter situações complexas em listas de sinais ou promessas de solução. Uma mensagem educativa bem construída precisa permitir ao leitor compreender tanto o que se sabe quanto os limites da orientação recebida.

O Instagram oferece formatos visuais que favorecem a apresentação sequencial de perguntas, conceitos e exemplos, mas a resposta do público a essas publicações exige interpretação cuidadosa. Em análise de 725 postagens de duas organizações voltadas à saúde mental, Jia, Ju e Zhu (2024) observaram associações entre determinadas estratégias informativas, características visuais e engajamento.

O estudo mostra como escolhas de linguagem podem influenciar a interação, sem demonstrar que os usuários retiveram informações, superaram estigmas ou passaram a procurar atendimento. A distinção é especialmente importante para conteúdos sobre práticas terapêuticas: compreender uma legenda não equivale a receber avaliação, realizar tratamento ou obter melhora clínica.

A Musicoterapia torna evidente o risco de confundir familiaridade com a música e conhecimento sobre uma profissão de saúde. A Lei nº 14.842, de 11 de abril de 2024, define a atividade do musicoterapeuta e relaciona o uso da música e de seus elementos a intervenções voltadas à aprendizagem, à qualidade de vida e à saúde física, mental e social (Brasil, 2024).

Essa caracterização não torna qualquer escuta musical uma intervenção musicoterapêutica, nem autoriza conclusões clínicas automáticas a partir de experiências pessoais de bem-estar. Ao divulgar a profissão no Instagram, é necessário esclarecer o papel da formação, dos objetivos terapêuticos e da avaliação individual, evitando que a popularidade de conteúdos substitua as condições de exercício profissional estabelecidas em lei.

A questão também merece exame no cenário brasileiro, onde a presença digital de profissionais convive com dificuldades para comunicar a complexidade do sofrimento

humano. Em estudo documental de dez páginas do Instagram dirigidas a profissionais de Psicologia clínica, Pastana (2025) identificou recomendações de produção de conteúdos marcadas por simplificações e generalizações.

Embora essa investigação não trate diretamente de Musicoterapia, fornece um contraponto pertinente: a divulgação de serviços pode adotar a linguagem educativa e, ao mesmo tempo, incentivar expectativas excessivas. Boa Vista-RR é considerada neste artigo como contexto possível de aplicação dos critérios analisados, e não como local de pesquisa empírica já realizada. Portanto, o texto não atribui hábitos digitais nem percepções específicas à sua população.

Diante desse quadro, pergunta-se: quais contribuições e limites são sustentados pela literatura científica e pelos documentos normativos para o uso do Instagram como instrumento de psicoeducação em saúde mental e divulgação da Musicoterapia? O objetivo geral é analisar essas possibilidades sob os ângulos comunicacional, clínico e ético, tomando Boa Vista-RR como referência para futuras aplicações.

Os objetivos específicos consistem em discutir a alfabetização em saúde mental no ambiente digital; caracterizar a identidade profissional da Musicoterapia e a qualidade de suas evidências clínicas; examinar riscos de desinformação; e organizar critérios verificáveis para a publicação responsável de conteúdos educativos.

O problema não decorre de uma suposta ausência de pesquisas sobre saúde mental ou Musicoterapia, mas da dificuldade de transportar conclusões obtidas em campos distintos para a comunicação de uma prática profissional específica. Estudos sobre Instagram investigam circulação e engajamento; revisões clínicas examinam intervenções, grupos e desfechos; normas delimitam deveres profissionais.

Essas evidências não podem ser somadas como se respondessem à mesma pergunta. A contribuição deste artigo consiste em colocá-las em diálogo e estabelecer o que cada uma efetivamente autoriza afirmar. Desse modo, o estudo oferece parâmetros para discutir divulgação científica sem alegar que publicações digitais produzem, por si, efeitos terapêuticos ou mudanças de comportamento.

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

## PSICOEDUCAÇÃO E ALFABETIZAÇÃO EM SAÚDE MENTAL NO AMBIENTE DIGITAL

A psicoeducação se diferencia do aconselhamento improvisado porque vincula informações sobre saúde e sofrimento psíquico a possibilidades responsáveis de compreensão e cuidado. Pode ajudar pessoas, familiares e comunidades a reconhecer dúvidas relevantes, identificar recursos e formular perguntas antes de uma consulta; não estabelece diagnósticos nem substitui acompanhamento clínico.

O conceito de alfabetização em saúde mental discutido por Jorm (2012) amplia essa perspectiva ao incluir reconhecimento de problemas, conhecimento sobre tratamentos e comportamentos de busca de ajuda. A diferença entre conhecer um termo e saber utilizá-lo é fundamental para a Musicoterapia: uma postagem pode apresentar a definição da profissão, mas também precisa indicar o que caracteriza uma intervenção profissional e por que nem todo uso cotidiano da música corresponde a tratamento.

O ambiente conectado altera as condições de recepção da informação psicoeducativa. A possibilidade de assistir novamente a um vídeo, compartilhar uma explicação com familiares e acessar exemplos visuais pode facilitar a aproximação inicial com temas pouco conhecidos. Contudo, conteúdos distribuídos para um público amplo não consideram, necessariamente, a história clínica, a compreensão prévia ou as condições de acesso de cada pessoa. Isso torna inadequado transformar orientações gerais em recomendações individuais por meio de comentários ou mensagens públicas. A tarefa educativa é dupla: explicar com linguagem compreensível e sinalizar quando a informação deixa de ser suficiente para a decisão sobre o cuidado.

O letramento digital exige avaliar não só a mensagem, mas também o ambiente que a torna visível. Cho et al. (2024) propõem compreender a alfabetização em mídias sociais por meio das relações entre o sujeito, o meio e as representações de realidade que circulam nas plataformas, articuladas às competências de analisar, avaliar e contribuir. Aplicada à psicoeducação, essa proposta mostra que citar uma fonte científica é necessário, mas não esgota a formação crítica: importa considerar a autoria, o contexto de publicação, a seleção algorítmica e o sentido atribuído pelo usuário ao conteúdo. Uma

postagem sobre Musicoterapia será mais educativa quando incentivar a identificação desses elementos, e não apenas solicitar confiança na autoridade de quem a publicou.

A confiança depositada em conteúdos sobre saúde pode variar conforme o modo de apresentação da evidência e o repertório do público. Xue e Taylor (2023), em experimento sobre rumores relativos à vacinação, examinaram como formas de evidência, letramento e conhecimento sobre saúde influenciam respostas de usuários.

Como o estudo trata de rumores vacinais, seus resultados não descrevem diretamente atitudes perante a Musicoterapia; sua contribuição aqui é metodológica, ao demonstrar que a forma da mensagem e as características do receptor interferem na avaliação de credibilidade. Por isso, a clareza editorial deve vir acompanhada de referências acessíveis e indicações sobre o alcance das conclusões, sem presumir que uma apresentação convincente seja cientificamente correta.

A análise de publicações digitais também requer separar interação de aprendizagem. Jia, Ju e Zhu (2024) identificam características de conteúdos associadas ao engajamento em perfis institucionais de saúde mental; Draganidis et al. (2024), ao revisar campanhas digitais, descrevem grande heterogeneidade nos indicadores utilizados e dificuldades para estabelecer mudanças de procura por ajuda.

As pesquisas convergem quanto à utilidade de analisar formatos comunicacionais, mas diferem daquilo que uma avaliação educativa exigiria demonstrar. Curtidas e comentários informam que houve resposta a uma publicação. Saber se a pessoa compreendeu o que é Musicoterapia, reconheceu os limites de uma intervenção ou encontrou atendimento apropriado dependeria de medidas adicionais.

A produção brasileira amplia a discussão sobre consequências profissionais dessa escolha editorial. Em estudo de páginas direcionadas a psicólogos clínicos, Pastana (2025) observou que orientações para divulgação no Instagram frequentemente recorrem a generalizações sobre experiências psíquicas e à promessa implícita de soluções simples. Não se trata de estudo de Musicoterapia nem de mensuração do efeito de publicações sobre pacientes.

Ainda assim, sua contribuição analítica é mostrar que o problema não se restringe à presença de informação falsa: a seleção do que é omitido em nome da visibilidade também pode comprometer a educação em saúde. A distinção sustenta a necessidade de avaliar conteúdo e enquadramento, não apenas a precisão de frases isoladas.

## MUSICOTERAPIA: IDENTIDADE PROFISSIONAL, EVIDÊNCIAS E LIMITES DA INTERVENÇÃO

A Musicoterapia constitui uma prática profissional que utiliza experiências musicais em processos de cuidado com objetivos definidos, diferindo tanto do ensino de música quanto da escuta recreativa. No Brasil, a Lei nº 14.842/2024 estabelece quem pode exercer a atividade e descreve atribuições relacionadas a intervenções em diferentes contextos (Brasil, 2024). Sua existência torna indispensável apresentar o musicoterapeuta como profissional com requisitos de formação ou enquadramento legal, e não simplesmente como alguém que utiliza músicas em atividades de bem-estar. Em uma publicação educativa, explicar essa distinção favorece decisões mais informadas sobre a procura de serviços e reduz a margem para representações vagas ou publicitárias.

A identidade da profissão também se manifesta em uma produção científica que ultrapassa os estudos clínicos de eficácia. Ao mapear publicações entre 2002 e 2022, Vagetti et al. (2023) demonstram a existência de redes de pesquisa e de circulação acadêmica voltadas à Musicoterapia, incluindo participação brasileira. A bibliometria não valida, por si, uma intervenção específica; revela, antes, que o campo possui debates, atores e canais científicos próprios. Sua contribuição para este artigo é impedir um raciocínio simplista segundo o qual a visibilidade nas redes sociais precisaria “criar” legitimidade científica. A comunicação digital deve traduzir criticamente um conhecimento que se constrói por métodos de pesquisa, e não substituir tais métodos pelo alcance de publicações.

A literatura distingue o atendimento musicoterapêutico de intervenções musicais conduzidas sem vínculo terapêutico especializado, distinção decisiva para interpretar resultados. De Witte et al. (2022) reuniram 47 estudos, com 2.747 participantes, em metanálise sobre desfechos relacionados ao estresse e encontraram efeito global favorável (d = 0,723; intervalo de confiança de 95%: 0,51–0,94). Os autores também identificaram

diferenças entre delineamentos e condições de comparação. Trata-se de evidência relevante, mas relacionada às intervenções e populações examinadas, não a uma garantia de efeito individual. Na divulgação científica, é incorreto usar o resultado para afirmar que ouvir qualquer música reduz estresse na mesma proporção ou que uma publicação em rede social reproduz os benefícios da prática clínica.

A comparação entre áreas clínicas mostra que a existência de efeitos favoráveis não dispensa a identificação dos desfechos efetivamente avaliados. Gassner, Geretsegger e Mayer-Ferbas (2022) sintetizaram revisões sobre Musicoterapia em autismo, demência, depressão, insônia e esquizofrenia, encontrando resultados que variam entre condições e métodos. A pergunta relevante, portanto, não é apenas se a Musicoterapia "funciona", mas em qual população, com qual proposta de intervenção, em comparação a quê e para qual resultado. Sem essas informações, uma divulgação aparentemente científica pode substituir achados delimitados por promessas gerais. Isso fragiliza tanto a compreensão do público quanto a própria apresentação da profissão.

A necessidade de precisão fica clara na revisão Cochrane de Geretsegger et al. (2022), que reuniu 26 estudos, com 1.165 participantes autistas. Em comparação com grupos de controle, a síntese encontrou maior probabilidade de melhora global imediatamente após a intervenção (RR = 1,22; IC95%: 1,06–1,40), além de resultados favoráveis para alguns outros desfechos.

Em contrapartida, não identificou diferenças claras em determinados indicadores de interação social e comunicação avaliados após o tratamento, e a certeza da evidência variou conforme o resultado. Assim, uma publicação responsável pode explicar benefícios observados, mas não deveria apresentar melhora da comunicação como efeito universal ou garantido. O contraste entre resultados positivos e inconclusivos integra a própria informação científica.

A revisão brasileira de Ibiapina et al. (2022) acrescenta evidência sobre adultos com transtornos mentais: entre oito ensaios clínicos selecionados, quatro foram classificados com alto risco de viés. Embora as autoras tenham identificado resultados favoráveis para ansiedade e depressão em diferentes contextos, a composição e a qualidade dos estudos impedem a previsão de efeitos uniformes. Confrontar essa síntese

com De Witte et al. (2022) torna visível outra exigência de leitura: verificar como a intervenção musical foi operacionalizada e quem a conduziu. O termo "musicoterapia" não deve ser empregado em divulgação sem observar essas diferenças de procedimento, formação e população.

A análise dessas revisões permite delimitar dois equívocos frequentes: tratar experiências individuais como demonstração de eficácia e equiparar qualquer atividade musical a uma sessão de Musicoterapia. Um depoimento pode oferecer uma perspectiva sobre a experiência vivida, mas não constitui comparação controlada nem substitui avaliação clínica. Da mesma forma, o prazer de ouvir uma canção não comprova a realização de intervenção planejada por profissional habilitado. A divulgação psicoeducativa deve acolher a legitimidade dessas experiências sem atribuir a elas um alcance que não possuem. Por isso, a identificação do profissional, da população atendida e do objetivo terapêutico integra a explicação pública da prática.

## REDES SOCIAIS, DESINFORMAÇÃO E RESPONSABILIDADE ÉTICA

O problema da desinformação surge quando conteúdos de diferentes procedências circulam com sinais semelhantes de autoridade e facilidade de compartilhamento. A Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS, 2020) discutiu a infodemia no contexto da COVID-19, destacando o desafio de identificar informações confiáveis em meio ao excesso de mensagens. A experiência dessa emergência sanitária não prova que todo conteúdo sobre saúde mental apresente o mesmo padrão de risco, mas oferece um alerta transferível: volume, velocidade e repetição não constituem critérios de validade. Para a Musicoterapia, o alerta é especialmente pertinente quando explicações sobre a profissão se misturam a slogans de bem-estar e anúncios de resultados terapêuticos.

A desinformação em saúde mental envolve mais do que afirmações demonstravelmente falsas. Starvaggi, Dierckman e Lorenzo-Luaces (2024) distinguem a circulação de informações enganosas das generalizações derivadas de experiências pessoais e reconhecem que a pesquisa sobre esse fenômeno ainda apresenta limites. A distinção evita classificar automaticamente um relato individual como informação falsa; o problema aparece quando a experiência é apresentada como regra clínica aplicável a

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

qualquer pessoa. Na divulgação da Musicoterapia, exemplos pessoais podem ser usados com responsabilidade, desde que permaneça explícito que não substituem estudos, avaliação profissional ou planejamento terapêutico. O conteúdo educativo deve ajudar o público a reconhecer essa diferença de estatuto.

A possibilidade de tornar visíveis experiências de adoecimento convive com pressões próprias da economia da atenção. Kent (2024), ao analisar práticas e narrativas de saúde no Instagram, descreve como a plataforma pode favorecer reconhecimento social de condições pouco visíveis, mas também estimular formas de autocontrole e exposição orientadas pela visibilidade.

Essa tensão impede uma avaliação simplista das redes como necessariamente benéficas ou prejudiciais. No caso da Musicoterapia, a divulgação pode aproximar pessoas de um campo desconhecido; por outro lado, a ênfase em histórias de transformação e desempenho pode apagar trajetórias singulares de cuidado. Reconhecimento social, respaldo clínico e promoção comercial não devem aparecer como se fossem a mesma coisa.

A comunicação profissional é condicionada também por exigências normativas específicas. No campo da Psicologia, o Código de Ética Profissional e a Nota Técnica CFP nº 01/2022 orientam a publicidade e a atuação em redes sociais, com atenção ao sigilo, à veracidade das informações, à identificação profissional e à vedação de promessas indevidas (CFP, 2005; 2022). Já a Lei nº 14.842/2024 dispõe sobre a atividade de musicoterapeuta, sem transformar automaticamente as normas do Conselho Federal de Psicologia em regras de fiscalização daquela profissão (Brasil, 2024). A aproximação entre os campos é justificável no plano da comunicação responsável, não como confusão entre competências ou prerrogativas profissionais.

A credibilidade de um perfil educativo depende de escolhas que podem ser avaliadas antes da publicação. A informação precisa ser verificável, a linguagem não pode reforçar preconceitos e a apresentação de casos deve preservar confidencialidade e autonomia. Quando o assunto diz respeito a sofrimento psíquico, comentários públicos não são espaço apropriado para confirmar diagnósticos ou prescrever condutas individualizadas. Em pesquisa brasileira, Pastana (2025) mostra como recomendações de

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

divulgação para psicólogos clínicos frequentemente simplificam questões subjetivas e se aproximam de estratégias de marketing. O contraponto reforça que comunicar uma prática terapêutica exige mais do que produzir conteúdo atraente: exige não ampliar a vulnerabilidade de quem busca ajuda.

## METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido como pesquisa bibliográfica qualitativa, na modalidade de revisão narrativa da literatura, associada à análise documental de normas e orientações profissionais. A escolha decorreu do objetivo de confrontar pesquisas que respondem a perguntas diferentes: estudos de comunicação sobre a circulação de mensagens, sínteses clínicas sobre os efeitos de intervenções e documentos que definem parâmetros de exercício e divulgação profissional. Esse desenho favorece a interpretação crítica e a organização temática das evidências, mas não equivale a uma revisão sistemática de eficácia nem a uma investigação de campo.

A busca dirigida de fontes foi realizada em novembro de 2026 por meio de consultas à PubMed/MEDLINE, aos registros e páginas editoriais de periódicos, às revisões disponíveis na Cochrane e aos portais da OMS, OPAS, Conselho Federal de Psicologia, Câmara dos Deputados e SciELO. Foram combinadas expressões como “music therapy”, “Instagram”, “mental health literacy”, “psychoeducation”, “social media”, “misinformation”, “musicoterapia”, “psicoeducação” e “saúde mental”. O levantamento não foi estruturado para recuperar a totalidade dos estudos publicados. A seleção buscou textos identificáveis e pertinentes à pergunta, com preferência por fontes primárias de informação bibliográfica e por documentos oficiais para aspectos normativos.

Foram priorizadas revisões sistemáticas e metanálises para discutir resultados clínicos, pesquisas empíricas e revisões sobre comunicação digital para examinar a recepção de mensagens e publicações brasileiras para contextualizar a discussão profissional. Trabalhos conceituais mais antigos foram mantidos quando indispensáveis à definição de alfabetização em saúde mental; para debates sobre mídias sociais e ética, buscou-se privilegiar estudos e documentos mais recentes. Os textos foram selecionados

por pertinência, clareza metodológica e possibilidade de conferência bibliográfica, sem contagem formal de registros incluídos e excluídos. O corpus, portanto, não é uma amostra representativa de toda a produção científica disponível.

A leitura das fontes seguiu quatro eixos de comparação: psicoeducação e letramento digital; identidade e evidência clínica da Musicoterapia; desinformação e limites de medidas de engajamento; e parâmetros de divulgação profissional. Em cada eixo, foram observados o objeto investigado, o tipo de método, a população ou o material analisado, a natureza dos resultados e as restrições declaradas pelos autores. O procedimento permitiu distinguir evidências diretas sobre Musicoterapia de inferências feitas a partir de estudos sobre outras áreas da saúde, evitando que convergências superficiais fossem apresentadas como demonstração de efeitos sobre usuários do Instagram.

Como não houve aplicação do questionário previsto no projeto original, o artigo não apresenta participantes, entrevistas, tabelas sociodemográficas, percentuais de usuários ou aprovação ética de coleta inexistente. Os resultados consistem em análise argumentativa das publicações consultadas. Não se produziu fluxograma PRISMA, metanálise ou classificação padronizada do risco de viés dos trabalhos incluídos, procedimentos incompatíveis com a modalidade narrativa empregada. A indicação de Boa Vista-RR funciona como recorte de interesse para estudos posteriores, e não como base de resultados locais. Essas limitações foram consideradas na formulação das conclusões.

A análise não buscou confirmar hipóteses previamente formuladas sobre o efeito do Instagram em Boa Vista. Em lugar disso, confrontou estudos cujos objetos e métodos não são equivalentes, preservando as diferenças entre associação de engajamento, efeitos terapêuticos e diretrizes profissionais. O estudo assume como limite da revisão narrativa a seleção dirigida de materiais e a possibilidade de não contemplar todos os trabalhos existentes. Por essa razão, seus critérios editoriais devem ser lidos como proposições fundamentadas que requerem adaptação e avaliação em usos concretos, não como uma escala já validada para classificar perfis digitais.

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A comparação das fontes permite identificar uma contribuição potencial e três limites que não devem ser confundidos. O Instagram pode ampliar a visibilidade de conceitos e serviços, mas visibilidade não informa se a mensagem foi compreendida; a compreensão de um conceito não demonstra modificação de atitudes; e nenhuma dessas dimensões comprova efeito terapêutico. A literatura sobre campanhas digitais sustenta a análise da circulação de conteúdos; as revisões clínicas sustentam a discussão sobre intervenções musicoterapêuticas; os documentos normativos orientam a forma de apresentá-las publicamente. O principal resultado desta revisão é, portanto, uma delimitação crítica do que se pode afirmar sobre o uso educativo da plataforma, sem atribuir efeitos à população de Boa Vista-RR.

## POTENCIAL INFORMATIVO: VISIBILIDADE, LINGUAGEM ACESSÍVEL E BUSCA DE AJUDA

O potencial informativo dos formatos visuais é mais defensável quando relacionado a objetivos educativos observáveis. Em estudo de conteúdo, Jia, Ju e Zhu (2024) encontraram associações entre estratégias de publicação e engajamento em dois perfis organizacionais de saúde mental, mas não acompanharam usuários para avaliar aprendizagem. Essa evidência sustenta o cuidado com legibilidade e estrutura das mensagens, não a afirmação de eficácia educativa comprovada.

Para apresentar a Musicoterapia, uma sequência de publicações pode partir da pergunta “O que faz um musicoterapeuta?”, diferenciar intervenção profissional de atividades musicais cotidianas, exemplificar objetivos de atendimento e indicar uma fonte consultável. A organização do conteúdo oferece uma hipótese de boa comunicação, cuja compreensão real ainda precisaria ser examinada.

A relação entre exposição a campanhas e procura por ajuda permanece metodologicamente difícil de mensurar. Draganidis et al. (2024) revisaram campanhas e anúncios digitais sobre saúde mental e encontraram ampla diversidade nos desenhos e indicadores de engajamento. Embora certos recursos, como vídeos e linguagem

identificável pelo público, tenham sido associados à interação em alguns estudos, isso não oferece uma medida uniforme de mudança de comportamento. Para avaliar conteúdos sobre Musicoterapia, seria necessário observar o que as pessoas compreenderam, que dúvidas permaneceram e se conseguem distinguir uma informação educativa de uma recomendação clínica. Assim, a estratégia editorial não deve ser escolhida apenas por potencial de visualizações.

Alfabetização em saúde mental envolve poder transformar informação recebida em uma decisão mais bem fundamentada. O quadro conceitual de Jorm (2012) sugere que reconhecer o nome de uma intervenção é apenas um dos primeiros passos; importa também saber quando procurar ajuda e como avaliar opções de cuidado.

Uma pessoa pode compreender que Musicoterapia usa elementos musicais, mas continuar sem identificar a diferença entre uma sessão profissional e uma atividade recreativa. O ganho educativo esperado, portanto, não deveria ser medido apenas pelo reconhecimento de palavras, mas pela capacidade de explicar limites e identificar recursos apropriados. Essa proposta de avaliação decorre do referencial teórico, não de um experimento realizado neste artigo.

A visibilidade de experiências pessoais pode reduzir a sensação de isolamento, mas não substitui a validação de informações clínicas. Kent (2024) descreve essa ambivalência em estudos qualitativos sobre saúde e doença no Instagram, enquanto Pastana (2025), no contexto brasileiro da divulgação em Psicologia, identifica o risco de converter situações psíquicas complexas em conselhos generalizantes.

Para a Musicoterapia, o problema não se resolve evitando exemplos cotidianos, e sim apresentando-os com delimitação: o relato ilustra uma vivência, a pesquisa examina desfechos definidos e o atendimento exige avaliação individual. A diferença ajuda a aproveitar a força comunicacional das narrativas sem atribuir-lhes uma validade que os próprios métodos não conferem.

## EVIDÊNCIAS CLÍNICAS E O CUIDADO COM PROMESSAS DE EFICÁCIA

A divulgação de evidências clínicas exige atenção à magnitude do efeito e às condições de produção dos resultados. Na metanálise de De Witte et al. (2022), a

estimativa agregada para desfechos relacionados ao estresse foi favorável à Musicoterapia (d = 0,723), com 47 estudos e diferenças relevantes entre delineamentos e comparadores. A leitura prudente não ignora esse resultado, mas tampouco o converte em garantia terapêutica individual. O efeito sintetizado diz respeito ao conjunto de estudos e deve ser comunicado como tal. Usar o número de participantes ou o tamanho do efeito em uma postagem só acrescenta valor se o público também receber informação suficiente para compreender o que foi medido e em quais condições.

As conclusões sobre Musicoterapia em pessoas autistas ilustram como benefícios relatados e resultados inconclusivos podem coexistir. Geretsegger et al. (2022) encontraram maior probabilidade de melhora global após a intervenção, mas não demonstraram diferenças claras para determinados desfechos de comunicação e interação social medidos no mesmo período.

O problema da divulgação não está em reconhecer benefícios, e sim em eliminar os contrastes entre indicadores. Para famílias e cuidadores, a promessa de que um atendimento sempre melhora comunicação pode criar expectativas não sustentadas pelo conjunto dos estudos. Uma mensagem informativa deveria mencionar possibilidades específicas, níveis de certeza e a necessidade de objetivos individualizados.

A produção científica brasileira acrescenta uma ressalva útil a essas sínteses internacionais. Ibiapina et al. (2022) revisaram oito ensaios clínicos randomizados envolvendo adultos com transtornos mentais e relataram resultados favoráveis em sintomas de ansiedade e depressão, mas identificaram alto risco de viés em quatro estudos.

A revisão permite reconhecer potencial clínico sem apagar fragilidades metodológicas. Confrontada com a distinção feita por De Witte et al. (2022) entre Musicoterapia especializada e outras intervenções musicais, também lembra a importância de verificar como cada estudo define a intervenção. Assim, a informação correta não se resume a indicar que existem pesquisas positivas; precisa esclarecer o tipo de procedimento e a confiança possível na conclusão.

A identidade profissional confere um segundo limite à generalização. A Lei nº 14.842/2024 não reduz o exercício da Musicoterapia à utilização informal de músicas,

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

mas estabelece requisitos de habilitação e atribuições vinculadas a intervenções profissionais (Brasil, 2024). Essa definição deve orientar a descrição pública de atendimentos e a apresentação de qualificações. É possível reconhecer que ouvir música possa trazer conforto sem chamar toda experiência desse tipo de Musicoterapia. O cuidado terminológico também protege o público de confundir práticas recreativas, recursos musicais de outras profissões e serviços prestados por musicoterapeutas habilitados.

## DESINFORMAÇÃO, CREDIBILIDADE E LIMITES DO ENGAJAMENTO

A desinformação ganha força quando a forma de apresentação favorece confiança sem permitir a verificação do conteúdo. Starvaggi, Dierckman e Lorenzo-Luaces (2024) reconhecem a circulação de informações falsas ou enganosas em saúde mental, mas ressaltam que a própria delimitação do fenômeno precisa distinguir erros factuais de generalizações de experiências pessoais. Isso impede tratar toda manifestação leiga como desinformação.

O problema editorial surge quando opiniões ou casos particulares são apresentados como regra clínica, sem identificar a evidência que os sustenta. No caso da Musicoterapia, afirmar que uma prática “cura qualquer transtorno” extrapola o conhecimento disponível; explicar que determinados estudos observaram benefícios em desfechos específicos preserva a distinção entre possibilidade e garantia.

Há ainda um conflito entre a precisão exigida pela divulgação em saúde e os incentivos à rápida circulação de conteúdos. Kent (2024) discute o Instagram como ambiente no qual experiências de saúde ganham visibilidade, mas também se tornam parte de uma economia da atenção. Já Pastana (2025) identifica, em páginas brasileiras dirigidas a profissionais de Psicologia, orientações de marketing que tendem a simplificar sofrimentos e serviços.

Os trabalhos não estudam as mesmas populações nem a Musicoterapia; juntos, porém, oferecem uma hipótese crítica pertinente: quando a linguagem profissional é guiada por desempenho de publicação, informações cuidadosas podem perder espaço

para promessas e explicações taxativas. O critério de qualidade deve anteceder a busca por alcance.

A apresentação de uma fonte é necessária, mas sua utilidade depende de o leitor poder reconhecê-la e relacioná-la à afirmação feita. Xue e Taylor (2023), em pesquisa sobre rumores de vacinação, mostram que características da evidência apresentada e repertórios individuais interferem nas respostas dos usuários. A transposição para a divulgação da Musicoterapia é indireta e deve ser tratada como hipótese de comunicação, não como resultado testado nesse campo. Uma referência completa ou link legível, acompanhados de uma frase que indique o tipo de estudo e seu limite, permitem uma verificação mais concreta do que a expressão genérica "comprovação científica".

O modelo de alfabetização em mídias sociais discutido por Cho et al. (2024) amplia essa exigência ao mostrar que a avaliação crítica depende também do conhecimento sobre a plataforma e as escolhas de consumo. Nesse sentido, a psicoeducação pode ensinar o público a formular perguntas simples: quem publicou a informação, qual população foi estudada, que resultado foi observado e o que permanece incerto? Essas perguntas são úteis mesmo quando a postagem pertence a um perfil profissional devidamente identificado. A autoridade do emissor não elimina a necessidade de aferir correspondência entre a mensagem e a fonte científica citada.

Para evitar que a divulgação produza apenas uma aparência de autoridade, uma avaliação editorial pode observar a coerência entre título, legenda e fonte. Títulos como "Musicoterapia cura ansiedade" não expressam adequadamente os resultados das revisões discutidas, que analisam sintomas e contextos determinados; já a formulação "Pesquisas encontraram redução de sintomas em alguns grupos" pode ser sustentada quando acompanhada da referência e dos limites pertinentes. Os dois exemplos são construções hipotéticas para ilustrar a diferença entre promessa e afirmação delimitada. O valor da comparação está na função do verbo e do objeto: a redação deve indicar exatamente o tipo de efeito que o estudo mediu.

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

## ÉTICA PROFISSIONAL E PROPOSTA DE CRITÉRIOS PARA CONTEÚDO PSICOEDUCATIVO

A divulgação da Psicologia no Instagram possui balizas específicas, expressas no Código de Ética Profissional e na Nota Técnica CFP nº 01/2022 (CFP, 2005; 2022). Esses documentos orientam identificação profissional, proteção do sigilo, responsabilidade técnica e cuidado com a publicidade. Não se trata de proibir conteúdos educativos, e sim de estabelecer que informação e promoção de serviços não podem ser produzidas à custa de expectativas enganosas ou exposição indevida de pessoas. Ao discutir a Musicoterapia, é necessário reconhecer que o exercício dessa atividade segue seus próprios requisitos legais, sem confundir as orientações dirigidas a psicólogos com normas atribuídas indiscriminadamente a outros profissionais.

A Lei nº 14.842/2024 fornece parâmetros concretos para apresentar ao público a identidade do musicoterapeuta, ao prever hipóteses de habilitação e atividades profissionais (Brasil, 2024). Em redes sociais, a responsabilidade comunicacional inclui informar a qualificação realmente possuída, não prometer resultados universais e diferenciar uma orientação geral de uma avaliação individual. Uma dúvida formulada em comentário, por exemplo, pode receber explicação sobre a profissão e indicação de serviços adequados, mas não deve ser tratada como situação clínica suficientemente conhecida para aconselhamento personalizado. Essa fronteira preserva o caráter educativo da postagem e reduz risco de confusão sobre o atendimento.

Da comparação entre literatura científica e documentos profissionais, resultam cinco critérios editoriais: precisão sobre o conceito de Musicoterapia; identificação e rastreabilidade das fontes; afirmações proporcionais aos resultados encontrados; proteção da privacidade e autonomia dos usuários; e orientação explícita sobre quando procurar atendimento qualificado. Esses critérios são uma proposta analítica deste artigo, não um protocolo validado em ensaio ou escala de avaliação psicométrica. Sua principal utilidade está em tornar identificáveis falhas comuns de comunicação, como citar evidência sem explicar seu alcance, confundir experiências individuais com resultados clínicos ou descrever profissões sem indicar suas condições de exercício.

REVISTA ELETRÔNICA PESQUISAS EM SAÚDE
v.3, n.4 out./dez. 2026 DOI: 10.47538/RPS-2026.V3N4
ISSN: 2965-9957

Uma revisão editorial pode aplicar esses critérios a formatos diversos. Em uma sequência de imagens, recomenda-se apresentar a dúvida inicial, uma definição operacional da Musicoterapia, um exemplo situado e a referência científica correspondente. Em vídeos breves, é necessário revisar legendas e frases de destaque para impedir que a simplificação transforme possibilidades em promessas. Relatos de casos não devem expor usuários nem substituir estudos; exemplos construídos para fins didáticos precisam ser identificados como hipotéticos. O Quadro 1 reúne evidências, limites de interpretação e consequências para publicações, tornando visível por que a qualidade de uma mensagem depende de conteúdo, contexto e responsabilidade profissional, e não somente de sua apresentação visual.

**Quadro 1: Evidências, limites e critérios de divulgação científica no Instagram**

| Eixo | O que a literatura sustenta | Limite e implicação para a publicação |
|---|---|---|
| Comunicação digital | Estratégias visuais e conteúdo informativo podem se associar à interação (Jia; Ju; Zhu, 2024). | Engajamento não mede aprendizagem: combinar clareza visual, fonte verificável e objetivos educativos explícitos. |
| Musicoterapia e evidência | Revisões identificam benefícios para determinados desfechos, com resultados heterogêneos (De Witte et al., 2022; Geretsegger et al., 2022; Ibiapina et al., 2022). | Indicar público, intervenção e desfecho; evitar extrapolar achados clínicos para qualquer escuta musical ou promessa individual. |
| Desinformação e confiança | Informações enganosas e generalizações de experiências pessoais exigem leitura crítica (Starvaggi; Dierckman; Lorenzo-Luaces, 2024). | Distinguir relato, hipótese, estudo e orientação clínica; não utilizar linguagem categórica sem apoio evidencial. |
| Ética e exercício profissional | Lei nº 14.842/2024 e orientações do CFP delimitam deveres em campos profissionais distintos (Brasil, 2024; CFP, 2022). | Informar qualificação e fonte; preservar sigilo; não confundir publicidade, psicoeducação e atendimento individual. |

Fonte: Elaboração das autoras com base na literatura científica e nos documentos normativos examinados (2026).

## APLICAÇÃO CRÍTICA DOS CRITÉRIOS AO CONTEXTO DE BOA VISTA-RR

A aplicação desses critérios em Boa Vista-RR requer distinguir o que se conhece pelas pesquisas citadas daquilo que ainda dependeria de observação local. Estudos

realizados em outros países ou com perfis de organizações de saúde mental não descrevem automaticamente o acesso digital, as experiências de cuidado ou as percepções de moradores da capital de Roraima. Escolaridade, conexão à internet, linguagem, trajetórias de saúde e proximidade de serviços podem modificar a interpretação de uma mensagem, mas nenhuma dessas variáveis foi medida neste trabalho. A contribuição possível da revisão está em propor perguntas relevantes para esse contexto sem apresentar hipóteses plausíveis como dados da realidade local.

Uma futura investigação em Boa Vista poderia separar três níveis de resultado: contato com a publicação, compreensão de seu conteúdo e capacidade de identificar uma decisão apropriada de cuidado. No primeiro, métricas de visualização e compartilhamento descreveriam circulação. No segundo, perguntas de compreensão poderiam verificar se o usuário diferencia Musicoterapia de escuta musical recreativa e reconhece requisitos de habilitação. No terceiro, situações hipotéticas poderiam avaliar o reconhecimento da necessidade de consulta profissional, sem diagnosticar participantes. Essa sequência responde à limitação apontada por Draganidis et al. (2024): medidas de engajamento e indicadores de mudança comportamental não são intercambiáveis.

A avaliação de conteúdo também precisaria enfrentar um possível efeito de autoridade. Perfis identificados como profissionais podem ser considerados confiáveis mesmo quando apresentam afirmações sem fonte, enquanto mensagens cautelosas podem parecer menos convincentes do que promessas categóricas. Um estudo futuro poderia comparar versões de posts com linguagem equivalente e diferentes níveis de explicitação das evidências, medindo compreensão e percepção de credibilidade. Trata-se, contudo, de proposta metodológica, cuja execução exigiria amostra, instrumentos e cuidados éticos definidos. Nada nos materiais analisados permite afirmar antecipadamente qual formato seria mais eficaz entre os usuários de Boa Vista.

No plano da aplicação educativa, a prioridade seria construir materiais que respondessem a dúvidas identificadas pela comunidade, em vez de pressupor quais informações ela necessita. Uma postagem introdutória poderia explicar a diferença entre musicoterapeuta e professor de música; outra poderia apresentar, com fonte e ressalvas, resultados de pesquisas para uma população específica; uma terceira poderia orientar

como procurar profissionais habilitados. Esses são exemplos editoriais propostos, não intervenções testadas. O encadeamento preserva a função social da psicoeducação: ampliar condições para compreender e buscar cuidado, mantendo separadas a informação pública, a publicidade profissional e a prática clínica.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da literatura e dos documentos normativos indica que o Instagram pode servir como canal complementar de psicoeducação e divulgação da Musicoterapia, desde que a produção de conteúdo observe limites conceituais, clínicos e éticos. O potencial de ampliar visibilidade é plausível, mas não deve ser confundido com evidência de aprendizagem, redução de estigmas ou benefício terapêutico. A resposta ao problema de pesquisa, portanto, é condicionada: a plataforma permite circular informações sobre o campo, enquanto a qualidade e os efeitos de sua recepção dependem de fatores que não podem ser inferidos apenas de curtidas, comentários ou visualizações.

A comparação das revisões clínicas confirmou a importância de apresentar a Musicoterapia como atividade profissional com literatura científica própria, mas também expôs diferenças entre intervenções, condições estudadas e resultados obtidos. A metanálise sobre estresse, a revisão Cochrane com pessoas autistas e a síntese brasileira sobre ansiedade e depressão apontam benefícios em contextos específicos, acompanhados de heterogeneidade metodológica e limitações. A Lei nº 14.842/2024 acrescenta uma delimitação necessária ao estabelecer quem pode exercer a profissão. Assim, a divulgação responsável precisa esclarecer tanto a identidade do musicoterapeuta quanto os limites das evidências que fundamentam as afirmações publicadas.

Outro resultado da discussão foi a necessidade de separar quatro dimensões frequentemente aproximadas na linguagem das redes: alcance, credibilidade percebida, compreensão e efetividade clínica. Estudos sobre comunicação ajudam a discutir as duas primeiras, mas não demonstram automaticamente as demais. A análise de normas profissionais e de pesquisas sobre desinformação reforça a pertinência de mensagens com fonte localizável, linguagem acessível, respeito ao sigilo e ausência de promessas. Os cinco critérios editoriais propostos sistematizam essas precauções como instrumento de

leitura e revisão de publicações, sem pretensão de validade psicométrica ou efeito comprovado sobre usuários.

As conclusões são limitadas pelo método narrativo, que não recupera exaustivamente a literatura nem estima efeitos agrupados de estudos distintos. Também não houve análise direta de perfis de musicoterapeutas em Boa Vista, coleta de respostas, aplicação de questionários ou observação de comportamentos de busca por atendimento. Por isso, não se afirma que o Instagram tenha modificado conhecimento ou estigmas na população local. As evidências provenientes de contextos nacionais e internacionais servem para elaborar critérios de comunicação e hipóteses de investigação, não para substituir a demonstração empírica de resultados em Roraima.

Pesquisas futuras podem testar a compreensão de publicações sobre Musicoterapia e examinar se a identificação de fontes, a explicitação dos limites dos estudos e a apresentação de profissionais habilitados modificam a capacidade do público de avaliar as mensagens. Para Boa Vista-RR, um desenho empírico eticamente aprovado poderia considerar diferentes repertórios de letramento digital e distinguir exposição de compreensão e decisão de cuidado. Até que evidências locais estejam disponíveis, a contribuição mais defensável é propor uma comunicação educativa precisa, prudente e sensível à singularidade das pessoas, sem tomar a visibilidade em rede como substituta do conhecimento científico ou da relação clínica.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 14.842, de 11 de abril de 2024. **Dispõe sobre a atividade profissional de musicoterapeuta.** Brasília, DF: Presidência da República, 2024. Disponível em: https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2024/lei-14842-11-abril-2024-795494-publicacaooriginal-171525-pl.html. Acesso em: 5 nov. 2026.

CHO, Hyunyi et al. Social media literacy: a conceptual framework. **New Media & Society,** v. 26, n. 2, p. 941-960, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1177/14614448211068530. Acesso em: 5 nov. 2026.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (CFP). **Nota Técnica CFP nº 01/2022:** uso profissional das redes sociais: publicidade e cuidados éticos. Brasília, DF: CFP, 2022. Disponível em: https://transparencia.cfp.org.br/legislacao/nota-tecnica-cfp-no-01-2022/. Acesso em: 5 nov. 2026.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (CFP). **Resolução CFP nº 010/2005:** aprova o Código de Ética Profissional do Psicólogo. Brasília, DF: CFP, 2005. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/WEB_29535_Codigo_de_etica_da_profissao_14.04-1.pdf. Acesso em: 5 nov. 2026.

DE WITTE, Martina et al. Music therapy for stress reduction: a systematic review and meta-analysis. **Health Psychology Review,** v. 16, n. 1, p. 134-159, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17437199.2020.1846580. Acesso em: 5 nov. 2026.

DRAGANIDIS, Adriana et al. Social media delivered mental health campaigns and public service announcements: a systematic literature review of public engagement and help-seeking behaviours. **Social Science & Medicine,** v. 359, art. 117231, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2024.117231. Acesso em: 5 nov. 2026.

GASSNER, Lucia; GERETSEGGER, Monika; MAYER-FERBAS, Julia. Effectiveness of music therapy for autism spectrum disorder, dementia, depression, insomnia and schizophrenia: update of systematic reviews. **European Journal of Public Health,** v. 32, n. 1, p. 27-34, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1093/eurpub/ckab042. Acesso em: 5 nov. 2026.

GERETSEGGER, Monika et al. Music therapy for autistic people. **Cochrane Database of Systematic Reviews,** n. 5, art. CD004381, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1002/14651858.CD004381.pub4. Acesso em: 5 nov. 2026.

IBIAPINA, Aline Raquel de Sousa et al. **Efeitos da musicoterapia sobre os sintomas de ansiedade e depressão em adultos com diagnóstico de transtornos mentais:** revisão sistemática. Acta Paulista de Enfermagem, v. 35, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.37689/acta-ape/2022AR02212. Acesso em: 5 nov. 2026.

JIA, Moyi; JU, Ran; ZHU, Jian. Understanding mental health organizations' Instagram through visuals: a content analysis. **Health Communication,** v. 39, n. 4, p. 767-777, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1080/10410236.2023.2185350. Acesso em: 5 nov. 2026.

JORM, Anthony F. Mental health literacy: empowering the community to take action for better mental health. **American Psychologist,** v. 67, n. 3, p. 231-243, 2012. Disponível em: https://doi.org/10.1037/a0025957. Acesso em: 5 nov. 2026.

KENT, Rachael. (In)visibility of health and illness: Instagram as an unregulated public health platform. **Anthropology & Medicine,** v. 31, n. 3, p. 297-312, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1080/13648470.2024.2386887. Acesso em: 5 nov. 2026.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **World mental health report:** transforming mental health for all. Genebra: WHO, 2022. Disponível em: https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338. Acesso em: 5 nov. 2026.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Fichas informativas COVID-19:** entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. Washington, DC: OPAS, 2020. Disponível em: https://www.paho.org/pt/documents/understanding-infodemic-and-misinformation-fight-against-covid-19. Acesso em: 5 nov. 2026.

PASTANA, Marcela. **Desafios da divulgação profissional em Psicologia:** análise a partir de publicações no Instagram direcionadas para psicólogas(os) que atuam na clínica. Mental, Barbacena, v. 17, n. 32, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.5935/1679-4427.v17n32.0012. Acesso em: 5 nov. 2026.

STARVAGGI, Isabella; DIERCKMAN, Clare; LORENZO-LUACES, Lorenzo. Mental health misinformation on social media: review and future directions. **Current Opinion in Psychology,** v. 56, art. 101738, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101738. Acesso em: 5 nov. 2026.

VAGETTI, Gislaine Cristina et al. **Produção científica sobre musicoterapia:** uma revisão bibliométrica. Música Hodie, Goiânia, v. 23, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.5216/mh.v23.72628. Acesso em: 5 nov. 2026.

XUE, Haoning; TAYLOR, Laramie. When do people believe, check, and share health rumors on social media? Effects of evidence type, health literacy, and health knowledge. **Journal of Health Psychology,** v. 28, n. 7, p. 607-619, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1177/13591053221125992. Acesso em: 5 nov. 2026.

Submissão: julho de 2026. Aceite: agosto de 2026. Publicação: novembro de 2026.