



**Isabel Ferreira da Silva Corrêa e Castro**

**Os Psicanalistas e as Redes Sociais *on-line*:**

Imagem profissional, Desejos pessoais e Implicações clínicas

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia (Psicologia Clínica) da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica.

Orientadora: Profa. Ana Maria Nicolaci-da-Costa

Rio de Janeiro  
Março de 2013



**Isabel Ferreira da Silva Corrêa e Castro**

**Os psicanalistas e as redes sociais on-line:**

Imagem profissional, desejos pessoais e  
Implicações clínicas

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica do Departamento de Psicologia do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora a baixo assinada.

**Profa. Ana Maria Nicolaci da Costa**

Orientadora

Departamento de Psicologia - PUC-Rio

**Profa. Daniela Romão Barbutto Dias**

Departamento de Psicologia - PUC-Rio

**Prof. Pedro Salem**

Sem vínculo

**Profa. Denise Berruezo Portinari**

Coordenadora Setorial de Pós-Graduação  
e Pesquisa do Centro de Teologia  
e Ciências Humanas – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 26 de março de 2013.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, da autora e do orientador.

### **Isabel Ferreira da Silva Corrêa e Castro**

Cursou cinco períodos de Artes Cênicas na UNIRIO antes de ingressar para Psicologia na PUC-Rio, onde graduou-se cinco anos depois - em 2009. Após ter obtido o título de Psicóloga Clínica, seguiu a área clínica, distribuindo sua prática em consultório particular, instituição pública e clínica privada. Em paralelo, investiu no desenvolvimento de sua carreira acadêmica e publicou um livro de sua própria autoria.

#### Ficha Catalográfica

Castro, Isabel Ferreira da Silva Corrêa e

Os psicanalistas e as redes sociais on-line : imagem profissional, desejos pessoais e implicações clínicas / Isabel Ferreira da Silva Corrêa e Castro ; orientadora: Ana Maria Nicolaci-da-Costa. – 2013.

116 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Psicologia, 2013.

Inclui bibliografia.

1. Psicologia – Teses. 2. Psicanalistas. 3. Redes sociais on-line. 4. Visibilidade. 5. Autorrevelação. I. Nicolaci-da-Costa, Ana Maria. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Psicologia. III. Título.

CDD: 150

## Agradecimentos

Em primeiro lugar, como sempre, sou grata a Deus pela bênção da existência e por Ele estar a meu lado nas melhores e nas piores horas.

Em seguida, agradeço a CAPES e a PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Agradeço também à minha orientadora Ana Maria Nicolaci-da-Costa por ter me aceitado neste processo que me rendeu tantos aprendizados importantes e um título que faz parte da trajetória em compartilhar o conhecimento com outras pessoas. Agradeço aos membros da banca examinadora por suas disponibilidades, leituras e acréscimos : Daniela Romão-Dias e Pedro Salem.

Agradeço também, com grande carinho, às minhas professoras incentivadoras e auxiliares durante todo o meu processo de crescimento acadêmico: Cito novamente Daniela Romão-Dias, que me orientou na monografia da graduação e que me apresentou à esta linha de pesquisa e à minha orientadora. Flávia Sollero, que também fez parte das etapas de graduação e pós-graduação e que me estimulou em tantas reflexões profundas e divertidas. Lia Pellini, que me orientou quanto à vida e me fez uma pessoa melhor. Maria Helena Novaes, professora fada, *in memoriam*.

Agradeço aos meus pais pelo investimento de uma vida e por toda educação que me permite estar agradecendo a eles agora. À minha mãe agradeço a torcida, o orgulho, o carinho e a saudade da minha dissertação. Ao meu pai, agradeço as leituras e os comentários - todos em seus momentos de descanso - e ao amparo e segurança que eles me trouxeram.

Agradeço a dois queridos amigos que ganhei de presente neste processo e sem os quais tudo isto teria sido bem mais solitário e dolorido. Luiza Mendes e Pedro de Barros foram companheiros incríveis: corajosos, parceiros e competentes. Admiro-os de igual pra igual e sou muita grata por ter compartilhado essa jornada com eles. Agradeço também ao grande e querido suporte dos demais membros da equipe: Betty, Érika, Rafa e Mari.

Agradeço também à Marcela Andersen por ter sido fonte inspiradora para as questões deste estudo e, por fim - mas nem por isso menos importante - agradeço a mim mesma pelas belas tentativas.

## Resumo

Castro, Isabel Ferreira da Silva Corrêa; Nicolaci-da-Costa, Ana Maria. **Os psicanalistas e as redes sociais *on-line*: imagem profissional, desejos pessoais e implicações clínicas**. Rio de Janeiro, 2013. 116p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

O uso das redes sociais vem sendo reportado como uma prática que atravessa o campo profissional, muitas vezes ocasionando prejuízos para seus usuários nesta esfera de suas vidas. Dentre os inúmeros membros que fazem parte delas, estão os psicanalistas, que, em seus pressupostos teóricos e técnicos originais, recebem a instrução para que mantenham partes de suas individualidades reservadas de pacientes, ao mesmo tempo em que fazem parte desta prática social cuja dinâmica de uso envolve uma voluntária exposição de aspectos pessoais em redes de relacionamento *on-line*. Diante desta realidade, como se posicionam os psicanalistas? Eles publicam dados pessoais? De que tipo? Seus pacientes fazem parte das suas redes de relacionamento *on-line*? Há alguma consideração clínica no uso que fazem delas? Partindo de tais questionamentos, o presente trabalho procura refletir sobre as questões postas inicialmente, assim como tornar mais clara a dinâmica de uso das redes sociais, por parte destes profissionais. Para alcançar estes objetivos, foram realizadas entrevistas com psicanalistas que usam redes sociais há, no mínimo, três meses. Os dados coletados foram analisados a partir do Método da Explicação do Discurso Subjacente (MEDS) e os resultados apontaram para um panorama inicial em que três vertentes se destacam: imagem profissional, desejos pessoais e implicações clínicas

## Palavras-chave

Psicanalistas; redes sociais on-line; visibilidade; autorrevelação.

## Abstract

Castro, Isabel Ferreira da Silva Corrêa; Nicolaci-da-Costa, Ana Maria (Advisor). **Psychoanalyst and on-line social networks: professional image, personal desires and clinical aspects.** Rio de Janeiro, 2013. 116p. MSc. Dissertation – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

The use of social networks has recently been reported as interfering in the professional field, what may cause some damages for the users in this part of their lives. Among the users, some are psychoanalysts, who in their's original theoretical and technical recommendations, receive instructions to preserve parts of their selves from patients. On the other hand, at the same time, they are part of this social practice, which dynamics includes voluntary revelation of personal information's in *on-line* social networks. As part of this reality, how do psychoanalysts place themselves? Do they publish personal informations? Of which kind? Their patients are part of their contacts on social networks? Is there any clinical aspect that is being considered in their use? From all these questions, the present study intent to discuss these initial issues, as well to clarify how is the dynamics of use of social networks by these professionals. To aim these goals, some interviews were maid with psychoanalysts that use social networks for, at least, tree months. The data were analyzed by the use of MEDS and the results aim at an initial landscape that announces tree dimensions: professional image, personal desires and clinical aspects.

## Keywords

Psychoanalysts; on-line social networks; visibility; self-disclosure.

# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 2: PANORAMA CONTEMPORÂNEO: CASOS DE PREJUÍZOS PROFISSIONAIS ENVOLVENDO AS REDES SOCIAIS</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 3: A RESERVA DA INDIVIDUALIDADE DO ANALISTA: ONTEM E HOJE</b>	<b>34</b>
<b>3.1 FRONTEIRAS DESTE CONCEITO: O QUE É E O QUE NÃO É SELF-DISCLOSURE</b>	<b>37</b>
<b>3.2 LIMITES DA TÉCNICA: O QUANDO, O QUANTO E O COMO FAZER USO DO SELF-DISCLOSURE</b>	<b>39</b>
<b>3.3 SELF-DISCLOSURE NA INTERNET</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO 4: A PESQUISA DE CAMPO: OBJETIVOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>52</b>
<b>4.1 OBJETIVOS</b>	<b>52</b>
<b>4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>53</b>
4.2.1 O INSTRUMENTO	53
4.2.2 PARTICIPANTES DA PESQUISA	56
4.2.2.1 CRITÉRIOS DE RECRUTAMENTO	56
4.2.2.2 O RECRUTAMENTO DOS PARTICIPANTES	57
<b>4.3 A COLETA DE DADOS</b>	<b>59</b>
4.3.1 ESTUDO PILOTO: ROTEIRO E ENTREVISTAS-PILOTO	59
4.3.2 AS ENTREVISTAS	60
<b>4.4 A ANÁLISE DOS DADOS</b>	<b>65</b>
<b>CAPÍTULO 5: RESULTADOS DA PESQUISA: COMO OS PSICANALISTAS USAM AS REDES SOCIAIS</b>	<b>67</b>
<b>5.1 UM BREVE PERFIL DOS ENTREVISTADOS</b>	<b>69</b>
5.2 O USO DAS REDES SOCIAIS	69
5.2.1 POR QUE RESOLVERAM SE TORNAR MEMBROS DA REDE	69
5.2.2 USO ATUAL: COMO OS PSICANALISTAS ESTÃO USANDO AS REDES SOCIAIS DAS QUAIS FAZEM PARTE	
<b>6. CONTATOS PROFISSIONAIS NO <i>FACEBOOK</i></b>	<b>77</b>
6.1 PÁGINAS PROFISSIONAIS	77
6.2 CONTATOS LIGADOS ÀS ATIVIDADES DE ENSINO	78
6.3 “COLEGAS DE PROFISSÃO” OU DE TRABALHO	78
<b>7. PACIENTES NO <i>FACEBOOK</i></b>	<b>80</b>
7.1 O ESPAÇO DO <i>FACEBOOK</i> E O TIPO DE CONTATO QUE OS ENTREVISTADOS ESTABELECEM	
NELE QUANDO INCLUEM ESTA REDE SOCIAL NO RELACIONAMENTO COM SEUS PACIE	81

<b>8. COMO OS PSICANALISTAS SE APRESENTAM NA REDE: QUE INFORMAÇÕES ELES DISPONIBILIZAM SOBRE SI, QUEM TEM ACESSO A ELAS E POR QUÊ</b>	<b>90</b>
8.1 CRITÉRIO DE DELIMITAÇÃO DO PÚBLICO	90
8.2 CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO CONTEÚDO PUBLICADO	91
8.3 CRITÉRIO DE BAIXA VISIBILIDADE	93
8.3.1 QUANTO AOS DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	94
<b>9. DISCUSSÃO CONTEMPORÂNEA EM RELAÇÃO AO USO DO <i>FACEBOOK</i>: PRODUTIVO OU IMPRODUTIVO? EFEITOS TERAPÊUTICOS OU ANTITERAPÊUTICOS?</b>	<b>97</b>
<b>10. TRANSFERÊNCIA NA REDE</b>	<b>100</b>
<b>11. PSICÓLOGOS ESPERADOS E PSICÓLOGOS ENCONTRADOS</b>	<b>103</b>
<b>12. CONFLITO: IMAGEM PROFISSIONAL, DESEJOS PESSOAIS E IMPLICAÇÕES CLÍNICA</b>	<b>105</b>
<b>CAPÍTULO 6: CONCLUSÃO</b>	<b>110</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>113</b>



## Lista de quadros

### Quadro:

- |  |    |
|--|----|
| 1. Dados sobre o recrutamento dos participantes                                  | 59 |
| 2. Dados de identificação dos entrevistados                                      | 61 |
| 3. Tópicos do primeiro bloco da segunda etapa do roteiro                         | 63 |
| 4. Identificação profissional dos entrevistados e suas filiações a redes sociais | 68 |

*Em síntese, o grande desafio do homem futuro será como sair dos impasses, a fim de (re) singularizar uma subjetividade criativa e polifônica estabelecida numa cartografia, ao mesmo tempo individual e coletiva, com um novo olhar da razão, verdade, memória e história; ao conviver com a ambiguidade, transcendendo dualidades, enfrentará mutações processuais, conquistará novas relações entre os saberes, ao mesmo tempo podendo resgatar a emoção e a paixão em uma visão de mundo futuro.*

*Maria Helena Novaes*

# 1

## Introdução

Primeiras décadas do século XXI. Brasil, EUA, Inglaterra, País de Gales. Jornal *O Globo*, *CBS News*, *Daily Mail*, *BBC News UK*. Sob diferentes títulos, jornais de diversos países reportavam a mesma notícia: pessoas são prejudicadas em suas profissões por causa do que publicam em seus perfis nas redes sociais. Eram fotos, comentários e postagens que tinham a ver com conteúdos de viagens ou da rotina dos usuários, de seus momentos de lazer, suas confraternizações entre amigos, suas opiniões e conquistas pessoais.

Esses conteúdos, no entanto, não pareciam compatíveis com certo tipo de público. Quando alguns chefes, clientes, pacientes e pais tiveram acesso ao perfil dos funcionários que, direta ou indiretamente, prestavam serviços para eles, a compreensão desses dados aconteceu de outra forma. Isto porque os contratantes esperavam que estes profissionais tivessem um comportamento diferente daqueles que eles estavam testemunhando nas redes sociais.

A diferença entre os princípios que regem os comportamentos em um contexto e em outro não era o que inaugurava esta situação, pois aqueles que buscam profissionais, em geral, tendem a esperar certa linha de continuidade entre a maneira como estes se comportam na esfera profissional e a forma como se comportam em outras esferas de suas vidas, assim como a maioria dos profissionais sempre foi, e continua sendo, cuidadosa em relação a preservar uma boa imagem profissional.

O que havia de inédito em todos os casos descritos eram os novos contornos que a interseção entre esses dois contextos assumia no uso das redes sociais. Quanto mais informações pessoais os usuários disponibilizavam para outros membros de suas redes – cuja divulgação, por vezes, expandia o número inicial de pessoas, conhecidas e desconhecidas, que podiam ver este conteúdo – e quanto maior era o acesso dos contatos profissionais a esses dados, mais profunda ficava essa comunicação. E, apesar das informações estarem disponíveis como fruto da voluntariedade dos usuários, por vezes, as repercussões eram indesejadas por eles enquanto profissionais que acabavam sendo prejudicados.

Este era o marco que estava se repetindo em escala mundial e mobilizando tantas conversas entre as pessoas. Conforme me aproximava deste fenômeno, a questão ia se apresentando como parte de antigas e complexas discussões histórico-sociais – tais como as delimitações do público e do privado e das fronteiras entre as esferas profissional e pessoal -, mas, ao mesmo tempo, mostrava-se modificada pelo fato de existirem recursos e práticas contemporâneas que nunca haviam existido antes e que, por isso, precisariam ser incluídos nestas discussões, a fim de verificar como estaria a configuração destas delimitações e fronteiras atualmente. Apesar de estar enraizada em um tecido histórico, econômico e cultural mais complexo, este trabalho se concentrou em explorar o fenômeno inédito e pontual que vinha sendo testemunhado e comentado entre as pessoas com significativa frequência: o uso das redes sociais.

A escolha por adotar esta perspectiva esteve intimamente ligada ao pensamento do sociólogo George Simmel (1903/2005), que compreende que o olhar direcionado para os fenômenos que fazem parte do cotidiano das pessoas necessariamente nos leva à forma como elas se organizam socialmente e, conseqüentemente, aos fundamentos psíquicos que embasam suas práticas sociais. Em suas exatas palavras, Simmel (1903/2005) diz:

de cada ponto da superfície da existência – por mais intimamente vinculados que estejam à superfície – pode-se deixar cair um fio de prumo para o interior das profundezas do psiquismo, de tal modo que todas as exterioridades mais banais da vida estão, em última análise, ligadas às decisões concernentes ao significado e estilo de vida (Simmel, 1903/2005).

Diante de um cenário amplo de profissões acometidas por este fenômeno, o campo da psicologia foi eleito como objeto de estudo deste trabalho por ser aquele que representa a área de formação acadêmica em que o presente estudo se realizou. Posteriormente, um segundo recorte foi feito dentro da diversidade de linhas de trabalho possíveis na psicologia clínica, visto que diferentes pressupostos teóricos e técnicos poderiam levar a disparidades - prejudiciais aos resultados da pesquisa- ou carecer de especificações bibliográfica com extensão aquém dos objetivos pretendidos.

A psicanálise foi a abordagem escolhida, pois, historicamente, este grupo é conhecido como divulgador da técnica da “reserva da individualidade do

analista”<sup>1</sup>, que é um dos vértices do paradoxo que se desejava estudar. De um lado estava um pressuposto clínico que propunha a limitação do conhecimento do paciente em relação à vida de seu terapeuta, de outro, situava-se uma prática social que estimulava esses mesmos terapeutas a, voluntariamente, disponibilizarem seus dados pessoais *on-line*. Assim, o paradoxo se formava: como ficaria a recomendação técnica a respeito da reserva da personalidade do analista diante do elevado expoente de visibilidade cada vez mais presente no uso contemporâneo das redes sociais?

É sabido dentro do pensamento psicanalítico que as teorias deste campo se fazem a partir do que se observa acontecendo na prática. Os fenômenos são vividos e depois pensados. Em seguida, são divulgados, questionados e aperfeiçoados até se tornarem leis científicas que reflitam pressupostos teóricos e técnicos que se propõem a dar conta da mesma realidade da qual partiram. Atualmente, a nossa prática nos impõe a vontade de participar das redes sociais – não só para estar nesse grupo a fim de mostrar produções profissionais, mas também para viver como uma pessoa comum.

Neste momento, surgem algumas dúvidas: podemos ou não podemos? Devemos ou não devemos? Por que podemos ou não podemos? Estaremos ofendendo regras fundamentais, tais como as descritas nas “cinco lições de psicanálise” (FREUD, 1910[1909]) Como ficam os vínculos terapêuticos com os psicanalistas se pessoalizando nas redes sociais? Por que a idealização é um fenômeno necessário? Isso muda na hora em que as pessoas se expõem? Muda para melhor ou para pior? Precisamos de um recurso novo para isso ou não? Para que isso existiu um dia? Qual o benefício? Se abandonarmos essa técnica teremos prejuízo ou não?

Em seu legado psicanalítico, Freud recomendou que os analistas mantivessem suas personalidades aquém do conhecimento de seus pacientes, pois, dessa forma, estariam preservando o fenômeno da idealização, que é extremamente relevante quando se considera a manifestação da transferência no vínculo entre terapeuta e paciente – esta última considerada o principal material do trabalho terapêutico. Por mais que o trajeto psicanalítico em torno deste pressuposto técnico - e do conceito teórico que o embasa - seja extenso e passível

---

<sup>1</sup> “Reserva da individualidade do analista”: Termo tal como descrito no capítulo 3.

de constantes modificações, o interesse por seu estágio atual coincidiu com a curiosidade de explorar como esse grupo de profissionais estaria lidando com essa recomendação técnica um século depois de sua divulgação.

Neste sentido, outras questões atravessaram este estudo, tais como as recentes discussões em torno das novas fronteiras do *Setting*, que, cada vez, mais é invadido por tecnologias - seja porque elas adentram o espaço físico dos consultórios (Levisky e Rocha da Silva, 2010), ou porque se sugere que, através delas, sejam criados espaços de atendimentos clínicos *on-line*<sup>2</sup>.

Por serem tais questões demasiadamente complexas em seu atual estágio de discussão, coube um novo recorte em relação ao objeto de estudo, que foi a delimitação em relação ao uso que os psicanalistas estão fazendo das redes sociais. Acreditei que este raciocínio seria mais adequado, pois assim estaríamos mais próximos do que estes profissionais estavam fazendo na prática, em vez de solicitar opiniões a respeito de um determinado tema.

Para percorrer este trajeto, realizei uma pesquisa qualitativa com alguns psicanalistas que eram usuários de redes sociais e busquei, através da investigação de seus hábitos de uso, esclarecer questões que vinham à tona quando se pensava o diálogo entre alguns princípios técnicos psicanalíticos e a dinâmica de uso das redes sociais. Antes, porém, os capítulos 2 e 3 foram articulados, com o objetivo de consolidar um embasamento teórico no que diz respeito aos dois polos deste paradoxo.

Como esta introdução compõe o Capítulo 1 desta pesquisa, o primeiro polo será descrito no Capítulo 2. Este foi intitulado **Panorama contemporâneo: casos de prejuízos profissionais envolvendo as redes sociais** e, por meio dele, será introduzido o conjunto de casos que serviu de ponto de partida para este estudo. Serão fornecidos detalhes em relação às histórias e seus desfechos, assim como serão feitas reflexões em relação ao lugar que cada uma delas se situa dentro de uma discussão mais ampla.

O outro polo será aprofundado no Capítulo 3, chamado **A reserva da individualidade do analista: ontem e hoje**. Ele representará a tentativa de relacionar a recomendação técnica feita por Freud, há um século atrás, em relação

---

<sup>2</sup>Refiro-me à resolução 12 de 2005, proposta pelo Conselho Federal de Psicologia (CFP), que regulamenta as sessões de terapia pela internet. Desde que foi formulada, já ocorreram polêmicas discussões em torno de sua atualização, em função das práticas de uso testemunhadas.

a importantes características quanto à postura do analista e os modos pelos quais os psicanalistas contemporâneos têm se apropriado dela.

Uma vez explicitadas essas duas vertentes, os dois capítulos que se seguem irão tratar da pesquisa de campo propriamente dita. No Capítulo 4, denominado **A pesquisa de campo: objetivos e Procedimentos metodológicos**, serão apresentados o objetivo da pesquisa, o perfil dos entrevistados e as etapas de execução. No Capítulo 5, conforme já sugere o seu título - **Resultados da pesquisa: como os psicanalistas usam as redes sociais** -, serão descritos os resultados deste estudo, apresentados sob a forma de categorias que emergiram da análise do discurso dos próprios entrevistados.

Por fim, o último Capítulo será introduzido como **Conclusão** e nele serão feitas costuras entre as reflexões iniciais e os resultados da pesquisa.

Boa leitura!

## 2

**Panorama contemporâneo:  
Casos de prejuízos profissionais envolvendo as Redes  
Sociais**

Nos últimos quatro anos, um fenômeno tem sido notícia de jornais e outros periódicos com significativa frequência em diversos países, o que tem chamado a atenção da população e de especialistas. Trata-se de casos de pessoas que são prejudicadas em suas profissões por causa do que publicam em seus perfis nas redes sociais. Em muitos desses casos, fotos e/ou comentários podem refletir comportamentos que entram em conflito com os comportamentos que a maioria das pessoas espera quando busca esses profissionais. Vejamos alguns casos mais ilustrativos.

Quando os pais matriculam seus filhos na escola, por exemplo, esperam que os professores sejam éticos e responsáveis, pois delegam, temporariamente, a estes adultos, os deveres de cuidado com a saúde e a vida de seus filhos. Uma foto postada no *Facebook*, porém, mostra o professor Bill Doyle tendo um comportamento um pouco diferente: ele estava sorrindo para a câmera, agachado, pronto para levar um tapa nas nádegas, dado pela aluna que aparecia ao seu lado na foto. Em Maio de 2012, o jornal *Extra* divulgou essa fotografia junto com a notícia de que o emprego do professor estava em risco por causa do conteúdo postado na rede social. O comportamento do docente deixou muitos pais preocupados, inclusive a mãe de um dos alunos, Sally Smith, que mostrou bastante indignação em entrevista consentida ao site *10News.com*:

Fotos de professores interagindo desta forma com alunos são totalmente inapropriadas. Por anos, venho falando destes problemas, mas ainda não tive nenhum resultado. Estes casos continuam a acontecer e muitos pais estão irritados com esta conduta.

Comportamentos nas redes sociais que comprometem diretamente o que se espera de um determinado profissional trouxeram consequências um pouco mais graves para a britânica Joanne Frail. Em 2010, ela foi convocada para fazer parte do júri. Quando um cidadão está atuando como jurado, é esperado que ele aja de acordo com o sistema legal que está representando. O presidente da Associação de



Jurados Britânicos garante que “os juizes costumam deixar claro o papel dos jurados, principalmente a obrigação de manter o sigilo durante o julgamento”.

Joanne, porém, passou a fazer comentários em sua página do *Facebook* sobre os casos que estava julgando. Na mesma rede social, encontrou o perfil pessoal da ré do julgamento em que estava trabalhando e resolveu adicioná-la aos seus amigos. Elas começaram a conversar, mas Joanne assegura que os assuntos trocados não tinham a ver com o tema do julgamento e que as conversas entre as duas não interferiram na sua imparcialidade como jurada. Joanne retornou ao Tribunal; desta vez, não como jurada, e sim como ré. Em junho de 2011, o jornal *O Globo* publicou a condenação da ex-jurada a oito meses de prisão, por desrespeito à Corte.

A rede de restaurantes *Taco Bell* também espera que seus funcionários tenham uma conduta apropriada no ambiente de trabalho, que sejam educados com seus clientes e que preservem hábitos de higiene no manuseio dos alimentos. Por isso, Cameron Jankowski - que trabalhava na filial de Indiana - foi demitido após publicar no *Facebook* uma foto dele urinando em um lanche. Apesar de o funcionário ter dito que o pedido já tinha sido descartado e que não seria servido para nenhum cliente, seus chefes estavam certos de que seu comportamento não representava corretamente o nome da empresa.

Três pedreiros também perderam seus empregos após terem postado e comentado uma foto tirada em seu local de trabalho. Em Bangor, no País de Gales, eles haviam sido contratados por uma empresa para trabalhar na reforma de 165 casas locais. Quando esses profissionais foram escalados para o serviço, não era esperado que eles mexessem nos pertences dos moradores e, se assim o fizessem, que fosse só em relação aos objetos que estivessem sendo obstáculos para a reforma. Em uma das casas, porém, eles encontraram algo que acharam muito engraçado e resolveram fotografar. No *Facebook*, estava a foto de um deles segurando a bermuda de um morador, seguida da seguinte legenda: “é a pessoa mais gorda que eu já vi na minha vida”. A graça não aconteceu para o morador, que entrou em contato com a empresa responsável e teve a postagem removida da rede social, junto ao pedido formal de desculpas pela “violação de sua privacidade”.

Brincar em serviço também significou a demissão por justa causa da enfermeira Klaudia Elizabeth da Silva Pontes. A direção do hospital chegou a esta

conclusão após a funcionária ter colocado no *Facebook* uma foto em que ela e sua equipe estavam uniformizados, fazendo poses no local de trabalho, além de comentários feitos na rede social sobre a rotina hospitalar. Seu desligamento do hospital aconteceu em 2009, mas seu caso teve uma longa repercussão na justiça. Em reportagem ao jornal *Meio Norte*, publicada em 2012, ela conta que as fotos foram tiradas em um dia tranquilo de plantão e que seu objetivo foi simplesmente compartilhar uma parte da rotina de sua vida com seus amigos. A enfermeira diz que, em nenhum momento, teve a intenção de desrespeitar nenhum paciente, mas, atualmente, acha que agiu de forma ingênua.

De fato, postar fotos e fazer comentários que retratem a rotina faz parte dos hábitos dos usuários do *Facebook*. Como nos casos descritos, algumas vezes os comportamentos registrados nas redes sociais comprometem diretamente a postura que as pessoas esperam que estes profissionais tenham no exercício de seus ofícios. A maioria das pessoas, por exemplo, espera que um professor interdite um aluno quando este pretender bater em seu corpo e que um jurado não fique “amigo” do réu durante o julgamento. Intimidades desta ordem podem interferir no processo de aprendizagem, assim como na imparcialidade de um julgamento.

Em outros casos, contudo, os conflitos são estabelecidos de forma mais indireta. Quando a professora Ashley Payne saiu de férias, por exemplo, ela não estava presente no seu local de trabalho, nem interagindo com nenhum de seus alunos. No intervalo do ano letivo da escola em que trabalhava, ela foi viajar com as amigas para a Europa. Durante as férias, Ashley fez o que muitas pessoas fazem hoje em dia: tirou fotos de sua viagem e postou no *Facebook*. De todos os registros feitos por ela e compartilhados com seus amigos na rede social, um deles se tornou o motivo de sua demissão. Em entrevista à *CBS News*, ela conta que achou estranho quando voltou ao trabalho e, imediatamente, foi chamada para uma conversa. Sem saber o motivo pelo qual estava sendo convocada, ela diz que ficou ainda mais surpresa quando descobriu que seu perfil na rede social era o assunto da reunião.

A diretoria lhe explicou que o pai de um de seus alunos tinha entrado em contato com a escola depois de ter visto uma foto que a professora tinha postado durante as férias. Nela, Ashley aparecia sorrindo para a câmera, segurando uma taça de vinho em uma das mãos e um copo de cerveja na outra. Para agravar a

situação, próximo à foto postada, tinha uma publicação sobre um bingo local contendo um palavrão. Esses dois registros foram suficientes para que o perfil da professora no *Facebook* fosse considerado um mau exemplo para seus alunos, sob o argumento de que promovia o consumo de álcool e continha profanações. Em 2009, na Geórgia, a demissão da professora parecia a única opção possível, e sua luta judicial foi para que ela não fosse impedida de dar aulas em outras escolas.

O caso da capitã da PM Júlia Liers foi semelhante a esse, mas não resultou em sua demissão. O jornal *Extra* publicou seu caso para retratar a polêmica das fotos que a policial postou no *Facebook* durante suas férias. Em sua opinião, o que ela colocou na rede social foram ícones que caracterizavam a viagem que fez com o namorado para Amsterdã. Numa das fotos, ela posa sentada em uma poltrona do *Museu do Sexo*, que tem o formato de um pênis gigante e, em outras, mostra objetos com temática ligada ao consumo de maconha.

Seu comportamento parece gerar polêmica, porque suscita conduções “desregradas”, em contraste com a expectativa de integridade ética e moral que as pessoas têm em relação a alguém que está atuando como representante da lei. Podemos refletir sobre o fato de que, quando a policial está de férias, ela não está atuando como representante da legislação brasileira, tal como o faz em seu trabalho no Brasil. Podemos ir ainda mais longe nesta reflexão se considerarmos que, no país que visita, seus registros, a princípio, fazem parte da cultura local e estão previstos por lei. Em resposta à reportagem, a policial diz, indignada:

lamentável abrir a página de um jornal e ler uma matéria sem nenhum tipo de utilidade e ainda por cima tão tendenciosa a meu respeito. Tantas coisas a noticiar e tem logo que uma dar matéria sobre minha desprezível viagem? Sobre momentos meus de descontração como uma mera mortal? Ou policial também não pode brincar? Comprometedora? Não há nada que me comprometa. O meu único compromisso no momento é com minhas férias, que, aliás, vão muito bem.

Os comportamentos que um profissional tem ao longo de suas férias são regidos por princípios diferentes dos que embasam o comportamento que ele tem na sua rotina de trabalho. Em muitas profissões, contudo, é esperada uma espécie de linha de continuidade entre a maneira como uma pessoa age em seu ambiente de trabalho e como ela gerencia seu comportamento fora dele. Apesar de Ashley ter dito na entrevista a CBS News, que ela não estava bebendo em sala de aula, que assim jamais o faria e que, a princípio, nenhum de seus alunos deveria ter tido

acesso a essa informação, sua conduta na rede social feriu a expectativa de alguns pais quanto ao seu comportamento como profissional. Em sua defesa, o advogado Richard Storrs equipara a situação ao caso de um aluno encontrar com ela bebendo um drinque com o marido em um restaurante. Ele questiona se seria ilegal. Se alguém falaria para a escola ou se seria inapropriado.

Richard Storr nos lembra de uma questão importante: a expectativa que as pessoas têm em relação ao comportamento de um profissional existe mesmo antes da Internet. Esta questão é antiga e, à proporção em que as pessoas adotam comportamentos específicos em suas profissões – por questões técnicas, de contratação ou networking –, elas tendem a deixar comportamentos que são considerados inadequados em tal postura de trabalho reservados para outros contextos.

No discurso do senso comum, estamos acostumados a ouvir frases como “Você precisa separar a sua vida pessoal da sua vida profissional” ou “Não leve seus problemas pessoais para o trabalho” ou “Esse curso foi bom tanto para a carreira quanto para a vida pessoal”. Mas, apesar de as pessoas separarem seus comportamentos em profissionais e pessoais, são recorrentes e conhecidas as histórias em que essa delimitação ficou confusa. Em *happy hours*, por exemplo, os profissionais têm a oportunidade de interagir de uma forma diferente de como fazem no trabalho. Como regra geral da maioria das profissões, não é aceitável que um profissional trabalhe bêbado, mas, neste tipo de encontro social, a ingestão de bebidas alcoólicas é bastante estimulada.

Tamires está aprendendo essa diferença na prática. Aos 21 anos, ela faz estágio em um escritório de advocacia na capital paulista e já ensaia para sua postura profissional. Ela conta que, num dia vazio do escritório, poucas pessoas seguiram para o *happy hour* depois do trabalho, mas, “para sua tristeza”, os sócios foram. Apesar de descrevê-los como “jovens e pra frente”, ela conta que, no dia seguinte, lembrou das imitações que fez das cantoras Alcione e Ana Carolina, e de seu chefe ajudando a limpar seu vômito na própria bolsa. Por isso, pensou duas vezes antes de ir para o trabalho. Ela resolveu enfrentar a situação e conta como foi:

Logo que cheguei, meu chefe pediu que eu fosse à sala dele. Já estava preparada para ser demitida, mas, para minha surpresa, ele me chamou para falar que era pra eu ficar tranquila, que isso era normal (vomitar na bolsa?) e que ele havia

exigido que as outras duas pessoas que presenciaram a cena mantivessem absoluto segredo!

De fato, antes da Internet, entre as pessoas que não estavam presentes e o fato em si havia mediadores da informação. O chefe de Tamires contou com esta realidade quando pediu para que as duas outras pessoas que estavam presentes no *happy hour* não comentassem sobre o acontecido com mais ninguém. Este caso, porém, só veio a fazer parte deste estudo, porque foi publicado no site IG em Fevereiro de 2012, sob o título “Ressaca moral: o *happy hour* do escritório foi uma tragédia”.

Muitas pessoas – como Richard Storr e o chefe de Tamires - estão esquecendo de incluir os novos contornos que esta antiga questão ganha no ambiente *on-line*. Dentro da Internet, a publicidade se intensifica. Tanto os comportamentos que dizem respeito à esfera profissional quanto aqueles que tratam da esfera pessoal ganham maior visibilidade, o que pode trazer vantagens e desvantagens para as muitas profissões que existem.

Cláudia<sup>3</sup>, por exemplo, tem o hábito de divulgar os *workshops* que ministra em seu *blog* e costuma ter um bom retorno. Todavia, como a maior parte dos psicólogos, ela compõe sua renda mensal com mais de uma fonte de trabalho e, por isso, também atua na área clínica. Há 2 anos, uma colega de trabalho forneceu o nome e telefone de Cláudia para um suposto paciente e ele ficou de ligar para marcar uma entrevista com ela. Antes de fazer contato, porém, o paciente digitou o nome da psicóloga no *google* e viu fotos antigas da profissional trabalhando como modelo. O material tinha sido feito na época em que Cláudia estava na faculdade, pois ela costumava trabalhar para pagar suas contas. O cliente desistiu de entrar em contato com ela e solicitou uma nova indicação. Podemos imaginar que sua desistência estivesse ligada a um conflito de expectativas entre o comportamento que ele esperava de uma psicóloga e aquele que ele inferiu como próprio de uma modelo.

O potencial de publicidade da Rede acaba deixando disponível aos olhos de muitos internautas informações que, às vezes, são adequadas a certos contextos e não a outros. As expectativas em relação ao comportamento dos profissionais, assim como a linha de continuidade esperada em muitas profissões, acompanham esta nova dimensão. Sem a Internet, as pessoas que saberiam que Cláudia tinha

---

<sup>3</sup>Nome fictício

trabalhado como modelo seriam aquelas a quem ela escolhesse contar, ou aquelas que tivessem trabalhado com ela, ou as que tivessem visto uma fotografia sua vinculada ao anúncio de uma revista etc. Esse dado seria transmitido por narrativas, fotos que passavam de mão em mão, registros jornalísticos ou dados institucionais, que contavam com um custo e um tempo de divulgação maior do que a consulta *on-line* demanda atualmente. Quando o histórico de Cláudia é disposto na Internet, ele se torna mais visível, pois na esfera *on-line* o processo de compartilhamento de dados entre as pessoas acontece de uma forma diferente de como se dá nos ambientes *off-line*.

Se uma pessoa desejar ter acesso a alguma informação de ordem pública sem utilizar os recursos *on-line*, por exemplo, ela precisará passar por algumas etapas, que incluem o deslocamento até o órgão público, sua identificação, uma justificativa e um processo que envolve o requerimento e o pagamento de taxas. Recentemente, porém, o governo brasileiro criou a Lei da Transparência, sob o argumento de que os cidadãos devem ter amplo acesso às informações relativas aos órgãos públicos. A solução encontrada para tal finalidade foi a disposição destas informações na esfera *on-line* e, em maio de 2012, a lei entrou em vigor, o que fez com que inúmeros sites atualizassem os dados que disponibilizavam para seus visitantes. Desde então, muitos endereços eletrônicos imediatamente colocam os usuários diante de informações, sem que essas pessoas se identifiquem ou que justifiquem o propósito de sua consulta. O salário dos funcionários públicos passou a ser uma das informações que são obtidas sem qualquer tipo de obstáculo, em vez disso, o acesso é facilitado e este dado fica “transparente” aos cidadãos brasileiros.

Apesar de facilitar um processo custoso, a lei da transparência parece girar em torno de um exagero, pois, na Internet, essa dimensão assume uma proporção que esbarra em questões polêmicas. Muitos funcionários estão incomodados com o fato de terem sua renda mensal divulgada desta forma, pois consideram essa informação um aspecto de sua vida privada. Em reportagem ao *Uol notícias*, Mariana Pimentel Fischer Pacheco, coordenadora do núcleo de estudos fiscais da Escola de Direito da FGV-SP, dá sua opinião: “Essa questão precisa ser melhor debatida. É necessário ainda definir o que é sigilo e o que não é, o que é informação pública e o que é privada”.

A delimitação entre o que é público e o que é privado engloba a discussão sobre a separação das esferas profissional e pessoal. Como as posturas profissionais passam por acordos e convenções sociais, elas falam diretamente de valores compartilhados por toda uma sociedade e, portanto, públicos. Outros valores, no entanto, são escolhas resultantes de desejos e objetivos individuais e, por isso, são tidos como aspectos da vida privada. Parece impossível, porém, deixar os valores individuais de uma pessoa reservados à esfera privada e os valores sociais de um grupo restritos à esfera pública; inclusive, o diálogo entre as duas esferas se faz necessário para que as pessoas possam negociar normas e regras que cheguem o mais próximo possível da realização de suas escolhas pessoais, ao mesmo tempo em que possam representar os valores coletivos que garantem o bom convívio entre as pessoas que compõem aquele grupo social.

Apesar da política não ser propriamente uma profissão, ela possibilita uma boa visualização de como este diálogo é complexo e de como ele está em constante mutação. Isto porque um político é reconhecido como uma figura pública que representa os interesses individuais e coletivos de muitas outras pessoas. Por isso, é comum que os eleitores se preocupem com as propostas apresentadas nas campanhas políticas, mas também com o histórico pessoal de quem estão elegendo. A questão gira em torno do sentimento de contradição que surge quando alguém é porta-voz de um valor social, ao mesmo tempo em que traz consigo a experiência pessoal “oposta”. Seria como alguém se posicionar contra algo que já fez ou defender algo contrário ao que já fez.

Lula, por exemplo, perdeu a disputa na reta final da eleição presidencial de 1989, após a informação que seu opositor Fernando Collor trouxe como elemento surpresa em pleno debate televisionado. O choque veio através da informação de que Lula tinha uma filha bastarda. Ninguém sabia de sua existência até então, pois ele não tinha assumido a paternidade, além de ter negado seu nome à filha. O depoimento da mãe da criança revelava que, na época, ele tinha pedido para que ela fizesse um aborto, além de não ter dado apoio à família em nenhum momento. Esta informação sobre a vida e as escolhas pessoais do candidato colocaram em cheque sua credibilidade para defender questões políticas complexas, como a legislação que proíbe o aborto no Brasil ou os alicerces dos direitos humanos para a legitimidade da filiação. A impressão imediata do público eleitoral foi a de que o candidato não poderia se posicionar contra o aborto se ele mesmo já havia sido

porta-voz desta escolha para si. Por isso, alguns grupos sociais sentiram que valores importantes não estariam sendo bem representados, o que gerou um impacto significativo na véspera das eleições.

A integração buscada nos discursos políticos e nas ações pessoais está relacionada com o aumento da credibilidade pública. Por mais que essa continuidade possa soar utópica e por mais que muitas pessoas tenham o hábito de dizer que todos os políticos são corruptos, elas parecem sempre esperar que eles tenham posturas ética e moralmente corretas. Para muitas pessoas, a atitude de Collor foi sentida como um “golpe baixo” e, em 1995, Fernando Henrique Cardoso, que também tinha um filho bastardo, tratou de se prevenir para não correr o mesmo risco. Lula assumiu sua filha Lurian publicamente e FHC negociou para que tais questões não entrassem em debate político. A conjuntura destes fatores contribuiu para a reflexão do limite das escolhas privadas na esfera política, assunto que permanece sendo discutido até hoje.

Mesmo que uma pessoa não atue como representante político, Maurício Noznica - que atua na área de planejamento da agência de publicidade *Rinocon* - diz que, na Internet, “independentemente de pessoal ou profissional, é preciso agir sempre como se estivesse em um local público”. Ele recomenda que as pessoas não “façam” nada na Rede que não fariam na frente de qualquer pessoa, pois esta é a dimensão da visibilidade dos comportamentos.

Muitas celebridades sabem desta questão, pois tiveram fotos em que apareciam nuas circulando na Internet. Esse fenômeno, às vezes, é entendido como uma estratégia publicitária, pois é difícil imaginar que uma pessoa famosa não esteja ciente das consequências de ficar sem roupa em praias públicas, onde sempre há *paparazzi*. Nestes casos, estariam fazendo uso do alto expoente de publicidade *on-line* para divulgação de conteúdos que trazem retornos profissionais.

As fotos íntimas da atriz Carolina Dieckmann, porém, estavam armazenadas na memória de seu computador, que estava guardado em casa. Em maio de 2012, *hackers* invadiam sua privacidade e roubaram o conteúdo, que vazou na Internet. Após quatro suspeitos terem sido presos, Carolina disse em depoimento ao *Jornal Nacional* que, finalmente, poderia “voltar a viver”. Independentemente de ter sido uma jogada de *marketing* ou um desastre na vida



da atriz, Thiago Tavares, presidente da *Safernet*, fala que essas fotos caíram no domínio público. Sobre este aspecto, ele diz:

Essas fotos já se perpetuaram na Rede. Fizemos um levantamento que mediu a propagação em apenas um pedaço da Internet, uma fatia da Rede, que é a Web. Além disso, estão salvas em milhares de HDs. Não tem mais como voltar a ser privado.

Às vezes, as publicações são consentidas, às vezes, não. O depoimento de Tavares dá continuidade à questão levantada por Mariana Pacheco, mas a resposta permanece como uma interrogação na cabeça de várias pessoas. A quem “pertence” a informação que cai na Rede? Ela é propriedade privada, porque diz respeito a conteúdos íntimos da vida de uma pessoa ou é de domínio público por este conteúdo estar disponível *on-line*?

Na Internet, muitas vezes as pessoas acabam sendo expostas sem quererem se expor. Mas, outras vezes, essa exposição é voluntária. Neste caso, quais são os contornos dessa questão? Esse é o caso das redes sociais, cujo uso envolve a exposição voluntária de dados pessoais. Nelas, há com bastante frequência a publicação de dados referentes à identidade, aos conteúdos da rotina, aos estados de humor e à revelação de trajetórias, variando entre as dinâmicas que caracterizam cada uma delas. Estas postagens funcionam como reveladoras de comportamentos, na medida em que traduzem gostos, preferências, filiações, ideologias, personalidades, enfim, a partir do momento em que possibilitam uma visão geral do universo de escolhas de uma determinada pessoa.

Se uma pessoa quiser criar um perfil em qualquer rede social neste minuto, precisará fornecer, no mínimo, um nome e um *e-mail*. Esses dados podem ser fictícios, mas, na prática, esta pessoa perceberá que a maioria dos usuários está interagindo baseada em dados “reais”. No *Linkedin*, a natureza destes dados está mais voltada para as informações que dizem respeito à trajetória profissional, pois o propósito de uso desta rede é, majoritariamente, fazer contatos de trabalho e obter entrevistas de emprego. Neste caso, não é interessante uma distorção muito forte, pois falsear informações poderia ser prejudicial para a imagem profissional do usuário.

No *Twitter*, as informações compartilhadas vão além daquelas que falam sobre a vida profissional do usuário. O uso desta rede social se aproxima mais do

compartilhamento de opiniões e valores pessoais<sup>4</sup> dentro de discussões que envolvem assuntos públicos. Isso porque a interação se dá, predominantemente, por meio da alta rotatividade de mensagens de texto, que refletem pensamentos e ideias sobre temas que, em sua grande maioria, estão relacionados a assuntos comuns a todos, como novelas, política, futebol, eventos etc. Nesta plataforma, a interação de pessoas publicamente desconhecidas com celebridades também é bastante comum, contando com a contribuição destas últimas, que expõem seus valores e opiniões pessoais através de seus perfis e históricos de *tweets* na rede.

No *Facebook*, é mais rara essa interatividade com figuras públicas, pois os contatos parecem girar em torno dos relacionamentos entre pessoas que se conhecem *off-line*. A maioria das ações no *Facebook* é recheada por informações que compõem histórias de vida, fotos e postagens que revelam aspectos da rotina. Esses dados, dependendo do desejo e das configurações do usuário, podem ser acessíveis a pessoas desconhecidas, mas é mais comum vermos em seus “amigos” pessoas que representam um círculo de amizade mais pessoalizado.

Sejam dados profissionais e/ou pessoais compartilhados entre desconhecidos e/ou conhecidos poderíamos pensar que, da mesma forma como, sem a internet, uma pessoa pode escolher entre ter ou não certo comportamento na frente de outras pessoas, também os usuários das redes sociais estão providos da liberdade de mediar as informações que disponibilizam para outros usuários. Algo curioso surge deste raciocínio, porém, em que a importação desta lógica não corresponde à totalidade do que se verifica na prática.

Os diversos casos de prejuízo na vida profissional apontam para uma realidade em que a visibilidade dos comportamentos parece ultrapassar a possibilidade de certas escolhas. Em documentário recente exibido no canal *GNT*, Clive Thompson, jornalista *freelancer*, compara a visibilidade dos comportamentos no ambiente *off-line* e no *Facebook*:

Se você fizer ou disser alguma coisa na vida real, as pessoas que estão por perto vão saber, ninguém mais. Mas se você fizer ou disser alguma coisa no *Facebook*, as pessoas que seguem você vão ver, as pessoas que você esqueceu que adicionou também podem acabar vendo e talvez os amigos dos amigos também vejam. Alguém pode cortar e colar o seu comentário, as pessoas não entendem isso

---

<sup>4</sup>de forma, ao mesmo tempo, crítica e cômica

A consciência dos usuários em relação à dimensão dessa visibilidade é questionada por muitas pessoas. Muitos casos cotidianos não chegam aos jornais, mas são relatos que traduzem bem a realidade. O exemplo de Renata<sup>5</sup> é um deles, pois a jovem de 26 anos foi chamada para uma entrevista de emprego pelo *LinkedIn*, após disponibilizar em seu perfil algumas informações que avaliou adequadas para apresentar sua trajetória acadêmica e profissional - assim como as pessoas fazem fora da Internet. Vários contratantes tiveram acesso aos dados e aos objetivos profissionais de Renata e, por isso, entraram em contato com ela para dar início ao processo seletivo.

Na mesma semana, a candidata tinha lido várias notícias nos jornais falando sobre os casos de pessoas que tinham sido demitidas por causa de publicações em redes sociais. Essas confusões tinham atingido tamanha proporção, que muitos especialistas começaram a articular e divulgar listas de recomendação de comportamento. Em Março de 2011, o *IG Carreiras* publicou “Sete dicas para não se prejudicar nas redes sociais”; em Junho de 2011, o portal *Terra* convidou o leitor para conferir “Cinco regras básicas para evitar problemas no *Facebook*”; em janeiro de 2012, o *It web* apontou “Redes sociais: 10 *posts* que podem afundar a sua carreira”; em Março de 2012, a *Época negócios* alertou: “Como as redes sociais podem prejudicar sua carreira”.

Entre as regras do que não deve ser feito nas redes sociais, estavam: (1) não reclamar de seu chefe/cliente/eleitor; (2) não postar fotos comprometedoras; (3) não manifestar posições políticas ou partidárias (4) evitar polêmicas. Além desses comportamentos explicitamente recomendados, inúmeros especialistas trataram de falar sobre como as redes sociais passavam a fazer parte da vida profissional das pessoas. Não só em relação aos trabalhadores já contratados, como também para aqueles que estavam à procura de emprego. Os jornais informaram que os profissionais dos recursos humanos haviam desenvolvido o hábito de consultar o perfil dos candidatos nas redes sociais, a fim de verificar se havia coerência entre o comportamento apresentado no processo seletivo e o comportamento visto nas redes de relacionamento.

Uma reportagem publicada no *site Terra* dá uma dimensão do que Renata deve ter lido:

---

<sup>5</sup>Nome fictício.

“O Grande Irmão (Big Brother) está observando você”. A frase do escritor George Orwell, autor de *Revolução dos Bichos* e 1984, que já fez referência ao controle do governo e agora ao reality show, também pode ser usada para se referir ao setor de Recursos Humanos (RH), aquele que vai determinar a contratação e manutenção do funcionário na empresa. Pois não tenha dúvida: as empresas seguem o candidato pelas redes sociais e monitoram comentários, fotos, amigos, comunidades e todo o resto que estiver ao alcance.

Renata tratou de entrar no seu perfil do *Facebook* para ver como estava a sua situação e encontrou uma foto postada em seu mural que tinha ido parar lá como fruto de uma marcação. Quando alguém “marca alguém”, o nome da pessoa aparece próximo a seu rosto na foto e todos que passarem o cursor em cima dele saberão o nome da pessoa a quem corresponde aquela cara. Essa marcação também faz com que a foto seja enviada para o mural de todas as pessoas que tiverem sido marcadas e, por isso, ela pode ficar exposta nos perfis de várias pessoas diferentes.

Assim que Renata viu a cara de bêbada com que aparecia na foto, tratou logo de fazer modificações em suas “configurações de privacidade”. Até então, qualquer pessoa que digitasse seu nome no Facebook, teria acesso ao seu perfil com todas as informações contidas nele. Receosa de que seu caso fosse semelhante aos que estavam sendo anunciados nos jornais, a administradora de empresas resolveu mudar o que estava sendo visto em seu perfil. Primeiro, ela selecionou o público, restringindo o acesso apenas a amigos e, depois, ativou a opção que garantiria que todas as fotos passariam pela sua autorização antes de aparecerem em seu mural.

Às vezes, o comportamento que inferimos em uma foto não traduz o contexto em que ela foi tirada, o que muda toda a nossa compreensão em relação àquele registro de imagem. Nathalie Blanchard, por exemplo, colocou uma foto no *Facebook* e perdeu o apoio financeiro que estava recebendo de sua seguradora. Há quase 2 anos, a funcionária estava de licença médica, porque tinha sido diagnosticada com depressão. Como parte do tratamento, seu médico recomendou que ela saísse com amigos e começasse a restabelecer seus vínculos sociais. Por isso, a canadense viajou com a mãe para Flórida e tirou fotos em que ela aparecia sorridente e descontraída, mas Blanchard relata que estava envergonhada de seu estado e que essa era uma tentativa de camuflar a doença.

Quando ouvimos seu depoimento no documentário “Vítimas do *Facebook*”, temos a chance de nos aproximar do que ela estava sentindo e de

como sua história aconteceu, mas a mera publicação de sua foto pode levar a uma impressão diferente. Os comportamentos da funcionária ganharam potencial de registro e amplitude de acesso, mas sem virem acompanhados de contextualizações.

Outro caso apresentado neste mesmo programa conta a história do candidato a um cargo público nos EUA, Ray Lam, que estava iniciando sua carreira como alguém que iria mudar o cenário da política. Imbuído do pano de fundo de sua candidatura, ele resolveu usar novas ferramentas de campanha: o *Twitter* e o *Facebook*. Assim como Collor trouxe um elemento surpresa no debate político, o adversário de Lam também surpreendeu o candidato e seus eleitores quando vazou na mídia fotos antigas do *Facebook*. Numa delas, Ray estava com a mão no seio de uma amiga e, em outra, ele mostrava a cueca junto a dois amigos. Ambas retratavam momentos da época do colégio e o candidato diz que “no contexto em que estavam são realmente inocentes. Mas o contexto no qual foram inseridas durante a campanha as deixou voláteis”. Lam descreve que os noticiários perderam o foco de sua campanha e passaram a enfatizar somente o episódio de suas fotos pessoais, o que fez com que ele desistisse de sua candidatura.

O caso de Ray Lam remete ao fato de que os fenômenos *on-line* ficam disponíveis como registros permanentes que podem ser acessados desde o momento em que foram publicados até muito tempo depois, marcando o percurso entre presente e passado como um trajeto mais próximo. A busca pelo histórico do usuário ficou ainda mais rápida quando, no início de 2012, alguns recursos do *Facebook* foram modificados. Um dos mais relevantes foi o acréscimo da “Linha do Tempo”, que, além de ter dado uma aparência nova ao perfil dos usuários, distribuiu as informações dentro de uma ordem cronológica.

Esse novo recurso veio para substituir as cansativas buscas quando se desejava retomar algo mais antigo. Depois dele, seria possível que qualquer pessoa visse a data de ingresso de um membro na rede social, assim como todas as suas atividades, registrados e organizados de acordo com os anos em que elas foram publicadas. Próximo da data em que tal novidade chegava ao Brasil, Sarah Jacobson Purewal escreve para a *UOL* adiantando algumas questões:

Como esperado, eu postei muitas coisas – sendo que nem todas são totalmente amigáveis e/ou apropriadas para o trabalho – nos últimos oito anos em que tenho usado o Facebook. E agora todas elas estão habilmente organizadas por data. Apesar de ser verdade que você já podia tecnicamente visualizar esses posts antes

da chegada da Timeline, era um processo muito mais trabalhoso. Por exemplo, para ver meus posts de 2006, você tinha de ir até o meu perfil no Facebook, esperar pelos 20 posts mais recentes carregarem, e então clicar em “Mais publicações”...umas 500 vezes. Mas agora é possível visualizar essas publicações ao simplesmente ir até a lateral direita do meu perfil e clicar em 2006 – e então escolher o mês que quiser. Esse acesso mais do que conveniente às minhas informações é um pouco preocupante, na minha opinião.

Em seguida, Sarah dá dicas de como “faxinar” os *posts* da Linha do Tempo para que o passado não esteja presente, evitando situações como as de Ray Lam. Mas se formos pensar na forma como esses eventos vão parar nas redes sociais, acabaremos nos vendo diante da relação que as pessoas estabelecem com os eventos presentes.

É cada vez maior o número de pessoas que registram em meios tecnológicos o que estão vivendo em suas vidas. O que se torna um dado curioso, no entanto, é que o armazenamento destes instantes parece vir acompanhado do desejo de um compartilhamento, que é feito em simultaneidade com o registro e a vivência. Isso quer dizer que, em vez de publicar fotos e/ou fazer comentários nas redes sociais *a posteriori* do acontecido, está mais intenso o hábito dos usuários de compartilhar suas experiências no mesmo momento em que elas estão acontecendo. De fato, em alguns momentos, parece que a preferência incide sobre a experiência de compartilhamento em vez da degustação da vivência no próprio ambiente físico em que ela está ocorrendo. Por isso, é cada vez mais comum vermos pessoas que estão na plateia de um show tirando fotos e, imediatamente, gastando alguns minutos mexendo no celular. Elas provavelmente estão colocando os registros que acabaram de fazer em seus perfis e/ou fazendo comentários e curtindo o que seu colega ao seu lado fez, ou ainda interagindo com os que não estão presentes no mesmo ambiente que elas, mas que também estão compartilhando seus momentos por meio das publicações que fazem nas redes sociais.

Este hábito, porém, só se tornou possível entre os usuários por causa de uma inserção tecnológica que vem acompanhando o uso das redes sociais nos últimos anos. No ano de 2011, a *ComScore*, divulgou dados sobre o atravessamento destes dois fenômenos:

Não são apenas as redes sociais que continuam a crescer no Brasil. O acesso à internet por meio de dispositivos móveis, como smartphones e tablets também. Em dezembro de 2011, o total de conexões móveis chegou a 1,5% de todo o

tráfego digital no país. Entre agosto e setembro do ano passado, o crescimento do número de acessos à web gerados por esses dispositivos aumentou em 50%.

De fato, os registros do momento presente vêm aumentando desde que os *smartphones* e *tablets* surgiram<sup>6</sup>. Isto porque, antes destas tecnologias, o acesso às redes sociais acontecia somente através dos computadores – que ficavam, em sua maioria, nas universidades, no trabalho ou na casa das pessoas - e a quantidade de publicações era menor, por uma razão muito simples: os usuários precisavam estar nestes lugares para poderem fazer comentários, postar fotos, mandar mensagens ou simplesmente navegar.

Ao final de um dia, muitos estímulos que pareciam interessantes no momento em que estavam sendo vivenciados acabavam perdendo sua relevância na hora em que podiam ser compartilhados com outras pessoas. Parecia fazer pouco sentido, por exemplo, um usuário que enfrenta um trânsito no meio do dia postar qualquer comentário sobre sua irritabilidade horas após o ocorrido. Seria algo tão estranho como “Baita trânsito há 8 horas atrás!!”. No entanto, se esta mesma pessoa dispõe de um celular com acesso à Internet enquanto está dentro do carro, o comentário “Baita trânsito!” já não soa tão deslocado de contexto.

Quando a conexão móvel é introduzida aos usuários, o acesso às redes sociais passa a poder ser feito “de qualquer lugar, a qualquer hora”, assim, aumenta a rotatividade das mensagens no *Twitter*, crescem os detalhes das rotinas expostas no *Facebook* e os currículos do *LinkedIn* passam a poder ser vistos durante o próprio processo de seleção dos candidatos.

A visibilidade dos comportamentos se intensifica não só porque o número de postagens aumenta, mas também porque o conteúdo do que é publicado nas redes sociais passa a incluir cada vez mais aspectos da rotina, tais como fotos mostrando o que os usuários estão fazendo, *check-ins* revelando suas localizações atuais e comentários sobre passos do cotidiano que, antes da portabilidade da conexão, não estavam incluídos na dinâmica de uso das redes sociais. A voluntariedade destas autorrevelações chama a atenção à medida em que se torna um hábito comum entre os usuários e, recentemente, por atravessar questões de ordem profissional.

---

<sup>6</sup> E cresce ainda mais, à medida em que a aquisição destes equipamentos se torna viável cada vez para mais pessoas.

Apesar de haver profissionais de várias áreas diferentes entre os usuários das redes sociais, os psicólogos compõem o foco deste estudo. Isto porque alguns hábitos estão ficando cada vez mais presentes nas práticas contemporâneas e, neste sentido, vão ao encontro de algumas recomendações técnicas que estão no bojo da teoria psicanalítica, pelo menos na forma como elas foram compreendidas até então. Estas técnicas não estão tão distantes da esfera pública, no sentido de que elas se propagaram pelas pessoas através dos símbolos que elas usam para representar e por meio das expectativas que elas têm deste tipo de profissional. Por exemplo, de uma forma geral, as pessoas esperam que um psicanalista seja uma pessoa pouco pessoalizada. Não que este represente propriamente o desejo delas, mas, certamente, essa imagem traduz percepções compartilhadas pelo senso comum.

As novelas são bons exemplos de alguns destes símbolos, pois, na medida em que são veículos de massa, elas precisam trabalhar com temas que sejam capturáveis ou que já estejam capturados pela experiência da maioria das pessoas. “Amor, eterno amor”, novela exibida durante o ano de 2012, às 18 horas, em canal de grande audiência, não é a primeira a incluir situações que problematizam a relação terapêutica, mas esta em especial apresenta uma situação nova para os telespectadores. Trata-se de trechos de sessões de terapia que vazaram na Internet.

Quando um fenômeno aparece como um conflito do protagonista, ele primeiramente traduz uma realidade e, depois, usa-a como ponto de partida para discussões de temas comuns ao grande público. Quando a psicóloga<sup>7</sup> fica sabendo do ocorrido, ela imediatamente se preocupa com o paciente exposto e com os demais pacientes, cuidando em explicar, a um por um, a situação que fugiu de seu controle. Sem saber como tais informações foram parar na Rede, ela decide não fazer um boletim de ocorrência, pelo receio da repercussão que seu caso possa ter na mídia e das consequências que essa divulgação possa trazer para sua carreira.

A trama retrata a realidade dos casos descritos ao longo deste capítulo. As atitudes da personagem refletem as expectativas que as pessoas têm em relação ao comportamento de um psicólogo clínico. Espera-se que estes profissionais sejam éticos, responsáveis, cuidadosos e que mantenham o sigilo das sessões como um aspecto sagrado de seu ofício. A psicanálise, no entanto, inclui no conjunto dessas

---

<sup>7</sup> Personagem.



expectativas outros elementos para descrever como um psicólogo clínico deve se comportar em seu ambiente de trabalho. No bojo da teoria psicanalítica, uma das técnicas mais valiosas é a que determina que o terapeuta circunscreva a exposição de sua personalidade a propósitos terapêuticos, pois assim estaria alocando o relacionamento com seu cliente em um eixo terapêutico. Atualmente, os adeptos da psicanálise estão discutindo essa questão. Mas, em paralelo a isto, muitos psicanalistas têm seus perfis expostos nas redes sociais, o que levanta a questão de como a expectativa em relação ao comportamento destes profissionais dialoga com o uso que eles fazem das redes sociais.

### 3

## A reserva da individualidade do analista: ontem e hoje

O *setting* analítico, tal como foi descrito por Freud e mantido durante muitos anos nas instituições de formação analítica, acontece entre quatro paredes e envolve uma série de regras de enquadre. Dentre elas: (a) a definição do espaço de atendimento, (b) a delimitação do tempo, (c) o estabelecimento de cláusulas de contrato e (d) o esclarecimento do papel do analista e seu exercício na prática clínica. No que diz respeito ao presente trabalho, destacarei esta última: o papel do analista. Tal como Freud a definiu, cabia ao analista a seguinte recomendação técnica:

Os psicanalistas jovens e ávidos indubitavelmente ficarão tentados a colocar sua própria individualidade livremente no debate, a fim de levar o paciente com eles e de erguê-lo sobre as barreiras de sua própria personalidade limitada. Poder-se-ia esperar que seria inteiramente permissível e, na verdade, útil, com vistas a superar as resistências do paciente, conceder-lhe o médico um vislumbre de seus próprios defeitos e conflitos mentais e, fornecendo-lhe informações íntimas sobre sua própria vida, capacitá-lo a pôr-se ele próprio, paciente, em pé de igualdade. Uma confiança merece outra e todo aquele que exige intimidade de outra pessoa deve estar preparado para retribuí-la. Mas nas relações psicanalíticas as coisas amiúde acontecem de modo diferente do que a psicologia da consciência poderia levar-nos a esperar. A experiência não fala em favor de uma técnica afetiva deste tipo. (FREUD, 1912, p.131)

As recomendações de Freud sugeriam que o analista orientasse sua atitude no tratamento guiado por dois princípios: neutralidade e abstinência. Esses conceitos foram criados com uma finalidade bem clara: a contenção de expressões pulsionais. Em outras palavras, era uma forma que Freud tinha encontrado para dar limite às pulsões dos pacientes -expressas em gestos, olhares e atos - que, se assim não fossem contidas, inviabilizariam a condição mínima para que o tratamento ocorresse.

Por isso, dentre as cláusulas do contrato estavam as regras da abstinência e da neutralidade, ambas de extrema relevância para o tratamento. O paciente ficava sabendo direta e explicitamente apenas da regra da abstinência, que tratava do acordo que ele fazia com seu médico de, durante o tratamento, não tomar nenhuma decisão importante em sua vida – casar, ter filhos, mudar de cidade etc.

Já a neutralidade não era uma regra a ser negociada entre analista e analisando, mas se tornava clara pelas regras de funcionamento do *setting*, tal como o uso do divã. Este funcionava da seguinte forma: ao colocar o paciente de costas para ele, Freud estava dando contenção a essas pulsões através do limite de acesso que dava ao paciente em relação à sua pessoa durante às sessões. Limite este que também era preservado pelas portas diferentes de entrada e saída de seu consultório.

Desta forma, a abstinência garantia a contenção pessoal pulsional que se estendia para além do *setting* analítico e que estaria sob a responsabilidade do próprio paciente - resguardado pelo acordo com seu médico, em prol de sua saúde. E, entre as quatro paredes do *setting*, caberia ao analista o papel de conter as pulsões para que elas não passassem ao ato. Amparado por esses dois recursos técnicos - ambos referentes à contenção e ao estabelecimento de limites - Freud sentia-se seguro para dar continuidade ao tratamento em condições mínimas, adequadas ao contexto dos fenômenos clínicos de sua época.

Conforme foram sendo apropriados e propagados, estes conceitos foram assumindo conotações pejorativas. Por vezes associadas ao contexto militar de campo neutro entre territórios em guerra, por vezes, relacionadas ao objetivismo positivista do método científico, a neutralidade elevou-se ao tom de descaso e distanciamento emocional, enquanto a abstinência foi facetada como um comportamento de privação e frustração “obrigatórios” e totais. Sobre este modelo, Haynal (1995) apresenta “(...) esse termo – clássico - que se apresenta como um acordo tácito entre os analistas desde o fim da década de 30, designa a uma técnica de não-intervenção e de não-atividade”. Uma referência da consolidação, em nível internacional, destes significados pode ser encontrada no *Vocabulário de Psicanálise* (LAPLANCHE e PONTALIS, 1991).

Durante algumas décadas, essas recomendações orientaram hegemonicamente o trabalho de muitos psicanalistas. As regras de contenção, dadas pela neutralidade e pela abstinência - que, para situar dentro da perspectiva clássica, chamaremos de “reserva da individualidade do analista”-, atualmente, começam a dividir espaço com outra perspectiva, no tocante a como a individualidade do terapeuta se situa no tratamento. Se citarmos Bolognini em 2011, percebemos qual a perspectiva contemporânea para o papel do profissional da psicanálise:

Refiro-me ao novo e mais complexo papel que caberá ao analista, inevitavelmente chamado a representar figuras do mundo interno, não somente como suporte de projeções, mas também como *cointérprete ativo frequentemente de forma inconsciente, porém subjetivamente implicado em uma cena interna vivida de forma impessoal cheia de phátos e novamente proposta com frequência ao enactment*. (...) Já não se trata de situar-se cômoda e corretamente na borda da piscina, atribuindo com lucidez ao paciente as “projeções” que cabem ao analista apenas superficialmente, evitando produções disfuncionais de um Eu a que se adverte de seus próprios descuidos. O analista contemporâneo é cada vez mais disponível(...) (BOLOGNINI, 2011, p.66-67).

As palavras de Bolognini (2011) contrastam significativamente com as de Freud (1912), o que nos faz perceber a mudança radical que está ocorrendo no papel do analista e, portanto, no *setting*. De fato, a psicanálise é uma prática inserida na cultura, então, conforme certas dinâmicas sociais mudam, ela também muda. De uns tempos para cá, um número grande de psicanalistas começou a publicar artigos relatando uma prática que eles estavam começando a ter em seus consultórios: uma maior abertura de si.

Com resultados inesperados, ora terapêuticos e ora não terapêuticos, este fenômeno recebeu o nome de *Self-disclosure* e, nas últimas décadas, vem sendo tema de discussão, pois esses profissionais perceberam que eles próprios estavam começando a romper com a recomendação técnica de Freud, tal como fora descrita por muito tempo. Bolognini (2011) nos dá uma boa noção de como se situa a individualidade do analista na prática clínica atual:

Os analistas de hoje parecem, em parte, que renunciaram também exteriormente à pretensão ideal da impossibilidade de repetição do seu *Self* na relação profissional e se mostram, por acaso, propensos a considerar importante a linguagem da decoração e admitir oficialmente sua existência como indivíduos, mais que como portadores simplesmente de uma função, isso sim, conservando o sentido comum e o bom gosto de se limitar a uma perceptível, mas geralmente sóbria, personalização do ambiente, evitando invadir narcisisticamente o campo de trabalho com exibições de sua iconografia privada (BOLOGNINI, 2011, p.30).

Para Gabbard e Western (2003), a nova possibilidade dos psicanalistas incluírem seus *Selves* na relação profissional tem a ver com dois fatores principais. Primeiramente, eles argumentam que houve mudanças tão profundas no mundo, na ciência e na prática clínica, que o modelo psicanalítico voltado para a neutralidade não é mais possível no contexto atual. Depois, eles apontam como o intercâmbio entre os psicólogos - não só entre profissionais que adotam o mesmo modelo teórico-clínico, mas entre uma pluralidade de campos teóricos

dentro da psicologia e fora dela - ampliou o universo de trocas a respeito da prática clínica, a ponto de gerar importantes mudanças teóricas e técnicas em relação ao que seria mais terapêutico no vínculo atual entre psicólogo e paciente.

Os inúmeros trabalhos publicados e disponíveis internacionalmente configuram a clínica não como uma prática isolada, mas como casos que podem ser apresentados e estudados em um volume de comunicação muito mais intenso entre esses profissionais. Uma das reformulações mais importantes dos últimos tempos diz respeito ao valor terapêutico da presença do psicólogo como sendo a outra parte de um relacionamento entre duas pessoas. Para tanto, é preciso um outro – no caso, o psicólogo - que exista no *setting* terapêutico menos à sombra de sua própria individualidade.

Não temos mais como manter determinadas posturas dogmáticas que mantivemos até agora, porque a realidade não viabiliza mais tal postura e este é o princípio fundamental da psicanálise: é a realidade que conduz o desenvolvimento de seus pressupostos teóricos. E a realidade está levando os psicanalistas a propor uma revisão nos paradigmas que concluem sobre a natureza da relação e da interação analíticas (MEISSNER, 2002).

A discussão, contudo, não se encerra por aí. Essa questão ganhou um valor tão grande que passou a ser tema de inúmeros artigos em periódicos respeitados em psicanálise<sup>8</sup>, marcando o questionamento em relação à postura técnica de abster-se da própria individualidade, que não se limita à passagem de um relacionamento parcialmente opaco para um relacionamento totalmente transparente e desregrado, mas se centra na reflexão do que é e do que não é *Self-disclosure* e de quais devem ser os limites desta técnica dentro e fora do *setting* analítico. Vejamos cada um destes aspectos.

### **3.1 Fronteiras deste conceito: O que é e o que não é *Self-disclosure***

Quando um analista fala para seu paciente que será submetido a uma cirurgia no próximo mês; quando um paciente nota que sua analista está grávida; quando um analista sai nu do banheiro da academia e encontra um paciente; quando um paciente conta a seu analista que o viu numa briga de trânsito (Knapp,

---

<sup>8</sup> JPA, etc.

Lehavot & Williams, 2009): todas essas situações são momentos em que o paciente fica sabendo algo sobre a personalidade e a vida de seu analista.

Alguns autores consideram esses exemplos como *Self-disclosure* do analista, diferindo apenas no tipo, ou seja, se são informações reveladas voluntária ou involuntariamente, acidentais ou deliberadas, evitáveis ou inevitáveis. Dentre as inevitáveis, estão as revelações que fazem parte do dia a dia do clínico e que traduzem seus gostos pessoais e/ou sua identidade cultural, tais como sua aparência, idade, gênero, maneira de vestir, linguagem corporal, a localização de seu consultório, a presença ou ausência de maquiagem, aliança de casamento etc.

Sobre as informações acidentais, estariam incluídas as reações emocionais inesperadas do analista quando este responde, positiva ou negativamente, a alguma notícia surpreendente contada pelo paciente, como o anúncio de que irá se casar, de que está grávida, de pedir demissão ou de que irá parar a terapia; ou quando o paciente, inesperadamente, vê o analista em um lugar público, como as filas de cinema, de supermercado, shows etc.

O que Knapp, Lehavot & Williams (2009) estão chamando de *Self-disclosure* involuntário e acidental, Meissner (2002) não denomina desta forma; para ele, estes são exemplos de *Self-revelations*, uma vez que tratam de fatores reais possivelmente captáveis por qualquer outra pessoa que estabelecer contato com o analista e que, por isso, são considerados, pelo autor, como dados públicos, em vez de passar pelo crivo da escolha pessoal do analista.

O que Meissner (2002) e a maioria dos clínicos concordam em chamar de *Self-disclosure* são as informações deliberadamente transmitidas do analista para o paciente, aquelas que traduzem a intencionalidade de compartilhar dados pessoais, como estado civil, idade, escolha religiosa, histórias de vida, orientação sexual, destino das férias ou, até mesmo, como intencionalidades não verbais, quando há fotos de família no consultório, uso de símbolos religiosos ou quando ocorre uma reação de apreço/desgosto que revela valores e atitudes pessoais. “Self-disclosure por parte do analista pode assumir várias formas: respondendo a perguntas, falando sobre suas próprias emoções, expressando contratransferência ou lidando com aspectos reais de sua vida” (MEISSNER, 2002).

Este conceito abre espaço para que o analista fale sobre seus pensamentos, sentimentos ou demonstre algum tipo de reação mais pessoal. Isto não é igual a dizer que o analista pode explicitar desmedidamente tudo o que lhe vier à cabeça,

pois esta atitude representaria o risco de ele trocar de papel com o paciente, assumindo seu lugar de associar livremente; neste caso, a inversão dos papéis tornaria o tratamento inviável, uma vez que haveria uma ruptura no eixo da aliança terapêutica.

A maioria dos estudiosos do *Self-Disclosure* defende que, para que um psicanalista compartilhe sobre como está se sentindo em dado momento da consulta em relação a algo que o paciente fez ou falou, ou para que falem sobre suas vidas fora do consultório (sua família, em quem irão votar, suas experiências anteriores etc), é necessário que haja algum propósito terapêutico. Ao fim e ao cabo, os contornos deste conceito estão intimamente ligados aos limites de uso desta técnica.

### **3.2 Limites da Técnica: o quando, o quanto e o como fazer uso do *Self-Disclosure***

O que dos pensamentos, sentimentos, reações e detalhes pessoais são para ser consciente e deliberadamente revelados a serviço de ser útil para o paciente e para o decorrer do processo analítico? Quanto nós falamos sobre nós mesmos e o quão longe vamos? Quando nós revelamos as coisas que estamos revelando? Quais os limites destas exposições? Como sabemos as necessidades que atendemos quando falamos sobre nós mesmos? Nossas próprias ou aquelas de nossos pacientes? (MILETIC, 1998a, p.515, minha tradução)

As tentativas de responder às perguntas de Miletic (1998a) são muitas. Carkhuff (1969), por exemplo, apesar de não circunscrever o *Self-disclosure* ao modelo psicanalítico, desenvolveu uma escala para medi-lo como um fenômeno facilitador, ou não, da relação interpessoal (do tipo terapêutica). Dos 5 níveis, ele discorre sobre o primeiro:

a primeira pessoa está ativamente atenta para estar desvinculada da segunda pessoa(s) e para não revelar nada sobre seus próprios sentimentos ou personalidade para ela, ou se assim acontecer, ela o fará de uma forma que não tenha nada a ver com o progresso geral desta segunda pessoa (CARKHUFF, 1969).

O terceiro se configura como o nível mínimo de facilitação da dinâmica interpessoal:

A primeira pessoa disponibiliza informação pessoal sobre ela mesma o que pode está em contato com os interesses da segunda pessoa, mas estas informações são

frequentemente vagas e indicam muito pouco sobre o caráter único desta primeira pessoa.

Sobre o último nível da escala (5), ele diz:

O facilitador voluntária e frequentemente disponibiliza material muito íntimo e detalhado sobre sua própria personalidade e, quando em contato com as necessidades da segunda pessoa, pode revelar informações que podem ser extremamente embaraçosas em outras circunstâncias ou se contadas pela segunda pessoa para uma terceira pessoa (CARKHUFF, 1969).

Os extremos da escala de Carkhuff (1969) poderiam, analogamente, ilustrar a discussão sobre o nível apropriado da técnica, que está inserido no espectro que vai desde o anonimato autoritário até uma total e inadequada visibilidade do analista. Bolognini (2009) apresenta uma outra referência para indicar o “ponto ótimo” desta técnica. Ele separa o conteúdo pessoal do analista em “self de trabalho” e “eu de trabalho”, para se referir à adequação da exposição de si próprio no trabalho analítico (*Self-disclosure*). Para tanto, faz a seguinte distinção:

Quero acrescentar que mantenho cuidadosamente certa diferenciação entre o “Eu de trabalho” e o “Self de trabalho”: os interlocutores internos formam parte deste último, enquanto o eu de trabalho lhes consulta e, finalmente, se é suficientemente autônomo e maduro, toma posições, escolhe e decide. (BOLOGNINI, 2009, p.37)

A experiência íntima, portanto, ressoa como uma ferramenta clínica delicada. A delimitação que Bolognini faz nos situa acerca do exercício constante que o psicólogo clínico precisa fazer para definir quais partes de si tratam de aspectos pessoais - cuja manifestação seria prejudicial ao tratamento - e quais conteúdos internos podem ser usados como ferramenta para o manejo clínico. Por isso, Bolognini (2009) atenta para os cuidados com esta ferramenta clínica: “o verdadeiro problema se refere ao quanto, quando e como se pode usar este procedimento técnico, em relação aos possíveis efeitos terapêuticos ou antiterapêuticos (...)” (p. 60).

Os efeitos terapêuticos ou antiterapêuticos parecem ser, consensualmente, as fronteiras do uso dessa técnica. Muitos autores argumentam que o foco do tratamento está em atender às necessidades dos pacientes, e não às necessidades e desejos do terapeuta. Infelizmente, são muitos os casos – às vezes por inexperiência, ou por falta de uma troca mais aberta - em que o profissional se



deixa levar por fenômenos de contratransferência e se vê envolvido por desejos de autoexposição meramente individuais, sem qualquer objetivo de auxiliar o paciente. Neste caso, fica fácil compreender que um exibicionismo desmedido por parte do analista pode ser prejudicial para o processo analítico, uma vez que afeta a empatia.

Em outros casos, o que se torna terapêutico e o que deixa de sê-lo ainda permanece como uma discussão em aberto para a psicanálise contemporânea. Esta equação não se coloca como uma fórmula, pois variáveis como a personalidade e o estilo individual de cada analista afetam os efeitos de seus *Self-Disclosures* (MEISSNER, 2002). Mais do que comportamentos ou assuntos especificamente indicados ou contraindicados, o critério para a preservação do vínculo em seu eixo terapêutico é o objetivo pretendido com a revelação feita.

Atualmente é facultado aos psicanalistas se usarem como exemplo para seus pacientes, desde que não seja para confessar algo de si simplesmente, mas pra alocar certas experiências afetivas como próprias do grupamento humano. Muitas vezes o paciente tem a impressão de estar sentindo algo à margem da saúde psíquica normal e que, por esse motivo, se vê diante do que entende como um aspecto “defeituoso” dele mesmo; quando o analista o insere como pertencente a uma certa humanidade, esta intervenção regula sua ansiedade e desdobra-se, portanto, em efeitos terapêuticos para o paciente.

Outro tipo de *Self-Disclosure* que promove efeitos terapêuticos são as intervenções que refletem a captação por parte do analista de algum afeto sentido pelo paciente. Neste caso, os sentimentos que são, direta ou indiretamente, comunicados ao analista e o fato deste, não só testemunhá-los, como também responder pessoalmente a eles, desencadeiam uma espécie de interlocução entre ambos e algo da ordem de uma sintonia afetiva. O que o analista sente, pensa e expressa – e que faz parte de seu “self de trabalho” (BOLOGNINI, 2009) - pode ser selecionado pelo seu “eu de trabalho” (BOLOGNINI, 2009) para se tornar intervenções que promovam a empatia e sejam, portanto, terapêuticas. Nesta situação, seriam ditas frases como “Eu percebo alguma coisa triste na sua voz quando você me conta isso” ou “O que você tá me contando tá me fazendo ficar triste” (MEISSNER, 2002).

Até agora falamos das possibilidades que incluem o *Self-disclosure* como uma intervenção que parte da iniciativa do analista. Mas e quando as informações

reveladas são as respostas certas para as perguntas trazidas pelos pacientes? São todas as perguntas que devem ser respondidas “baseadas em fatos reais” e pessoais?

Algumas perguntas sobre aspectos pessoais do analista tangenciam as regras de contrato profissional - como, por exemplo, se haverá consulta em dado feriado e são completamente pertinentes ao percurso do trabalho (MEISSNER, 2002). Outras, no entanto, fazem parte do conjunto de fantasias que - pela lógica da transferência - não devem obter gratificações. Quando estiver nestas condições, a resposta obtida está mais próxima de provocar efeitos antiterapêuticos, em função de gerar um deslocamento no eixo da aliança terapêutica. Essa sede de curiosidade por informações que digam respeito à vida pessoal do analista tanto pode aparecer como o desejo de saber o destino de suas férias, como demandas para saber o que ele está sentindo ou pensando em *feedback* ao que o paciente lhe apresentou.

Não se trata de considerar que tais informações sejam prejudiciais, mas em detectar a motivação que está por trás delas. Inúmeras vezes, o analista expressar o que sentiu, em ressonância ao que o paciente lhe disse, pode se transformar em uma porta para tornar os padrões transferenciais visíveis na relação analítica. Assim, o profissional pode intervir dizendo “sua atitude está me dando vontade de me defender. Eu fico imaginando como seu comportamento pode afetar as pessoas ao seu redor” (MEISSNER, 2002).

De uma perspectiva mais imediata, o *Self-disclosure* deve estar circunscrito a algum propósito clínico, visando efeitos terapêuticos sobre o paciente. De outra mais profunda, essa técnica encontra suas fronteiras até onde não avance para uma aliança terapêutica disfuncional. Meissner (2002) ainda defende que neutralidade<sup>9</sup> e *Self-disclosure* não são atitudes incompatíveis, mas certamente a compreensão que ele tem desse fenômeno difere de sua concepção original:

algumas correntes defendem que o self-disclosure busca substituir a técnica da neutralidade, apelando para uma comunicação afetiva e uma abertura emocional. O impasse é que esta comunicação afetiva que inclui o self-disclosure é antiética e incompatível com a neutralidade. Assim, fica a constante impressão que a defesa destes fatores pessoais e deste papel ocupam lugar central na determinação do que é self-disclosure do que sua orientação por qualquer outro princípio aceito

---

<sup>9</sup> O que Meissner define como “neutralidade” equivale ao que nomeamos nesta pesquisa de “reserva da individualidade do analista”.

(...) mas eu vou argumentar neste artigo que não só neutralidade e self-disclosure não são incompatíveis, como a neutralidade desempenha um papel fundamental servindo de base para discriminar o que no self-disclosure é terapeuticamente indicado como vantajoso (MEISSNER, 2002, minha tradução).

A discussão em torno dos limites dessa técnica se mantém centrada na questão dos efeitos terapêuticos ou não para o paciente, mas as configurações e a extensão das situações em que seu uso é convocado mudaram significativamente com o atravessamento das tecnologias no *setting*, que vão desde o celular até a internet.

### 3.3 *Self-disclosure* na Internet

A Internet vem ressignificando o *Self-Disclosure*, uma vez que ela refaz a possibilidade de o psicanalista revelar-se a partir de sua própria intencionalidade e de este fenômeno estar circunscrito às quatro paredes do *setting* ou aos acasos da vida. Com apenas o clique de um *mouse*, os pacientes podem obter informações a respeito de seus terapeutas, que vão desde dados sobre suas vidas profissionais, passando por informações pessoais, até os casos de “vestígios” *on-line* – cadastros em *sites*, notícias de jornal etc -, por vezes, desconhecidos (e involuntários) até mesmo para o próprio profissional.

O que mobiliza um paciente a buscar informações sobre o seu terapeuta pode ser entendido como parte das fantasias que permeiam o vínculo e, como material clínico, esta oportunidade pode ser explorada. Knapp, Lehavot & Williams (2009), porém, apresentam uma perspectiva interessante a respeito de outros fatores que contribuem para este hábito e que estão alinhados com a dinâmica do próprio mercado de trabalho atual. De acordo com a perspectiva mercadológica contemporânea, há uma tendência de os pacientes se verem como clientes e, portanto, portadores de direitos de consumo. No caso do produto ser sua própria saúde e bem-estar, muitos reivindicam informações do terapeuta como garantias da qualidade e da segurança do serviço, seja pela sua competência técnica ou pelo seu caráter ético.

Os profissionais não parecem olhar de fora esta dinâmica de funcionamento do mercado; ao contrário, fazem uso dos mesmos recursos tecnológicos para se inserirem nele, criando *sites* e *blogs* profissionais como forma de divulgação de seus próprios trabalhos. Conforme os “clientes

consumidores” se tornam mais informados e mais seletivos, os apelos de venda dos psicólogos incluem estratégias de *marketing* pessoal para diferenciar seu “trabalho-produto”. Como na era digital é vantajoso apresentar-se como amigável e receptivo, estes *sites* contêm, por si sós, informações não só profissionais, como também pessoais, tais como fotos, lista de livros preferidos etc. Esta cultura mercadológica que diz respeito ao trânsito sem fronteiras aumenta o expoente de visibilidade como uma forma de transparência ao consumidor, fazendo parte de seus direitos e do compromisso de quem lhe oferece o serviço.

A internet se tornou uma plataforma expositora de alta intensidade, que atravessou o *setting* e vem alterando as configurações do *Self-disclosure*. Neste caso, as informações a respeito da vida do terapeuta estariam em uma escala muito maior de publicidade. Para os psicólogos há um dilema, no sentido de que espera-se “a verdade, somente a verdade, nada além da verdade” (LEVINE, 2007). De fato, tudo o que for dito na relação terapêutica deve partir deste princípio, mas isso é diferente de falar toda a verdade, ou seja, ser completamente visível e transparente. Uma primeira confusão aparece em relação ao que seria o *self* do analista dentro e fora do *setting* analítico. Sobre este aspecto, Levine (2007) afirma:

Nossa ética profissional nos convida a dizer nada além da verdade e, simultaneamente, que nós não digamos toda a verdade. O enquadre e a estrutura do *setting* analítico nos permite fazer isso. A frequência das sessões delimita um bom ritmo entre analista e analisando na construção de sua intimidade emocional; os limites colocados no contato pelo tempo, tecnicamente e eticamente, contribuem para o desenvolvimento do paradoxo “e se”: modo de realidade que emoldura toda a neurose de transferência. Assim que nós permitimos nossos pacientes cruzarem a porta de saída e levarem suas vidas fora da experiência regressiva do tratamento, assim também eles nos habilitam a desocupar o papel de espelho desta. Muitos analistas tem um conceito de trabalho desarticulado de suas pessoas e do *self* que atua quando o paciente entra no consultório e aquele quando o paciente sai ao final de cada sessão. (LEVINE, 2007, p.82).

Por um lado, Levine argumenta que este conflito em relação ao “quantum” de si um psicólogo revela a seu paciente está ligado, também, ao princípio ético de nossa profissão. Ela argumenta, porém, que talvez possamos estar deslocando em demasia esta área profissional das constantes negociações que se fazem necessárias nas interações sociais, principalmente, na esfera profissional. Neste sentido, ela defende que, da mesma forma como modificamos alguns dados pessoais de nossos pacientes, a fim de preservar suas identidades ao público da

apresentação de nossos casos clínicos – uma vez que o propósito de compartilhamento é outro -, também os analistas devem buscar recursos internos que os auxiliem a adequar cada aspecto de seus *selves* ao propósito fundamental de cada contexto.

A perspectiva de Levine está longe de propor um “falso *self*” do analista, pois isto o afastaria do princípio da verdade e da confiança, mas ela sugere substituir algo da ordem de uma cartilha de expressões por uma capacidade de plasticidade técnica, que ela apresenta de seguinte forma: “*Persona, self-disclosure, e self-revelation* são caracterizados por dimensões de voluntariedade, temporalidade, atividade, prioridade (figura e fundo), e propósito (antecipação do efeito terapêutico)” (LEVINE, 2007, p.88)

Por outro lado, as suposições tradicionais de que o papel do analista surge, em parte, como complemento à neurose de transferência de cada paciente - cuja “ativação” está delimitada pelas regras do enquadre - e de que sua vida pode ser mantida passivamente privada, vêm sofrendo reformulações pela natureza de funcionamento da Internet. Diante deste quadro, a discussão em torno do anonimato soa arcaica e inviável, cabendo apenas as reflexões acerca de como manejar as questões pertinentes a esta exposição que acontece, ora voluntária e ora involuntariamente.

Uma forma de situar-se na realidade desta prática contemporânea, a fim de saber lidar com ela na prática clínica, é olhando para as diversas formas como ela se manifesta. Segundo Knapp, Lehavot & Williams (2009), a habilidade dos clientes em encontrar informações a respeito de seus terapeutas na Internet abrange 6 níveis diferentes, indo desde buscas por esclarecimentos relativos ao trabalho clínico propriamente dito até buscas mais invasivas e ilegais sobre a vida pessoal do terapeuta. O nível 3 aponta diretamente o objeto de estudo deste trabalho - apesar de fazê-lo a partir de uma outra perspectiva de uso. Sobre este nível, ele sustenta que:

O terceiro nível das maneiras dos clientes encontrarem informação sobre seus terapeutas é entrando em redes sociais, tais como Tribe.net (<http://witchita.tribe.net>), Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)), or MySpace ([www.myspace.com](http://www.myspace.com)). Isso pode ser benigno mas também pode ser prejudicial quando um cliente se torna amigo do terapeuta usando um pseudônimo. Clientes intrusivos e altamente curiosos podem ingressar nas redes sociais, usando apenas esse recurso e, sob um nome falso, ficar amigo de seu clínico e, sem o conhecimento deste, manter oculto o acesso a informações muito pessoais e privadas de seus terapeutas (KNAPP, LEHAVOT & WILLIAMS, 2009).

A perspectiva dos psicanalistas é outra. Apesar de fazerem uso da Internet como ferramentas de divulgação, também a utilizam para outros fins. As redes sociais parecem se dividir nestas propostas de uso, sendo o *Facebook* e o *Twitter* voltados para finalidades de sociabilidade pessoal e o *LinkedIn* para *networking* profissional. Esta configuração vem se construindo ao longo dos anos, pois em 2002 o uso pessoal que os psicólogos clínicos faziam da internet compunha uma realidade tão diferente da atual que podemos ficar surpresos ao testemunhar a diferença destes quadros:

Todos os entrevistados são usuários da Internet mas, em sua maioria, utilizam-na relativamente pouco e para objetivos muito específicos. Acessam a Rede com frequência bastante irregular (poucos se conectam diariamente) e não gastam mais do que meia hora em cada acesso. Em sua maioria, limitam suas atividades na Internet à utilização do correio eletrônico para a troca de mensagens de cunho profissional. Mesmo assim, utilizam-no somente em situações específicas: quando a distância impede outra forma de contato e quando a troca de informações via Rede agiliza a realização de tarefas em grupo (em outras situações, preferem o contato pessoal ou telefônico). Somente 4 dos entrevistados trocam e-mails de cunho pessoal. (LEITÃO, 2002)

Talvez pelo caráter embrionário desta questão, algumas dinâmicas que hoje estão presentes, naquela época, ainda não se configuravam como realidades atuantes. As redes sociais começaram a se difundir como uma intensa prática de sociabilidade no Brasil a partir de 2006. Em 2002, porém, alguns depoimentos já apontavam para o atravessamento do uso da internet no *setting* terapêutico. Sobre este fenômeno, informam as entrevistadas (LEITÃO, 2002):

A Internet, e o computador também, isso foi um impacto pra mim. Porque a gente tem aquela coisa de manter o *setting* terapêutico e aí ficou assim... Eu perdi o controle dessa situação. (...) Qual o limite disso? (Raquel Figueiredo, gestalterapeuta)

Porque eu achava que era uma coisa que chegava muito mais pra atrapalhar do que pra ajudar. E é por isso. Porque a Internet veio bagunçar aquele *setting* todo certinho. [risos] O de que o paciente vai chegar, vai falar e vai embora. (Eliane Cabral, psicanalista)

Os fenômenos atuais apontam para a necessidade de se olhar para a prática, a fim de se pensar em revisões teóricas e técnicas que possam dar conta das configurações contemporâneas. A questão permanece na pauta de discussões: “Como lidar com o contrato tradicionalmente feito entre analistas e pacientes, se é

cada vez mais frequente a influência de fatores externos que invadem o setting?” (LEVINSKY e ROCHA DA SILVA, 2010).

Dentre eles, estão os *e-mails*, celulares e *smartphones* (LEVINSKY e ROCHA DA SILVA, 2010), mas o foco desta pesquisa se limita especificamente ao uso das redes sociais, que se inseriram como práticas posteriores à data do estudo de Leitão (2002) e que acrescentam ainda mais questões para esta polêmica discussão, pois seus usos incluem a exposição voluntária de dados pessoais, uma espécie de *Self-Disclosure* intencional em redes de relacionamento situadas na esfera pública.

Apesar de o público ser selecionado e de tal uso estar situado fora do *setting* analítico –e, portanto, a princípio, desprovido de qualquer compromisso técnico - estamos testemunhando na atualidade fronteiras tênues entre o público e o privado, e entre as esferas profissionais e pessoais. LEVINSKY e ROCHA DA SILVA (2010) exemplificam como este aspecto aparece no cotidiano de pacientes e analistas:

a escolha do analista por vezes é feita através de pesquisa feita no computador. Alguns pacientes telefonam para marcar consulta e, quando perguntamos quem nos indicou, respondem que acharam nosso nome através do “Google”. É uma situação inusitada; (LEVINSKY e ROCHA DA SILVA, 2010, p. 66).

Intimidade do analista sendo vasculhada através do *Google*: A busca de neutralidade do analista, se antes já era questionada, o que diríamos hoje, que é possível saber dados sobre a vida dele através da internet? O limite entre o público e o privado está esgarçado e novos modelos estão sendo construídos (LEVINSKY e ROCHA DA SILVA, 2010, p. 67)

Como ficam os psicanalistas diante desta situação? A princípio, quando este profissional está fora do *setting* não há o compromisso de alinhar suas atitudes às normas do enquadre - que visam preservar a aliança terapêutica em seu eixo. Vimos no capítulo anterior, no entanto, que, em algumas profissões, é esperada uma certa linha de continuidade entre a forma como o profissional se comporta no seu trabalho e a expectativa de sua conduta fora dele, apesar deste ser guiado por valores diferentes em cada um destes contextos.

O curioso é que estudos sobre o retrato dos psicólogos no imaginário social revelam um estereótipo diferente da postura clássica que remete ao analista distante, impessoal e isolado da relação terapêutica. Na verdade, algumas

características permanecem, como a frieza e a imparcialidade, mas estas aparecem sob nova roupagem.

Após analisar mais de 250 filmes norte-americanos distribuídos em 5 décadas do século XX (1945-1983), Gabbard e Gabbard (1989) apresentam o estereótipo da psicanalista que o cinema hollywoodiano ajudou a construir: uma psicóloga cujo papel profissional é secundário a seu “papel” de mulher. As psicanalistas do cinema só têm a possibilidade de ser competentes e éticas sob tratamento de pacientes do mesmo gênero que o seu. Quando o tratamento é de um paciente homem, elas se tornam fortemente sexualizadas e têm a tendência de romper com barreiras éticas como consequências de um romance que justifica tudo, inclusive, muitas vezes, tornando-as emocionalmente mais sensíveis e sugerindo uma melhora em suas atuações profissionais.

Os enredos fantasiosos do príncipe que salva a princesa parecem ser reproduzidos sob a temática do contexto analítico. Não há um só registro nos filmes americanos que mostre os maridos ou casos amorosos das psicanalistas - em comparação aos 25 filmes em que aparecem as esposas/amantes de psiquiatras homens (GABBARD & GABBARD, 1989). Elas são retratadas sempre como “incompletas, insatisfeitas e potencialmente antiéticas”, e o sucesso do tratamento acontece quando elas se apaixonam pelo paciente complementar, que as leva ao desabrochar de si mesmas e de uma linda história de amor. Novamente comparando a diferença entre os gêneros retratados, os psicanalistas se apaixonam por alguma paciente em 9 dos filmes estudados, enquanto as psicanalistas se envolvem com seus pacientes em 19 deles. Em apenas 2 outros filmes da história do cinema americano elas efetivamente tratam pacientes homens sem a interferência de romance entre eles<sup>10</sup>. Para os psicanalistas homens, o número de atendimentos bem sucedidos sobe para 33<sup>11</sup>.

Olhando de fora para esta pesquisa, Schultz (2005) diz:

Gabbard e Gabbard (1989, 1999) conduzem suas análises revendo filmes datados desde 1935. Eles identificam um padrão em que as terapeutas mulheres começam como profissionais frias e intelectualizadas sem vínculos amorosos. Filme após filme, esta mulher é eventualmente curada deste problema se apaixonando por

---

<sup>10</sup>As profissionais retratadas apresentam sintomas psiquiátricos que incluem dificuldade de manter um relacionamento estável com um homem, além de devoção à prática psicanalítica.

<sup>11</sup>A análise destes dados aponta para o reforço da cultura patriarcal e, sob uma perspectiva psicanalítica, para o reflexo de fantasias masculinas em relação à figura feminina, que envolvem medo de submissão e dependência. Para mais, ver Gabbard & Gabbard (1989)



seu paciente, que a diagnostica, faz ela tremer nas bases e mostra como elas se tornam uma verdadeira mulher, amorosa e submissa. (Schultz, 2005)

Apesar das psicanalistas serem, constantemente, apresentadas como profissionais que violam as fronteiras do *setting*, os dados reais apontam exatamente o contrário: que os casos de denúncia de abuso em tratamentos psicológicos é muito mais elevado no caso de terapeutas homens e pacientes mulheres. Interessada na disparidade entre a realidade da prática clínica e os estereótipos propagados pela mídia cinematográfica, Schultz dá prosseguimento a esta linha de pesquisa e publica os resultados de seu estudo sobre o retrato hollywoodiano de psicólogos e psiquiatras. Ela opta por seguir neste segmento, pois considera que esta é a versão mais atualizada dos estereótipos de Hollywood para os profissionais da saúde mental.

O primeiro deles diz respeito à baixa diferenciação entre estas duas áreas, havendo um retrato parecido do que são as competências de um e de outro, frequentemente apresentados todos como psiquiatras. Nos 25 filmes - que se situam entre os anos de 1990 e 2002-, há uma predominância dos homens psicólogos que atuam como terapeutas, enquanto as mulheres se dividem em terapeutas, pesquisadoras e especialistas em investigações policiais (*forensic*). Os homens, ou são retratados como extremamente habilidosos ou como inaptos e cruéis. As mulheres permanecem antiéticas, mas sua conduta sexualizada se alterna com atos impulsivos e de violência. Há uma forte relação entre estas mulheres e assassinatos, podendo surgir vários elos: “elas são assassinas, assassinas em potencial, alvos de assassinos, ou especialistas em assassinatos” (SCHULTZ, 2005)<sup>12</sup>.

Atualmente há prêmios para as produções televisivas e cinematográficas que aproximem a conduta dos personagens à responsabilidade deste modelo ético, sendo *Law & Order*, *Chicago Hopes* e *The Sopranos* alguns exemplos dos recentemente premiados pelo *Golden Psi Media Award*. A preocupação do comitê organizador e dos estudos apresentados em relação a esses retratos é de extrema relevância, pois eles coincidem com as fantasias socialmente compartilhadas pelas

---

<sup>12</sup> Numa análise psicanalítica, os estereótipos deste estudo são vistos como reflexos da cultura que cultiva o poder do homem sobre a mulher. Mobilizados pela fantasia inversa, a maneira que os homens encontram para preservar esse domínio é através da supervalorização da competência masculina na profissão de psicólogo como forma de “compensar” a imagem social de que o homem é desprovido de recursos para lidar com questões emocionais e amorosas. Ver Schultz, 2005.

pessoas e propagadas pela mídia. No contato social, elas podem aparecer através do “medo” que as pessoas sentem quando alguém diz que segue esta profissão, comentado como o incômodo de que suas mentes possam ser lidas por estes profissionais (SCHULTZ, 2005).

Para o objetivo desta pesquisa, estas referências se tornam importantes exemplos de como essas expectativas são compostas por elementos complexos, apenas para que não percamos a dimensão do contexto em questão. Circunscrevendo esta realidade à cultura brasileira, podemos acentuar riscos maiores para uma relação erotizada, em vez da predominância destes hábitos de crime. Em todas as redes sociais, a exposição da sexualidade se torna uma das cinco regras de como **não** se comportar, mas testemunhamos manifestações menos caricaturais desta conduta na prática de seus usuários.

Na prática psicanalítica sabemos que está fora de questão comportamentos desta ordem por parte do profissional no relacionamento terapêutico, visto que isto afeta diretamente o campo transferencial e prejudica o tratamento. Podemos até considerar o que dizem alguns autores sobre as recomendações a respeito da atitude do analista: as regras de neutralidade e abstinência estavam a serviço de proteger os médicos dos assédios de suas pacientes, para que as neuroses de transferência não fossem confundidas com demonstração de afeto de outra ordem. Dado o contexto social do início do século XIX, a maneira como os analistas tinham de assegurar suas condutas éticas em caso de julgamentos era não fornecendo dados pessoais a respeito de si, pois isto conferiria outro tipo de intimidade entre médico e paciente.

Lembrando que, naquela época, a intimidade era um fenômeno relativamente circunscrito a certos tipos de interação social, podemos compreender como se constrói esse raciocínio. No século XXI, o compartilhamento de dados pessoais entre duas pessoas não parece ser mais um forte indicador do grau de intimidade entre elas, muito menos de uma relação especificamente amorosa ou sexual. Se, por um lado, os psicanalistas parecem estar mais seguros das acusações jurídicas, por outro, lidam constantemente com as fantasias de seus pacientes, que podem permanecer considerando o relacionamento fora do *setting* analítico como uma gratificação para suas buscas de vínculos fora do eixo terapêutico. Neste sentido, tem-se um fenômeno digno de cuidado teórico, técnico e ético por parte desses profissionais.

Muitos jovens profissionais talvez ainda não tenham tais dimensões naturalizadas, tanto em relação aos pressupostos, quanto sobre o elevado expoente de visibilidade das redes sociais. Outros, mais experientes, talvez incluam tais considerações em suas condutas, mas se deparam com situações nunca anteriormente vividas e que para as quais, por isso, não encontram referenciais técnicos.

Pelo encontro do conjunto de teorias e técnicas propostas por Freud e das práticas contemporâneas, caberia o questionamento a respeito do que acontece com a “pessoalização” do terapeuta nas redes sociais. Esta reflexão nos leva a pensar que os psicanalistas se veem diante de uma situação que, há um século atrás, contava com medidas técnicas para resguardar seus pressupostos teóricos. O que podemos dizer sobre esta mesma questão um século depois?

No capítulo anterior, vimos que as fronteiras entre a esfera profissional e a esfera pessoal estão tênues e que, em muitas áreas, os usuários estão tendo prejuízos em suas vidas profissionais, em função do que publicam em suas redes sociais. No caso dos psicanalistas, caberia a reflexão a respeito do diálogo entre o uso que eles estão fazendo delas e as considerações clínicas com a base do tratamento – campo transferencial e vínculo terapêutico. Por isso, parece adequado o questionamento acerca das maneiras pelas quais esses profissionais estão lidando com o uso pessoal que fazem das redes sociais, que são espaços em que a personalidade do terapeuta ganha uma projeção pública de ampla proporção e acesso facilitado.

É preciso olhar para esta questão com seriedade em função das futuras gerações de usuários da internet e de todas as práticas sociais que ainda possam atravessar o relacionamento entre psicólogo e paciente, e o *setting*. O estudo dessas questões contemporâneas nos distanciará do risco de reproduzir uma técnica descontextualizada ou de aplicá-la de forma aleatória e desregrada; de uma forma ou de outra, nosso referencial teórico e técnico é o que guia o nosso trabalho e ele, em si, é construído a partir da prática que vemos existir ao nosso redor.

## 4

### A pesquisa de campo: Objetivos e Procedimentos metodológicos

Este capítulo tem como objetivo apresentar a pesquisa qualitativa. Para cumprir esta finalidade, descreverei as etapas que compuseram a parte prática do estudo em questão.

#### 4.1 Objetivo

Em seus fundamentos teóricos e técnicos originais<sup>13</sup>, os psicanalistas recebem a instrução para que resguardem parcelas de sua vida pessoal, com o objetivo de preservarem o tratamento analítico em seu eixo terapêutico. Atualmente, a adequação desta recomendação técnica é tema de muitas discussões, mas não há um consenso em relação à aplicabilidade que seria mais apropriada nos contextos dos dias de hoje.

Se, por um lado, os psicanalistas contemporâneos discutem cada vez mais esta questão, por outro, fora do *setting*, eles mesmos - e/ou seus colegas de profissão - fazem parte de práticas sociais que envolvem uma voluntária e elevada exposição de aspectos pessoais em redes de relacionamento *on-line*. Paralelamente a esta questão, reportagens recentes têm apontado para o fato de que as informações dispostas no uso destas plataformas digitais ultrapassam os contextos de sua publicação inicial, uma vez que estas tecnologias possibilitam a divulgação e o acesso dos dados publicados por um número grande de pessoas conhecidas e desconhecidas.

Diante desta realidade, como se posicionam os psicanalistas? Eles publicam dados pessoais? De que tipo? Seus pacientes fazem parte das suas redes de relacionamento *on-line*? Há alguma consideração clínica no uso que fazem delas? Estes questionamentos fazem parte da tentativa de tornar mais clara a dinâmica de uso das redes sociais, por parte destes profissionais, a fim de entender como eles se colocam diante deste paradoxo, que é inaugurado com os recursos e práticas sociais inéditos da contemporaneidade. Tendo em vista esta questão, o

---

<sup>13</sup> “Originais” neste caso se refere aos pressupostos divulgados em “Cinco artigos sobre a técnica psicanalítica” (Freud, 1912)

**objetivo desta pesquisa é estudar o uso que os psicanalistas fazem de suas redes sociais.**

## **4.2 Procedimentos metodológicos**

### **4.2.1 O instrumento**

Para estudar como os psicanalistas usam suas redes sociais adotei o Método de Explicitação do Discurso subjacente (MEDS)<sup>14</sup>, criado e desenvolvido por Nicolaci-da-Costa (1989, 1994, 2004, 2009).

Este método surgiu na passagem do século XX para o século XXI, num importante momento da “revolução qualitativa”<sup>15</sup>, em que o campo das Ciências Sociais e Humanas buscava construir e consolidar instrumentos que pudessem servir para coletar dados mais específicos em relação aos novos fenômenos sociais e humanos que estavam surgindo, em contraponto ao material que os procedimentos metodológicos positivistas estavam lhe permitindo coletar. Numa avalanche de novos métodos, o MEDS se mostrou particularmente vantajoso para a investigação das transformações psicológicas geradas pelas muitas outras transformações ocorridas nesta virada de milênio – econômicas, tecnológicas, culturais, políticas.

As mudanças de maior relevância para esta pesquisa são aquelas que incluem as tecnologias que foram introduzidas nas últimas décadas e que cuja difusão se traduziu em uma verdadeira revolução no *modus vivendi* das pessoas, em seus hábitos, pensamentos, dinâmicas de sociabilidade e sentimentos. Neste sentido, ficamos diante de um dos principais objetivos do MEDS, que é a “investigação das inconsistências, conflitos e/ou transformações internas geradas por situações novas” (Nicolaci-da-Costa, 2009). Para esta finalidade, o MEDS tem se mostrado um método de alta eficácia<sup>16</sup>, por isso, a escolha desse instrumento esteve em plena concordância com o objeto a ser estudado, já que meu objetivo era compreender a forma como os psicanalistas estavam usando as

---

<sup>14</sup>Ao longo deste trabalho, refiro-me ao “Método da Explicitação do Discurso Subjacente” somente como MEDS.

<sup>15</sup>Para mais informações, consultar “O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente” (Nicolaci-da-Costa, 2006).

<sup>16</sup>Ver “Revoluções Tecnológicas e transformações subjetivas” (Nicolaci-da-Costa, 2002)

redes de relacionamento *on-line* que haviam sido recentemente inauguradas com o surgimento de tecnologias e práticas sociais nunca antes existentes.

O ponto de partida desta pesquisa foi a *definição de um grupo de pessoas com perfis semelhantes* - parte da etapa de Seleção da Amostra – que, neste caso, foram psicanalistas que usavam rede(s) social(is) há pelo menos 3 meses. Isto porque é delimitando critérios de homogeneidade – ampla ou fundamental - , dependendo dos objetivos específicos de cada pesquisa<sup>17</sup>, que o pesquisador começa a traçar o foco de seu estudo. Em relação ao tamanho da amostra que compôs esse grupo, o limite costuma ser de 20 entrevistas, apesar de não ser pré-estabelecido nenhum número fixo de participantes; em vez disso, trabalha-se com o “ponto de saturação”, que é o momento em que o entrevistador começa a ouvir (ou ler) conteúdos parecidos com os relatos das entrevistas anteriores.

O que os participantes dizem ao entrevistador é a matéria-prima deste método desde suas primeiras etapas. A construção do instrumento, por exemplo, começa com conversas informais, a partir das quais muitas informações fornecidas pelos próprios participantes podem virar material para a formulação de tópicos em futuras conversas. O rascunho de roteiro resultante, fomentado por questões e temas articulados a partir dessas conversas embrionárias, retornará a outros entrevistados sob a forma de um roteiro-piloto articulado e idêntico para todos os participantes. Novas conversas acontecerão o quanto for necessário, à medida em que for preciso (re)construir e/ou (re)testar o instrumento. Desta etapa, constrói-se o roteiro que será usado oficialmente nas entrevistas como instrumento para coleta de dados.

Algumas características específicas, no entanto, acompanham todos os roteiros que fazem parte do MEDS. Dentre elas, está a elaboração de uma estrutura, predominantemente composta por tópicos que geram perguntas abertas (tais como “o que você acha de x? O que y gera em você?”), em vez de um roteiro em que a maioria das perguntas é fechada (como as que levam a respostas de sim ou não ou as de múltipla escolha). Por vezes, algumas perguntas fechadas são necessárias (como, “Isso já aconteceu com você antes?”), mas a estas devem sempre seguir perguntas de esclarecimento e/ou aprofundamento (a citar, “Como

---

<sup>17</sup>Esta pesquisa baseou-se em uma homogeneidade fundamental. Para ler mais sobre este assunto, consultar “O campo da pesquisa qualitativa e o Método da Explicitação do Discurso Subjacente” (Nicolaci-da-Costa, 2007); “Uso de entrevistas on-line no método de explicitação do discurso subjacente (MEDS)” (Nicolaci-da-Costa, 2009).

foi?” ; “Você pode me contar um pouco mais sobre essa experiência?”). Os três tipos de pergunta estão a serviço do entrevistador, mas a ênfase é dada ao conteúdo que surge espontaneamente no discurso do entrevistado sobre o assunto que está sendo conversado.

O objetivo é o de que o discurso do entrevistado flua o mais naturalmente possível, cabendo ao entrevistador apenas a garantia de que todos os itens do roteiro sejam abordados, independentemente da ordem em que eles apareçam ou da forma como eles sejam respondidos na conversa com cada entrevistado. Isto traduz outra importante especificidade do MEDS, que é a aplicação flexível deste roteiro sistematizado. Sendo assim, acontece muitas vezes de os entrevistados adiantarem itens do roteiro, sem que o entrevistador os tenha ainda abordado; nestes casos, não é necessário que eles sejam retomados, apenas que o pesquisador acompanhe o relato, esclarecendo e aprofundando onde considerar apropriado em cada momento. Como a ênfase é dada ao clima de naturalidade da entrevista, o entrevistador deve evitar intervenções demasiadamente formais e rígidas.

No caso desta pesquisa, considere um roteiro aplicado de forma flexível mais valioso, visto que, talvez, nem os próprios participantes tivessem feito ainda o exercício de pensar sobre esta questão, o que poderia tornar seus relatos demasiadamente objetivos e/ou confusos. Ao desenvolver com eles os tópicos falados teríamos a oportunidade de tatear este uso com maior clareza e definição.

Para que se tenha a oportunidade de trabalhar a fundo com cada participante é imprescindível que as entrevistas sejam feitas individualmente. O modelo a ser seguido são as conversas informais, por isso é importante que a estrutura do roteiro esteja invisível, ou seja, que os participantes possam conversar com o entrevistador da forma mais natural e espontânea possível, sem ficar marcado que está sendo feita uma entrevista. Para ampliar esta sensação, o local escolhido deve ser familiar ao participante, onde ele se sinta à vontade. Após combinado o local, basta que entrevistado e entrevistador negociem um horário e, assim, o tempo de duração deste encontro irá variar conforme a extensão do roteiro, o *timing* de cada participante e o próprio desenrolar da interação.

Todo o material que for colhido nestas entrevistas será levado à próxima etapa, que é a análise dos dados. No MEDS, este passo diz respeito à interpretação dos depoimentos coletados, que é diferente de dizer que alguma hipótese está

sendo verificada. Em vez disso, categorias são criadas a partir do que se vê presente no discurso dos entrevistados. Como o perfil é homogêneo e todos os participantes respondem a todos os itens do roteiro, é possível fazer uma análise comparativa, que, no caso desta metodologia, só começa quando todas as entrevistas já tiverem sido realizadas. Este tipo de análise é chamada de *interparticipante*, pois as respostas de um participante são analisadas em relação às respostas dos demais. Posteriormente, um outro tipo de análise é feita: a *intraparticipante*. Nesta segunda etapa, as entrevistas são analisadas individual e detalhadamente. É o encontro entre esses dois tipos de análise que permitirá identificar os conflitos e as inconsistências que compõem o objetivo do MEDS, completando o ciclo de uso dessa metodologia.

Algumas especificidades sobre a aplicação do MEDS nesta pesquisa foram brevemente mencionadas. A seguir, vejamos uma descrição mais detalhada em relação às etapas que compuseram a realização do estudo.

## 4.2.2 Participantes da pesquisa

### 4.2.2.1 Critérios de recrutamento

Uma vez definida a questão, traçado o objetivo e escolhido o instrumento, o passo seguinte para a realização da pesquisa propriamente dita foi a delimitação dos critérios de recrutamento dos participantes.

Conforme visto anteriormente, a escolha por estudar como os psicanalistas estavam usando suas redes sociais foi resultado de um processo de recorte mediante todas as profissões acometidas pelo fenômeno observado e, dentre as extensas opções na psicologia clínica, pela psicanálise ser, destacadamente, a divulgadora da técnica da “reserva da individualidade do analista”<sup>18</sup>.

Como o objeto de estudo seria o uso que estes profissionais estão fazendo de suas redes sociais, os critérios se mostraram prontamente definidos na seleção dos participantes: (a) ser psicanalista e (b) fazer uso de pelo menos uma rede social há pelo menos 3 meses. O tempo de uso maior ou igual a 3 meses foi

---

<sup>18</sup> Tal como descrito no capítulo 3.



estabelecido com o intuito de assegurar um mínimo de familiaridade dos participantes com a(s) rede(s) social(is), assim como em virtude da possibilidade de já terem instaurado uma rotina de uso que pudesse ser reconhecida e descrita por eles ao entrevistador. No caso de tais práticas sociais, este tempo configura-se como suficiente para tal propósito.

Nos primeiros esboços deste estudo, um terceiro recorte foi feito em relação ao tempo de prática clínica dos psicanalistas que seriam entrevistados. Esperava-se entrevistar “profissionais nativos digitais”, ou seja, psicanalistas que tivessem iniciado sua prática clínica já inseridos na forma de organização social em rede. O recrutamento *on-line*, no entanto, exigiu uma flexibilização deste critério de homogeneidade e, para que os resultados pudessem ser os mais fidedignos possíveis, optei por fundamentar a homogeneidade do grupo social escolhido em outros critérios e em priorizar o objetivo do MEDS de investigar inconsistências, conflitos e/ou transformações subjetivas desencadeados por situações inéditas.

Com isso, estabeleci que o número de psicanalistas entrevistados seria aquele que fosse o suficiente para atingir o “ponto de saturação”, o que, no caso desta pesquisa, equivaleu a **13 psicanalistas entrevistados**.

#### 4.2.2.2 O recrutamento dos participantes

Psicanalistas que usassem redes sociais há pelo menos 3 meses eram os participantes desejados para esta pesquisa. O convite para que essa participação acontecesse ocorreu por meio de diversos procedimentos.

Algumas convocações foram feitas sem qualquer tipo de mediação, pois já existia algum tipo de contato<sup>19</sup> entre a entrevistadora e os possíveis entrevistados. Dessa forma, parte deles foi chamada para participar da entrevista através de conversas *off-line* e outra parte foi recrutada por convites *on-line*, feitos por meio de mensagens *inbox* no *Facebook* ou do que chamei de “*e-mail* de recrutamento”<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Fosse esse contato em maior ou menor grau.

<sup>20</sup> O “*e-mail* de recrutamento” continha um texto em que eu me apresentava, filiava a pesquisa ao curso de Mestrado da PUC-Rio, convocava os participantes, enunciando o critérios de participação e fornecia meu contato por *e-mail*, solicitando o retorno caso houvesse disponibilidade

Independentemente de como se deu o primeiro contato, em ambos os casos, o segundo contato com cada um deles aconteceu *on-line*. Para os casos em que o assunto já tinha sido introduzido *off-line*, bastou que o conteúdo fosse retomado através de *e-mails* e/ou por mensagens *inbox* para que pudéssemos dar continuidade às demais etapas. Para aqueles em que o contato inicial foi feito diretamente *on-line*, suas respostas às convocações já indicavam a melhor forma de seguir adiante. A maioria respondia disponibilizando alguns dias e horários para que marcássemos a entrevista, sempre pelo mesmo recurso pelo qual tinham sido convidados.

Uma outra forma de recrutamento foram os convites feitos com mediação, ou seja, aqueles que contavam com a participação de uma terceira pessoa para que fosse feito o contato entre entrevistadora e possíveis entrevistados. Essa pessoa intermediária havia recebido especificamente o “*e-mail* de recrutamento”, acompanhado da solicitação para que o encaminhasse e/ou divulgasse para seus conhecidos que atendessem aos critérios descritos no convite. Muitos participantes chegaram desta forma: enviando um *e-mail* diretamente para mim, em resposta à convocação que haviam recebido de pessoas conhecidas. Alguns, imediatamente, ofereciam opções de dia e hora para que marcássemos a entrevista, outros davam seus telefones para que nos falássemos e outros, ainda, mostravam disponibilidade e aguardavam as instruções para o próximo passo.

A terceira e última forma de recrutamento foi feita pelo contato direto com possíveis participantes que atendiam aos critérios da pesquisa, mas que eram desconhecidos pela entrevistadora e sem qualquer outra pessoa que pudesse servir de mediadora para o contato. A mediação nestes casos aconteceu através das próprias redes sociais.

No caso do *Facebook*, os psicanalistas estavam facilmente acessíveis em páginas de grupos psicanalíticos ou de temas ligados à psicanálise. A opção de postar o convite no mural dessas páginas deixou os possíveis entrevistados à vontade para entrarem em contato, caso tivessem alguma disponibilidade. No *LinkedIn*, a busca por possíveis entrevistados foi facilitada pela categorização das profissões, que tem a ver com o próprio propósito de uso desta rede social. Digitando “psicanalista” no recurso de busca por filtro, os convites para participar das entrevistas foram enviados por meio de mensagens individuais e personalizadas, diferentemente do *Facebook*, e com maior cuidado em relação ao

texto escrito e à própria abordagem, visto que eram mensagens dirigidas diretamente para uma pessoa desconhecida.

O quadro a seguir auxilia na visualização do processo de recrutamento dos participantes da pesquisa.

**Quadro 1: Dados sobre o recrutamento dos participantes**

<b>Participantes</b>	<b>Contato</b>	<b>1° Contato</b>	<b>2° contato</b>	<b>Local da Entrevista</b>
1. Laís Souza	Sem mediação	<i>off-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
2. Beatriz Miller	Com mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
3. Iara Silva	Sem mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
4. Gabriela Martins	Sem mediação	<i>off-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
5. Sílvia Góis	Com mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
6. Julia Freire	Sem mediação	<i>off-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
7. Dora Moraes	Com mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
8. Joaquim Macedo	Sem mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
9. Catarina Prado	Com mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
10. Patrícia Sales	Sem mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
11. Helena Maia	Sem mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
12. Adriana Lopes	Sem mediação	<i>on-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>
13. Manuela Gomes	Sem mediação	<i>off-line</i>	<i>on-line</i>	<i>Chat do Facebook</i>

Como é possível constatar pela tabela, o índice de retorno foi maior nas convocações que aconteceram sem mediação, mas também é possível ver um bom retorno naquelas feitas com alguma mediação. O índice de retorno dos convites mediados pelas redes sociais, no entanto, foi alto apenas na etapa de estudo-piloto, na qual foi feito o contato com três dos entrevistados. Para as entrevistas oficiais, nenhum contato se deu por meio desta forma de recrutamento.

#### 4.3 A coleta de dados

##### 4.3.1 Estudo piloto: roteiro e entrevistas-piloto

A aplicação do estudo-piloto, normalmente, é feita para testar o instrumento metodológico, com o intuito de verificar se os resultados obtidos são válidos em relação ao que se deseja estudar. No caso desta pesquisa, o estudo-piloto teve, além desta função, também a finalidade de construir o próprio instrumento de pesquisa. Isto porque, como o corpo teórico que fala sobre o uso que os psicanalistas fazem de suas redes sociais ainda não foi articulado como

produção científica - havendo apenas depoimentos do que se escuta em conversas informais -, o primeiro estágio da coleta de dados foi a construção de um instrumento que estivesse de acordo com alguma sistematização metodológica voltada para a investigação de tais questões.

O referencial teórico-científico mais próximo disponível foi a pesquisa “Impactos subjetivos da Internet na prática clínica” (Leitão, 2002), que, apesar de não tratar diretamente do mesmo conteúdo, serviu como fonte de consulta para possíveis assuntos a serem abordados nesta etapa das entrevistas livres.

A construção do instrumento propriamente dito - fundamentado no tema específico desta pesquisa - teve seu ponto de partida no que havia disponível até então: as conversas informais, que aconteciam em momentos de livres e ocasionais encontros com colegas de trabalho psicanalistas. Tateando seus usos a partir das vantagens e desvantagens que estes relatavam nas situações corriqueiras que viviam, decidi formalizar essas conversas como entrevistas livres, que permaneciam ainda no mesmo espectro da informalidade e de conversas desprovidas de qualquer roteiro norteador, mas que cresciam num esclarecimento e num aprofundamento mais atento em relação aos tópicos apresentados pelos entrevistados ao longo do bate-papo.

Essa segunda escuta me possibilitou organizar um primeiro roteiro-piloto, que foi testado nas entrevistas individuais com 2 psicanalistas. Delas, obtive material suficiente para aplicar as técnicas de análise do discurso (NICOLACI-DA-COSTA, 1989; 1994), o que me levou a modificar alguns tópicos e acrescentar outros, resultando num segundo roteiro-piloto aprimorado. Para testar a nova versão do instrumento, fiz uso do mesmo procedimento anterior e, junto a mais 3 psicanalistas, pude validar o roteiro que seria usado como instrumento para esta pesquisa.

#### 4.3.2 As entrevistas

As entrevistas oficiais aconteceram todas *on-line* em programas de troca de mensagem instantânea, variando apenas entre os recursos disponíveis: *chat do*

*Facebook, MSN e chat do Skype*<sup>21</sup>. Dentre as opções possíveis, o entrevistado decidia o local da entrevista pelo programa que fosse de sua preferência, enquanto o dia e a hora eram combinados entre participante e entrevistador, pois o encontro dependia de que fosse um momento viável para ambos.

No caso desta pesquisa, os ambientes *on-line* foram escolhidos como locais para as entrevistas, porque oferecem uma maior facilidade para o encontro entre entrevistador e entrevistado, mas essa opção também pareceu adequada e interessante em função do objeto deste estudo incluir o uso de redes sociais. Como todas as entrevistas oficiais acabaram acontecendo por meio desta ferramenta, isto se tornou um dado interessante, pois os entrevistados estavam utilizando o mesmo recurso do qual estavam falando.

Nas entrevistas, guiei-me pelo roteiro criado a partir do estudo-piloto, que resultou em uma estrutura de três partes. A primeira delas era composta pelas informações que possibilitavam identificar os participantes e algumas especificidades de sua prática clínica. Alguns dados eram explicitamente revelados, como o nome dos participantes e o gênero ao qual pertenciam, mas outras informações eram diretamente perguntadas a eles, tais como sua idade e tempo de prática clínica. Apesar de todos os participantes se identificarem como psicanalistas, considerei importante perguntar sobre a abordagem clínica usada, para me certificar de que estes profissionais estavam orientando seus trabalhos pelo conjunto de teorias e técnicas psicanalistas. Reproduzo a seguir o quadro com os dados da primeira parte do roteiro.

#### **Quadro 2: Dados de identificação dos entrevistados**

<b>Dados de identificação</b>
Nome:
Idade:
Gênero:
Abordagem clínica:
Tempo de prática clínica:

A segunda parte do roteiro foi intitulada *Uso das redes sociais*, e, para minha própria organização, foi dividida em dois blocos, que nomeei de *Esfera pessoal: hábitos de uso* e *Esfera profissional*. Para os entrevistados, esta

---

<sup>21</sup> Desde que os ambientes *on-line* se tornaram plataformas de encontros sociais cada vez mais frequentes, corriqueiros e familiares às pessoas, as entrevistas *on-line* têm sido como uma opção possível dentro desta metodologia (Nicolaci-da-Costa, Romão-Dias, Flávia Di Luccio, 2009).

delimitação não era esclarecida, pois os tópicos iam sendo trabalhados através de perguntas abertas, que eram incluídas conforme o decorrer da conversa com cada um deles.

Muitas vezes, por necessidade de seguir o próprio fluxo do bate-papo, perguntas fechadas foram feitas, na intenção de quebrar o gelo ou de servir como ponte de um tópico para outro. Perguntas de esclarecimento e/ou aprofundamento também foram utilizadas para dar sequência a assuntos que tivessem sido pouco explicitados ou cuja enunciação tivesse ficado pouco clara. As formas de articular cada uma dessas perguntas variou de acordo com a forma de falar do entrevistado; trabalhava-se com um registro mais coloquial (gírias, abreviações, termos polissêmicos etc.) e se recorria ao uso de recursos da própria rede (e.g. uso de *emotions*<sup>22</sup>) com o intuito de que a conversa fluísse no mesmo contexto de interação entre participante e entrevistador, proporcionando um ambiente familiar e confortável para a entrevista. Seguindo as particularidades de cada uma delas, todos os tópicos do roteiro foram abordados com cada um dos participantes, a fim de viabilizar a posterior *análise interparticipante*.

Os tópicos abordados nesta segunda etapa estão expostos no quadro a seguir:

---

<sup>22</sup> Emotions são representações gráficas pré-definidas que os usuários, habitualmente, usam para expressar suas emoções na esfera *on-line*. Dentre os ícones mais usados, está: ☺

**Quadro 3: Tópicos do primeiro bloco da segunda etapa do roteiro**

<b>Uso das redes sociais</b>	
<b>Esfera pessoal</b>	
Hábitos de uso	Redes sociais das quais é membro
	Tempo de filiação
	Motivação para entrar
	Frequência de uso/dia
	Local de acesso
	Propósito de uso atual
	Informações disponíveis no perfil
<b>Esfera profissional</b>	
	Contatos profissionais na rede
	Tipo de contatos profissionais na rede
	Propósito da interação
	Pacientes na rede
	Considerações clínicas no uso

A temática deste segundo bloco foi o uso que os entrevistados faziam das redes sociais e ele foi criado com o objetivo de investigar o cerne desta pesquisa. O conjunto de tópicos do primeiro bloco tratava dos hábitos de uso dos participantes, de forma a tornar mais clara sua rotina de uso e a relação que eles estabeleciam com as redes sociais das quais faziam parte, incluindo alguns princípios, explícitos e/ou implícitos, que pudessem estar associados a sua motivação para se tornarem membros ou ao seu propósito de uso atual.

Os tópicos que compuseram o segundo bloco foram articulados com o intuito de identificar se os participantes incluíam contatos profissionais em seus usos, com que propósito eles faziam isso e de que maneira estes laços eram estabelecidos. Optei por abordar a questão de forma mais ampla, em vez de circunscrever a esfera profissional à área clínica e ao relacionamento com os pacientes. Outros terapeutas, grupos psicanalíticos e páginas de divulgação profissional poderiam fazer parte da rotina dos participantes e precisariam ser incluídas no relato sobre seus usos, até mesmo para demarcar possíveis discrepâncias entre uma área profissional e outra, e sobre possíveis diferenças na incidência destes segmentos ocupacionais em uma rede social e outra.

Apesar do *Linkedin* ter sido criado com a proposta de ser uma rede de relacionamento específica para contatos profissionais, não estava claro de antemão se os participantes estariam usando-o necessariamente desta forma. Por isso, os tópicos mantiveram-se para o caso de todas as redes sociais, com o objetivo de que eu pudesse explorar, da forma mais aberta possível, os hábitos de uso e a rotina de cada participante, aprofundando nas particularidades que eles iam me apresentando ao longo das entrevistas.

A terceira parte desta pesquisa eu chamei de *Situação A*.

Um exemplo verídico, parcialmente descrito no primeiro capítulo deste estudo, foi um dos tópicos a serem abordados no roteiro das entrevistas. Primeiro, o caso era descrito aos entrevistados e, depois, era pedido a eles que falassem um pouco sobre o que achavam daquela situação. Vejamos como este item foi introduzido na íntegra aos participantes:

#### **Situação A**

Um paciente pediu indicação para uma psicóloga em quem confiava. Naturalmente, a psicóloga indicou uma colega de profissão em quem também confiava e deu o nome e o telefone dela para que o paciente entrasse em contato; enquanto isso avisou à colega que havia feito a indicação. Um tempo depois, o paciente voltou a procurar a psicóloga pedindo outra indicação. A psicóloga lhe passou outro contato, mas depois perguntou o que tinha acontecido, como tinha sido. Ele disse que nem tinha chegado a ligar para psicóloga, pois estava na dúvida, porque tinha colocado o nome dela no *google* e visto que ela tinha trabalhado como modelo há alguns anos atrás. Depois ainda digitou o nome dela nas buscas de todas as suas redes sociais e descobriu mais algumas coisas, inclusive que eles tinham amigos em comum.  
O que você acha dessa situação?

Por ser uma situação verídica, minha primeira escolha foi apresentar este exemplo como o início de caso clínico<sup>23</sup>. No estudo-piloto, porém, percebi que esta nomenclatura fazia com que os psicanalistas automaticamente remetessem à análise do paciente referido e, além de muitos entrevistados apontarem a escassez de informações necessárias para que pudessem fazer uma análise coerente, eu estava buscando obter relatos sobre o que eles pensavam livremente a respeito da

---

<sup>23</sup>Em psicologia, os casos clínicos são comumente usados para o intercâmbio teórico e técnico entre profissionais da área, pois, a partir do caso apresentado, eles podem discutir questões que estejam presentes nos atendimentos clínicos com seus pacientes, sejam elas singulares ou compartilhadas.



situação relatada. Se questões relacionadas ao tratamento viessem à tona, então, seriam ouvidas desta forma, mas eu quis evitar que elas fossem o único tipo de resposta possível.

Dessa forma, a questão era introduzida como uma pergunta aberta, pois o entrevistado poderia responder o que quisesse e do lugar de onde ele se sentisse mais confortável - como psicanalista, usuário ou até mesmo como paciente. Em sua totalidade, os depoimentos dos psicanalistas entrevistados traduziram o uso que eles faziam das redes sociais e suas opiniões a respeito da situação descrita. Estes dados se mostraram suficientes para que eu passasse à próxima etapa da pesquisa.

#### 4.4 A análise dos dados coletados

A análise dos dados passou por duas etapas, realizadas nesta ordem: a análise *interparticipantes* e a análise *intraparticipante*. O que diferenciou um tipo de análise da outra não foram os tópicos abordados, pois cada item do roteiro poderia ser usado tanto para uma quanto para outra; a diferença esteve na perspectiva em que os dados estavam sendo analisados.

A análise *interparticipante* foi feita a partir de uma leitura horizontal, em que os depoimentos relativos a cada tópico do roteiro, apesar de tratarem de respostas individuais, representavam também relatos de participantes que compunham o perfil de um grupo homogêneo de pessoas. Para tal finalidade, foi analisado cada item do roteiro por vez, por exemplo, todas as respostas dos participantes em relação ao item 1 eram estudadas e, pelas técnicas de análise do discurso, agrupadas em categorias, em função daquelas que tivessem sido mais recorrentes no conjunto geral de respostas.

Algumas vezes, o panorama só podia ser visto ao final de todas as entrevistas, mas, na maioria dos casos, os dados iam podendo ser associados em categorias comuns ao discurso de mais de um entrevistado antes mesmo de se chegar ao final da análise de todas elas. Nestes casos, os depoimentos que surgissem depois seriam alocados em alguma categoria já existente ou poderiam também inaugurar uma nova, a ser revista no caso das entrevistas anteriores e incluída nas que ainda estivessem por ser estudadas.

Já a análise *intraparticipante* aconteceu por meio de uma leitura vertical. Isso significa dizer que os depoimentos de determinado entrevistado em relação a cada item do roteiro foram analisados em conjunto com as demais falas de seu próprio discurso. Não houve comparação com os relatos dos outros participantes, apenas a observação de consistências e inconsistências presentes no discurso do entrevistado que estava sendo analisado por vez. Para fins de ilustração desta etapa, posso citar o estudo aprofundado feito em relação às respostas aos itens da segunda e da terceira parte, pois aquelas que eram referidas ao *Uso das redes sociais*, majoritariamente, forneceriam dados sobre o uso propriamente dito, ou seja, sobre o que os psicanalistas **fazem**, enquanto os relatos que tratavam da *Situação A* estariam mais próximos do que os entrevistados **pensam** sobre determinado assunto.

O cruzamento dessas duas informações, associado a uma análise aprofundada da entrevista levou ao objetivo principal do MEDS: identificar conflitos e inconsistências entre o pensamento, a fala e o sentimento dos entrevistados. A análise do discurso individual e a apresentação de casos isolados, no entanto, não eram o objetivo desta pesquisa, por isso, a análise *interparticipante* foi retomada e, assim se repetiu quantas vezes foram necessárias até que as respostas pudessem ser compreendidas como partes do perfil de um grupo específico e homogêneo de pessoas; grupo este que gerou o resultado que veremos na análise dos dados, no próximo capítulo.

## 5

### Resultados da pesquisa: como os psicanalistas usam as redes sociais

Neste capítulo, tenho como objetivo apresentar de forma detalhada os principais resultados da pesquisa, obtidos através da análise do discurso dos entrevistados.

#### 5.1 Um breve perfil dos entrevistados

Para que os leitores possam situar os resultados que serão descritos neste capítulo dentro de um contexto mínimo de identificação, considero importante apresentar um breve perfil dos participantes da pesquisa.

Foram entrevistados 13 psicanalistas que faziam uso de, pelo menos, uma rede social há, no mínimo, 3 meses. A idade deles variou de 26 a 59 anos, estando 6 participantes na faixa de 26 a 35 anos e os outros 7 na faixa de 40 a 59 anos. A média de idade deles era de 39 anos. Em relação ao gênero, foram entrevistados 1 homem e 12 mulheres. Como não considerei o gênero dos participantes um critério diretamente ligado à pesquisa, deixei que este conjunto se formasse aleatoriamente. Em relação ao tempo de prática clínica destes profissionais, o número variou entre 1 e 29 anos, o que nos leva a uma média de 9,23 anos de exercício clínico por parte dos psicanalistas entrevistados.

No que diz respeito ao uso das redes sociais propriamente dito, todos os entrevistados tinham perfis no *Facebook*, a maioria há 4 anos. O tempo de ingresso de cada usuário, no entanto, variou entre 2 e 6 anos. O *LinkedIn* e o *Instagram* ficaram em segundo lugar de participação dos entrevistados, estando em cada uma delas 4 dos 13 participantes – não necessariamente os mesmos.

No *LinkedIn*, os usuários faziam parte como membros há um tempo que variava de 1 a 3 anos, com a predominância entre eles de uma média de 2 anos de uso. No *Instagram*, apesar de haver um participante que estava há 2 anos fazendo parte desta rede social – tempo máximo possível - os demais usuários eram membros há menos de 1 ano, estando o mais novo deles inscrito há apenas 3 meses.

No quadro abaixo estão dispostos com maior detalhamento os dados recém descritos:

**Quadro 4: Identificação profissional dos entrevistados e suas filiações a redes sociais**

<b>NOME FICTICIO</b>	<b>IDADE</b>	<b>ABORDAGEM CLÍNICA</b>	<b>TEMPO DE PRÁTICA CLÍNICA</b>	<b>REDES SOCIAIS DAS QUAIS FAZ PARTE</b>	<b>HÁ QUANTO TEMPO</b>
Laís Souza	53	Psicanálise	13 anos	FACEBOOK	2 anos
Beatriz Miller	40	Psicanálise	2 anos	FACEBOOK	4 anos
				LINKEDIN	menos de 1 ano
				INSTAGRAM	menos de 1 ano
				TWITTER	menos de 1 ano
				SKOOB	menos de 1 ano
Iara Silva	59	Psicanálise	23 anos	FACEBOOK	3 anos
Gabriela Martins	26	Psicanálise	7 anos	FACEBOOK	6 anos
				LINKEDIN	3 anos
				INSTAGRAM	2 anos
Sílvia Góis	40	Psicanálise	3 anos	FACEBOOK	2 anos
				INSTAGRAM	3 meses
Julia Freire	29	Psicanálise	6 anos	FACEBOOK	2 anos
Dora Moraes	44	Psicanálise	15 anos	FACEBOOK	4 anos
Joaquim Macedo	35	Psicanálise	7 anos	FACEBOOK	3 anos
Catarina Prado	52	Psicanálise	29 anos	FACEBOOK	4 anos
				LINKEDIN	não sabe
Patricia Sales	47	Psicanálise	4 anos	FACEBOOK	5 anos
Helena Maia	28	Psicanálise	5 anos	FACEBOOK	3 anos
Adriana Lopes	32	Psicanálise	1 ano	FACEBOOK	2 anos
				LINKEDIN	2 anos
				GOOGLEMAIS	3 anos
Manuela Gomes	27	Psicanálise	5 anos	FACEBOOK	4 anos
				INSTAGRAM	1 ano

\* Dados referentes ao ano de 2012

## 5.2 O uso das redes sociais

O ponto de partida de todas as entrevistas foi a investigação para identificar de quais redes sociais os psicanalistas faziam parte e que hábitos de uso eles tinham em cada uma delas. As redes sociais que fizeram parte deste estudo foram as que apareceram com significativa frequência no discurso dos entrevistados: *Instagram*, *LinkedIn* e *Facebook*. Além destas, outras redes sociais foram citadas pelos participantes –*Twitter*, *Skoob* etc –, mas estas não foram analisadas como resultado do conjunto geral das entrevistas, ficando apenas como dados individuais dos participantes que as haviam mencionado.

### 5.2.1 Por que resolveram se tornar membros da rede

Os entrevistados descrevem diferentes motivos para terem se inscrito como membros de cada uma das redes sociais das quais fazem parte atualmente.

#### *Instagram*

A mais recente delas é o *Instagram*, que foi lançada em Outubro de 2010. Dos entrevistados, 4 são os que usam a rede e todos contam que entraram movidos pela curiosidade em relação à novidade que estava sendo lançada. O grande diferencial que a rede apresentava aos usuários era que, através deste aplicativo - acessível até então apenas em alguns *smartphones*-, as pessoas podiam colocar efeitos em suas fotos, fazendo com que elas parecessem mais “artísticas” e, depois, compartilhar com os outros membros.

Alguns entrevistados contam que priorizaram a vontade de seguir outros usuários que estavam postando este tipo de foto em seus perfis, e outros relatam que tiveram o interesse em passar a usar o *Instagram* para poder colocar esses efeitos em suas próprias fotos que, posteriormente, eram publicadas no próprio *Instagram* e/ou em seus perfis no *Facebook*.

Sílvia Góis, por exemplo, está entre os usuários que gostam de acompanhar as fotos de outros usuários e diz que o grande motivo para ela ter entrado no *Instagram* foi para poder ver, com frequência, as belas fotos que seu marido costumava tirar:

No Instagram foi para seguir meu marido que faz fotos lindas e estava sempre me mostrando e ele disse: "Me segue para poder ver as fotos que faço." E são lindas mesmo, não só dos nossos filhos mas do cotidiano. Ele capta cenas lindas. Ele é jornalista então tem um olhar apurado para o dia-a-dia.

Na época em que o *Instagram* foi lançado no mercado, a única forma de acessá-lo era através de dispositivos móveis, por isso, muitos entrevistados disseram que precisaram esperar até que tivessem um *smartphone* para que pudessem usar o aplicativo. Manuela Gomes é uma das entrevistadas que precisou esperar até comprar seu *Iphone* e, por isso, entrou quando várias pessoas já faziam uso do aplicativo em seus cotidianos, mas ela descreve que seu interesse sempre girou em torno de colocar efeitos em suas fotos, para deixá-las mais bonitas.

### LinkedIn

No caso do *LinkedIn*, a maioria dos usuários entrevistados disse que passou a fazer parte desta rede social movida pelo interesse de estabelecer contatos profissionais. Apesar do *LinkedIn* ter, desde sua criação, a proposta de ser uma rede de relacionamentos profissionais, uma das participantes conta que esta finalidade foi secundária ao seu motivo para ingressar na rede. Sobre sua entrada e permanência, Gabriela Martins diz:

Eu entrei no Linked in pq uma mes depois do *João* [nome ficticio] ter terminado comigo, eu recebi um e-mail dele com um convite. A princípio eu achei que ele estivesse de fato mandado o convite para mim, depois eu me toquei que deve ter sido alguma função automatica do liked in mesmo que manda convites para todos na lista de e-mails dele. Eu fiquei no Linked in pq eu achei q seria uma boa oportunidade de ser vista por outras pessoas no meu meio profissional e por ele *João* tb

O depoimento de Gabriela é único no que diz respeito a uma motivação amorosa para entrar no *LinkedIn*, mas, ao mesmo tempo, ela também descreve seu periférico interesse profissional no que diz respeito à sua permanência na rede.

### Facebook

Quando se tratava do *Facebook*, a maioria dos entrevistados relata que criou uma conta para poder falar com seus amigos que moravam fora do Brasil.

Outros falam que foram movidos pela curiosidade e por uma forte influência de amigos em quem confiavam ou de pessoas que consideravam interessantes.

Dez dos entrevistados tinham perfil no *Orkut* antes de entrarem no *Facebook* e, por isso, eles parecem ter feito parte da migração coletiva que houve de uma rede social para outra, fruto de modismos. Nesta passagem, eles preservaram o hábito que existia entre os usuários de usar a rede para fazer contatos sociais amplos, dentre eles reencontrar amigos da época do colégio, manter amizades atuais, aproximar-se de familiares e amigos que moram longe, ver e mostrar fotos. Gabriela M. descreve um pouco como foi para ela essa passagem de uma rede social para outra:

Eu a princípio entrei no facebook por conta das minhas amigas que moravam fora e postavam fotos do dia a dia delas aqui. Só q eu entrava aqui mt pouco. Quando o pessoal todo migrou do orkut para cá eu passei a entrar todo dia

A migração descrita por Gabriela atingiu seu nível mais alto em 2008/2009, quando o *Facebook* recebeu a maior parte de seus usuários atuais, dentre eles, a maioria dos entrevistados. A intensidade do boca-a-boca que provavelmente ocorreu neste período está refletida nos comentários de muitos participantes, como no de Julia Freire, por exemplo, em que a influência de suas amigas chegou a exercer um papel significativo em sua entrada na rede:

umas amigas o fizeram pra mim, dizendo: "vc tem que ter!, é muito legal" Como são pessoas que eu confio muito, deixei fazerem pra mim, e fui me animando com a história

Apesar dos entrevistados terem especificado suas motivações para entrar em cada uma das redes sociais, podemos ler essa informação como resultado da expectativa que eles tinham em relação ao uso das mesmas. Cada uma destas redes sociais foi apresentada ao público geral com uma proposta de uso, até mesmo como divulgação comercial.

O motivo que levou todos os entrevistados a se inscreverem como membros usuários foi a curiosidade descrita por eles, que parece ter surgido como fruto de toda a movimentação das pessoas conhecidas e desconhecidas ao seu redor, típicas de quando novos fenômenos aparecem e agradam ao público. Por isso, parece condizente dizer que os entrevistados associaram suas expectativas em fazer contatos sociais, pessoais e profissionais interessantes com os

comentários de amigos e de pessoas de referência, e resolveram, cada um a sua maneira, conhecer os novos recursos lançados para tal finalidade.

### 5.2.2 Uso atual: como os psicanalistas estão usando as redes sociais das quais fazem parte

#### Instagram

Todos os entrevistados continuam acessando o *Instagram* através de dispositivos móveis. A maioria deles o faz através de seus *smartphones*, e outros somam a este recurso o uso do *Ipad*. Quando eles descrevem o uso atual que fazem, a maioria parece falar de uma finalidade parecida com a que os motivou a entrar na rede: uns acessam apenas quando desejam colocar efeito nas fotos que querem postar e outros entram com relativa frequência para acompanhar as fotos que estão nos perfis de pessoas queridas.

Gabriela, por exemplo, é uma usuária que gosta de postar suas fotos e conta como o *Instagram* a ajuda a fazer isso hoje em dia:

eu uso para por filtro, transformar as minhas fotos em pseudo-artísticas (digo pseudo que nada no instagram remete a arte, mas ele quebra um galho) e postá-las para ver se alguém achou bacana.

Já Beatriz Miller tem uma opinião diferente sobre suas próprias fotos e conta como costuma usar a rede atualmente:

Sou péssima fotógrafa, então, eu olho de vez em quando para seguir algumas pessoas queridas.....

Uma das entrevistadas, porém, entrou “tardiamente” no *Instagram* e descreve certo ruído entre a expectativa que ela havia criado quanto obteve acesso ao aplicativo - baseada nas fotos que ela via sendo publicadas em outros contextos, como as que eram publicadas no *Facebook* ou as mostradas pelos próprios usuários – e o que ela encontrou quando, finalmente, começou a usar a rede. Ao longo do tempo, a dinâmica de uso da rede foi ficando mais clara para Manuela Gomes e sobre como ela a utiliza atualmente descreve:

engracado que o objetivo inicial do instagram pra mim nao era a rede social eu queria fazer o efeito nas minhas fotos!!! deixas as fots bonitas Depois que eu vi que existia uma intercao mesmo interação [interessante isso q vc ta contando. Como é q vc foi percebendo essa mudança das fotos bonitas para uma interação social?] pois é, as pessoas começavam a curtir e comentar as fotos.. aí eu também aí pessoas menos amigas pssavam a me adicionar... no inicio eu só tinha os amigos mais



proximos no instagram! era mais íntimo aí virou “facebook”, sabe? varios comentario em fotos.. o tipo de foto mudou antes eram só fotos de paisagens, de objetos, antes eram foto “artísticas” as pessoas depois passaram a postar fotos em festas, fotos com amigos.... inclusive eu mudei também o tipo de foto que eu postava [qual tipo q vc postava e qual q passou a postar?] vou ate olhar aqui mas postava paisagem, obra de arte tem aqui foto de objetos bonitos foto de lugares legais em viagens ate hj ainda posto isso... mas também posto foto de pessoas... por exemplo, eu e minhas amigas já postei foto de comida, classico classico

Além da possibilidade de compartilhar fotos, Manuela descreve o tipo de conteúdo partilhado através desses registros no *Instagram*. Se pudéssemos fazer uma analogia para traduzir a sensação que ela relata sobre sua expectativa antes de entrar, falaríamos de algo próximo a uma galeria com obras de arte, com artistas expondo e seguidores admirando e comentando. Se fôssemos escolher uma para o propósito de uso atual que ela observa entre a maioria dos usuários, talvez fosse mais adequada a metáfora de um filme cinematográfico, em que os registros fotográficos, artisticamente trabalhados, formam a sequência do enredo da história do cotidiano ou da vida do usuário protagonista.

### LinkedIn

Os entrevistados quase não têm o hábito de acessar o *LinkedIn*, demonstrando até certa dificuldade em recordar quando foi a última vez em que entraram nos seus perfis. Muitos deles, inclusive, descrevem que seus acessos acontecem, principalmente, após eles terem recebido um *e-mail* com notificações referentes às suas contas.

A maioria identificou o *LinkedIn* como uma rede social “sem função” para eles. Apesar de terem ingressado com a expectativa de estabelecer contatos profissionais, os entrevistados não relatam ter tido este tipo de experiência, o que tornou a rede sem maiores propósitos de uso. Curiosamente, apesar de acessarem com escassez, eles mantêm esses perfis “ativos” na rede. Para Beatriz Miller, o *LinkedIn* assumiu a seguinte finalidade:

Não vejo função nele. Não para mim. Só entro quando recebo um email do próprio LinkedIn para autorizar algum amigo. Agora, para quem trabalha em corporações, instituições, etc, deve ser muito útil....imagino....

O uso de Gabriela Martins também é bastante discreto, mas ela descreve um outro tipo de pensamento em relação à rede:

Linked in eu não uso para nada, mas eu mantenho a esperança louca de alguém vai me chamar para fazer algum trabalho interessante.

Independentemente de ter um pensamento mais ou menos esperançoso em relação às oportunidades de trabalho que podem surgir no *LinkedIn*, o uso que os entrevistados fazem dele permanece sendo a interação baseada em contatos profissionais. Gabriela, a única entrevistada que tinha ingressado na rede, inicialmente movida por razões amorosas, conta como é atualmente o contato com os amigos que estão presentes em sua rede:

os amigos que eu tenho no linked in estão lá pq são profissionais e lá eu não mantenho nenhuma interação com eles eu encaro o linked in como um lugar onde está o meu currículo e onde está o currículo de outros inclusive de alguns amigos meus

Patrícia Sales concorda com a maioria dos entrevistados em relação à baixa função que o LinkedIn tem para sua vida profissional, mas diz que a sua escolha é por não fazer parte desta rede. Ao explicar por que não participa, ela aponta uma questão interessante:

E eu nem faço parte Eh mais pro pessoal do business[**pq hein?!**] Nao sei tb! Eh mais pro mundo corporativo Empresas Eu nao indico um analista pelo curriculo[**vc indica pelo q?**]Nem procuraria um analista pelo linkedin LinkedIn Eu indico por conhecer como essa pessoa trabalha [*trabalha*]

### Facebook

A grande maioria dos entrevistados disse que usa o *Facebook* diariamente e com frequência. Normalmente, ao longo de um dia, eles acessam a rede pelo computador de casa e através de dispositivos móveis, sendo o celular, dentre estes últimos, o recurso mais utilizado pelos entrevistados.

Todos os entrevistados descrevem o *Facebook* como um meio agradável e eficaz para informar as pessoas sobre coisas que eles estão fazendo, pensando e curtindo, e para ficar informado sobre coisas que elas também estão fazendo, pensando e curtindo. Alguns usam para fins pessoais, como para dar e receber notícias de amigos e familiares que moram longe; para ver e postar fotos de viagens e do cotidiano, suas e de seus amigos; para saber e divulgar onde estão em determinado momento, através dos *check-ins*; para convidar e ser convidado para aniversários, festas e eventos etc.

Patrícia S., ao fazer uma espécie de retrospectiva, relata as finalidades que já encontrou e as que encontra até hoje no seu uso do *Facebook*:

Acho q a grande riqueza do FB foi ter podido reencontrar pessoas q nao via à mil anos, pessoas que nos afastamos, mas q foram importantes em outras epocas. Algumas q moram fora do Brazil Ah, já ia esquecendo, ainda tem as paqueras, não é? (...)Mas se realmente nao acessar no fds me arrependo, pois realmente meus amigos tem usado o FB p marcar encontros

Gabriela também conta um pouco com que objetivo costuma usar o *Facebook*:

facebook eu uso para falar com os amigos, saber dos aniversários, marcar e ir para eventos, distrair um pouco no meio do dia (esfriar a cabeça) ver a opinião dos meus amigos sobre as notícias do dia, dividir com os meus amigos notícias que eu acho interessante, dividir e pegar fotos de lugares que eu vou com os amigos e familia

O depoimento de Gabriela inclui a troca de opiniões em relação às “notícias do dia”, e esta é uma das práticas de compartilhamento que aparece no discurso de outros entrevistados. Beatriz M. denomina o conjunto destas opiniões de “cultura pop” e a define como:

O que está na boca do povo, sabe? A piada do dia, o meme da novela, a discussão sobre um artigo de revista. Qualquer coisa que entra na diversidade de assuntos que permeiam esta cultura midiática...

Julia F., por exemplo, fala sobre esta troca cultural de uma forma mais abrangente:

sinto pessoas compartilhando coisas interessantes (em geral), como musicas, videos politicos, fotos bacanas...parece algo um pouco mais cultural, mas to falando da minha sensação, nunca tinha parado pra pensar nisso **[e parando pra pensar...vc usa o seu face pra q?]** pra isso, uma troca cultural. Na verdade, mais pra aprender, ver o que as pessoas estão postando, vivendo, aprendendo, descobrindo...

A troca de informação que ocorre entre os usuários do *Facebook* parece não se restringir ao intercâmbio de notícias sobre os eventos cotidianos e pessoais da vida de outros membros, permitindo ir além e poder, inclusive, compartilhar assuntos e temas de domínio público, para que as pessoas possam trocar entre elas suas opiniões, sentimentos e pensamentos. A este fenômeno Julia chama de “troca cultural” e Beatriz denomina de “cultura pop”.

Quando trocam informações “culturais”, os usuários parecem estar falando sobre seus interesses por dividir notícias do mundo que compartilham; quando desejam ter notícias sobre os eventos do cotidiano de outra pessoa, podemos pensar que eles estão buscando dados que dizem respeito somente ao universo dos outros usuários.

Seja para trocar informações sobre assuntos pessoais ou temas públicos, parece que, para alguns entrevistados, também está incluída a opção de usar este meio de comunicação para informar e ser informado sobre assuntos que eles consideram de cunho profissional. Sobre este tipo de uso, Dora Moraes diz:

Hoje além destas questões de ordem pessoal...também o vejo como um ótimo recurso para[para] encontrar colegas de profissão , acompanhar o que essas pessoas estão pensando, produzindo e também divulgar o nosso trabalho da [nome da instituição].

Adriana Lopes faz um uso parecido com o de Dora, porém descreve mais detalhadamente como o faz, ao explicar para que costuma usar o *Facebook* no seu dia a dia:

Normalmente uso pra me comunicar com dois grupos que tenho, um do grupo de estudos que faço onde pelo face compartilhamos textos, sugestões de congresso e o outro grupo é de meninas da faculdade onde marcamos encontros por ele, além de mantermos notícias de cada uma. Além disso, gosto de dar uma olhada no mural para bisbilhotar a vida alheia e tb compartilhar fotos, pensamentos, notícias interessantes de diversos vieses como profissional, pessoal, cultural etc

Dora e Adriana deixam bem marcada a diferença entre questões que fazem parte de uma dessas esferas: “pessoal”, “cultural”, “profissional”. Já Helena Maia naturaliza todos esses conteúdos nos seus hábitos gerais de uso, sem fazer maiores distinções:

gosto de ver as fotos e ficar sabendo do que esta acontecendo, tem pessoas que publicam coisas interessantes desde artigos, textos politicos ou academicos, como convites para eventos de arte ou festas

Para nenhum dos entrevistados o *Facebook* é usado única e exclusivamente para contatos profissionais, pois eles relatam que, se desejarem delimitar esta finalidade, há o *Linkedin*. No entanto, muitos deles têm contatos profissionais no *Facebook* e exploram este tipo de uso das mais variadas formas.

## 6. Contatos profissionais no Facebook

Quando foi perguntado aos entrevistados se eles tinham contatos profissionais entre os seus amigos do *Facebook*, a maioria disse que sim. Para fins de descrição irei apresentar separadamente os diversos tipos de contato que eles identificaram como fazendo parte desta categoria, mas incluo a observação de que a maioria dos entrevistados compõe seus contatos profissionais no *Facebook* por mais de um tipo.

### 6.1 Páginas profissionais

Alguns entrevistados identificam as páginas profissionais como parte de seus contatos profissionais, pois, através delas, têm a oportunidade de divulgar seus trabalhos e/ou de ficar sabendo a respeito de cursos e *workshops* que são oferecidos. Dessa forma, alguns decidem acessá-las para expor material de trabalho, e outros, para buscar a exposição de trabalhos alheios.

Dora Moraes e Catarina Prado, por exemplo, fazem uso destas páginas para divulgar os cursos de formação dos quais fazem parte, inclusive da comissão administrativa. Já Beatriz fornece outra perspectiva de como as redes sociais ajudam profissionalmente:

pq as sociedades, universidades, cursos anunciam palestras, eventos, lançamentos de livros pelas redes sociais..... É acesso a informação mesmo.

E Silvia Góis nos dá um exemplo de quais páginas profissionais fazem parte de seus contatos profissionais:

Eu recebo pelo FB infos sobre concursos na área psi porque me cadastrei para receber, sou "amiga" da Livraria do Psicanalista, do "Instituto Freud" (...) Sigo sites da primeira infância (creches, espaços de convivência de grávidas, etc) porque é a área que pesquiso.

O que faz os entrevistados se vincularem a algumas das inúmeras páginas profissionais que existem no *Facebook* é o tema a partir do qual cada uma se

apresenta, pois o encontro com pessoas que tenham interesses em comum pode facilitar a troca profissional.

Outras vezes, os entrevistados acessam as páginas por elas estarem vinculadas às sociedades psicanalíticas ou instituições das quais fazem parte, ou a formações sobre as quais eles têm interesse em obter atualizações de cursos, ou também por estas páginas estarem relacionadas ao trabalho de profissionais referenciados.

## **6.2 Contatos ligados às atividades de ensino**

Esta categoria é outro tipo de contato recorrente no discurso dos entrevistados. No depoimento de Sílvia - citado anteriormente - tangenciamos um pouco o uso que ela faz das páginas profissionais para poder obter informações importantes para sua área de pesquisa, mas, para os demais entrevistados, os contatos profissionais deste tipo se estendem, majoritariamente, para os relacionamentos entre professores e alunos, e para a comunicação entre membros de um mesmo grupo de estudos ou de pesquisa. Sobre este aspecto, Sílvia completa dizendo:

As pessoas com quem faço pesquisa na PUC são meus "amigos" de FB e às vezes (raramente) nos comunicamos por aqui para confirmar se vai ter reunião ou não. (...)

Todos descrevem que o propósito deste tipo de contato é, basicamente, a troca de materiais acadêmicos e a marcação de reuniões.

## **6.3 “Colegas de profissão” ou de trabalho**

Para somar às categorias já citadas, existe também aquela que os entrevistados identificam como “colegas de profissão” ou de trabalho. Deste tipo de contato profissional, fazem parte pessoas com formação em psicologia e profissionais de áreas próximas às especialidades dos entrevistados, assim como pessoas com quem eles estejam trabalhando atualmente – o que inclui estagiários - ou antigos colegas de trabalho.

Como no caso dos atendimentos clínicos, as supervisões compõem uma parte importante para o trabalho desses profissionais - principalmente para os iniciantes -, os entrevistados consideram este tipo de troca um contato

profissional, em vez de, como poder-se-ia pensar, um contato relacionado à atividade de ensino.

Os entrevistados que têm colegas de profissão e/ou de trabalho entre os seus contatos do *Facebook* descrevem dois tipos de interação diferentes que mantêm com eles. Alguns dizem que preservam esses relacionamentos na rede, porque consideram essas pessoas também suas amigas. Apesar do relacionamento ter começado no local de trabalho ou de ainda estar circunscrito à convivência neste ambiente, as pessoas que fazem parte de suas redes são aquelas com as quais os entrevistados estabelecem um vínculo que vai além desta esfera. Por isso, o propósito das interações está relacionado ao contato social entre amigos, que, originariamente, se conheceram por causa de algum elo profissional. Sobre os que Julia Freire identifica em sua rede, ela conta:

colegas de profissão apenas mas que são amigas na vida pessoal (...).colegas de profissão que se tornaram grandes amigas! trabalhos em comum... pela faculdade,

Laís Souza também fala sobre os “pouquíssimos” contatos profissionais que decidiu ter em sua rede:

tenho p ex os diretores de uma clinica de [*especificidade e nome da clínica*], mas pq os considero amigos. E meus estagiarios que me convidam..p mim FB eh distração..

Sobre seus supervisores, antigos e atuais, Manuela G. descreve quais estão entre os seus amigos do *Facebook* e por quê:

Eu nao tenho de todos ne Soh tenho daqueles que existe um relacionamento pra alem da supervisao Soh tenho o fb daqueles em qje tive uma afinidade alem da profissional Ou por serem mais novos ou por se colocarem de maneira mais amiga.. Com alguns existiu essa proximidade e ai os tenho no fb

Outros entrevistados também identificam seus colegas de profissão como parte de seus contatos profissionais, mas contam que estabelecem outro tipo de troca com eles no *Facebook*. Eles falam sobre parcerias *on-line* com os colegas de profissão que conheceram através de suas ocupações, de atividades acadêmicas, cursos, *workshops*, divulgações profissionais, grupos de estudo etc. Dentre as fontes originárias de contato, algumas existem também *off-line*, outras começam

existindo desta forma, mas, posteriormente, são preservadas principalmente *on-line*.

Para os entrevistados, o intuito do contato é o intercâmbio de assuntos que eles teriam em comum com seus pares profissionais, tais como o compartilhamento de textos e artigos científicos, a divulgação de palestras e congressos, a troca de materiais profissionais, as indicações de pacientes e o aluguel/sublocação de salas para atendimento clínico. Sílvia G. fala sobre os colegas de profissão que estão em sua rede e alguns dos conteúdos que eles costumam trocar:

quase todos os meus amigos da área estão no FB e mandam mensagens de palestras ou congressos.

Adriana L. conta em maiores detalhes de que forma acontecem as trocas e as divulgações no seu universo de contatos profissionais no *Facebook*:

participo tb de outro grupo que tem por finalidade trocarmos locais de atendimento, indicações de pacientes, notícias ou reportagens de psicologia assim como trocas de experiencia

Helena Maia descreve uma experiência recente relacionada à maneira como as parcerias ajudaram-na profissionalmente e como ainda podem ser úteis:

já rolou de conseguir uma sala pra asublocar e conversas, trocas de material (...)aluguei uma sala pra mim agora em dezembro e estou pensando em anunciar tambem para os amigos interessados

Quando foi perguntado aos entrevistados se eles tinham contatos profissionais em suas redes, alguns incluíram seus pacientes em suas respostas. De todos que os consideram parte de seus contatos profissionais, alguns dizem que seus pacientes fazem parte de seus amigos do *Facebook*, outros não os adicionam em hipótese nenhuma.

Apesar de serem decisões individuais de cada entrevistado, poder-se-ia imaginar que, uma vez fazendo parte de suas redes, seus pacientes seriam prontamente identificados como parte de seus contatos profissionais, porém nem todos os entrevistados descrevem as trocas que estabelecem com eles como sendo deste tipo.

## **7. Pacientes no *Facebook***



Dos 13 entrevistados, apenas 4 têm paciente(s) entre os seus amigos do *Facebook*. Todos eles contam que a situação foi promovida pela iniciativa dos pacientes de enviar solicitações de amizade para eles, deixando claro que, em nenhum dos casos, partiu dos próprios psicanalistas entrevistados o movimento de os convidar para fazerem parte de seus amigos do *Facebook*.

Os entrevistados também contam que não são todos os seus pacientes que estão entre os membros de sua rede, apenas alguns - no entanto, os que serão referenciados nesta pesquisa são aqueles que estão, atualmente, sob tratamento com eles.

Deste conjunto, apenas um entrevistado tem um paciente atual no seu *Facebook*. Os demais variam entre 3 e 12 pacientes atuais. O número de pacientes que existem na rede de cada entrevistado está ligado ao número de solicitações de amizade enviadas por eles, combinado ao número de convites aceitos pelos psicanalistas. Em seus depoimentos, eles dizem que não são todos os pacientes que pedem para adicioná-los – até mesmo os que sabem que eles têm perfil no *Facebook* - assim como não é todo convite que eles aceitam.

O critério para que os entrevistados tenham aceitado algum dia ou para que continuem aceitando as solicitações de amizade enviadas por seus pacientes está intrinsecamente ligado à compreensão mais ampla que eles têm em relação ao espaço que é o *Facebook* e ao tipo de contato que nele estabelecem quando incluem esta rede social no vínculo terapêutico.

### **7.1 O *Facebook* e o tipo de contato que os entrevistados estabelecem nele quando incluem esta rede social no relacionamento com seus pacientes**

Não parece ser claro nem consensual para os entrevistados o quadro que delimita qual tipo de espaço é o *Facebook* e qual a natureza dos relacionamentos nele estabelecidos, quando os psicanalistas incluem esta rede social no vínculo com seus pacientes.

Em relação ao início desta prática, Catarina Prado diz que, até hoje, não identifica muito bem o motivo pelo qual começou a aceitar as solicitações de seus pacientes, mas afirma que a compreensão que tinha, na época, do tipo de contato que as pessoas normalmente estabeleciam no *Facebook* certamente interferiu na

sua escolha. Na tentativa de saber sua motivação para aceitar os primeiros pacientes, Catarina me esclarece:

**[sabe q ainda nao ficou claro pra mim sua motivacao para aceitar os primeiros pacientes]** olha,nem sei. nao conhecia isso aqui muito bem. (...) pensei q fosse parecido com email(...)achei que era mais um meio de comunicacao

Catarina P. entrou no *Facebook* achando que o tipo de contato que acontecia entre os usuário se assemelhava à comunicação por *e-mail* e ela não é a única entrevistada a entender o espaço do *Facebook* como uma nova modalidade de comunicação. Ao descrever a interação que ela estabelece com seus pacientes na rede, Iara Silva também fala sobre a função que a rede ocupa na sua comunicação com eles:

Costumo me posicionar de forma acessível e disponível para meus pacientes.Digo sempre que eles tem opções para me encontrar. Celular, tel de residencia, de consultório, e-mail, facebook... formas/ atalhos não faltam. Creio mesmo que seja mais um instrumento de aproximação

Tanto Catarina quanto Iara equiparam o *Facebook* a outros recursos de comunicação, tais como celular, *e-mail* e telefones, e, por isso, consideram a utilização do contato que estabelecem na Rede igual ao propósito de uso destes outros meios de comunicação.

Iara Silva conta que, desde o início de seu uso do Facebook, atentou para que esta plataforma não se transformasse em uma extensão do espaço clínico, em que ela precisaria trabalhar “*off-setting*” com seus pacientes. O fato de restringir o uso do *Facebook* para a troca de informações simples e básicas é o que faz com que Iara consiga limitar o relacionamento que estabelece com seus pacientes a um contato social, como ela mesma identifica.

Por tais motivos, não classifica o vínculo que tem com eles na rede como um contato profissional, pois esta qualidade de relação implicaria a consideração de aspectos profissionais, o que, no caso do relacionamento entre paciente e terapeuta, significaria o trabalho analítico fora do consultório e dentro da Rede. Para ela, é importante considerar o uso do *Facebook* como um espaço diferente do espaço clínico e a forma que ela encontra para manter esta diferença é em relação ao tipo de contato que ela estabelece com seus pacientes em cada um deles. Sobre como preserva a separação entre estes dois espaços – *setting* e *Facebook* – através da distinção de dois tipos diferentes de contato – profissional e social – ela relata:

Faço do facebook, um espaço de comunicação simples, básicas. Não faço clínica fora da clínica, mas não me nego a trocar algumas poucas e selecionadas informações com as pessoas que gosto, que conheço, entre elas meus pacientes (...). Quando respondo ou comunico algo a um paciente, é, como disse, pontual. Por exemplo, peço que me ligue num determinado horário, caso precise falar e não esteja conseguindo

Um dos motivos por meio dos quais Iara S. justifica seu cuidado para não tornar o *Facebook* uma continuação do *setting* terapêutico é a sua atenção para não fazer clínica fora da clínica, pois para ela o material analítico requer tratamento em um espaço com características diferentes das encontradas por ela no *Facebook*. Sobre o valor do *setting* para o trabalho analítico dentro do vínculo terapêutico, ela diz:

Vejo o espaço clínico com muito respeito para ficar trocando idéias a esmo. Discussões deste porte merecem espaço mais adequado

Para a entrevistada, a clínica é o espaço adequado para se tratar de assuntos analíticos, no entanto, ela não parece incluir um dos conteúdos que permeiam a finalidade das trocas de mensagem com seus pacientes no *Facebook*: a remarcação de horários. Por mais que a entrevistada coloque esta rede como a menos usada dentre os recursos de comunicação disponíveis, podemos refletir sobre qual a possibilidade de se falar, psicanaliticamente, a respeito de um contato social isento de transferência quando as regras do contrato estão envolvidas no propósito da interação entre terapeuta e paciente.

Catarina P., apesar de ter começado com a impressão de que a comunicação do *Facebook* se assemelhava ao contato por *e-mail*, ao longo de seu uso, modificou bastante sua opinião, após identificar certa diferença entre o que ela reservava para o espaço da clínica e aquilo que via acontecendo entre ela e seus pacientes na rede. A mudança de sua percepção alterou também sua política de uso quanto a aceitar seus pacientes entre seus amigos do *Facebook*. Sobre como se posiciona atualmente, ela diz:

Atualmente ,nao aceito mais.E NINGUEM MAIS PEDE. [pq nao aceita mais?] Acho que todos entenderam que este espaço é muito diferente da do consultório [diferente como?] pela questão da privacidade [como assim?]Aqui é um espaço onde se coloca fotos,familia e muitos como crianças pequenas preferem ficar nas fantasias do que ter que ver outra realidade diferente daquelas q imaginam sobre a minha pessoa

A solução que Catarina encontrou para esta situação foi não aceitar mais os pacientes que lhe solicitavam amizade no *Facebook*, justificando que o espaço

da clínica e o espaço do *Facebook* trabalham com propostas de interação diferentes e, por vezes, quase incompatíveis. Ao mesmo tempo, ela conta que preservou o relacionamento com os pacientes de quem já havia aceitado o pedido antes de modificar sua política de uso e, ao falar sobre a interação que costuma manter com eles atualmente, Catarina aponta que:

Eles só se relacionam quando querem mandar fotos ou textos ,as vezes para me informar mudança de horários.

Em outra ocasião ela relata ainda o caso particular de um paciente que lhe enviou o rascunho da carta que pretendia entregar à esposa junto ao pedido de que ela lesse e lhe desse um retorno por meio de mensagem *inbox*. Na ocasião, a terapeuta optou por responder pelo *Facebook*, embasando sua escolha teórica e técnica na preservação da sintonia com seu paciente, ao manter a comunicação dos interlocutores da conversa no mesmo canal.

Em outro caso, uma paciente sua fora viajar por 6 meses e elas mantiveram o contato pelo *Facebook* durante este tempo. Quando lhe perguntei se o conteúdo das conversas tinha a ver com questões clínicas, ela me disse que sim, que sua paciente estava tendo problemas com a mãe e, apesar de concordar comigo que essas trocas refletiam uma extensão do *setting*, Catarina afirmou que as questões de pagamento não estavam envolvidas, pois esses contatos eram ocasionais. Ela acrescenta que, ao longo deste período, sugeriu que ambas fizessem sessões por *Skype*, que, aí sim, seriam cobradas como trabalhos analíticos, mas estas nunca chegaram a ser feitas e, ao final da viagem, a paciente retomou o tratamento.

Catarina considera que esse contato esteve a serviço de manter a conexão entre elas enquanto sua paciente estava viajando, no sentido de que foi importante para diminuir a distância entre elas. Há uma reflexão importante a ser feita no sentido de que, quando Catarina resolve manter a proximidade com sua paciente num momento em que esta está tendo problemas com a mãe - sem incluir neste contato considerações sobre os fenômenos transferenciais que poderiam estar atravessando o vínculo entre as duas - podemos pensar no tipo de distância que elas estariam encurtando.

Apesar desta reflexão, Catarina não fala nada sobre fenômenos transferenciais neste caso – o que poderíamos pensar em incluir –, mas Joaquim

Macedo cita um caso semelhante, em que considera que a aproximação com o paciente na rede contribuiu para favorecer a transferência e o processo analítico. Joaquim fala sobre o caso do único paciente que ele resolveu incluir em seus contatos do *Facebook* e das impressões que ele teve em relação a quais foram as repercussões clínicas desta escolha:

acho que ajudou a aproximação principalmente de parte dele uma opinião muito pessoal minha, mas considero que essa situação ajudou a fortalecer a transferência a medida que ele manteve o atendimento e passou a aprofundar os conteúdos pessoais dele em nosso trab(...)ao meu ver, foi uma boa repercussão se eu tivesse recusado o pedido, ou tivesse omitido essa informação, poderia causar uma certa dificuldade para formar um vínculo tive essa intuição, não sei se agi certo, mas foi como me posicionei mediante essa situação, a acho que deu certo

Joaquim M. decide aceitar o pedido de seu paciente pensando nas consequências que isto poderia ter para o vínculo entre eles e considera que fez uma boa opção, em função da aproximação que sentiu de seu paciente como “reflexo” de sua escolha por aceitá-lo entre seus amigos na rede. Quando lhe pergunto sobre a natureza do vínculo que eles têm no *Facebook*, iniciamos o seguinte diálogo:

**Joaquim:** é de amizade social não considero, não ficamos conversando aqui, trocamos msg para acertar um horário, mas foi uma situação especial não fico no chat

**Entrevistadora:** legal, entendi pq vc não considera social e pq sente como amizade?

**Joaquim:** pq nossa relação é mais de curtir as postagens meio que concordando

**Entrevistadora:** amigável?!

**Joaquim:** isso bem amigável

**Entrevistadora:** se vc fosse separar seus contatos do facebook em grupos, como faria? digo, em q grupo ele estaria?

**Joaquim:** certo, quais as opções de grupo de tenho?

**Entrevistadora:** vc q sabe

**Joaquim:** okay

**Entrevistadora:** divida-os como quiser

**Joaquim:** ele é amigos cordiais rrsr aquele que concorda com

suas postagens          elogia as musicas          "sonzão"          "isso aí"

Joaquim Macedo define o relacionamento com seu paciente no *Facebook* como estando dentro de um vínculo entre “amigos cordiais”, pois o tipo de contato que eles estabelecem entre si gira em torno do compartilhamento de preferências em comum, o que delimita uma troca destituída de conflitos. As expressões descritas pelo próprio entrevistado - “sonzão”, “isso aí” – sugerem um tipo de relacionamento entre “*brothers*”, o que poderia soar contraditório em relação ao seu primeiro depoimento, em que o entrevistado diz que o favorecimento da transferência foi o principal motivo que o levou a aceitar a solicitação de seu paciente. É conhecida dentro da psicanálise, porém, a importância da assimetria como uma das características principais que marcam o vínculo terapêutico, então, como pensar numa aproximação qualificada com estes adjetivos como algo desta ordem?

Neste sentido, tanto Joaquim quanto Catarina parecem priorizar outros princípios clínicos no lugar da manutenção de uma relação assimétrica entre eles e seus pacientes. Catarina prioriza a estabilidade da conexão e Joaquim, a segurança do vínculo. Independentemente dos resultados obtidos com as aproximações, mais interessante é a interseção que há entre o espaço do *Facebook* e o espaço da clínica quando os entrevistados mantêm o vínculo com seus pacientes em ambos.

A marcação de horário, a natureza do vínculo estabelecido e a troca de conteúdo analítico dividem espaço com o compartilhamento de assuntos cordiais e a visualização de dados que um tem sobre o outro, que são diferentes dos conteúdos que terapeuta e paciente costumam partilhar no espaço da clínica. Sendo assim, por qual destes conteúdos ou em torno do “quanto” de cada um estabelecer o propósito da interação?

Talvez Iara Silva respondesse que optaria por compartilhar apenas conteúdos simples e básicos, fossem eles assuntos clínicos ou sociais; qualquer troca profunda deveria ser trabalhada em um local mais apropriado. Catarina Prado poderia pensar em avaliar de quem vinha a demanda, em qual momento ela surgiria e com qual finalidade, a fim de deixar-se guiar pela preservação da sintonia e da conexão. Joaquim Macedo talvez correspondesse à demanda do paciente tentando naturalizar a questão ao máximo e enfrentá-la da forma menos conflituosa possível. Dora Moraes, porém, talvez tivesse uma resposta diferente

de todas essas, até porque sua reflexão sobre o assunto já acontece há bastante tempo, visto que, ao longo de seu uso, ela já fez inúmeras considerações a respeito de permanecer no *Facebook* em função de questões clínicas que lhe pareciam impossíveis de serem contornadas. Sobre este início, ela comenta:

ao longo destes anos já questionei muito se continuaria ou não usando em função da clínica.. pois entendi que seria impossível separar a vida pessoal da profissional o que me deixava um pouco desconfortável.. Fiquei mais "assustada" quando os analisandos começaram a me adicionar... Ao longo do tempo entendi que só faziam o convite os que suportavam lidar com a possibilidade de acompanhar a [nome] que habita em mim além da analista!!

Dora descreve que sua maior preocupação com o uso do *Facebook* era a separação entre a vida pessoal e a profissional, que parecia algo impossível de acontecer neste espaço, e conta que, aos poucos, ela foi entendendo que somente os pacientes que toleravam transitar na interseção dos “dois lugares” e conviver entre estes dois “papéis” que estavam entre os seus amigos do *Facebook*. E sobre sua principal consideração com as questões clínicas, ela diz:

entender que o analisando poderia entrar parcialmente na sua intimidade como um "amigo" ( porque é assim que nos chamamos no face) me fez ficar atenta por onde caminhariam as transferências no espaço analítico **[E o q vc descobriu? Digo, no caso do q fazer com a trafencia no espaco analítico? ]** Não há o que fazer com a transferencia no espaço analítico se não acompanhá-la já que ela é a parte do analisando!!! De qualquer forma entendi que não há questão para esses analisandos que me adicionam!! Tem percebido que o fato de adicionar o analista pode estar muito mais próximo de uma postura exibicionista do que querer olhar os[ou] expiar o analista!!

O depoimento de Dora aponta para dois aspectos importantes: um diz respeito à sua percepção em relação ao desejo dos pacientes de estarem sendo vistos por seus analistas, outro trata da preocupação que os analistas têm de que seus pacientes estejam usando o contato que têm com seus analistas para espiarem a vida pessoal destes. Esta preocupação do analista em relação a ser visto por seus pacientes é de fato compartilhada por outros entrevistados, e Iara destaca uma das medidas que toma para aceitar pacientes entre os seus amigos:

Como faço essa seleção?Não aceitei alguns, que considerava muito "invasores".Aqueles que achava que iriam, possivelmente, vasculhar informações.

Já em relação ao conteúdo que seus pacientes costumam trocar com ela na rede, Dora diz:

O que entra como conteúdo de análise com relação ao Face é .. "você viu a estampa que coloquei lá?" " Já leu a minha poesia que postei ontem?" Escuto como mais um recurso..não o fato de ir lá ler a poesia mas o endereçar ao analista este pedido.. entende? Não há mudanças com relação a técnica analítica mas sim os conteúdos relacionados ao momento social, político, econômica, musical.. em que nos encontramos

Dora conta que suas experiências a levaram à conclusão de que a técnica para tratar dos fenômenos transferenciais no *Facebook* permanece a mesma da que utiliza nos outros espaços em que mantém contato com seus pacientes. De certa forma, *Facebook* e clínica possuem uma interseção a partir do momento em que ambos são espaços em que existe o potencial de observação em relação aos endereçamentos do paciente ao analista. A consideração clínica parece estar circunscrita ao nível de visibilidade do analista ou ao quanto esta poderia estar afetando o vínculo terapêutico, uma vez, aparentemente, tolerável por seus pacientes, o trânsito por vários espaços parece ser possível para analista e analisando. Sobre como entende, atualmente, o espaço do *Facebook*, ela descreve:

Penso que fui entendendo e construindo essa ideia aos poucos... (...) penso mesmo num alargamento do setting pára além das 4 paredes do consultório!!!! E é como eu penso o Face...e até mesmo quando desço com os meus analisandos crianças até a papelaria para montarmos a "caixa de trabalho"..ao longo da caminhada, o movimento que acontece dentro da papelaria... muitas construções psíquicas acontecem!!

Dora Moraes descreve o *Facebook* como um espaço que funciona como um “alargamento do *setting*”, no sentido de que, nele, podem acontecer importantes construções psíquicas que serão entendidas como conteúdo analítico. Neste sentido, ela compara o *Facebook* aos outros espaços que estão situados além das quatro paredes do consultório – como a ida à papelaria – e nos quais ela tem a oportunidade de estar com seus pacientes e de observar seus “movimentos”. Mais à frente, a mesma entrevistada usa outra analogia para descrever o espaço do *Facebook* na interação com seus pacientes:

Entendo como um encontro em um bar, shopping... você pode deixar-se ver como pessoa ( sem a preocupação de ser o analista)! Agora o que o Analisando vai fazer com isso dentro do setting é uma outra coisa.... Não há técnica num encontro no shopping ou quando o seu analisado quer ser seu amigo no face e curti uma foto sua... Isso pode produzir ou não o setting uma produção

No primeiro depoimento, a imagem proposta pela entrevistada sugere que o *Facebook* é um espaço no qual está incluída a percepção de fenômenos clínicos,



o que pressuporia a utilização de recursos técnicos. Em seu segundo relato, porém, quando compara o contato com seus pacientes no *Facebook* ao encontro com eles no *shopping*, a entrevistada está sugerindo a existência de um contato que é estabelecido involuntária e ocasionalmente e acrescenta que, nestas circunstâncias, não há o olhar técnico para a interação que se dá entre eles.

Quando decide aceitar seus pacientes, no entanto, está disponibilizando um tipo de contato que pode ser feito voluntariamente e a qualquer momento, por ambas as partes do relacionamento. Talvez a aparente contradição que há entre as duas analogias possa estar ligada ao fato de que Dora, ao mesmo tempo em que descreve sua atuação no Facebook como “[nome real] que habita em mim além da analista”, por outro lado, parece ter uma leitura constantemente técnica em relação ao contato que estabelece com seus pacientes, entendendo suas interações como demandas clínicas. Apesar de haver a possibilidade deste olhar constantemente técnico na sua relação com eles, o espaço do *Facebook* não figura como o local apropriado para tratar destas questões e fazer terapia, em vez disso, elas são encaminhadas e tratadas no espaço da clínica, como temas sobre a rede, mas tratadas fora da rede.

De todos os entrevistados que têm pacientes entre os seus amigos no *Facebook*, vemos que o conteúdo do que é próprio desta rede social e o que deve ser tratado no *setting* varia em seus discursos. Por vezes, tenta-se manter diferenciado o tipo de contato que se estabelece em um e em outro, outras vezes, há uma interseção entre o que costuma ser próprio de cada instância e outras vezes ainda, parecem existir conteúdos entre as trocas no *Facebook* que não são retomados no *setting*, da mesma forma como também vemos esses conteúdos sendo diretamente levados para o espaço analítico como material a ser trabalhado.

A extensão da questão, porém, não se situa somente entre aqueles que possuem pacientes entre os seus amigos do *Facebook*; como nos apontou brevemente Dora, há uma preocupação geral entre os psicanalistas quanto a serem vistos por seus pacientes na rede, mesmo os que não os possuem entre os seus amigos, o que nos levaria a pensar como os demais entrevistados se situariam em relação a tal questão. Por isso, damos sequência à próxima categoria e, nela estarão incluídos tanto os entrevistados que têm pacientes em sua rede quanto os que não têm, buscando oferecer um panorama geral do conjunto dos entrevistados sobre a forma como eles se apresentam na rede.

## **8. Como os psicanalistas se apresentam na rede: que informações eles disponibilizam sobre si, quem tem acesso a elas e por quê**

Todos os entrevistados descrevem o *Facebook* como uma rede de alta exposição, por isso, a maioria relata que o usa de forma mais reservada. Isto significa dizer que eles procuram restringir o conteúdo que colocam sobre si a dados mais básicos de identificação. Outros tentam encontrar uma medida apropriada para equilibrar a baixa visibilidade que desejam ter na rede em relação aos seus conteúdos pessoais e a alta exposição que veem funcionando de forma próspera em suas divulgações profissionais ou que desejam ter em outros contextos de suas vidas.

Parte do desejo por esta baixa visibilidade pode ser atribuída a um contexto mais amplo de exposição, ao qual nenhum deles deseja estar suscetível. Outra parte, porém, está atrelada à possibilidade de seus pacientes encontrarem seus perfis na rede. Para ambos os casos, os entrevistados identificam critérios que adotam para si nos usos que habitualmente fazem do *Facebook* e que estão diretamente relacionados com as informações que eles disponibilizam, quem as vê e por que escolhem fazer desta forma.

### **8.1 Critério de delimitação do público**

A solução imediata mais eficaz encontrada pelos entrevistados é a seleção do público que terá acesso às suas informações. Sendo assim, todos os entrevistados empregam um recurso amplamente usado entre os usuários do *Facebook* – independentemente de serem psicanalistas –, que é o perfil aberto para amigos e fechado para o público geral. Em outras palavras, isto significa dizer que somente os amigos do usuário em questão poderão ver a totalidade do conteúdo que está disponível em seu perfil, tal como suas informações pessoais, fotos, postagens e comentários, enquanto o público geral terá acesso a apenas uma parcela desses dados.

A solução por delimitar as pessoas que teriam acesso às suas informações poderia ser suficiente se a categoria “amigo” de fato qualificasse um grau de intimidade fidedigno aos mesmos relacionamentos *off-line*. Ser “amigo”, no

entanto, é a expressão que os usuários do *Facebook* empregam para dizer que alguém pertence ao seu universo de contatos. Embora, a própria rede disponibilize recurso para classificar os contatos em categorias que discriminam o grau de relacionamento – “melhores amigos”, “amigos”, “conhecidos”, “público” etc -, no conjunto dos entrevistados apenas uma parte deles declara lançar mão desta possibilidade. Os demais entrevistados fazem uma separação de seus contatos apenas em dois grupos: “amigos” e “público”, o que está mais próximo dos padrões gerais de uso da rede. Sobre o conteúdo que aparece para cada um destes grupos, Adriana Lopes diz:

meus amigos podem ver minhas fotos, posts, comentarios, mas os que não são amigos não disponibilizo essas informações!(...) o "público" só vê meu nome, minhas fotos de capa e algumas informações como cidade local, instituição de ensino, mas as fotos do mural e posts não são disponibilizados

Joaquim Macedo também descreve o que seus amigos e aqueles que não fazem parte de sua rede podem ver sobre ele:

meus amigos tem acesso a tudo, publicações minha em meu mural, podem publicar em me mural, fazer comentarios em tudo, ver todas minhas fotos, cutucar (ahahah) etc... quem não tem permissão, nao pode fazer nada disso. só pode mandar msg interna, e ver as fotos que separei

Como visto, a delimitação dos grupos já restringe, em si, as informações às quais cada um terá acesso. Ao final do depoimento de Joaquim, porém, quando ele fala sobre as fotos que costuma “separar” para o público ver, tangenciamos um outro critério bastante usado pelos entrevistados: a seleção do conteúdo a ser postado.

## 8.2 Critério de seleção do conteúdo publicado

Além de determinar quem tem acesso às suas informações, a maioria dos entrevistados diz que também seleciona o próprio conteúdo que disponibiliza na rede, e esta parece ser uma forma mais segura de se manterem preservados da exposição. Em seu depoimento, Joaquim fala sobre as fotos que separa para o público geral, pois, dessa forma, qualquer pessoa que acessar seu perfil terá acesso somente aos registros fotográficos escolhidos por ele, enquanto os

membros que fazem parte de sua rede poderão ver mais fotos. Mesmo com esses dois critérios de uso, Joaquim M. ainda assim descreve uma postura mais reservada. Sobre a forma habitual como age no *Facebook*, ele diz:

sou mais discreto no face, posto musicas, e fotos mais tranquilas. nao gosto de polemicas ou desabafos muito pessoais e intimos aqui

Catarina Prado também descreve seu perfil como contendo poucas informações pessoais. Ela conta que decidiu fazer desta forma, porque usa o *Facebook* principalmente para tratar de assuntos de trabalho e isto faz com que ela tenha “muitos ‘amigos’...e principalmente muitas instituições” na sua rede. Quando lhe pergunto sobre a diferença entre amigos com aspas e amigos sem aspas, ela me explica que o primeiro tipo está circunscrito à esfera profissional e o segundo está reservado para os relacionamentos pessoais, que mantém em grupos fechados. O perfil que Catarina disponibiliza para um público mais geral parece ser uma possibilidade graças à seleção das informações que ela faz tendo em vista a compatibilidade com seu propósito de uso principal.

Iara Silva, ao contrario, diz que nunca usa o *Facebook* para tratar de contatos profissionais, mas, mesmo assim, aponta sua iniciativa de selecionar as informações que disponibiliza no seu perfil:

Não me sinto invadida nem exposta, uma vez que seleciono o que quero que seja visto e exposto.

Iara, Joaquim e Catarina são entrevistados que possuem pacientes entre os seus amigos do *Facebooke*; a maioria deles relata que a seleção do conteúdo que publicam na rede está diretamente ligada a algumas de suas considerações clínicas. Sobre esse aspecto, Iara diz:

Não acredito que as poucas informações que constam de meu perfil possam alterar a qualidade da relação, o que me obrigaria a mudar estratégias clínicas. O mais íntimo que digo é a data de nascimento. Dizer que estudei no [nome da instituição] não muda nada e que moro [nome da cidade] também não interfere. O que avalio, clinicamente é o quanto meu paciente pode ter acesso a minha vida um pouco mais pessoal (talvez através das fotos ou de seleção de posts) sem que isso pese na relação transferencial.

Neste depoimento, Iara está apresentando um critério de reserva que faz desde o início de seu uso do *Facebook*. Joaquim, apesar de classificar sua postura na rede como, naturalmente já mais discreta, revela algumas reflexões clínicas que

aconteceram ao longo de seu uso. Uma delas diz respeito à primeira vez em que recebeu a solicitação de um paciente para fazer parte de sua rede. Sobre o diálogo entre sua visibilidade e alguns aspectos clínicos, Joaquim diz:

**[antes de aceita-lo vc pensou sobre ele ter acesso a essas suas informacoes, o que passou pela sua cabeça nessa hora, lembra?]**pensei sim, sem duvidas desde o orkut, ja utilizava esse "criterio" para a minha exposição através de fotos quando vi que o facebook estava com um alcance muito maior de pessoas vi que fazia sentido meu "criterio" quando ele me adiciona, e tem acesso a meu conteudo, vejo que fiz bem em ter adotado esse tal criterio(...)levei isso na supervisão trabalhei os dois lado um lado mais dificil, dele ter acesso ao conteudo meu, familias e gostos musicais lados, esqueci do 's" ali em cima e trabalhei o lado de facilitar a transferencia, em aceitar um pedido de amizade, dele saber que sou uma pessoa que esta ai na vida, dele sentir que encarei essa situação de forma mais expansiva, ate com certa coragem e acho que funcionou

Iara e Joaquim identificam a transferência como o fenômeno clínico de destaque em suas considerações clínicas. Por isso, relatam que suas visibilidades na rede estão circunscritas à preservação da transferência, seja por não interferir sobre ela, seja por chegar, até mesmo, a favorecê-la. A forma como eles mantêm seus usos do *Facebook* alinhados a esta regra de preservação é selecionando a postagem de alguns de seus conteúdos.

Julia Freire não possui nenhum paciente entre os seus amigos do *Facebook*, mas relata que lança mão do mesmo recurso com a mesma finalidade: suas considerações clínicas relativas aos fenômenos transferenciais que possam aparecer na rede:

Eu, por exemplo, tenho vários pacientes jovens que falam que colocam o nome de todos que conhecem no google e no facebook. Tenho certeza de que já fizeram isso comigo tb! Sabendo disso, e da importancia da tal neutralidade para favorecer a transferência, eu ou muito cuidadosa com as minhas informações na rede.

### 8.3 Critério de baixa visibilidade na rede

Outros entrevistados preferem manter preservado o fenômeno transferencial a partir de diferentes critérios. Em vez de selecionar o que colocam sobre si em seus perfis – sejam dados, fotos, comentários, publicações e até mesmo seu histórico de atividades – eles preferem prevenir e/ou recusar o contato com seus pacientes através do *Facebook*.

Para alguns, a forma mais adequada para atingir esta finalidade é adotando algumas medidas preventivas para não serem “achados” na rede, reduzindo seu potencial de visibilidade como um todo.

### 8.3.1 Quanto aos dados de identificação

#### Nomes e sobrenomes

A forma de busca mais comum entre os usuários é pela digitação de seus nomes, por isso, muitos entrevistados falam sobre as adaptações dos sobrenomes que elegeram para colocar em seus perfis. Alguns são profissionalmente conhecidos por certos sobrenomes e, sendo assim, optam por usar um diferente na rede, ou por abreviá-los ou ainda colocá-los de forma incompleta. De maneira geral, este conjunto de entrevistados se apresenta através de identificações que os deixam com uma baixa visibilidade nos processos de busca. Sobre seu critério, Manuela Gomes diz:

eu nao quero que os pacientes me encontrem no fb entao nao coloco nem o sobrenome e se por acaso eles conseguirem me achar, nao vao conseguir ver nada a meu respeito

Sílvia Góis fala como se sente em relação a algum de seus pacientes descobrirem seu perfil no *Facebook* e, por causa disso, aponta qual medida preventiva adotou em relação a seu nome:

Só fico preocupada de algum paciente me achar aqui. Por isso coloquei meu primeiro sobrenome que não é o que eu uso profissionalmente.

Julia Freire resolve tomar outra providencia em relação ao seu nome e aos demais dados pessoais que disponibiliza em seu perfil:

Nome (mas não completo), instituição de ensino, cidade, data de nascimento acho que só... tinha colocado umas flores no inicio, mas ng me reconhecia, então resolvi colocar uma foto que não aparecesse totalmente o rosto, mas que desse pra identificar mais um pouco não me interessa mesmo que meus pacientes me encontrem, acho que é interessante dar o minimo de informação possível a eles, por isso tento preservar um pouco mais.

No depoimento de Julia vemos uma outra medida comum entre os entrevistados e esta diz respeito à foto que eles escolhem para colocar em seus perfis.

### Fotos do perfil

Além da escolha diferenciada do nome, alguns entrevistados dizem que também têm o hábito de colocar fotos em seus perfis em que eles estejam pouco reconhecíveis. Beatriz Miller descreve como é a sua foto no *Facebook* e nos situa em que contexto de visibilidade ela se encontra:

Minhas configurações de privacidade são todas acionadas. Ninguém publica nada na minha página sem que eu autorize, só adiciono quem eu conheço, não coloco minha foto no Avatar (como vc pode ver) e em hipótese alguma adiciono paciente....

Já Patrícia Sales coloca uma foto sua em que é facilmente reconhecida, mas decide por uma medida preventiva mais ativa em relação à possível visibilidade que seus pacientes possam vir a ter dela e que ela possa vir a ter de seus pacientes:

Qdo eu vejo q o pac usa o FB, eu o procuro na rede apenas p bloqueá-lo. Assim ele nao me ve, e em contrapartida eu nao o vejo mais.

Patrícia tem uma atitude preventiva de forma que seus pacientes nem chegam a encontrar seu perfil no *Facebook*. Laís Souza não age da mesma forma, mas diz que não tem cerimônia alguma para recusar as solicitações de seus pacientes, assim como fez com os 3 pacientes diferentes que lhe enviaram este pedido. De uma forma geral, ela conta que usa o *Facebook* para fazer contatos sociais e não entende o tipo de relacionamento que estabelece com seus pacientes como sendo desta natureza, por isso não os inclui na rede. Por outro lado, ela descreve parte de um caso clínico para ilustrar alguns riscos que ela imaginou serem possíveis nesta interação e como ela acredita que essa situação pode afetar a transferência.

O caso que conta diz respeito a uma paciente que ela estava atendendo sob a queixa de depressão e que havia chegado por indicação de uma amiga sua. Após o tratamento já ter sido interrompido, esta sua amiga, que também trabalhava com a paciente que tinha indicado para Laís, contou sobre a revolta do pessoal do

trabalho quando eles viram umas fotos que ela tinha colocado no *Facebook* indo à praia com aspecto de estar feliz, no mesmo período em que alegava estar se tratando de depressão. Imaginando sobre a possibilidade de ter visto estas fotos no *Facebook* na época em que elas foram postadas - período no qual a paciente ainda estaria sob tratamento com ela -, conversamos um pouco sobre como ficam as reflexões clínicas de Laís S. em torno do assunto:

**Laís:** Pois eh..imagina!! Inviavel ela no meu fb.. Eh um viés inadministravel para mim!! Isso..

**Entrevistadora:** qual viés, especificamente?

**Laís:** Ela no mei fb..deprimida e eu vendo fotos.. Curto circuito na escuta analitica! Rs Imagina!!

**Entrevistadora:** to imaginando! deve ter sido assim q o pessoal do trabalho ficou inclusive mas com vc ainda seria uma escuta diferente né?!

**Laís:** O paciente sem privacidade e o analista tbm!!

**Entrevistadora:** vc acha q isso afetaria o relacionamento de vcs? de alguma forma/ ?

**Laís:** Não sei..talvez.. Afetaria a transferencia Sem dúvida..

**Entrevistadora:** de q forma?

**Laís:** Se vc quer ser amado e admirado talvez a psicoterapia nao seja a melhor escolha ,já disse Calligaris.. No fb de certa forma as pessoas colocam seis meritos,coisas admiraveis..isso de fato nao combina com ser analista..rs.. Vaidade não combina com analistas.. Péripelo menos não deveria.. O terapeuta funciona com um remedio,trocar confiança por admiração seria substituir uma doença por outra..tbm Calligaris..

**Entrevistadora:** curioso o q vc ta me falando q as pessoas escolhem colocar aqui só as coisas admiraveis como é isso? me fala um pouco mais?

**Laís:** talvez srja uma peculiaridade dos gr de esporte mas preferencialmente postamos provas feitas,maratonas,treinos etc.. Por isso estaria estimulando determinados sentimentos direcionados por mim e nao dos conteudos do paciente..eu com medalha de corrida!! O que despertaria nos pacienyes?? Não sei..me soa mal..

**Entrevistadora:** vc acha q a privacidade na transferencia esta ligada a isto q esta falando?

**Laís:** Sim,tbm O paciente deve estar livre para o que precisar E eu devo estar . Simplesmente estar..



Ao falar sobre este possível encontro no *Facebook* entre a terapeuta - que estaria vendo as fotos de sua paciente “deprimida” na praia - e a paciente - que estaria vendo fotos de sua analista com medalhas de corrida -, parece que esta segunda situação pesa mais nas considerações clínicas de Laís e, neste sentido, podemos imaginar que se trata de uma dissonância entre um contexto no qual se deseja uma alta visibilidade e outro em que se pretende adotar uma baixa visibilidade. Em seu grupo de corrida, seus méritos e vitórias fazem parte de suas motivações de socialização, mas, enquanto terapeuta, seus feitos “admiráveis” parecem interceptar a transferência de uma forma que ela considera prejudicial para o tratamento.

A opção por ter uma maior ou menor visibilidade na rede é uma escolha individual de cada entrevistado. Independentemente do grau de visibilidade que decidem adotar em seus usos, todos lançam mão de alguns recursos de configuração de privacidade ou delimitam suas próprias ações no *Facebook*. Todos separam seus contatos em, pelo menos, dois grupos e, para cada um deles, disponibilizam mais ou menos informações pessoais. Alguns procuram tornar suas buscas para o público geral mais difíceis, quando escolhem sobrenomes desconhecidos pela maioria de seus contatos ou quando colocam fotos em que seus rostos não estejam aparentes ou em que eles estejam pouco reconhecíveis. Outros restringem o encontro com seus pacientes antes mesmo deles poderem ser buscados. Tratando dos amigos que fazem parte de suas redes, ainda assim, alguns entrevistados decidem selecionar os conteúdos que publicam.

Tendo ou não pacientes fazendo parte de seus amigos do *Facebook*, os entrevistados contam que a possibilidade de encontrá-los está incluída no uso que fazem da rede. Apesar de algumas providências serem tomadas por parte dos psicanalistas usuários - indo desde as mais flexíveis até as mais ortodoxas - todos descrevem que há, em seus usos, considerações relativas à profissão.

## **9. Discussão contemporânea em relação ao uso do *Facebook*: Produtivo ou improdutivo? Efeitos terapêuticos ou antiterapêuticos?**

Os diferentes posicionamentos entre os profissionais já fazem parte da história da psicologia. No depoimento dos entrevistados que possuem pacientes no *Facebook*, no entanto, fui testemunha da efervescência de uma questão atual que parece estar sendo discutida entre os profissionais da área. Ela diz respeito ao

fato de o *Facebook* ser ou não uma ferramenta clínica produtiva e adequada. Vemos a discussão presente no depoimento de Dora Moraes, através do seu posicionamento, seguido de um caso clínico que ela conta para subsidiar seu argumento:

Acho interessante ilustrar para desmistificar o uso do facebook como algo improdutivo : Atendi durante muitos anos uma menina dos ( 8 aos 12 anos). Quando atendo crianças muitas vezes incluo a família no processo quando entendo que se faz necessário. Quando você atende crianças muitos anos e acompanha a família acontece uma transferência cruzada... os pais ficam muito próximos!!! Essa mãe me adicionou e a filha nunca!! Nem mesmo neste último semestre quando terminamos o processo e na sessão final a mãe sugeriu que ela me adicionasse pois assim poderia me ver... falar comigo!! Essa demanda não era dela...

Já Iara Silva situa a questão dentro de uma discussão mais ampla e depois diz como se coloca diante dela:

muitos de nossa área julgam que entrar no facebook é uma exposição, pode dar margem a situações constrangedoras, etc. Como não sou ortodoxa, como participo meus pacientes de situações pontuais (viagens, por ex.), como sou " de carne, osso e afeto" (assim digo a eles), sou talvez mais próxima objetivamente. Não atravesso a rua quando encontro paciente, como reza a lenda em casos com analistas ortodoxos..rs

O depoimento de Joaquim Macedo também traz esta discussão, porém, de forma mais discreta, através de seu relato sobre como se sentiu e como lidou em relação à primeira solicitação de seu paciente:

na sessão seguinte a solicitação aceita, eu toquei nesse assunto mais ou menos nesse tom "Aceitei seu pedido de add, legal, somos amigos no face tb" tentei não fazer dessa situação uma dificuldade exagerada encarei de forma mais natural

Quando Joaquim se refere à intensidade e à qualidade com as quais tentou lidar na primeira vez em que se viu diante da solicitação de um paciente, ao mesmo tempo, ele aponta para aspectos gerais que esta situação poderia despertar, reações que podemos ampliar como as possivelmente encontradas no discurso de muitas outras pessoas. Como no de Dora, que também diz que ficou “assustada” quando os primeiros pacientes começaram a lhe adicionar.

Ao explicitar tal posicionamento, os entrevistados apontam na direção de um discurso em paralelo ao que apresentam, mas que aborda a questão do *Facebook* dentro de uma perspectiva mais precavida quanto à interação entre paciente e terapeuta.

Beatriz Miller está entre os profissionais que optam por deixar a interação com seus pacientes de fora do uso que fazem das redes sociais. Ela fala sobre sua visão e seu posicionamento em relação a esta discussão mais ampla:

Tento resguardar ao máximo, dentro desta realidade virtual, que não é somente virtual, minha privacidade. Não adiciono pacientes, não publico qualquer coisa, não emito opiniões levianas, etc. Agora, existem grandes psicanalistas que estão no Twitter, por exemplo. E escrevem, opinam, falam.....acho que como ainda temos um escopo teórico que está pensando estas questões, não temos balizadores, estamos tateando estes posicionamentos e nos resguardando dentro do possível.....

Seu depoimento representa o discurso de uma parcela dos profissionais desta área e da maioria dos entrevistados, no entanto, vemos nele um ponto que perpassa pelo discurso de todos os entrevistados, independentemente do posicionamento que eles têm quanto a esta questão. Trata-se do consenso de que não há modelos teóricos e técnicos suficientes para tratar da participação das redes sociais no vínculo terapêutico. Alguns revelam que sentem falta de um embasamento desta ordem, outros se colocam satisfeitos com as reflexões que fazem em suas supervisões e grupos de estudo, mas entre os desafios relatados pelos entrevistados, Joaquim M. inclui:

**[entender]** como todos os conceitos psicanalíticos se encaixam, se aplicam em uma sociedade na qual a rede social e a internet são forças, influências, e ferramentas muito fortes como trabalhar o distanciamento em uma época na qual a rede social é uma força, uma influência como se posicionar como terapeutas mediante essa influência

Beatriz Miller acrescenta:

desafio é entendermos onde estaremos inseridos nesses novos tipos de relações que se apresentam, como profissionais.(...) como nós mesmos vamos ficar. qual o limite que cada um, como profissional, vai determinar para si.....

E Sílvia Góis comenta:

O setting claro que termina. Ele é feito para dar limites ao paciente. De novo, está lá no Freud, nos textos técnicos dele: o setting é composto de barras, de limites tais como o tempo certo da sessão, o pagamento, o local etc (...) Quando falo do véu é no sentido de não cair no lugar comum então estaria mais para um prolongamento, um alargamento imaginário do setting. O mesmo acontece quando coloco meu nome de solteira no FB que é o nome que não uso mais profissionalmente, de certa forma, reforçando o véu, ou seja, tentando me manter num lugar, numa posição diferente das demais pessoas do convívio do paciente.

Helena Maia fala sobre o que pensa da relação entre o uso do *Facebook* e a transferência:

pode o facebook acabar com a fantasia dos pacientes? uma vez em que eles tem acesso a tantas informações nossas, não só daquilo que fazemos profissionalmente, mas do que fazemos nos nossos finais de semanas, com quem andamos, etc, isso altera a transferência, a torna menos potente?

Todos os entrevistados concordam que ainda não há respostas para as muitas indagações que surgem nesta discussão atual. Ao final das conversas que tive com eles, quando solicitei um *feedback* de como foi participar das entrevistas, muitos disseram que precisaram parar para refletir sobre assuntos que não estavam ainda bem organizados. Sobre este aspecto, Julia Freire diz:

(...) me fez [fez] pensar em algo que nunca tinha me detido muito...

Os entrevistados que estão atuando como profissionais experimentais - no sentido de que o próprio uso que fazem das redes sociais já propõe o diálogo entre essas três instâncias –também são fortes indicadores de que o espaço do *Facebook*, o tipo de contato e a forma de se situar nele ainda são tópicos carentes de reflexão.

## 10. Transferência na Rede

Todos reconhecem que a transferência não é um fenômeno exclusivo das quatro paredes do consultório, muito menos da psicologia, mas que o que diferencia os psicanalistas dos profissionais de outras áreas é que eles escolhem trabalhar com este fenômeno. Nos vínculos que se estabelecem *on-line*, a transferência, naturalmente, também se manifesta, assim como o faz em diversos outros tipos de relacionamento e em outros vários contextos.

Os entrevistados relatam que não há como prever o efeito que a obtenção das informações pessoais do analista pode gerar nos fenômenos transferenciais que acompanham cada paciente. Ao contrário, é exatamente a reação posterior de cada um que irá revelar a própria transferência que incide de diferentes formas em cada um. Nas respostas relativas à situação apresentada (p. 59), a maioria deles atribui o fato da psicóloga não ter sido procurada a questões internas do paciente, mais do que à amplitude da exposição trazida pelas redes sociais ou pela Internet, de uma forma geral. Sobre este aspecto, Patrícia Sales diz:

Acho que independente de redes sociais, ou de estarmos em 2013 ou 1900, a dificuldade foi interna do paciente. Quem sabe se após checar o perfil de 15 psicólogos diferentes ele consiga ir a primeira consulta?

Sílvia corrobora a opinião de Patrícia:

me chama muito mais atenção isso [Por que ela ter sido modelo o fez mudar de ideia] e o fato dele ter querido buscar referências sobre a profissional que o atenderia do que de fato ter conseguido, isso para mim é banal. Se ele quisesse mesmo saber, acabaria descobrindo mesmo que o google não existisse ainda. Claro que o google facilitou a busca, é óbvio.

Talvez pela situação descrita incluir a Internet de uma forma geral, quando os entrevistados estavam falando sobre este assunto, todos ampliaram seus discursos para o universo *on-line*, que vai além das redes sociais. Nele, apontam que a busca por informações alheias é um hábito comum na contemporaneidade. Sobre esta marca e seus possíveis efeitos na transferência, Joaquim diz:

essa situação é bastante real vejo até com certa naturalidade isso a pessoa quer saber minimamente com quem ela vai "tentar" iniciar um trabalho e vai investigar informações na internet sobre a pessoa citei minha experiência positiva com esse caso, mas nada impede que eu passe ou que até já tenha passado por essa situação, sem saber uma situação mais "negativa", assim podemos dizer. negativa, pelo sentido no qual impossibilitou um trabalho. que independente de ter sido, modelo, lenhador, soldado, atriz, e de ter amigos em comum, poderia acontecer negativa no sentido de impossibilitar o trabalho

Assim como a maioria dos outros entrevistados, Joaquim dá mais peso ao fenômeno transferencial do que à situação em que um cliente busca por informações a respeito do profissional com quem pretende iniciar um trabalho. Os entrevistados, inclusive, situam esse hábito como algo que perpassa todas as áreas profissionais<sup>24</sup> e independe da *Internet*, apesar de facilitado por ela. Quando tratam da configuração *on-line* propriamente dita, porém, este hábito aparece no discurso dos entrevistados como uma realidade parcialmente naturalizada e parcialmente estranha e desconfortável, em função da imprevisibilidade desta situação, do alcance de exposição que ela tem e dos efeitos que ela pode gerar aos fenômenos clínicos.

---

<sup>24</sup>A diferença descrita por eles é que os analistas trabalham com o significado e as reações dos pacientes em relação aos conteúdos envolvidos nesta busca, que podem traduzir fenômenos transferenciais

No trânsito desta realidade, os entrevistados misturam questões pessoais com aspectos que envolvem considerações técnicas e profissionais, por isso, seus discursos transitam por diferentes posições para descrever diferentes sensações. Às vezes, por exemplo, os entrevistados se colocam no lugar dos profissionais que têm seus dados buscados, às vezes, ficam na posição dos clientes que buscam por estas informações. Sílvia alterna entre as duas funções quando descreve que já buscou seu próprio analista na sequência de ter verificado se seus pacientes conseguiriam achá-la. Sobre este processo de busca, ela conta:

Ah, já tentei achar meu analista, só por curiosidade, mas não achei ele apenas o filho dele adolescente mas não quis ver a página dele não. Achei que seria ridículo...[ **q interessante como foi essa sua vontade de procurar pelo seu analista?**]Foi no mesmo dia que entrei no FB pela primeira vez. Eu pensei: "caramba, será que meus pacientes vão me achar mesmo com o sobrenome que não costumo usar?" Aí, em seguida pensei, posso testar tentando achar o meu analista.E não achei, nem tentem mais, nem sei se ele tem.Mas, não tenho mais essa curiosidade. Acho que atrapalharia a análise. Gosto de mantê-lo num lugar sagrado, meio fora do mundo geral. Nem quero saber muito da vida dele.

Assim como Sílvia, Helena também procurou pelo perfil de seu analista no *Facebook* e compartilha com ela o alívio de não tê-lo encontrado:

acho que nao gostaria se meu analista tivesse[**vc já o procurou alguma vez?**] já, claro, rs [rs, claro nao ué e como foi?] hehe mas nao gostaria de ter encontrado[**não? pq?**] porque ia ficar tentada a procurar fotos e daí ia ficar pensando: nossa, ele foi a tal lugar, caramba! essas besteiras entende? nao sei se estou conseguindo me expressar nos somos ambivalentes, né queremos e nao queremos estar proximos de certas pessoas

Gabriela nunca chegou a procurar por seu analista, mas explica a que motivos está atrelada a sua atitude. Sobre a participação de outros terapeutas na sua rede e por que seu analista não é um deles, ela relata:

terapeutas meus não. Mas amigos terapeutas sim [**pq não?**]pq eu não tenho interesse em saber da vida íntima do meu analista(...)não sei dizer pq, é uma boa pergunta. Para mim basta a intimidade que vivemos ali na hora da sessão. Se eu souber que ele torce para um time e não por outro, se eu souber qual sua religião, restaurante favorito, se ele é bom pai, bom marido e etc não vai mudar a qualidade do que eu vivo com ele nas sessões.

Não há aprofundamento suficiente neste conteúdo –até mesmo pelo contexto de pesquisa – para chegarmos a uma conclusão sobre a hipótese de que a expectativa que os entrevistados têm em relação ao que encontram de seus próprios terapeutas na Rede possa refletir suas considerações clínicas em relação ao seu próprio uso. Parece, no entanto, que essas experiências dialogam entre si,

pois os entrevistados que falam do alívio de não encontrarem seus terapeutas no *Facebook* são os mesmos que não aceitam pacientes e/ou que relatam preocupações quanto a serem vistos por eles.

Um ponto que aparece no discurso de alguns entrevistados é a necessidade e o cuidado, simultâneos, para que os analistas sejam preservados em um lugar “sagrado” ou, pelo menos, que suas vidas pessoais estejam fora do alcance de seus pacientes. Podemos pensar se neste sentido também eles precisariam estar para seus pacientes no mesmo lugar que reservam para seus analistas e se esta escolha tem a ver com suas próprias contratransferências ou se refletem expectativas gerais em relação a como os psicanalistas se comportam socialmente.

## 11. Psicólogos esperados e psicólogos encontrados

Os entrevistados costumam falar sobre diferentes expectativas quando se referem aos possíveis pacientes que os procuram e às pessoas em geral. Todos dizem que o motivo que leva um paciente a escolher um terapeuta específico corresponde a questões que estão na base de seu tratamento. Sobre este aspecto, Manuela Gomes conta como uma paciente decidiu iniciar a terapia com ela:

Ja aconteceu comigo isso, eu fui atender uma pessoa que disse que ja tinham visto no carnaval, falando com uma amiga em comum eu achei que seria o fim... pensei “me viu no carnaval, possivelmente bebida, e ainda é amiga de uma amiga minha..nao vai ficar” e a pessoa quis ficar, depois vi que na historia dela, ela tinha um sintominha assim. De so gostar de pessoas “que nem ela”, que fossem do meio dela era super preconceituosa entao pra ela foi otimo eu ser amiga de uma amiga dela

Manuela relata um caso em que a projeção da expectativa de sua paciente encontrou subsídios na realidade para que ela se sentisse suficientemente amparada em suas questões iniciais e, assim, começasse o tratamento. Muitos outros entrevistados, entretanto, descrevem a própria *Situação A* como um exemplo em que as informações obtidas pelo paciente não coincidiram com suas expectativas em relação ao terapeuta - fator que trazia, em si, questões transferenciais importantes para o início do tratamento. Em relação a algumas hipóteses sobre quais poderiam ser estas questões, Helena Maia diz:

talvez na cabeça dele seria dificil ser atendido por uma ex-modelo. ele pode pensar que ela seria boba, que nao seria tao estudiosa ou sei lá mas isso sao hipoteses que ele formou a partir de uma informação muito vaga

No depoimento de Helena, deparamo-nos com a confluência que parece acontecer entre as projeções dos pacientes e os estereótipos que participam de cada profissão. A entrevistada sugere que, no caso dos pacientes, provavelmente uma esfera serve à outra, no sentido de que cada fantasia encontra seu correspondente na realidade a partir dos símbolos sociais que são compartilhados entre as pessoas.

Quando se trata das pessoas de uma forma geral, a expectativa não corresponde às fantasias individuais, mas traduz o que o conjunto das pessoas espera em relação ao comportamento deste tipo de profissional. De forma ampla, os entrevistados dizem que a maioria das pessoas vê o psicólogo como um profissional em tempo integral, recluso socialmente, e estando restrito a grupos e a eventos de caráter mais reservado e com hábitos mais conservadores. Sobre esta imagem compartilhada pelo senso comum, Beatriz Miller resume:

Acho que a ideia de que os profissionais da psicologia são reclusos, não têm vida própria ainda paira um pouco por aí.

Gabriela Martins tem uma opinião parecida com Beatriz e diz de onde vem esta sua impressão:

**[e qdo a gente tava conversando sobre aquela situacao q te contei, vc falou sobre uma certa expectativa dos pacientes de que o analista fosse um eremita, q não tivesse vida social e td mais pq vc acha q os pacientes pensam assim? ]** a partir da minha própria experiência como paciente, a partir tb de conversas com amigos meus, e por fim, pela surpresa de vários pacientes meus qd descobrem q eu tenho vida fora do consultório (...) as pessoas tendem a achar que analista é um analista 24 horas por dia, que vive a analisar e a interpretar tudo e todos a sua volta. Existe tb uma fantasia de q o analista tem uma espécie de olhar raio x que lhe capacita compreender alguém rapidamente tendem a pensar tb analistas amam tudo relacionado a comportamento humano

O que Gabriela descreve a respeito da expectativa de que o terapeuta seja um eremita está associado ao fato de ele ser alguém que tenha pouca participação na esfera pública, acrescentado da fantasia de que é uma pessoa provida de fortes mecanismos internos de regulação afetiva. Joaquim M. conta como ele acha que as pessoas costumam imaginar parcelas da vida pessoal e emocional dos psicólogos:

acho que as pessoas imaginam um terapeuta, pensam em uma pessoa bem equilibrada, neutra, e o terapeuta é uma pessoa normal tem prazeres, vida pessoal inclusive tem perfil no facebook



Essa dissonância entre o que as pessoas esperam e como, de fato, os psicólogos se sentem é um aspecto descrito por muitos entrevistados. Dora Moraes fala explicitamente sobre essa marca quando se divide entre a [nome] analista e a [nome] que vai além da analista. É mesmo esperado que os profissionais adotem posturas diferentes para o exercício de suas atividades ou de tudo que diga respeito a elas, mas parece que parte deste conflito também existe na vida interna dos entrevistados.

## 12. Conflito: Imagem profissional, Desejos pessoais e Implicações clínicas

Para muitos entrevistados, o uso do *Facebook* retoma o conflito entre a expectativa que as pessoas têm do comportamento destes profissionais, as posturas clínicas que efetivamente suas ocupações lhes impõem e a manifestação espontânea de suas escolhas pessoais.

O fato de as pessoas esperarem que os terapeutas não tenham uma vida social intensa e de circunscreverem a que imaginam para eles a eventos intelectualizados e familiares, imediatamente os coloca diante do desconforto em relação à exposição de sentimentos e ações que possam ser ou, até mesmo apenas soar, como opostos a estas expectativas. Joaquim Macedo é um dos entrevistados que acredita que a revelação de aspectos mais espontâneos pode repercutir em distorções perigosas para a esfera profissional. Por isso, ele diz que prefere colocar só fotos “mais tranquilas” no *Facebook*, as quais define da seguinte forma:

fotos de momentos mais de celebrações mas tb evito fotos mais comprometedoras digo, estar associado com alcool, segurando bebidas [pq?] acho perigoso, pessoas podem entender o lado da diversão, de lazer e prazer. e outras podem ter uma ideia mais distorcida uma noção mais negativa fazendo julgamentos então escolho fotos mais "tranquilas", todos arrumados nela rrsr

Joaquim fala sobre os registros de seus momentos de descontração que escolhe publicar no *Facebook* e por quê. Dentre os seus motivos, está o propósito de evitar uma situação de vulnerabilidade a julgamentos alheios. Em seguida, explica como este julgamento aparece como um conflito para o exercício de sua profissão:

acho que a influencia é bastante presente em nossa profissao, para ser mais especifico influencia enquanto conflito até **[qual conflito vc diria?]** em tentar manter um distanciamento, que é extremamente importante para um trab psic, em uma epoca que a rde social é muito influente. e em como isso vai influenciar em como se estabelece a transferencia estabelecer e como isso pode atrapalhar tb ate impossibilitar **[e nas outras profissoes vc acha q é de q forma?]** acho que eles não estão tão sujeitos ao "julgamento" que nós passamos **[pq nao?]** nossa profissão é delicada, trabalhamos com conteudos muito delicados muito intimos pacientes que fazem idealizações sobre os terapeutas e que tem acesso a algumas informações, utilizando dessa ferramenta que é a internet **[e nas outras profissoes nao acontece assim?]** tb pode acontecer mas como é uma situação presente na minha vida, e na minha clinica até. acho qe a influencia é mais forte

Joaquim M. sugere que o “julgamento” que os psicanalistas sofrem é maior do que os que passam outros profissionais, pois se trata de um grau de idealização muito elevado e cuja “desestabilização” pode gerar repercussões clínicas importantes e imprevisíveis. Julia Freire concorda com Joaquim em que a Psicanálise não é um dos campos que obtêm mais retorno no diálogo que acontece na Rede entre a vida pessoal e a vida profissional. Ela cita a diferença do benefício que a psicanálise pode ter em relação ao de outras áreas profissionais:

acho que pode ser interessante pra varias profissoes, acho que pode ser uma ferramenta rica pra expor trabalhos publicitários, de designer, arquitetura, josrnalismo... etc até pra alguns psicologos que trabalham com outras linhas, acho que pode ser interessante, ajudar no dialogo, nas trocas entre os dois... enfim, acho que no caso da psicanalise, isso é muito diferente, não acredito que saber da vida pessoal possa favorecer a terapia.

As profissões descritas por Julia são todas ou da área de Comunicação ou da de Artes, e poderiam ser classificadas no imaginário social como ocupações marcadas pela sociabilidade, criatividade, leveza e dinamismo – características que parecem ser compatíveis com as preservadas no uso das redes sociais, de uma forma geral. Talvez esse tenha sido o motivo que levou a entrevistada a eleger estas profissões dentre tantas<sup>25</sup>.

Beatriz Miller, antes de ser psicóloga, era jornalista e trabalhava em um *site* de humor conceituado, ao mesmo tempo em que mantinha seu *blog*. Sobre este período, ela descreve como era seu uso na Internet:

<sup>25</sup> Apesar do discurso da entrevistada também apontar para o conflito em relação a questões técnicas que dizem respeito à clínica.

Eu já tive uma vida "virtual" muito mais ativa. Já tive um blog, que foi um dos pioneiros para um público bem específico, que era super conhecido, que foi convidado a ficar hospedado em um grande portal. Então, eu já vivi muito na e da internet.

No *site* de humor, as publicações que ela fazia tinham uma conotação menos pessoalizada do que o conteúdo postado em seu *blog*, e sobre os aprendizados que ela teve a partir destas experiências, Beatriz conta:

minha grande escola na internet, não foi o site de humor, foi a interação que tive com o meu blog. Vc escrever e lidar com quem vc não conhece te lendo, me ensinou muita coisa.....[ **é? tipo o q?**] A importância de se preservar. Escolher um determinado ponto para se estar sem se entregar totalmente. Conseguir manejar a escolha de palavras, a concepção de um texto de forma a respeitar quem te lê e a salvaguardar a si próprio. Mesmo este sendo um exercício de atenção constante.

Beatriz Miller é uma das entrevistadas que mantêm suas configurações de privacidade bem ativadas no uso atual que faz do *Facebook* e, como se poderia supor, não tem pacientes entre seus amigos. Sua preocupação com a revelação de aspectos pessoais, no entanto, parece ser anterior às suas considerações psicanalíticas e, de certa forma, está relacionada à sua experiência de manifestar sua intimidade através da escrita.

Ambas as ferramentas de comunicação estão atualmente desativadas, mas ela fala sobre como fica a sua relação com seu passado como jornalista e seu presente como psicanalista:

eu não tenho como apagar meu passado como jornalista. se alguém procurar muito, pode encontrar material produzido por mim, mas o que eu posso fazer quanto a isto? eu escrevia para veículos que têm o direito de usar o conteúdo. Não posso mentir e dizer que não sou eu, posso apenas incluir isto se por acaso algum paciente trazer isto a sessão.(...) existem alguns analistas que são escritores, artistas, atores e conciliam bem isso..... me sinto muito tranquila em relação a isto. Faz parte da minha história, do que eu fui/sou e tenho certeza que alguns aspectos da minha experiência como jornalista só acrescentam ao meu trabalho como psicóloga....

Apesar de apresentar uma posição integrada em relação as suas duas formações, ao longo da entrevista, Beatriz resolve me contar que colocou seu nome no *LinkedIn* para ver o que aparecia. Neste momento, temos o seguinte diálogo:

**Beatriz:** Isabel, fui lá xeretar meu nome.....rs....qualquer um que colocar meu nome no LinkedIn vai saber que sou psicóloga e jornalista.....

**Entrevistadora:** jura? eh a primeira vez q vc faz isso? o q achou ?

**Beatriz:** que eu tenho graduação em duas universidades diferentes.....rs....

**Entrevistadora:** sim, rs, e o q vc achou disso?

**Beatriz:**não vejo problemas.....

**Entrevistadora:** mas pq seria problema necessariamente? o q te fez jogar no linkedin e nao no facebook ou google?

**Beatriz:**joguei no google....eu tenho algumas homônimas....uma prima [nome da cidade] e uma outra [nome da entrevistada], na Califórnia.....meu face é todo travado.....tudo meu é fechado. até a lista de amigos..... o linkedin é que está aberto.....eu nem sabia.....rs....

**Entrevistadora:** pq vc fecha td?

**Beatriz:** do face?

**Entrevistadora:** é, e agora do linkedin talvez

**Beatriz:**a do linkedin eu nem uso.....vou é excluir..... face: pq eu prefiro manter minha privacidade para os meus amigos e conhecidos.....

Como visto nos depoimentos de Beatriz, ao pensar sobre determinadas situações, os entrevistados tendem a buscar suas experiências pessoais para falar sobre elas. No caso da inclusão das redes sociais no relacionamento terapêutico, apenas alguns entrevistados teriam exemplos autorreferenciais para citar, mas podemos notar que todos eles pensam algo sobre a situação. De fato, as categorias 10, 11 e 12 dizem respeito aos resultados que estão diretamente ligados aos desdobramentos da *Situação A*, e elas se tornam tão relevantes nesta pesquisa, pois é a oportunidade que temos de ouvir o que os entrevistados têm a dizer em relação ao que pensam sobre esta situação de uma forma mais ampla, sem que eles sejam uma das partes do relacionamento entre terapeuta e paciente.

Neste sentido, o diálogo entre o que esses entrevistados fazem e o que eles pensam a respeito da inclusão das redes sociais no vínculo terapêutico ainda aponta para a existência de conflitos. Vemos que não são só as implicações clínicas que compõem seu repertório de preservações, mas que existem elementos provenientes de outras fontes originárias que também são igualmente importantes e considerados na dinâmica de uso destas redes.

A tríade – imagem profissional, desejos pessoais e implicações clínicas – configura um conjunto confuso para os entrevistados, no sentido de que não parece estar claro, para eles, qual questão pertence a qual destas instâncias e, portanto, sob qual conjunto de valores e expectativas eles devem embasar seus comportamentos.

Em geral, cada um destes vértices é regido por uma série de condutas sociais que corresponde à esfera à qual estão ligados, porém, com a baixa discrepância do conteúdo que é próprio de cada um deles ou à conflituosa interseção que pode existir entre elas, os entrevistados parecem ser regidos pelos valores de todas as esferas, ao mesmo tempo em que por nenhum deles.

## 6

### Conclusão

Relacionando a leitura dos resultados e a questão posta no início deste estudo, pode-se dizer que ainda não há uma reflexão segura nem consensual por parte dos terapeutas que incluem as redes sociais no vínculo com seus pacientes, tanto no que diz respeito ao tipo de contato que aqueles estabelecem com estes, quanto em relação à definição deste espaço no tocante à esfera clínica. Essas indefinições geram outras, tal como a natureza das expectativas e do comportamento geral que se tem nas redes sociais. Parece que há a sugestão para que as pessoas se comportem como se estivessem em um território neutro. Isto significa dizer que esse espaço não é reconhecido nem como exclusivo de amizades pessoais, nem só como para contatos profissionais, havendo relacionamentos que misturam a natureza de ambos os tipos e outros que inauguram outras confluências. De todas as formas, para o grupo entrevistado, este espaço ainda não tem nome, nem definição.

É preciso considerar o ineditismo desta situação, em que a inferência de uma conclusão mais ampla seria precipitada. Em vez disso, é essencial circunscrever os resultados ao contexto da amostra selecionada e ao fato de este ser um fenômeno tão recente que ainda é passível de poucas reflexões, distanciamentos e repercussões, por vezes, necessários.

Uma das questões apontadas no início deste estudo diz respeito à aplicação contemporânea da técnica, divulgada há um século atrás, que trata da postura do analista no *setting*. A resposta encontrada para este questionamento foi a de que parece não haver ainda discussão suficiente para entender qual é a extensão dessa novidade. Efetivamente houve mudanças na aplicação da neutralidade ao longo do tempo? E, se houve, como ela fica nos dias de hoje? De que forma ela é qualificada? Podemos dizer que os critérios usados pelos psicanalistas entrevistados nas redes sociais são um tipo de neutralidade *on-line*?

Se considerarmos a neutralidade *on-line* como um conjunto de ações voluntárias, adotado integral ou parcialmente pelos psicanalistas como forma de regular a exposição que pode vir a acontecer de seus dados pessoais que ficam disponíveis nas redes sociais - seja porque eles próprios os colocam, seja em razão

de postagens de outras pessoas ou, até mesmo, devido a fatores inesperados – como medidas tomadas a partir de propósitos intencionalmente clínicos, parece possível responder que sim. Mas apesar de, aparentemente, os entrevistados guiarem suas ações nas redes sociais por princípios que acompanham a base teórica da neutralidade, eles não reconhecem seus comportamentos por este nome.

Um dos motivos que pode interferir nesta questão diz respeito à marca da neutralidade para alguns entrevistados, que parece estar mais próxima de seu estereótipo. Muitos deles mostram-se incomodados com a possibilidade de precisarem se apresentar como pessoas isentas de uma vida emocional ativa, no sentido de serem proprietários de afetos para com o mundo a sua volta, as pessoas em geral e, inclusive, com seus pacientes. Curiosamente, certos princípios da neutralidade enquanto técnica são preservados no uso que alguns entrevistados fazem das redes sociais, mas eles simplesmente não os identificam sob essa nomenclatura.

Mais provável, porém, que este fato esteja sendo atravessado por outra parte da conclusão deste trabalho, que se refere à impressão da existência de elementos que ultrapassam as implicações clínicas. A incidência do fenômeno em diversas outras áreas profissionais, junto ao resultado que trata da indefinição do espaço para os psicanalistas entrevistados, aponta para uma sensação mais ampla no que diz respeito ao uso das redes sociais e que, apesar de afetar questões clínicas importantes, não se restringe a elas.

A indefinição do espaço pouco nítida e consensual entre os entrevistados parece remeter a uma dimensão que reflete a sobreposição de contextos e esferas que, antes da Internet de uma forma geral, contavam com diferentes mecanismos de delimitação. A intensidade desta sobreposição, o alto trânsito dos usuários e a elevada visibilidade que a voluntária exposição dos dados pessoais acrescentou à dinâmica de uso das redes sociais colocam estes entrevistados como pessoas que descrevem não saber muito como agir neste espaço, fazendo das redes sociais um território indefinido quanto aos tipos de comportamentos e conteúdos que são plausíveis e a qual tipo de público efetivamente terá acesso a eles.

Conclui-se que, para eles, ora este fator pode ser favorável, ora, desfavorável. Para a divulgação de seus trabalhos, parece que esta amplitude é bem-vinda, mas quando tange aspectos clínicos são feitas considerações. A imagem profissional e os desejos pessoais também parecem estar envolvidos, no

que se refere a quais conteúdos os entrevistados desejam deixar com um elevado expoente de visibilidade e aqueles que podem, por exemplo, trazer prejuízos em suas esferas profissional e pessoal. Por isso, eles usam este espaço para favorecer o que avaliam ser próspero para si mesmos e de acordo com o que observam que está funcionando ao longo de seus usos e do uso que outras pessoas fazem das redes sociais.



## 7

**Referências bibliográficas**

BOLOGNINI, S. **Passagens Secretas: teoria e técnica da relação interpéssica** / Stefano Bolgnini; [tradução Telma Barros}. São Paulo: casa do Psicólogo, 2011. (1º Edição: 2009).

CARKHUFF, R.R. (1969). **Helping and Human Relations**. Vol I: Selection and Training. New York: Holt, Rinehart & Winston

FREUD, S. **A dinâmica da transferência**, 1912. In: \_\_\_\_\_. *O caso de Schreber e artigos sobre técnica*. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 107-120. (Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, 12).

FREUD, S. **Cinco Lições de Psicanálise**. Edição STANDART: Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, Imago Editora, Rio de Janeiro, V.21, 1972-1977.

GABBARD, G.;GABBARD, K. **The Female Psychoanalyst in the Movies**. *J Am Psychoanal Assoc*, August 1989 37: 1031-1049. Disponível em: <http://apa.sagepub.com/content/37/4/1031>.

GABBARD,O.G. e WESTERN,D. **Ripensare l'anzione terapeutica**. *Argonauti*, vol. 25, n.101, 113-41, 2003.

KNAAP,S.; LEHAVOT,K. & WOLLIAMS,M. **Psychotherapist Self-Disclosure and Transparency in the Internet Age**. *American Psychological Association* 2009, Vol. 40, No. 1, 22–30.

LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J. **Vocabulário da psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 1991

LEITÃO, C. **Impactos subjetivos da internet na prática clínica**. 2002. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica)- Pontifícia Universidade Católica, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2002.

LEVINE, S. S. **Nothing But the Truth: Self-Disclosure, Self-Revelation, and the Persona of the Analyst**. *J Am Psychoanal Assoc*, March 2007 55: 81-104. Disponível em: <http://apa.sagepub.com/content/55/1/81>.

MEISSNER, W.W. **The Problem of Self-Disclosure in Psychoanalysis**. *J Am Psychoanal Assoc*, September 2002 50: 827-867. Disponível em: <http://apa.sagepub.com/content/50/3/827>.

MEISSNER, W. W. **Neutrality, Abstinence, and the Therapeutic Alliance**. *J Am Psychoanal Assoc*, Dec 1998 46: 1089-1128. Disponível em: <http://apa.sagepub.com/content/46/4/1089>

MILETIC, M.J. (1998a). **Prologue**. In: *Psychoanalytic Inquiry* 18:515–517.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. (1989) **Questões metodológicas sobre a análise de discurso**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 4(1/2), 103-108.

\_\_\_\_\_. A. M. (1994) **A análise de discurso em questão**. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 10(2) 317 – 331

\_\_\_\_\_. A. M. (2006) **O campo da pesquisa qualitativa e o Método da Explicitação do Discurso Subjacente**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, Vol 20 no.1 65-73. Disponível em: <http://www.scielo.br/prc>

NICOLACI-DA-COSTA, A. M.; ROMÃO-DIAS, D.; LEITÃO, C. (2004). **Como conhecer usuários através do Método da explicitação do discurso subjacente**. In: *anais do VI Simpósio sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais — Mediando e Transformando o Cotidiano*. Hotel Bourbon, Curitiba, 17 a 20 de outubro de 2004.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M.; ROMÃO-DIAS; DI LUCCIO, F. (2009) **Uso de entrevistas on-line no método de explicitação do discurso subjacente (MEDS)**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, Vol.22 no.1 Porto Alegre. 1-14

ROCHA DA SILVA, M.; LEVISKY, R. **A invasão das novas formas de comunicação no setting terapêutico**. *Vínculo – Revista do NESME*, 2010, v. 1, n. 7, p. 01-81.

SIMMEL, G. **As grandes cidades e a vida do espírito** (1903). *Mana* [online]. 2005, vol.11, n.2, pp. 577-591. ISSN 0104-9313. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132005000200010>.

## Matérias de jornais on-line

**Após publicar foto constrangedora no Facebook, professor pode ser demitido**. Disponível em:

<<http://www.pop.com.br/popnews/noticias/poptrash/761820-Apos-publicar-foto-constrangedora-no-Facebook-professor-pode-ser-demitido.html>>

Acesso em: 04/07/2012

**Photo on the teacher's facebook page upsets parentes**. Disponível em:

<<http://www.10news.com/news/photo-on-teacher-s-facebook-page-upsets-parents>> Acesso em: 13/07/2012

**Jurada vai para cadeira depois de fazer contato com a ré em rede social**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia->

brasil/noticia/2011/06/jurada-vai-para-cadeira-depois-de-fazer-contato-com-re-em-rede-social.html>

Acesso em: 30/06/2012

GOES, Gisele. **Funcionário é demitido por publicar foto na web urinando em lanche.** Disponível em:

<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/08/funcionario-urina-em-lanche-e-posta-foto-na-web.html> Acesso em: 07/09/2012

CARDOSO, Marcelo. **Pedreiros são demitidos após ofender patrão pelo Facebook.**

<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/06/pedreiros-sao-demitidos-apos-ofender-patrao-pelo-facebook.html> Acesso em: 22/08/2012

**'Acho que fui ingênuo', diz enfermeira demitida ao postar fotos na web.** Disponível em:

<http://www.meionorte.com/noticias/geral/acho-que-fui-ingenua-diz-enfermeira-demitida-ao-postar-fotos-na-web-169835.html> Acesso em: 20/08/2012.

**Did the Internet kill privacy?**

Disponível em: <http://www.cbsnews.com/8301-3445\_162-7323148.html>  
Acesso em: 03/05/2012

**Capitã da PM Júlia Liers sobre foto polêmica: policial também não pode brincar?** Disponível em: <http://extra.globo.com/famosos/capita-da-pm-julia-liers-sobre-foto-polemica-policial-tambem-nao-pode-brincar-5643411.html> Acesso em: 15/08/2012

BERGAMASCHI, Rafael. **Ressaca moral: “o happy hour do escritório foi uma tragédia”.**

Disponível em: <http://delas.ig.com.br/comportamento/ressaca-moral-happy-hour-do-escritorio-acabou-mal/n1597635527444.html> Acesso em: 22/05/2012

BALZA, Guilherme. **Lei da transparência gera discussão sobre divulgação de salários de funcionários públicos.** Disponível em:

<http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2012/05/18/lei-da-transparencia-levanta-polemica-sobre-divulgacao-de-salarios-de-funcionarios-publicos.htm> Acesso em: 19/05/12

LUCENA, Patrícia. **Sete dicas para não se prejudicar nas redes sociais.** Disponível em: <http://economia.ig.com.br/carreiras/sete-dicas-para-nao-se-prejudicar-nas-redes-sociais/n1238179321847.html> Acesso em:

**‘Sensação de faca no peito’ diz Carolina Dickman sobre fotos.** Disponível em:

<<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2012/05/sensacao-de-faca-no-peito-diz-carolina-dieckmann-sobre-fotos.html>> Acesso em: 15/05/2012

**‘Fotos de Carolina Dickman nunca poderão ser eliminadas’ diz ONG Safernet.** Disponível em:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/05/fotos-de-dieckmann-nunca-poderao-ser-eliminadas-diz-ong-safernet.html>>

Acesso em: 15/05/2012

**Documentário “Vítimas do Facebook”.** Disponível em:

<[http://www.youtube.com/watch?v=cOLvC\\_PWfmk](http://www.youtube.com/watch?v=cOLvC_PWfmk)>

Acesso em: 11/12/2012

**Como as redes sociais podem prejudicar a sua carreira.**

Disponível em:

<<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2012/03/com-o-redes-sociais-podem-prejudicar-sua-carreira.html>>

Acesso em: 17/08/2012

**Confira cinco regras básicas para evitar problemas no Facebook.**

Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5191432-EI12884,00Confira+cinco+regras+basicas+para+evitar+problemas+no+Facebook.html>> Acesso em: 16/04/2012

**Redes sociais: 10 posts que podem afundar a sua carreira.** Disponível em:

<<http://itweb.com.br/51897/veja-quais-os-10-posts-em-redes-sociais-que-podem-afundar-sua-carreira/>> Acesso em: 27/03/2012

**Gafes nas redes sociais.** Disponível em:

<<http://ibccoaching.com.br/downloads/Materias/Terra-Gafe-Redes-Sociais.pdf>> Acesso em: 20/10/2012

**Facebook: saiba como fazer uma “faxina” nos posts da sua linha do tempo.** Disponível em:

<<http://idgnow.uol.com.br/internet/2012/02/02/facebook-saiba-como-fazer-uma-faxina-nos-posts-da-sua-linha-do-tempo/>>

Acesso em: 23/05/2012

MARTINS, Claudio. **Estudo traça comportamento do internauta brasileiro em 2011.** Disponível em:

<<http://mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/23264/estudo-traca-o-comportamento-do-internauta-brasileiro-em-2011.html>>

Acesso em: 15/04/2012