



ASPECTOS ÉTICOS DO USO DE REDES SOCIAIS PARA EMPREENDEDORISMO EM PSICOLOGIA: UMA PESQUISA DOCUMENTAL

¹Emanuelly Mota Silva Rodrigues; ²Erasmus Miessa Ruiz.

¹Mestranda em Ensino na Saúde pela Universidade Estadual do Ceará; ²Professor e orientador do Mestrado em Ensino na Saúde pela Universidade Estadual do Ceará.

Área temática: Inovações em Psicologia, Psicoterapia e Saúde Mental

Modalidade: Comunicação Oral Presencial

E-mail dos autores: ¹manumotapali@gmail.com; ²erasmo.ruiz@uece.br

RESUMO

INTRODUÇÃO: Com o advento das redes sociais ganhamos não apenas espaço de entretenimento e educação, mas de empreendedorismo. Apesar de ser uma ciência voltada para o cuidado, ter como compromisso social a assistência sem benefício próprio em casos de catástrofes e de tornar o acesso à assistência acessível a todos, não podemos esquecer que se trata de uma prestação de serviço, e como tal deve ser levado em conta os aspectos de reconhecimento e remuneração adequados.

OBJETIVO: Analisar documentos emitidos pelo Conselho Federal de Psicologia que norteiem a ética no uso das redes sociais. **MÉTODOS:** Foi realizada em março de 2023 uma pesquisa documental no site do Conselho Federal de Psicologia com o descritor “redes sociais”. Em seguida, foi realizada uma articulação entre o resultado e o Código de Ética Profissional.

RESULTADOS: Como resultado houve apenas um documento intitulado “Nota técnica sobre o uso profissional das redes sociais: publicidade e cuidados éticos”. Percebe-se que no marketing digital nos conectamos à pessoas, por isso a importância de um perfil em que o psicólogo também apareça, apresente um pouco sobre seus interesses e percepções. No entanto precisamos observar questões burocráticas quanto essa divulgação, cuidado à não promoção de preconceitos e apresentar uma imagem não condizente ao esperado de um psicólogo ético, a importância do sigilo, dentre outros.

CONCLUSÃO: É direito do profissional psicólogo a divulgação de seus serviços, inclusive através das redes sociais, sendo assim recursos não só de fortalecimento empreendedor, mas de promoção de saúde mental para a população. Os preceitos éticos, sobretudo os apresentados no Código de Ética Profissional da psicologia devem ser respeitados em qualquer contexto, inclusive nas redes sociais. Cabe a nós o desafio de realizar adaptações justas, respeitadas e humanas. Apesar da sua relevância há poucos documentos norteadores para psicólogos acerca do empreendedorismo nas redes sociais.

Palavras-chave: Rede social online; Empreendedorismo; Prática psicológica.





1 INTRODUÇÃO

Com o advento das redes sociais ganhamos não apenas espaço de entretenimento e educação, mas de empreendedorismo. Esse espaço facilita a competitividade do mercado, permitindo a captação de clientes e comercializando produtos e serviços existindo como potencializador do protagonismo e empoderamento feminino, sendo estas as principais usuárias desse serviço (FONTANA et al, 2021).

Sendo a psicologia uma profissão majoritariamente feminina, com 89% da categoria composta por mulheres (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA - CFP, 2013) a reflexão do uso das redes sociais para essa profissão não se afasta do que temos observado enquanto empreendedorismo nas redes. Apesar de ser uma ciência voltada para o cuidado, ter como compromisso social a assistência sem benefício próprio em casos de catástrofes e de tornar o acesso à assistência acessível a todos (CFP, 2005), não podemos esquecer que se trata de uma prestação de serviço, e como tal deve ser levado em conta os aspectos de reconhecimento e remuneração adequados.

No entanto, se faz necessário zelar pelos aspectos éticos do exercício profissional, inclusive no que se refere à divulgação dos serviços. Por isso esse texto objetiva analisar documentos emitidos pelo Conselho Federal de Psicologia que norteiem a ética no uso das redes sociais. A relevância está em oferecer reflexão acerca dos limites do uso desse recurso, preservando assim profissionais e usuários. A justificativa está no fato de que o uso das redes sociais é um caminho sem volta, sendo necessárias adaptações para a preservação de boas práticas na sua utilização.

2. MÉTODO

Para alcançar os objetivos propostos foi realizada uma Pesquisa Documental, sendo esta uma metodologia que faz uso de técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos para um processo de investigação, tendo o próprio documento como objeto principal (FÁVERO; CENTENARO, 2019).

Sendo o Conselho Federal de Psicologia o órgão regulador da profissão e responsável por estabelecer normas de condutas, foi realizada no mês de março de 2023 no site da instituição uma busca por documentações com o descritor “redes sociais”. Como critério de inclusão utilizamos





arquivos presentes na aba “documentos”, constando como critério de exclusão arquivos presentes em “notícias” e “eventos”, por entender que o foco da pesquisa é refletir sobre normativas.

Assim, posteriormente realizamos uma articulação entre o documento encontrado e o Código de Ética Profissional do Psicólogo (2005), clarificando seus apontamentos com uma discussão crítico-reflexivo acerca do fazer profissional nas redes sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A psicologia é uma profissão embasada por princípios éticos, sendo observada a proteção de profissionais e população assistida. Com isso, em 2005 foi publicado seu atual Código de Ética Profissional, apresentando caminhos práticos e os princípios norteadores do fazer. Apesar da relevância do uso das redes sociais para o empreendedorismo, a busca realizada resultou em apenas um documento, a Nota Técnica Nº1/2022/SOE/PLENÁRIA, intitulada “Nota técnica sobre o uso profissional das redes sociais: publicidade e cuidados éticos”.

No marketing digital nos conectamos à pessoas, por isso a importância de um perfil em que o psicólogo também apareça, apresente um pouco sobre seus interesses e percepções. No entanto, vale destacar o que apresenta o Art. 2 do Código de Ética Profissional, de que não podemos induzir nossas convicções ideológicas, bem como promover qualquer tipo de preconceito. Isso também aparece na Nota Técnica, citando que é vetado ao psicólogo publicações em que associem sua imagem a conteúdos não adequados à profissão.

Apesar dessa possibilidade de conexão pessoal é válido criar, mesmo antes dos atendimentos, espaços que respeitem valores e crenças dos atendidos. Aspectos como vestimentas, falas e postura não podem promover discriminação ou pouca valorização do paciente em aspectos religiosos, políticos, culturais ou afins, gerando assim confiança deste no processo terapêutico, além de validar uma intervenção centrada no paciente. Não cabe ao psicólogo juízo de valor e isso precisa estar claro entre todos os envolvidos (SILVA; DANTAS, 2023).

Outro aspecto importante é a divulgação apenas de títulos a qual possui, exigindo cautela ao apresentar-se como doutor ou especialista em algo que não apresente titulação. Além disso, sendo a psicologia uma ciência ampla é válido especificar o nicho de atuação, apresentando em qual área o trabalho desse profissional pode ser útil. A Nota Técnica também alerta para a não realização de publicações de cunho sensacionalista ou de autopromoção em depreciação de outros profissionais.





Em relação a aspectos práticos, o que se apresenta no Art. 20 do Código de Ética deve ser utilizado nas redes sociais, sendo além dos itens destacados acima a presença do nome completo, número de registro profissional. É também vetada a divulgação de preços como atrativos comerciais, inclusive utilizando de sorteios ou cupons promocionais, recursos tão utilizados na Rede. Assim, em caso de divulgação terceirizada ou em plataformas coletivas cabe ao psicólogo analisar o bom uso do seu nome, sendo este o responsável técnico da divulgação.

Importante destacar nosso papel enquanto protetor do sigilo e da privacidade do paciente, por isso evitar compartilhamento de relatos ou análises de casos. A formação ética do psicólogo ultrapassa as portas da universidade, sendo necessária a constante lembrança de que lidamos diariamente com o sofrimento humano, cabendo ao profissional zelar pela manutenção de um espaço seguro e que preserve a individualidade e complexidade de quem atendemos, em todas as suas esferas (DIAS; REGO, 2020). Apesar de ser permitida a divulgação de depoimentos ou fotos com a autorização por escrito do paciente, cabe a reflexão da possibilidade do pedido quebrar alguma fronteira no vínculo terapêutico, bem como reduzir o acompanhamento apenas a um acordo comercial.

Apesar de seu advento se referir a um conceito em terapia comportamental, a psicoeducação é amplamente utilizada como referência ao ato de explicar conceitos psicológicos em linguagem simples dentro ou fora do *setting* terapêutico. Sendo assim, as redes sociais podem ser uma importante ferramenta para esse alcance, sendo esse fim um importante objetivo de um perfil para divulgação profissional de um psicólogo. Alguns exemplos a serem citados são o uso de um robô de mensagens automáticas, o *chatbot*, para essa finalidade no *Facebook* (SOUZA, 2017) ou a realização de *lives*, sobretudo na pandemia, acerca de fatores protetivos à saúde mental.

Similar a esse conceito é válido refletir sobre a importância da rede social no letramento em saúde, podendo compartilhar com a população de forma acessível informações sobre saúde mental, autocuidado, acesso à serviços especializados, dentre outros. Assim é facilitado o cumprimento do dever profissional de promover saúde e qualidade de vida de pessoas e coletividades, instigando reflexões e quebrando tabus, conforme apresentado nos princípios fundamentais do Código de Ética.





4. CONCLUSÃO

É direito do profissional psicólogo a divulgação de seus serviços, inclusive através das redes sociais, sendo assim recursos não só de fortalecimento empreendedor, mas de promoção de saúde mental para a população. Um bom perfil profissional acima de tudo informa, quebra tabu, promove reflexões e incentiva a busca por autocuidado e a rede social é, atualmente, o caminho mais rápido para alcançar esses objetivos.

Os preceitos éticos, sobretudo os apresentados no Código de Ética Profissional da psicologia devem ser respeitados em qualquer contexto, inclusive nas redes sociais. Cabe a nós o desafio de realizar adaptações justas, respeitosas e humanas.

REFERÊNCIAS

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Código de Ética Profissional dos Psicólogos**, Resolução Nº 10/05, 2005.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Psicologia: uma profissão de muitas mulheres**. Brasília: CFP, 2013.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Nota técnica sobre uso profissional das redes sociais: publicidade e cuidados éticos**. Nota Técnica Nº1/2022/SOE/PLENÁRIA, 2022.

DIAS, Fabio Araujo; REGO, Sergio. Estudo sobre a formação ética dos estudantes de psicologia. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 4, p. e22942978, 2020.

FAVERO, A.A; CENTENARO, J.B. A pesquisa documental nas investigações de políticas educacionais: potencialidades e limites. **Contrapontos**, Florianopolis, v. 19, n. 1, p. 170-184, jan. 2019.

FONTANA, D. de M.; OLIVEIRA, D. de L.; RAMOS, E. G.; MASSARO, A. dos S. Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo Feminino. **Revista Ciências Administrativas**, [S. l.], v. 27, n. 1, 2021.

SILVA, Diego; DANTAS, Natandoson Torres. Habilidades do terapeuta: princípios e diretrizes para uma relação terapêutica efetiva, ética, com acolhimento e comunicação. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 9, n. 4, p. 425-433, 2023.

SOUZA, Henrique Santos de. **A robô Eureka: desenvolvendo um chatbot de psicoeducação para o Messenger no Facebook**. TCC (Graduação em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, p. 47, 2017.

