



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
UFBA**

**INSTITUTO DE PSICOLOGIA
MESTRADO ACADÊMICO**



BRUNA LANTYER OLIVEIRA GARCIA

**PSICÓLOGO (A) NO CONTEXTO DIGITAL:
GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES EM REDES SOCIAIS**

SALVADOR

2019

BRUNA LANTYER OLIVEIRA GARCIA

**PSICÓLOGO (A) NO CONTEXTO DIGITAL: GERENCIAMENTO DE
IMPRESSÕES EM REDES SOCIAIS**

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

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Ribeiro

Coorientador: Prof. Dr. Rodrigo Nejm

SALVADOR

2019

À minha mãe, Rosana, por sua força,
determinação e beneficência, que tenho
refletidas em mim.

AGRADECIMENTOS

Dois anos se passaram e é chegada a hora de agradecer aos verdadeiros responsáveis por esse trabalho. Sem o apoio de vocês não seria possível escrever nem uma linha desta dissertação, e, por esse motivo, dedico a vocês essa conquista.

Em primeiro lugar, agradeço ao meu marido Gabriel, por me apoiar em todas as decisões, sempre com palavras de carinho e amor. Sua compreensão e admiração nessa jornada foi fundamental para a minha dedicação, obrigada.

Às "amigas mestrandas" Lari e Lili, que estiveram comigo desde o início do mestrado e que foram fonte de inspiração e acolhimento em todos os momentos, obrigada. Ao amigo parceiro e querido, Mauri, que sempre esteve presente nessa caminhada e que ganhou um lugar muito especial na minha vida, obrigada.

Aos amigos do GITS, que fizeram esse processo ser o mais prazeroso possível, me proporcionando momentos de diversão, conhecimento e acolhimento. Em especial, agradeço a Mari, Thi e Boni por estarem sempre presentes nos momentos mais desafiadores, obrigada.

Agradeço às amigas de infância, Rafa, Reninha, Betinha e Rapha, que sempre tinham alguma palavra afetiva quando tudo parecia não dar certo, vocês foram essenciais, obrigada! Aos amigos Milena e Antônio, por estarem sempre disponíveis com seu acolhimento e carinho, e, por acreditarem em mim mais do que eu mesma, obrigada!

Agradeço ao meu coorientador, Rodrigo, pelos momentos de aprendizagem e inspiração, sempre de modo acolhedor e validador, muito obrigada!

Por fim, agradeço ao meu orientador, Zé, pelos ensinamentos que extrapolam a academia, muito obrigada.

Lantyer, B. (2019). *Psicólogos (as) no Contexto Digital: Gerenciamento de Impressões em Redes Sociais*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Psicologia, Universidade Federal da Bahia - UFBA, Salvador, BA.

RESUMO

Os (as) psicólogos (as) brasileiros (as) têm utilizado e se apropriado da internet para fins profissionais há pouco mais de vinte anos. O atendimento psicoterapêutico mediado por TICs, por exemplo, passa a ser permitido oficialmente no final dos anos 2018 apenas, após aproximadamente dezoito anos de pesquisas empíricas e teóricas acerca do tema. Ao mesmo tempo, estes profissionais se apropriam da internet a partir de plataformas de rede sociais digitais, tanto para fins pessoais quanto profissionais. À medida que o uso de redes sociais digitais passa a fazer parte das dinâmicas interacionais cotidianas destes profissionais, algumas práticas singulares de interação são fomentadas, bem como novos acordos sociais passam a entrar em vigor nesta arena. Ao mesmo tempo, variáveis técnicas e sociais verificadas em tal contexto, simultaneamente, se apresentam significativas para a manutenção e os ajustes das apresentações e exposições de aspectos do *self* destes interagentes em tal ambiente. Nesta direção, a presente pesquisa buscou investigar de que modo os psicólogos brasileiros, que atuam online, gerenciam as impressões que desejam passar aos seus interagentes na principal rede social digital utilizada. Para isto, foram mapeados os usos e apropriações que estes profissionais fazem das TICs, bem como as estratégias de gerenciamento das suas impressões para as audiências, nas principais redes sociais digitais utilizadas por eles. Os resultados apontam para o uso dos dispositivos móveis e das principais redes sociais digitais tanto para fins pessoais, quanto profissionais. Ao mesmo tempo, os profissionais criam perfis particulares de interação, que apresentam entre si aproximações e afastamentos quanto às situações vivenciadas. As estratégias utilizadas para gerenciar suas impressões às audiências, nas redes sociais digitais e a partir de cada tipo de perfil, envolvem a percepção de variáveis técnicas e sociais. Aponta-se que pesquisas futuras devem investigar as especificidades envolvidas nos usos profissionais de plataformas digitais por psicólogos (as), bem como sua influência nas expectativas sociais acerca da profissão.

Palavras-chave: Psicólogos (as); Gerenciamento de Impressões; Contexto Digital; Redes Sociais Digitais.

ABSTRACT

Brazilian psychologists have been using and appropriating the Internet for professional purposes for just over twenty years. For example, ICT-mediated psychotherapeutic care was officially introduced in late 2018 after approximately eighteen years of empirical and theoretical research. These professionals have taken ownership of the internet by using digital social networking platforms for both personal and professional purposes. As the use of digital social networks becomes part of the daily interactional dynamics of these professionals, some unique interaction practices are fostered, as well as new social agreements take effect in this arena. Furthermore, technical and social variables simultaneously verified in such a context are significant for the maintenance and adjustment of the presentations and expositions of self aspects of these interactants in such an environment. In this sense, the present research sought to investigate how Brazilian online psychologists manage the impressions they wish to pass on to their interactants in the digital social networks. To this end, we mapped the uses and appropriations these professionals make of ICTs as well as the strategies for managing their impressions for audiences in the main digital social networks used by professionals. The results point to the use of mobile devices and major digital social networks for both personal and professional purposes. In addition, professionals create specific profiles of interaction which present similarities and differences from each other regarding the situations presented by them. The strategies used to manage their impressions to audiences in digital social networks and from each type of profile involve the perception of technical and social variables. Future research should investigate the specificities involved in the professional uses of digital platforms by psychologists as well as their influence on social expectations about the profession.

Keywords: Psychologists; Impression Management; Digital Context; Digital Social Networks.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Categorias temáticas, suas definições e frequências – situações constrangedoras e/ou incômodas	59
Figura 2 - Categorias temáticas por tipos de perfis - situações constrangedoras e/ou incômodas.....	62
Figura 3 - Categorias temáticas, suas descrições e frequências – ajustes nas configurações de privacidade	64
Figura 4 - Categorias temáticas por tipos de perfis - ajustes nas configurações de privacidade.....	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Caracterização dos participantes.....	43
Tabela 2 - Fins de utilização de dispositivos digitais.....	49
Tabela 3 - Fins de utilização de plataformas digitais.....	51
Tabela 4 - Frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital.....	55
Tabela 5 – Incômodo e/ou constrangimento e ajustes nas configurações de privacidade.....	57

LISTA DE SIGLAS

APA	<i>American Psychology Association</i>
CFP	Conselho Federal de Psicologia
CRP	Conselho Regional de Psicologia
CGI.br	Comitê Gestor da Internet no Brasil
RS	Redes Sociais
SRS	Sites de Redes Sociais
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação

SUMÁRIO

Introdução.....	11
1. Psicologia e TICs.....	15
1.1 Psicólogos (as) nos contextos digitais.....	18
2. Interações Sociais.....	24
2.1 Redes Sociais Digitais.....	27
2.1.1 Públicos em Rede.....	31
3. Apresentação de Si	34
3.1 Gerenciamento de Impressões no Contexto Digital.....	36
3.1.1 Privacidade.....	38
4. Método	41
4.1 Delineamento da pesquisa	41
4.2. Participantes	41
4.2.1 Caracterização dos participantes	42
4.3 Procedimento de coleta dos dados.....	44
4.3.1 Instrumento	46
4.4 Procedimento de análise dos dados.....	46
4.4.1 Análise quantitativa dos dados	46
4.4.2 Análise qualitativa dos dados	46
4.5 Aspectos Éticos.....	47
5. Resultados e Discussão.....	48
5.1 Usos e Apropriações das TICs.....	48
5.1.1 Fins de utilização dos dispositivos e das plataformas digitais.....	48
5.1.2 Frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital.....	55
5.2 Gerenciamento de Impressões em SRS	58
5.2.1 Situações constrangedoras ou incômodas vivenciadas na principal plataforma de rede social digital utilizada.....	58

5.2.2 <i>Necessidade de ajustes nas configurações de privacidade na principal plataforma de rede social digital utilizada</i>	64
6. Conclusão	71
Referências	73
Apêndice A - Questionário Online	83
Apêndice B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	87

Introdução

De acordo com a pesquisa TIC Domicílios¹ (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019) mais recente, feita em 2018, 46,5 milhões de residências brasileiras têm acesso à internet, sendo que 97% dos usuários que a acessam de modo individual, utilizam o telefone celular. Comunicações mediadas por Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) (internet, dispositivos celulares, *tablets*, computadores pessoais etc.), como a interação em redes sociais digitais e a troca de mensagens instantâneas, por exemplo, são as atividades mais realizadas pelos usuários da internet no Brasil. A popularização dos dispositivos móveis, bem como o uso intenso das redes sociais digitais, apresenta significativa contribuição para a importância da internet nas dinâmicas de interação cotidianas do país, principalmente a partir dos anos 2000, quando a utilização das redes sociais digitais se torna mais frequente na continuidade e manutenção das interações sociais ordinárias (Boyd & Ellison, 2007).

Considerando que as dinâmicas interacionais cotidianas têm caráter contínuo e são construídas a partir da interação do indivíduo com seu contexto social, torna-se provável que aspectos deste contexto passem a fazer parte da construção da concepção de si mesmo. Entendendo que as TICs fazem parte das interações sociais ordinárias na atualidade, fazer uma análise da vida cotidiana separando as interações físicas, geograficamente identificadas, daquelas mediadas por estas tecnologias, denota não tratar o fenômeno interacional em sua forma complexa.

¹ A pesquisa TIC Domicílios é realizada anualmente desde 2005, pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br, com o objetivo de mapear o acesso à infraestrutura TIC nos domicílios urbanos e rurais do Brasil, bem como, as formas de uso destas tecnologias por indivíduos de 10 anos de idade ou mais.

Enquanto parte da interação ordinária, as TICs promovem contextos sociais particulares e multifacetados que requerem diferentes níveis de análise para sua compreensão. Ao se tratar de contextos sobrepostos (físicos e digitais), trata-se também de práticas específicas de interação, que dependem de complexas e múltiplas variáveis (por exemplo, dispositivos técnicos, plataformas digitais diferentes, múltiplas audiências, *hardware*, contextos físicos variados etc.). A utilização e apropriação das TICs, portanto, fomenta dinâmicas interacionais específicas, que envolvem ajustes nos acordos interacionais cotidianos, modelando e alterando práticas ordinárias.

Há uma tendência crescente de trabalhos que se destinam à articulação entre a psicologia e a internet; mais especificamente, quanto a utilização e apropriação das TICs por psicólogos (as) (Hallberg & Lisboa, 2016; McMinn, Bearse, Heyne, Smithberger, & Erb, 2011). Junto a estas investigações, a resolução que sistematiza e regulamenta a prática do atendimento psicológico mediado por TICs no Brasil vem sendo atualizada desde o ano 2000. Produções brasileiras têm demonstrado que há uma relação direta entre a sistematização da prestação de serviços psicológicos realizados por meio de TICs e um aumento nas apropriações e usos de TICs por psicólogos (as) em demandas profissionais e pessoais ao longo das duas últimas décadas (Gonçalves & Belmino, 2017; Hallberg & Lisboa, 2016).

Este trabalho tem como eixo principal a compreensão de algumas práticas dos profissionais de psicologia que se apropriam das TICs para fins profissionais, bem como, para fins pessoais e profissionais ao mesmo tempo. Diante das possibilidades do uso da tecnologia, a que nos interessa está circunscrita nas interações sociais nos ambientes digitais, levando em consideração as singularidades deste contexto como campo de interação tanto profissional quanto pessoal.

No âmbito das interações nos ambientes digitais, existem discussões em torno dos novos limites entre público e privado (Boyd, 2014; Hatuka & Toch, 2014; Petronio, 2002) e também das formas particulares de apresentação e exposição de aspectos de si em plataformas digitais (Boyd, 2014; Chester & Bretherton, 2009; Nejm, 2016). Considerando que estas diferentes formas de exposição e apresentação de si ocorrem em plataformas digitais diferentes, e que o (a) psicólogo (a) passa a lidar com particularidades próprias destas ambiências, incluindo os limites tênues entre público e privado, torna-se relevante entender quais são as implicações desta mudança de cenário tão particular sobre o gerenciamento de impressões do (a) psicólogo (a), e o que isto gera de implicação para as expectativas geradas em torno do profissional de psicologia que utiliza e se apropria da internet.

Considerando a necessidade de pesquisas que investiguem os usos e as apropriações das TICs pelos (as) psicólogos (as) brasileiros, bem como as estratégias utilizadas por eles ao gerenciarem suas impressões em contextos tão complexos, a questão norteadora desta pesquisa é: como os (as) psicólogos (as), atuantes profissionalmente no contexto digital, gerenciam suas impressões na principal rede social digital que utilizam? Esta investigação perpassa por um corpo de estudos teóricos e empíricos que compreendem a interface entre a psicologia e as TICs (Crestana, 2015; Hallberg & Lisboa, 2016; Pieta & Gomes, 2014; Siegmund, Janzen, Gomes, & Gauer, 2015; Siegmund & Lisboa, 2015).

Entendendo o contexto digital como um ambiente multifacetado, no qual dinâmicas interacionais particulares são promovidas, esta pesquisa tem como objetivo geral: analisar algumas estratégias que os (as) psicólogos (as), atuantes profissionalmente no contexto digital, utilizam para gerenciar as impressões que desejam passar para os seus interagentes nas principais plataformas de rede sociais digitais que fazem uso. Para alcançá-lo, dois objetivos específicos serão contemplados ao final desta pesquisa, a saber: (1) identificar os usos e as apropriações das TICs pelos psicólogos (as) que atuam *online*; e (2) identificar algumas

estratégias utilizadas por eles ao gerenciar as impressões que desejam passar para os seus interagentes na principal plataforma de rede social digital utilizada.

Para o alcance dos objetivos supracitados, este trabalho é organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo, são apresentados e discutidos alguns trabalhos acerca da intersecção entre psicologia e TICs, com ênfase naqueles que aprofundam a investigação sobre os usos, as apropriações e alguns aspectos da privacidade do psicólogo (a) ao interagir *online*; no capítulo seguinte, são traçadas relações entre as interações sociais mediadas por TICs e alguns aspectos particulares dos contextos digitais, e, mais especificamente, das redes sociais nesses ambientes; no terceiro capítulo, o conceito de apresentação de si é apresentado e discutido a partir de alguns autores clássicos e outros contemporâneos. Logo em seguida, os conceitos de gerenciamento de impressões e de privacidade são tratados, com base nas especificidades verificadas nos contextos digitais. A descrição do método utilizado é apresentada em seguida, acompanhada pelos resultados e análises realizadas. Por fim, são apresentadas as conclusões desta pesquisa.

1 Psicologia e TICs

Há aproximadamente vinte anos, no Brasil, os psicólogos (as) passam a reconhecer as TICs, em especial a internet, como ferramentas úteis para a promoção de serviços próprios da psicologia. No final dos anos 1990, a utilização de computadores e de *e-mails* começam a fazer parte da comunicação assíncrona entre psicoterapeutas e pacientes, inicialmente para marcação de consultas presenciais, e, ao longo do tempo, para o acolhimento e o direcionamento mediados pela internet. Naquele momento, a psicologia iniciava um processo de transformação da prática clínica, que passava a considerar uma nova lógica de espaço/tempo, bem como, a possibilidade de oferecer os serviços psicoterapêuticos não mais dependentes da copresença física entre psicoterapeuta e cliente (Fortim & Cosentino, 2007).

No início dos anos 2000, o Conselho Federal de Psicologia (CFP) normatiza a prática dos psicólogos (as) a partir da mediação por TICs. Ao longo das atualizações das normas que regulamentam tal prática, verifica-se uma gradual evolução quanto às liberações e restrições. Na Resolução de nº 011/2012, por exemplo, que normatizou a prática até novembro de 2018, os serviços de orientação psicológica eram limitados a 20 sessões. Os atendimentos psicológicos poderiam ultrapassar essa quantidade predeterminada em casos experimentais, que estivessem submetidos a alguma instituição. Os (as) psicólogos (as) que apresentassem interesse em oferecer atendimento psicológico por meio de TICs, nessa resolução, deveriam ter *websites* cadastrados no site do CFP e, por conseguinte, adquirir o selo de certificação para atuação².

² A atuação do profissional de psicologia, a partir da mediação por TICs, envolve o oferecimento de serviços psicológicos que não se resumem apenas ao atendimento psicoterapêutico.

A resolução mais recente, de nº 11/2018, passa a permitir o atendimento psicológico com quantidade de sessões ilimitadas. Além disso, os (as) psicólogos (as) passam a não precisar submeter seus *websites* para aprovação, sendo necessário um cadastro individual apenas, junto ao Conselho Regional de Psicologia (CRP). Apesar de tal liberação, há restrições significativas que limitam a atuação destes profissionais; por exemplo, em situações de urgência e emergência, desastres, violação de direitos ou de violência, sendo estes atendimentos considerados inadequados ou vedados nessa modalidade.

Ao longo das atualizações, nota-se que as regulamentações indicam a prescrição da conduta do (a) profissional de psicologia quanto ao uso de TICs voltado para o oferecimento de serviços psicológicos *online*, ao mesmo tempo, apesar do código de ética indicar algumas diretrizes quanto à promoção da profissão em veículos de comunicação, não foi verificado um direcionamento quanto ao uso e a apropriação da internet no próprio cotidiano do profissional, como a utilização de plataformas digitais de redes sociais e sua complexidade técnica enquanto promotora de dinâmicas interacionais, por exemplo.

Lidar com os fenômenos propiciados por mudanças tecnológicas, como o advento da internet, por exemplo, tem sido demanda da psicologia, ao mesmo tempo em que os próprios psicólogos (as) também estão sujeitos a elas. Ao lançarem mão dos dispositivos móveis (por exemplo: *notebook*, *tablet*, *smartphone* etc.) e das plataformas digitais (por exemplo: *Instagram*, *Facebook*, *Linkedin*, *Twitter* etc.) em sua vida cotidiana, os psicólogos (as) passam a lidar com algumas particularidades próprias destas ambiências.

A partir de uma revisão sistemática e descritiva, acerca do panorama atual de produções científicas sobre a intersecção entre psicoterapia e TICs, Hallberg et al. (2015) verificaram que há um número crescente de pesquisas produzidas internacionalmente nesta direção. Segundo os autores, em comparação com outros países, os Estados Unidos é o que mais produz pesquisas

empíricas que envolvem esta temática. Notou-se também que de 2009 a 2012 houve um crescimento exponencial de publicações. Quanto aos eixos temáticos verificados nas pesquisas, aquele que mais se destacou se refere a discussão, investigação e avaliação da eficácia quanto ao tratamento psicológico a partir das TICs, somando o total de 75,3% dos estudos. As pesquisas sobre a presença, o uso e o gerenciamento das TICs por psicoterapeutas somaram apenas 6% dos estudos encontrados.

Os dados apontados no estudo supracitado, indicam uma forte tendência de pesquisas empíricas e teóricas internacionais que se destinam à utilização das TICs por psicólogos (as), enquanto instrumentos e/ou meios de intervenção psicoterapêuticos. Quanto à literatura nacional sobre o tema, observam-se dados semelhantes aos verificados acima. No Brasil, há uma tendência de produções que buscam investigar aspectos da psicoterapia mediada por TICs, que envolvem algumas direções de investigação, como por exemplo: a verificação da construção de vínculo psicoterapêutico na modalidade de atendimento *online* (Pieta, 2014; Pieta & Gomes, 2014; Prado & Mayer, 2006; Singulane & Sartes, 2017; Rodrigues, 2014; Rodrigues & Tavares, 2016); as atitudes sobre a permissão da psicoterapia *online* (Marot & Ferreira, 2008); os aspectos da abordagem teórica no contexto do atendimento *online* (Brito, 2013; Oliveira, 2009); os aspectos éticos da psicoterapia *online* (Siegmund, et. al., 2015); o desenvolvimento de protocolos para o atendimento *online* (Gumier, 2015; Pieta, Siegmund, Gomes, & Gauer, 2015; Silva, 2017), entre outros. Ao mesmo tempo, ratificando os resultados verificados por Hallberg et al. (2015), observa-se que as particularidades interacionais e o impacto da mediação das TICs no cotidiano do psicólogo (a) são pouco investigados no Brasil, apesar da sua relevância como apontam alguns autores (Castro, 2013; Feijó, Silva, & Benetti, 2018; Hallberg & Lisboa, 2016).

As produções internacionais e nacionais demonstram, por um lado, um crescente no número de trabalhos empíricos e teóricos que *a priori* se preocupam em caracterizar a prática de atendimento psicológico mediado por TICs, assim como verificar sua eficácia. Há, por outro lado, rara produção direcionada às práticas interacionais dos (as) psicólogos (as) em ambiências digitais como em redes sociais digitais (Hallberg & Lisboa, 2016). Tal dado promove desafios para o pesquisador interessado no comportamento social dos (as) psicólogos (as), e, na sua complexidade ao lançarem mão das TICs em seus cotidianos.

1.1 Psicólogos (as) nos Contextos Digitais

A *American Psychological Association* (APA) vem se posicionando sobre o tema desde meados dos anos 2000, a partir de postagens no seu próprio site na seção "direcionamentos éticos"³ que versam sobre os aspectos éticos da exposição de profissionais de psicologia na internet. Tais direcionamentos sobre a temática envolvem desde "o quê" expor a "para quem" expor. É orientado ao profissional que ao escolher sobre o que postar e para quem, deve-se refletir sobre as possíveis implicações éticas que sua postagem poderá ter. Não há, no entanto, uma indicação de qual tipo de conteúdo deve ou não ser postado. Esta preocupação corrobora com a ascensão dos Sites de Redes Sociais digitais (SRS), que passaram a fazer parte da vida cotidiana de modo mais frequente a partir dos anos 2000, moldando de forma significativa as interações sociais ordinárias (Boyd & Ellison, 2007; Couldry & Hepp, 2016).

A internet tem possibilitado o acesso a aspectos privados dos (as) psicólogos (as), promovendo tensões entre os limites da exposição de aspectos pessoais e profissionais. Ao

³ Tradução nossa para "*ethics rounds*"

tratarem sobre o tema, Zur, Williams, Lehavot, & Knapp (2009) destacam uma ascendência na criação de páginas profissionais em plataformas digitais por profissionais de saúde, que oferecem de modo intencional e não intencional informações de caráter pessoal. Os autores sinalizam as diferentes formas de acesso às informações pessoais dos (as) psicólogos (as) (através de uma busca simples no *Google* pelo nome do profissional ou em uma plataforma de SRS) e os impactos éticos que estas duas formas de exposição na rede podem ter.

Por um lado, tal estudo reflete uma ascensão na utilização de SRS por psicólogos (as) não apenas de modo pessoal e privado, mas também para fins profissionais e de publicização, ao lançarem mão da criação de páginas profissionais, por exemplo. Por outro, há o caráter "involuntário" da exposição de aspectos de si dos (as) psicólogos (as), no qual as informações sobre si, disponibilizadas na rede, passam a ficar sob controle das características singulares do contexto digital, onde o conteúdo publicado é *persistente, replicável, escalável e buscável*⁴ (Boyd, 2011), tornando o controle sobre ele pouco efetivo quanto à amplitude que a informação alcançará.

Em uma direção semelhante, McMinn et. al. (2011) investigaram o uso da internet por psicólogos (as) clínicos (as), com o objetivo de compreender como estes profissionais utilizam a tecnologia emergente e quais os desafios subjacentes ao uso. Os participantes apresentaram um alto grau de incertezas sobre as condutas na internet (troca de e-mails com clientes, aceite de clientes em seus próprios perfis pessoais e profissionais e o acesso do cliente aos dados pessoais do profissional na internet). Os autores indicam, ao final da pesquisa, a necessidade de esclarecimentos das particularidades das novas tecnologias para estes profissionais.

Os limites entre os campos profissional e pessoal passam a demandar, na arena digital, interpretações que considerem as singularidades deste contexto. Com os profissionais de

⁴ Tais conceitos serão explanados no capítulo 2.

psicologia, a tenuidade entre estes limites, que antes eram tão precisos, passa a fazer parte do cotidiano dos profissionais da área e, sobretudo, geram interrogações quanto às condutas em tal arena.

Hallberg & Lisboa (2016) analisaram a percepção e a utilização das TICs por psicoterapeutas. Tendo como participantes psicólogos (as) brasileiros (as) residentes no estado do Rio Grande do Sul, as autoras destacam como principal resultado a significativa presença da internet na vida pessoal cotidiana do psicoterapeuta, apesar do uso restrito para fins profissionais, em especial nos SRS. Uma particularidade evidenciada neste estudo, corroborando com o anterior, foi a escassez de esclarecimentos sobre a conduta dos (as) psicólogos (as) na arena digital, apesar da significativa percepção destes profissionais sobre o aumento da busca por seus serviços mediados pela internet. Outro dado curioso da pesquisa é o uso restrito que os (as) psicólogos (as) participantes fazem das SRS para o fim profissional, em contraste com os resultados apontados na pesquisa anterior, onde há uma ascendência na criação de páginas profissionais por profissionais de saúde.

Feijó, Silva, & Benetti (2018) investigaram a percepção de psicoterapeutas com orientação psicanalítica sobre a utilização das TICs com os seus pacientes. A partir de uma entrevista exploratória com 11 psicoterapeutas, foi verificado que os profissionais percebem as TICs em sua prática de modos distintos, a saber: a) enquanto ferramenta de trabalho, facilitando intervenções na prática clínica; b) enquanto promotora de "entraves" ao trabalho clínico, ao promover a percepção de características como: "ilimitada", "invasiva" e "instantânea"; e c) enquanto mediadora da relação terapeuta-cliente no manejo clínico, onde o uso é direcionado ao trabalho psicoterapêutico a partir das singularidades de cada paciente.

Nota-se que a percepção das TICs pelos profissionais participantes da pesquisa citada acima, está associada às suas facilidades e dificuldades para a prática clínica. É notória a relação

existente entre as características percebidas a partir das TICs (ilimitada, invasiva e instantânea) e sua relação direta com "entraves" quanto ao seu uso profissional/pessoal. Tal relação promove reflexões acerca de como as particularidades das plataformas e dos dispositivos promovem tipos de interação que evidenciam a necessidade de "ajustes" nas regras estabelecidas entre os interagentes (psicoterapeuta e o cliente) e ainda, que tais ajustes são promovidos pelos incômodos e/ou constrangimentos envolvidos.

Van Allen & Roberts (2011) analisaram, dentre outros tópicos, o uso de configurações de privacidade em SRS, bem como a percepção, crenças e práticas relacionadas ao próprio comportamento na arena digital de 445 participantes, entre estudantes de pós-graduação em psicologia e psicólogos (as). Os resultados indicaram que os ajustes nas configurações de privacidade pelos participantes variam a depender da plataforma utilizada (*facebook, instagram, linkedin*). Além disto, os autores apontam que há a necessidade de entendimento quanto às questões de privacidade e confidencialidade no contexto digital, a fim de identificar os limites possíveis de uso das mídias sociais pelos psicólogos (as) nessa ambiência. Os autores concluem que a utilização de SRS por psicólogos (as) têm crescido e que eles devem estar atentos às questões éticas da exposição de conteúdos "privados", uma vez que tal exposição é compartilhada com outros públicos.

Nota-se que a conduta do profissional quanto aos ajustes nas configurações de privacidade varia de acordo com cada plataforma de rede social, e, portanto, a partir da arquitetura de tais plataformas. Há uma prescrição comportamental em cada plataforma que parece "não estar de acordo" com regras de conduta pré-estabelecidas fisicamente, como a exposição de aspectos privados para diversas audiências diferentes e o pouco controle do acesso de terceiros a aspectos privados do profissional, o que torna a ambiência digital ainda mais particular e as bordas entre público/privado mais emblemáticas.

Percebe-se haver uma tendência das produções em discutir aspectos positivos e negativos da utilização de TICs, bem como implicações éticas da exposição de si dos (as) psicólogos (as) no contexto digital. Ao mesmo tempo, há rara atenção para as particularidades técnicas e sociais deste contexto, o que ratifica a necessidade de pesquisas de cunho teórico e empírico voltadas para a compreensão dos aspectos idiossincráticos das interações sociais destes profissionais nesta ambiência. Este ponto de partida para pesquisas nesta área legitima uma atenção especial para a complexidade do fenômeno interacional mediado por TICs, além de promover uma perspectiva ampliada sobre os modos de interação social dos psicoterapeutas no ambiente digital.

A internet enquanto uma TIC compreende possibilidades de interação particulares, que mudam a forma como os indivíduos se relacionam com o mundo e como constroem suas próprias concepções de si mesmos (Nejm, 2016). Ao interagir em ambiências digitais, os indivíduos lidam com características próprias de cada plataforma, evidenciando um esforço no gerenciamento da apresentação e exposição de aspectos de si (Boyd, 2014; Ribeiro, 2003). Nesta direção, a gradativa utilização da internet por psicólogos (as), ao longo dos últimos 20 anos, vem fomentando mudanças significativas nas estruturas interacionais verificadas na relação entre o profissional de psicologia e as variadas audiências (familiares, colegas de trabalho, amigos etc.), incluindo seus próprios clientes.

A utilização de redes sociais digitais por psicólogos (as), por exemplo, passa a fazer parte do cotidiano destes profissionais, o que promove reflexões acerca dos modos particulares de uso e a apropriação que eles fazem delas. Descrever e analisar parte dos comportamentos interacionais dos (as) psicólogos (as) no seu cotidiano, mediado por TICs, pode ser um caminho útil não apenas para a clarificação das mudanças nas expectativas relacionadas à conduta deste profissional, mas principalmente, para entender como estes (as) profissionais se relacionam e administram sua atuação nesta arena na contemporaneidade.

A análise sobre o uso e a apropriação das TICs, bem como, sobre as próprias performances percebidas pelos psicólogos (as), na arena digital a partir dos seus perfis em redes sociais, indicará de que modo estes profissionais estão se apropriando de tal arena. Para investigar tal performance é necessário compreender o ambiente complexo em que este profissional está inserido, suas variáveis técnicas e sociais, bem como suas particularidades enquanto promotoras de determinados comportamentos e não de outros.

2 Interações Sociais

Entendendo que diversas definições do *self* coexistem nas teorias e práticas psicológicas (Macedo & Silveira, 2012), opta-se pela utilização da definição que melhor contempla os objetivos deste trabalho, visto o papel importante dado ao contexto social como parte fundamental da formação de uma compreensão de si mesmo. Partindo de uma concepção interacionista na qual os símbolos e significados têm papel central na formação do *self*, é dada aqui uma atenção especial para o modo como ele se desenvolve a partir das interações sociais.

Para o Interacionismo Simbólico (IS), o significado é a principal unidade para se compreender o comportamento interacional humano. A interação simbólica está circunscrita na dinâmica do ato social, em que os objetos do ambiente percebido se ajustam e se reajustam, numa constante troca simbólica. As trocas simbólicas são a base da interação e, portanto, é a partir delas, de acordo com Mead (1972), que o *self* se desenvolve, representando um processo social que envolve duas fases analíticas distintas: o Eu (*I*) e o Mim (*Me*). A primeira se refere à ação propriamente dita, ao "Eu" enquanto agente ativo; a segunda se refere à reflexão sobre a ação, ou ao "Mim" enquanto agente passivo, e, portanto, ao *self* como objeto de interpretação. Tal distinção entre o "Eu" e "Mim" tem suas origens na concepção de James (1890), que considerava estas duas dimensões do *self* como igualmente importantes no desenvolvimento da linguagem e das práticas sociais. Ao fazer essa distinção, é analisada tanto a dimensão social quanto a subjetiva no processo de concepção de si mesmo (Casagrande, 2016; Carvalho, Borges, & Rêgo, 2010; Nunes, 2005).

Percebe-se o caráter dialético no desenvolvimento do *self* para esta abordagem, que envolve interlocuções igualmente relevantes entre as experiências privadas (sob a pele) do indivíduo, bem como as trocas comunicacionais com outros indivíduos. Para Mead (1972,

p.135), o *self* "(...) *emerge no processo da experiência e atividade social (...)*" e é a partir de tal experiência que novos significados são construídos e revistos, numa constante troca simbólica.

A partir de descrições minuciosas sobre a performance em interações sociais, Goffman (2014) utiliza a metáfora dramática para salientar o papel central do significado. É comum verificar ao longo da sua obra uma preocupação especial em descrever comportamentos cotidianos e o modo como as interações sociais ocorrem, evidenciando aspectos da ordem social normativa enquanto condicionantes da interação. Ribeiro e Braga (2012) destacam que a teoria dramática considera a performance a partir da relação entre indivíduo, significados e contextos. Ressaltam ainda que o engajamento do indivíduo em uma situação demonstra ser adaptativo e direto, "longe de ser automático" (p.71). A adaptabilidade a uma situação, evidenciada pelos autores, ressalta o caráter dialético da interação social.

Ao tratar do conceito de interação social, Goffman (2014) evidencia a fluidez das trocas simbólicas constantes entre duas ou mais pessoas, definindo tal conceito como "a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros" (p.23) que, em sua concepção, tal influência considera não apenas os símbolos verbais falados, mas também aqueles que promovem algum tipo de significado dentro da interação (gestos, entonação, postura etc.). A interação social envolve, assim, elementos que interagem entre si, bem como as regras que regem e estruturam esses elementos ao interagirem. É necessária também a existência de um ambiente em que tais trocas simbólicas e sistemáticas ocorram (Joseph, 2000).

Os meios de comunicação passam a mediar as interações sociais de um modo distinto do que era predominante na história das relações humanas, onde se prevaleciam as interações fisicamente presentes em um tempo e um lugar geograficamente identificados. A interferência da mídia na construção da realidade social contemporânea tem promovido, ao longo do tempo, padrões de conduta particulares, possibilitando que diferentes comportamentos sejam

valorizados, não mais dependentes, de forma exclusiva, daquelas temporalidades e espacialidades. A mídia enquanto tecnologia passa a oferecer uma infraestrutura própria que em si possibilita a construção de novos sentidos, fazendo parte de processos às vezes alheios àqueles performados nas interações mediadas fisicamente (Couldry & Hepp, 2017; Thompson, 2011).

Nesta direção, compreende-se a internet enquanto uma TIC promotora de mudanças significativas no modo como os indivíduos interagem com outros e como constroem concepções de si mesmo. As trocas simbólicas verificadas na copresença mediada por TICs apresentam particularidades significativas, como, em alguns casos, assinala Thompson (2011) a falta do acesso às expressões não verbais, e como os gestos e posturas, em algumas interações. Esta especificidade destacada pelo autor e outras tantas possíveis próprias dos contextos digitais não impedem que a interação ocorra, mas demonstram haver uma adaptação à situação a partir dos atributos cênicos oferecidos por tal arquitetura (Thompson, 2011).

Ainda que Erving Goffman não tenha tratado em sua obra sobre as interações sociais mediadas pela internet, pelo período em que ela foi desenvolvida, parece útil recorrer ao sociólogo para analisar as performances verificadas no contexto digital. Em primeiro lugar, pelo seu método minucioso de análise sobre o comportamento interacional cotidiano demonstrar-se válido para as dinâmicas interacionais contemporâneas mediadas por TICs, e, em segundo, por sua destreza em identificar variáveis situacionais importantes para manutenção ou não de comportamentos ordinários.

Para Goffman (2014), o processo interacional depende de alguns elementos contextuais. Ao apresentar o conceito de “cenário”, por exemplo, o autor evidencia a importância dos elementos que compõem o ambiente, como a mobília, a decoração, as pessoas etc., que juntos possibilitam que a interação ocorra. O cenário faz parte da “fachada”, que configura o modo

como o indivíduo se apresenta à audiência. Os conceitos de "cenário" e "fachada" podem ser transpostos para a análise das interações mediadas pela internet, ao serem considerados os condicionantes técnicos do ambiente mediado (elementos da arquitetura das plataformas e dispositivos digitais) enquanto cenários complexos de interação; bem como, os condicionantes sociais, ou os ajustes nas apresentações e exposições de aspectos de si, enquanto um esforço para manter uma fachada coerente para as diversas audiências.

A adaptação de condutas ordinárias às expectativas sociais *online*, em cada plataforma e a partir de cada dispositivo, evidencia uma complexidade substancial nas interações sociais verificadas em tal arena. Tal complexidade promove dinâmicas interacionais particulares, compostas por variáveis sociais e técnicas, que moldam os acordos interacionais verificados no contexto digital. O modo como os indivíduos se apresentam ou se expõem em tal ambiente está intimamente relacionado ao repertório de referências identitárias, que são articuladas e expressas à medida em que novas situações são apresentadas (Goffman, 2014).

2.1 Redes Sociais Digitais

Discussões acerca do conceito de Redes Sociais (RS) precedem análises aplicadas ao contexto digital, ao mesmo tempo em que adaptações em sua definição são necessárias para a compreensão do fenômeno neste contexto. Apesar de ganharem popularidade apenas em 2003, com a rede social digital "Friendster", as RS têm sua origem no ambiente digital em meados de 1997, com o surgimento da Web 2.0. Em 2001, o termo "Web 2.0⁵" é cunhado para caracterizar

⁵ Para uma leitura mais aprofundada, ver Beer e Burrows (2007).

a produção de conteúdo *online* de modo dinâmico, referindo-se à responsabilidade compartilhada na construção de conhecimento na internet, na qual os usuários passam a se envolver cada vez mais na criação e consumo de conteúdo na Web. Esta mudança técnica promoveu transformações significativas nas interações sociais cotidianas, que passaram a ocorrer de modo mais ativo na arena digital (Boyd & Ellison, 2007; Orihuela, 2008).

A partir de tal mudança, houve a popularização de sites como *Facebook* e *Youtube*, onde a produção de conteúdo passou a ser realizada também pelo próprio usuário, deste modo alterando a relação que ele estabelecia com o conteúdo *online* e indicando mudanças sociais significativas a partir da possibilidade de interação e compartilhamento de conteúdo (Pecini, 2018).

Em 2007, Boyd e Ellison fazem sua primeira proposta de definição do conceito de SRS. Tal definição inicial corresponde a um momento onde o papel dos perfis pessoais nestes sites era central nas interações *online*. As autoras definem os SRS como serviços baseados na rede que permitem que os indivíduos: (1) construam um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema delimitado, (2) articulem uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizem e percorram sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema, sendo que a natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site.

A noção de SRS é atualizada pelas autoras seis anos depois, a partir de mudanças nas três condições anteriormente propostas por elas. Os SRS foram aprimorados e os perfis pessoais assumiram função secundária, passando a ser produto de mídia agregada. A definição mais recente destaca os SRS prioritariamente como plataformas de comunicação e, mais especificamente, salienta o papel ativo do compartilhamento de conteúdo consumido a partir de um fluxo interacional.

Nesta definição, as atividades geradas pelos usuários e o seu produto ganham papel central. Os SRS então passam a ser caracterizados como plataformas de comunicação em rede nas quais os participantes: (1) possuem perfis exclusivamente identificáveis que consistem em conteúdos fornecidos pelos usuários, conteúdos fornecidos por outros usuários e/ou dados fornecidos pelo sistema; (2) articulam publicamente conexões que podem ser vistas e percorridas por outras pessoas; e (3) consomem, produzem e/ou interagem com fluxos de conteúdos gerados pelos usuários, fornecidos por suas conexões no site (Boyd & Ellison, 2013).

As alterações verificadas na definição proposta contemplam mudanças significativas nas variáveis técnicas e sociais, como, por exemplo, a dinamicidade que o perfil pessoal adquiriu deixando de apresentar o caráter estático e descritivo, sendo composto também por atualizações de status, conteúdos fornecidos por outras pessoas, relatórios de atividades gerados pela plataforma e até conteúdos sugeridos por ela (Boyd & Ellison, 2013).

Numa direção semelhante, Martino (2015) ressalta a natureza relacional da composição de uma RS e os seus vínculos fluidos e flexíveis, além das dinâmicas interacionais diversas. Ele destaca que pelo menos três elementos estão inclusos em sua acepção: (1) o caráter horizontal das interações, (2) a natureza flexível delas e (3) o seu caráter dinâmico. Ao sinalizar a horizontalidade das relações em RS no contexto digital, o autor sugere que não há uma hierarquia rígida entre as pessoas; pelo contrário, indica que existe uma aproximação flexível a partir de interesses em comum. A flexibilidade e fluidez correspondem à rapidez em que os vínculos podem ser criados e desfeitos, a partir das necessidades situacionais e em cada plataforma de rede social específica. Isto evidencia o caráter dinâmico das interações neste contexto que dependem fortemente da arquitetura das plataformas em intersecção com os interesses pessoais de cada um.

Reflexões recentes acerca das atualizações técnicas das redes sociais digitais e seu impacto sobre a interação social nessa arena, são discutidas por alguns autores, como Helmond (2015), que destaca o caráter interseccional dos SRS ao utilizar o conceito "plataformização da *web*". Tal conceito refere-se às mudanças na infraestrutura das redes sociais digitais, de modo que a lógica da produção de conteúdo se modifica, descentralizando a produção de dados e centralizando a coleta deles. A autora exemplifica essa mudança técnica a partir dos *webgets*, que são botões de compartilhamento presentes nas plataformas que possibilitam o compartilhamento de conteúdo de qualquer site sem precisar acessar diretamente àquele de destino (*Facebook, Instagram, Google+*). Esta disposição técnica expande o alcance do conteúdo compartilhado, aumentando a produção de dados a partir das curtidas, *tweets*⁶ e outras interações, além de unificar a coleta dos dados produzidos.

Tal ajuste técnico, verificado nas plataformas digitais, e em especial nos SRS, promove dinâmicas interacionais particulares, que passam a influenciar a lógica da interação social mediada pela internet, discutida por Van Dijck (2013b) ao argumentar sobre o papel ativo da conectividade mediada por plataformas de RS e seus subprodutos. A partir de uma perspectiva crítica sobre a produção, organização e armazenamento dos dados, a autora faz um paralelo entre a conexão humana e a conectividade automatizada, destacando que a lógica da sociabilidade na arena digital ganha o caráter técnico, uma vez que a interação social nesta ambiência é planejada (infraestrutura técnica das plataformas) para a produção de dados, e, mais especificamente, para que tal subproduto da interação social na arena digital seja monetarizado a partir dos padrões comportamentais coletados.

Ainda que não seja o objetivo deste trabalho o aprofundamento de tal discussão, ressalta-se a importância do tema ao fomentar reflexões acerca das mudanças que a estrutura

⁶ Postagens (texto, foto, vídeo etc.) na plataforma digital *Twitter*.

técnica das plataformas de redes sociais digitais promove, alterando as dinâmicas interacionais verificadas nestas ambiências e modificando de modo substantivo os acordos estabelecidos entre os interagentes.

2.1.1 Públicos em Rede

Parte das configurações das ambiências digitais são sistematizadas por Boyd (2011; 2014) ao introduzir o conceito de Públicos em Rede⁷, definindo-o como “(...) o espaço construído através de tecnologias em rede e a comunidade imaginada que emerge como resultado da interseção de pessoas, tecnologia e prática⁸” (p.8). Na tentativa de compreensão das interações sociais, a partir das particularidades observadas no contexto digital, a autora sugere três dinâmicas subjacentes à constituição dos públicos em rede, a saber: (1) Contexto Colapsado⁹, referindo-se às diversas audiências que uma rede social apresenta (por exemplo, amigos de infância, colegas de trabalho, família, cônjuge), assim como aos limites temporais e espaciais imprecisos; (2) Audiências Invisíveis¹⁰, onde não há clareza sobre a audiência que terá acesso às informações compartilhadas em rede; e (3) Fronteira tênue entre público e privado, evidente quando há imprecisão quanto aos limites sociais do contexto.

Ao sugerir que os públicos em rede lidam com uma espécie de colapso de contextos, com audiências invisíveis e com fronteiras tênues entre público e privado (Boyd, 2011; 2014) a autora contempla o esforço ordinário de um indivíduo ao lidar com públicos variados em um

⁷ Tradução nossa para "*networked publics*".

⁸ Tradução nossa para "*the space built through networked technologies and the imagined community that emerges as a result of the intersection of people, technology and practice*" (Boyd, 2014, p. 8).

⁹ Tradução nossa para "*collapsed context*".

¹⁰ Tradução nossa para "*invisible audiences*".

mesmo cenário, que passa a ser extremamente complexo tendo como referência a interação. Por exemplo, quando o (a) psicólogo (a) lida com os pais, amigos, conhecidos, colegas de trabalho e até clientes numa mesma plataforma de rede social, eles também ajustam sua conduta tendo como referência tal situação social, onde a existência de audiências variadas evidencia a complexidade do cenário de interação. O efeito desta múltipla audiência parece corroborar com o desenvolvimento de estratégias diferentes de apresentação e exposição de aspectos de si, evidenciando a frágil fronteira entre os aspectos públicos e privados gerenciados nesta ambiência.

Observa-se que as dinâmicas sugeridas pela autora evidenciam características particulares, promovidas a partir das interações ordinárias mediadas pela internet. Ao mesmo tempo, a prática interacional apresenta uma natureza também particular, que compreende características idiossincráticas, como a *persistência*¹¹, por exemplo, onde os conteúdos disponíveis pelos usuários têm caráter durável na rede, diferente de uma conversa estabelecida por pessoas fisicamente presentes, onde o conteúdo falado é evanescente. Tal característica pode ser percebida quando aqueles que interagem com o (a) psicólogo (a) nas redes sociais digitais têm acesso a um conteúdo publicado por ele na adolescência, por exemplo. Tal acesso em um tempo e lugar diferentes daquele em que o conteúdo foi postado pode promover interpretações desajustadas ao contexto de interação atual; a *escalabilidade*¹², onde os conteúdos apresentam um alcance demasiado e possivelmente o usuário não tem controle sobre o público que irá acessá-lo; a *replicabilidade*¹³, onde o conteúdo pode ser facilmente compartilhado com diversos públicos, como por exemplo quando o profissional de psicologia publica algum conteúdo na sua rede social digital pessoal e aquele conteúdo é copiado por algum seguidor e enviado para outras audiências diferentes daquelas que seguem o psicólogo;

¹¹ Tradução nossa para "*persistence*".

¹² Tradução nossa para "*scalability*".

¹³ Tradução nossa para "*replicability*".

e, por fim, a *buscabilidade*¹⁴, onde se verifica uma facilidade em encontrar o conteúdo divulgado na rede de forma quase que instantânea (Boyd, 2014).

Considerando a apresentação e a exposição de aspectos do *self* nas plataformas de redes sociais digitais, a partir das características evidenciadas por Boyd (2011; 2014), é possível refletir acerca das variadas estratégias de manutenção de aspectos da privacidade dos (as) psicólogos (as) nas suas interações com demais audiências. Ao lidar com características tão particulares dos contextos digitais, o indivíduo se depara com uma complexa camada de possibilidades técnicas que fomentam modos únicos de interações sociais.

¹⁴ Tradução nossa para "*buscability*".

3 Apresentação de Si

Ao tratar sobre o comportamento expressivamente padronizado do indivíduo, Goffman (2014) destaca que a atividade direcionada à audiência deve se tornar significativa para ela, de modo que seja exposto aquilo que se deseja transmitir. O indivíduo então seleciona o que deseja expor, em um cenário específico, a fim de gerar determinada impressão à audiência, bem como, gerar expectativas quanto à sua performance.

A apresentação de si é um processo amplo, que envolve estratégias no gerenciamento das informações sobre si em relação ao outro. No processo de apresentar-se às audiências, Goffman (2014) destaca dois modos distintos de gerar impressão: (1) através da “transmissão” e (2) da “emissão”; que são predominantemente representados, respectivamente, pelos símbolos verbais comuns aos interlocutores, ou aquilo que costuma ser escolhido expressar numa interação cotidiana; e os símbolos não conscientes emitidos às audiências, ou aquilo que não se controla, na maior parte das vezes, quando a interação está ocorrendo (por exemplo, alguns gestos e expressões). O autor ressalta que a apresentação intencional ou não de aspectos de si às audiências ocorre de modo fluido, com base nos acordos estabelecidos implicitamente entre os interagentes, a fim de manter as expectativas interacionais em vigor naquele contexto.

Para Goffman (2014), o modo como um indivíduo se comporta frente às audiências responde primordialmente às expectativas sociais da interação enquanto ocorre. O conceito de “fachada” proposto por ele, por exemplo, unifica os dois modos de expressividade (emissão e transmissão), uma vez que configura o modo como o indivíduo se apresenta, consciente ou não consciente às audiências, de forma expressivamente padronizada. A fachada, portanto, define a situação que deverá ser respeitada quanto às expectativas sociais em vigor naquele momento.

Ao interagir, o indivíduo deve selecionar aspectos de si que deseja apresentar à audiência. Esta seleção não implica que apenas aspectos controlados de si serão apresentados (através da transmissão), pois aqueles sob os quais não se tem controle também o são (através da emissão). Tal ação expressiva, conceituada como performance, tem o objetivo de gerar uma impressão específica a uma audiência determinada (Goffman, 2014) e, portanto, leva em consideração a situação percebida.

Em um ensaio sobre o tema, Snyder (1974) concentrou-se em validar uma escala de “Monitoramento de si” investigando o fenômeno a partir de dois processos centrais: (1) a apresentação de aspectos de si pautada nas dicas contextuais e, portanto, nas habilidades de percepção dos símbolos sociais para o monitoramento e controle de aspectos expressivos a serem apresentados às audiências; e (2) a apresentação de aspectos de si pautada em estados afetivos, onde os indivíduos se expressam sob controle de sensações e sentimentos, o que indica uma menor sensibilidade às dicas contextuais e, portanto, a apresentação de si estaria sensível a aspectos internos do indivíduo. O autor verificou, em sua pesquisa, que os indivíduos que tiveram um alto grau de monitoramento de aspectos de si em interações sociais, apresentaram maior sensibilidade às pistas contextuais e adequabilidade social e, portanto, controlaram mais suas expressões. Em contraste, aqueles que tiveram baixo nível de monitoramento de si apresentaram maior sensibilidade aos estados afetivos privados e, portanto, demonstraram menor sensibilidade às dicas contextuais e à adequabilidade social. Nota-se que nesta pesquisa as motivações subjacentes ao monitoramento de si foram submetidas aos estados emocionais privados internos e/ou a pistas contextuais, caracterizando a apresentação de si como fruto de um destes dois processos, mais fortemente, assim como da interlocução entre eles.

Em uma direção semelhante, foi realizada uma revisão de literatura sobre o conceito de Gerenciamento de Impressões (GI), onde Leary & Kowalski (1990) definem o termo como o

“processo pelo qual as pessoas controlam as impressões que outros formam delas” (p.34) oferecendo um modelo explicativo que subjaz dois subprocessos: a motivação da impressão e a construção da impressão. Respectivamente, eles tratam da preocupação com a impressão causada à audiência e também o porquê de escolherem certos tipos de apresentação e não outros. Os autores ratificam a relevância dos fatores contextuais enquanto variáveis que afetam a motivação na escolha de determinadas estratégias de GI.

Verifica-se que ao gerenciar suas impressões, o indivíduo considera a audiência a ser "impressionada", suas características, bem como as particularidades do cenário em que a interação ocorre. O conceito é inaugurado por autores que têm como base as relações estabelecidas entre pessoas fisicamente presentes (Goffman, 2014; Schlenker, 1980 & Leary & Kowalski, 1990) e pode ser verificado também em ensaios mais recentes sobre as interações cotidianas mediadas pela internet (Boyd, 2014; Nejm, 2016; Ribeiro, 2003).

3.1 Gerenciamento de Impressões no Contexto Digital

Em contextos sobrepostos, aspectos do GI passam a ser submetidos a regras de conduta sociais próprias daquela ambiência, junto aos aspectos técnicos. As estratégias ou táticas para o gerenciamento das impressões entram em vigor de modo diferente neste tipo de ambiência, visto a complexidade da rede interacional verificada nos contextos sobrepostos, nas audiências variadas e às vezes invisíveis e conseqüentemente na regulação dos aspectos privados do indivíduo (Boyd, 2014).

Ao se analisar os aspectos regulatórios da exposição de si de adolescentes nas ambiências digitais por exemplo, fica claro que ao interagirem em tais contextos eles lidam com

“uma complexa dinâmica de controle e manutenção de sua fachada” (Nejm, 2016, p.128) que corresponde ao manejo das apresentações e exposições de si, regulando inclusive aspectos da sua privacidade.

Marwick & Boyd (2014) questionam a exposição de si de adolescentes como sinônimo de perda da privacidade. É argumentado que em interações sociais nos contextos digitais, a lógica do que é público e do que é privado passa a corresponder não mais apenas a referenciais individuais, mas sim à rede de interações. A privacidade em rede está submetida a uma estrutura que responde às normas sociais daquela plataforma, aos contextos sobrepostos e às possibilidades técnicas daquela ambiência.

Uma plataforma de rede social digital, por exemplo, pode apresentar configurações técnicas que favoreçam a exposição de aspectos de si e não permita limitar o acesso do público às postagens. Isto pode gerar um empenho maior no gerenciamento do que será exposto ao considerar os diversos públicos que terão acesso àquela informação.

Percebe-se que a depender das disposições técnicas de uma plataforma, aspectos da dinâmica interacional são modificados, aumentando ou diminuindo o engajamento no gerenciamento de impressões dos interagentes naquela ambiência. O (a) psicólogo (a) que gerencia suas impressões em interação com seu cliente no *setting* terapêutico mediado pela internet, por exemplo, o faz de modo diferente ao gerenciar seu perfil profissional em uma determinada plataforma de rede social digital na qual o seu cliente tem acesso. Os dois contextos apresentam prescrições comportamentais diferentes e isso molda a forma como o profissional escolhe se apresentar e/ou se expor nos dois cenários.

Tais reflexões sobre as dinâmicas de apresentação de si contribuem para a compreensão das singularidades das ambiências digitais. Mais especificamente, ajudam na análise do

processo de gerenciamento de impressões dos psicólogos (as), a partir das dinâmicas que ocorrem nas interações destes profissionais em tais ambiências.

Ao gerenciar suas impressões para audiências variadas em redes sociais digitais, o (a) psicólogo (a) fará ponderações sobre os conteúdos a serem expostos, considerando o cenário em que a interação ocorre e suas particularidades, como as disposições técnicas e as expectativas sociais daquele contexto (Ribeiro, 2003; Uski & Lampinen, 2016).

3.1.1 Privacidade

A dicotomia entre público e privado é alvo de discussões datadas nas ciências sociais (Altman, 1975; Ariés, 1991; Elias, 1990) e, mais especificamente, em discussões aplicadas às interações sociais em contextos digitais (Margulis, 2011; Nejm, 2016; Petronio, 2002). Algumas discussões sobre os dois conceitos tangenciam o antagonismo entre eles, evidenciando a sua adaptação, ao longo da história das relações humanas, aos contextos socioeconômicos, sobretudo quanto às aproximações e aos afastamentos entre os dois (Ariés, 1991).

Discussões mais recentes têm se referido à privacidade enquanto uma espécie de "regulação" da exposição de aspectos de si. Para Petronio (2002), por exemplo, sua definição envolve uma "regulação de fronteiras" onde o indivíduo deve lidar com tensões entre expor alguns aspectos de si em detrimento de outros, sendo esta escolha dependente do contexto no qual ele está inserido. Desse modo, a privacidade estaria circunscrita num *continuum*, não sendo uma questão de “tudo ou nada”.

Ao transpor os conceitos de público e privado para o contexto digital, verifica-se, por um lado, a influência da dinamicidade tanto física quanto social desta ambiência sob a noção

do que é público e do que é privado, ao mesmo tempo em que esta maleabilidade das bordas promove adaptações de conduta individuais e em grupo. Neste sentido, é plausível afirmar que "a privacidade é, então, um processo dinâmico envolvendo o controle seletivo sobre os limites do *self*, tanto pelo indivíduo quanto pelo grupo" (Nejm, 2016, p. 97).

O gerenciamento da privacidade em plataformas digitais envolve, portanto, a consideração das particularidades deste contexto, como a *persistência*, a *replicabilidade*, a *escalabilidade* e a *buscabilidade* (Boyd, 2011) que passam a conduzir escolhas sobre o que expor neste contexto. O (a) psicólogo (a) tem a possibilidade de gerenciar seus perfis distintos, em plataformas distintas e em contextos sobrepostos, ao mesmo tempo em que gerencia seus limites de privacidade nesta arena. Neste sentido, entende-se que ao se analisar o gerenciamento de impressões no ambiente digital, também está se analisando a regulação dos aspectos privados de si mesmo.

Ainda que as plataformas de SRS apresentem particularidades cênicas essenciais para o fomento da interação e do gerenciamento de aspectos privados de si mesmo, os dispositivos tecnológicos (*smartphones*, *tablet*, *laptop*) também possuem variáveis relevantes que fazem parte das dinâmicas interacionais sobrepostas. O conceito de "território privado-pessoal portátil" elucidado por Hatuka e Toch (2014), por exemplo, é útil para a compreensão da função do caráter móvel dos perfis pessoais, a partir da utilização de dispositivos técnicos como *smartphones*. Enxergar o perfil como um elemento do território privado, pessoal e portátil¹⁵ engendra novas formas de interação e de percepção de si mesmo, pautadas na possibilidade de mobilidade dos cenários e na complexidade interacional que emerge.

Nota-se que a complexidade dos cenários, verificados nas dinâmicas interacionais mediadas por TICs, fomenta modos de apresentação e de exposição de si pautados em acordos

¹⁵ Tradução nossa para "*portable personal-private territory*".

particulares, promovidos por características próprias das plataformas e dos dispositivos digitais. Ainda, tal complexidade vivenciada por psicólogos (as) na contemporaneidade, possivelmente exprime performances peculiares, que podem moldar as expectativas sociais em relação à profissão.

4 Método

4.1 Delineamento da pesquisa

Considerando a internet como um campo de estudos multifacetado, sendo ao mesmo tempo ferramenta, campo e objeto de pesquisa (Jensen, 2011), torna-se necessário um delineamento que seja capaz de contemplar parte da complexidade circunscrita em tal cenário, considerando as particularidades do fenômeno de interesse. No presente estudo será adotada uma abordagem mista, de delineamento exploratório e transversal (Creswell, 2010). Opta-se aqui pela combinação de métodos qualitativos e quantitativos, sendo esta uma opção desejável e encorajada em pesquisas na internet (Deakin & Wakefield, 2014; Fragoso, Recuero & Amaral, 2011; Hewson, 2008; Jensen, 2011). O caráter exploratório se justifica pela ascendência do fenômeno de interesse e pela pouca produção empírica e teórica acerca de tal objeto.

4.2 Participantes

Foram incluídos nesta pesquisa todos (as) os (as) psicólogos (as) brasileiros (as) cadastrados (as) no site do CPF¹⁶, até o dia 07/11/18, para atuação profissional mediada por TICs, conforme regulamentação nº11/ 2012¹⁷. A escolha por estes (as) participantes se justifica pela garantia de que tais profissionais têm acesso à internet e fazem uso profissional da mesma. Os dados para contato com os (as) profissionais participantes, como e-mail e telefone, foram

¹⁶ www.cfp.com.br

¹⁷ A resolução torna obrigatório o cadastro de um *website* junto ao site do CFP para a liberação de serviços de atendimento psicológico *online* via TICs.

coletados através dos *websites* cadastrados, sendo contabilizados ao todo 862 *websites*. Destes, 41 continham mais de um profissional atuante cadastrado. Ao todo, apenas 570 *sites* estavam ativos e continham pelo menos um contato do profissional. Foram enviados 693 e-mails, sendo que destes, 66 foram rejeitados pelo servidor. O total de 627 e-mails chegaram aos destinatários e 101 questionários foram respondidos, sendo esta a quantidade final de participantes.

4.2.1 Caracterização dos participantes

A Tabela 1 apresenta os dados sociodemográficos dos (as) participantes, sua abordagem teórica e se estavam atendendo *online* no momento em que o questionário foi aplicado. De acordo com a Tabela 1, 79 (78,21%) profissionais se declararam mulheres e 68 (67,32%) apresentaram idade de 31 à 50 anos. Quanto ao nível de escolaridade, a maioria dos (as) respondentes, 63 (62,37%), são especialistas. A maior parte das (os) profissionais, 57 (56,43%), residem na região Sudeste e declaram-se da abordagem Cognitivo-Comportamental, 29 (28,71%). A maioria das (os) respondentes, 93 (92,07%), estavam atuando *online* no momento em que responderam ao questionário.

Tabela 1.
Caracterização dos participantes

Variáveis	n	%
Sexo		
Feminino	79	78,21
Masculino	22	21,78
Idade		
22 a 30	18	17,82
31 a 50	68	67,32
51 a 70	15	13,56
A partir de 71	-	-
Nível Acadêmico		
Superior Completo	7	6,9
Especialização	63	62,37
Mestrado	21	20,79
Doutorado	7	6,9
Pós-doutorado	3	2,9
Região		
Norte	3	2,9
Sul	17	16,83
Nordeste	13	12,87
Centro-Oeste	11	10,89
Sudeste	57	56,43
Abordagem		
Análise do Comportamento	7	6,93
Cognitivo Comportamental	29	28,71
Psicanálise	20	19,80
Junguiana	4	3,96
Sistêmica	8	7,92
Abordagem Centrada na Pessoa (ACP)	5	4,95

Gestalt	7	6,93
Psicodrama	4	3,96
Outras	17	16,83
Atendimento Online		
Sim	93	92,07
Não	8	7,92

Algumas características dos (as) participantes desta pesquisa foram semelhantes às de outras, como o sexo e a idade média dos (as) respondentes (Castro, 2013; Feijó & Silva, 2018; Hallberg e Lisboa, 2016). A maior parte dos (as) respondentes desta pesquisa utilizam a Terapia Cognitivo Comportamental (TCC), seguida pela Psicanálise. Verifica-se uma relação entre tais achados e aqueles verificados nas produções empíricas e teóricas a respeito da intersecção entre psicologia e TICs, onde a maioria das produções são da abordagem TCC (Barak, Hen, Boniel-Nissim, & Shapira, 2008; Hallberg et. al., 2015). Ainda que a população desta pesquisa seja composta por psicólogos (as) cadastrados (as) para o atendimento *online*, observa-se que parte dos (as) respondentes declaram não oferecer este tipo de serviço. Tal dado pode indicar que o (a) profissional tenha dúvidas a respeito da condução do atendimento ou uso das TICs na relação psicoterapêutica, como aponta McMinn et. al. (2011) sobre as incertezas vivenciadas pelos psicólogos (as) acerca da utilização e apropriação das TICs, principalmente quanto ao atendimento e contato com os pacientes.

4.3 Procedimentos de coleta dos dados

A partir do levantamento prévio dos contatos dos (as) psicólogos (as), foram enviadas mensagens via e-mail e *Whatsapp*¹⁸ contendo a apresentação da pesquisadora e da pesquisa, o questionário em versão digital (Apêndice A) com questões fechadas e abertas e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice B).

4.3.1 Instrumento

O questionário em versão digital foi desenvolvido pelo programa *EFS Survey*¹⁹, que é totalmente *online* e permite a construção e acompanhamento dos dados coletados, além de garantir sua segurança, visto que o sistema operacional apresenta certificação ISO 27001²⁰.

O questionário *online* foi composto por três blocos de perguntas que tiveram como objetivos de investigação, a saber: (1) os fins de utilização dos dispositivos e das plataformas digitais; (2) a frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital; e, por fim (3) as situações constrangedoras ou incômodas vivenciadas na principal rede social digital utilizada, bem como a necessidade de ajustes nas configurações de privacidade na principal rede social digital utilizada. Os dois primeiros blocos foram compostos por questões fechadas e o último bloco por duas questões abertas.

4.4 Procedimento de análise dos dados

¹⁸ Plataforma digital de envio e recebimento de mensagens.

¹⁹ <https://www.unipark.com/en/survey-software/>

²⁰ Norma internacional de gestão de segurança da informação.

4.4.1 Análise quantitativa dos dados

Foi realizada uma análise estatística descritiva (Field, 2009) das perguntas fechadas do questionário *online*, a partir do *software* SPSS 16.0²¹, que apresenta compatibilidade com o programa *EFS Survey*, facilitando a transposição, organização e sistematização dos dados. Os resultados são apresentados em tabelas e se referem aos dois primeiros blocos.

4.4.2 Análise qualitativa dos dados

As duas perguntas abertas do questionário, referentes ao último bloco, foram analisadas qualitativamente com a ajuda do *software* ATLAS ti²², a partir do agrupamento dos dados e posterior construção de categorias temáticas para cada uma das perguntas. Seguiu-se as etapas básicas sugeridas por Bardin (2011), a saber: (1) pré-análise do material e posterior sistematização, a partir de uma leitura criteriosa das experiências relatadas, tendo como base o referencial teórico; (2) codificação e classificação do material em categorias temáticas que consistiu em revisões exaustivas dos dados, tendo como base unidades de registro como trechos, palavras e frases; e, por fim, (3) foi realizada a inferência e interpretação dos dados, que consistiu na revisão dos dados a partir dos referenciais teóricos desta pesquisa. Os resultados são apresentados em figuras e se referem ao último bloco.

²¹ O *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) é um programa utilizado em computador para a análise estatística de dados (por exemplo: análise descritiva, preditiva, de regressão, estatísticas avançadas etc.).

²² O ATLAS.ti é um programa utilizado em computador para a análise qualitativa de grandes corpos de dados textuais, gráficos, de áudio e vídeo. Ver em: <https://atlasti.com/>.

4.5 Aspectos Éticos

A concordância dos (as) psicólogos (as) em participar desta pesquisa ocorreu após a leitura e o aceite do TCLE (Apêndice B). Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da Universidade Federal da Bahia, em parecer consubstanciado n 3.382.437 de 10 de junho de 2019.

5 Resultados e Discussão

Nesta seção, os dados quantitativos e qualitativos são analisados a partir dos referenciais teóricos já discutidos nos três primeiros capítulos desta dissertação. Ao longo da exposição dos dados, são tecidos comentários articulados aos referenciais teóricos, com o objetivo de fomentar discussões e reflexões acerca do material extraído a partir das respostas fechadas e abertas do questionário *online*.

5.1 Usos e apropriações das TICs

A utilização e apropriação das TICs pelos participantes foi verificada a partir dos 2 primeiros blocos de perguntas, que correspondem à coleta de dados objetivos, a saber: (1) os fins de utilização dos dispositivos e das plataformas digitais; e (2) a frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital.

5.1.1 Fins de utilização dos dispositivos e das plataformas digitais

A Tabela 2 corresponde aos fins de utilização dos dispositivos celular, computador e *tablet*. Verifica-se que os (as) respondentes apresentam usos do dispositivo técnico celular, 89 (88,11%), e computador, 88 (87,12%), voltados principalmente para fins pessoais e profissionais ao mesmo tempo. Os (as) respondentes demonstraram, em sua maioria, que não utilizam o *tablet*, 54 (53,46%).

Tabela 2.
Fins de utilização de dispositivos digitais (N=101)

Variáveis	n	%
Celular		
Uso para fins apenas pessoais	8	7,92
Uso para fins apenas profissionais	2	1,98
Uso para ambos os fins	89	88,11
Não utiliza	2	1,98
Computador		
Uso para fins apenas pessoais	5	4,95
Uso para fins apenas profissionais	7	6,93
Uso para ambos os fins	88	87,12
Não utiliza	1	0,99
Tablet		
Uso para fins apenas pessoais	10	9,9
Uso para fins apenas profissionais	1	0,99
Uso para ambos os fins	27	26,73
Não utiliza	54	53,46
Dados perdidos	9	8,91

Percebe-se que a maior parte dos (as) participantes fazem uso dos dispositivos técnicos (celular e computador), tanto para fins pessoais quanto profissionais. Tal dado pode indicar o caráter flexível das fronteiras entre público e privado (Petronio, 2002) no contexto digital, a partir dos dispositivos técnicos para ambas finalidades de uso. Os dados são reforçados pelos resultados verificados na pesquisa TIC Domicílios de 2018 (CGI.br, 2019), na qual o uso dos dispositivos celular e do computador são os principais escolhidos para acessar a internet.

Nota-se que o uso dos dispositivos celulares, ao longo das pesquisas anuais TIC Domicílios, têm sido cada vez mais frequente em comparação ao uso do computador. Apesar

da presente pesquisa não investigar qual o principal dispositivo utilizado pelos (as) respondentes, é importante ressaltar que o uso do celular, para ambos os fins (pessoais e profissionais), promove reflexões interessantes quanto às características próprias do dispositivo e sua influência sobre as dinâmicas interacionais vivenciadas pelos psicólogos (as). Hatuka e Toch (2014) por exemplo, discutem algumas particularidades do dispositivo, ao utilizar a expressão "território pessoal, privado e portátil" indicando formas de interação e de percepção de si mesmo pautadas na possibilidade de mobilidade dos cenários que o celular possibilita.

A Tabela 3 apresenta os fins de utilização de plataformas digitais. Observa-se que, nas plataformas *Instagram*, 41 (40,59%), *Facebook*, 61 (60,39%), e *Whatsapp/Telegram*, 94 (93,06%), o uso pessoal e profissional ao mesmo tempo foi maior que os demais usos nestas mesmas plataformas. Nota-se ainda que a maior parte dos (as) respondentes não utilizam o *Twitter*, 64 (63,36%). Na plataforma *Linkedin*, fica claro que a maior parte do uso é para fins profissionais, 55 (54,45%). Para os (as) respondentes que faziam uso apenas profissional ou profissional e pessoal ao mesmo tempo, houve um direcionamento para a questão sobre "gerenciamento de uso", evidenciada na Tabela 4, que será explorada mais à frente.

Tabela 3.
Fins de utilização de plataformas digitais (N=101)

Variáveis	n	%
<i>Instagram</i>		
Uso para fins apenas profissionais	30	29,70
Uso para fins apenas pessoais	17	16,83
Uso para ambos os fins	41	40,59
Não utiliza	10	9,90
Dados perdidos	3	2,97
<i>Facebook</i>		
Uso para fins apenas profissionais	15	14,85
Uso para fins apenas pessoais	13	12,87
Uso para ambos os fins	61	60,39
Não utiliza	11	10,89
Dados perdidos	1	0,99
<i>WhatsApp / Telegram</i>		
Uso para fins apenas profissionais	4	3,96
Uso para fins apenas pessoais	2	1,98
Uso para ambos os fins	94	93,06
Não utiliza	-	-
Dados perdidos	1	0,99
<i>Twitter</i>		
Uso para fins apenas profissionais	9	8,91
Uso para fins apenas pessoais	14	13,86
Uso para ambos os fins	7	6,93
Não utiliza	64	63,36
Dados perdidos	7	6,93
<i>LinkedIn</i>		
Uso para fins apenas profissionais	55	54,45

Uso para fins apenas pessoais	4	3,96
Uso para ambos os fins	12	11,88
Não utiliza	28	27,72
Dados perdidos	2	1,98
<i>Youtube</i>		
Uso para fins apenas profissionais	14	13,86
Uso para fins apenas pessoais	21	20,79
Uso para ambos os fins	29	28,71
Não utiliza	33	32,67
Dados perdidos	4	3,96

Os dados podem indicar que os (as) respondentes utilizam as plataformas de redes sociais digitais *Instagram* e *Facebook* com maior frequência para ambas finalidades, pessoais e profissionais, seguido pelo seu uso profissional. Percebe-se que os (as) respondentes utilizam tanto os dispositivos técnicos para ambas funções (pessoal e profissional), quanto as plataformas digitais. Este resultado possibilita reflexões acerca das características técnicas de tais plataformas e da sua influência sobre o comportamento social dos (as) respondentes. A lógica da sociabilidade em redes sociais digitais, que passa a não ser mais centrada nos perfis individuais, mas no compartilhamento e produção de dados (Van Dijck, 2013b), evidencia o potencial de escalabilidade (Boyd, 2011) dos conteúdos publicados, o que favorece a possibilidade de autopromoção de aspectos profissionais dos indivíduos nesta arena. McMinn et. al. (2011) refletem sobre a ascendência de perfis profissionais de profissionais de saúde em redes sociais digitais, destacando a tendência da autopromoção *online*.

O uso das plataformas digitais de envio e recebimento de mensagens instantâneas, como o *Whatsapp* e o *Telegram*, obteve maior frequência para ambos os fins (pessoais e profissionais), diferindo dos dados encontrados por Hallberg e Lisboa (2016), onde a utilização do *Whatsapp* foi maior para fins pessoais e menor para fins profissionais, como as trocas de

mensagens com pacientes a partir desta plataforma, por exemplo. Os dados encontrados na presente pesquisa podem indicar uma maior adesão dos (as) profissionais a estas plataformas para ambos os fins por suas características técnicas favorecerem performances direcionadas para objetivos tanto profissionais quanto pessoais. Ayres e Ribeiro (2015) discutem as potencialidades técnicas da plataforma digital *Whatsapp* enquanto condicionantes sociais para modos distintos de apresentação de si e gerenciamento de impressões. Os autores ressaltam a possibilidade de registrar e resgatar conteúdos compartilhados em conversas tanto de caráter diádico quanto em grupos de três ou mais pessoas, facilitando de modo substantivo a manutenção das impressões desejadas e promovendo a apropriação social de tal espaço de compartilhamento, não apenas para fins pessoais, mas também para profissionais.

Quanto a plataforma digital *Twitter*, verificou-se maiores frequências para a sua não utilização pelos (as) profissionais, seguida pelo uso para fins pessoais. A não utilização para fins profissionais pode ser interpretada a partir das disposições técnicas de tal plataforma, enquanto promotoras de interações sociais particulares. Os dados podem indicar, por um lado, que nesta plataforma os (as) profissionais lidam com uma dinâmica interacional voltada para a exposição de aspectos de si "mais pessoais e privados", possuindo como referência a pergunta norteadora característica de tal plataforma "o que você está fazendo?". Recuero & Zago (2009) destacam, por outro lado, que apesar da pergunta norteadora indicar que aspectos mais privados dos interagentes sejam evidenciados nesta plataforma, existem outros tipos de apropriação da mesma que não necessariamente envolve a exposição de aspectos pessoais, como as finalidades informativa e conversacional.

Os dados associados ao uso do *LinkedIn* foram em sua maioria voltados para a utilização profissional, seguida pela não utilização na plataforma. Este dado corrobora com a finalidade de tal site, como argumenta Van Dijck (2013a) ao comparar as plataformas *Facebook* e *LinkedIn* e o papel central das suas arquiteturas na promoção de performances particulares em

ambas. A autora destaca que no *LinkedIn* é desencorajado de modo explícito qualquer forma de exposição de aspectos emocionais, pela sua potencialidade "destrutiva" da imagem profissional daquele que interage (p. 208). Pode-se indicar, portanto, que os acordos verificados na plataforma *LinkedIn* confluem com uma maior exposição de aspectos de si voltados para finalidades profissionais, e, desse modo, indicam limites mais precisos quanto aos aspectos pessoais e profissionais em tal plataforma.

A partir das frequências de uso da plataforma digital *Youtube*, os dados indicam que a maior parte dos (as) respondentes utiliza a plataforma, visto que a frequência de respondentes que afirmam não utilizá-la é menor, em comparação com a soma daquelas que indicam o uso. Nesta direção, nota-se que, dos tipos de uso, aquele que apresentou uma maior frequência foi a utilização da plataforma para ambas as finalidades (profissional e pessoal ao mesmo tempo).

O *Youtube* compreende dinâmicas particulares de interação, onde existe a possibilidade de produzir conteúdos em formato de vídeo (ainda que compostos por imagens, textos etc.) de diversas temáticas e segmentos, bem como a possibilidade de acessá-los e compartilhá-los. A proposta da plataforma é evidenciada na seção "sobre", do seu próprio site²³: "Nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo". Segundo Montañó (2017), a plataforma *Youtube* compreende a formação de um *self* "audiovisualmente construído" (p. 9), onde o termo "audiovisual", aplicado a tal contexto, para a autora, é composto por quatro elementos: o vídeo, o usuário, a interface e o ambiente. Por um lado, tais elementos apontados corroboram com uma dinâmica favorável à exposição e à apresentação de aspectos do usuário (privados ou não), que produz material sobre si mesmo e o compartilha. Por outro, é possível também que o usuário não produza conteúdos sobre si, e apenas compartilhe e/ou consuma aqueles publicados por outros usuários. Tais possibilidades de interação indicam modos particulares de existência e

²³ www.youtube.com.br

construção de significados nesta plataforma, salientando a complexidade que estas interações podem promover.

Não foram encontradas pesquisas que discutam a utilização desta plataforma pelos (as) psicólogos (as). Apesar desta pesquisa não ter como foco de análise as especificidades de tal plataforma em intersecção com os comportamentos do (a) psicólogo (a), os dados parecem indicar a frequente utilização do *Youtube* pelos (as) respondentes; isto promove inquietações acerca dos modos de apropriação possíveis desta plataforma digital para cada finalidade verificada (profissional e pessoal ao mesmo tempo e apenas profissional).

5.1.2 Frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital

De acordo com a Tabela 4, que apresenta a frequência diária e o gerenciamento de uso do (s) perfil (s) na principal plataforma de rede social digital utilizada, verifica-se que a maior parte dos respondentes, 51 (50,49%), utiliza a principal rede social digital acima de 4 horas diárias. Quanto ao gerenciamento do uso dos perfis, nota-se que a maior parte dos (as) respondentes, 58 (57,42%), possuem dois perfis separados, um para cada tipo de interação (pessoal e profissional).

Tabela 4.
Frequência diária e tipos de perfis utilizados na principal rede social digital (N=101)

Variáveis	n	%
Frequência de uso		
Até 1 hora	12	11,88
Entre 1 hora e 2 horas	37	36,63
Acima de 4 horas	51	50,49
Não utiliza	1	0,99

Gerenciamento de uso

Perfil único para ambas interações (profissionais e pessoais)	19	18,81
Perfis separados, um para cada tipo de interação	58	57,42
Um perfil único para interações profissionais	22	21,78
Não sabe avaliar	1	0,99
Dados perdidos	1	0,99

Os achados apontam que os (as) respondentes, em sua maioria, passam parte do seu dia interagindo na principal plataforma de rede social digital que utilizam. Este dado sugere que eles (as) frequentemente lidam com situações particulares, próprias destas ambiências, e, portanto, frequentemente gerenciam as impressões que desejam passar para os interagentes nesta arena. Nota-se também que a maior parte dos (as) respondentes têm dois perfis distintos na principal rede social digital utilizada, um para cada finalidade (pessoal e profissional). Este dado pode indicar o empenho dos (as) profissionais na tentativa de estabelecer limites quanto às linhas de atuação em cada cenário, pessoal e profissional.

Considerando os (as) psicólogos (as) enquanto atores que performam para uma plateia, em um ambiente específico, onde há nesta interação o gerenciamento das impressões pretendidas, mantendo a coerência expressiva e regulando inclusive as expectativas geradas na plateia (Goffman, 2014), pode-se afirmar que ao escolher criar dois perfis distintos, um para cada finalidade, escolhe-se também apresentar-se de modo distinto nestes dois cenários. Esta escolha evidencia a necessidade dos (as) respondentes em estabelecer limites dentro da complexidade interacional verificada na arena digital, composta pelos contextos sobrepostos, as audiências variadas, e às vezes invisíveis, e a necessidade de regulação de aspectos privados do indivíduo (Boyd, 2014), podendo, portanto, esta escolha ser interpretada como uma estratégia de gerenciamento das impressões que se deseja gerar nas audiências.

Na Tabela 5 são apresentadas, respectivamente, as porcentagens de respostas que indicam a vivência de situações constrangedoras ou incômodas, bem como a necessidade de ajustes nas configurações de privacidade na principal rede social digital utilizada. Os (as) profissionais que vivenciaram, 49 (48,51%), e os que não vivenciaram, 49 (48,5%), situações constrangedoras e/ou incômodas, apresentaram números idênticos na frequência de respostas. Verifica-se ainda que a quantidade de participantes que em algum momento já precisou alterar as configurações de privacidade foi maior que as demais, 58 (57,42%).

Tabela 5.
Incômodo e/ou constrangimento e ajustes nas configurações de privacidade (N=101)

Variáveis	n	%
Já vivenciou alguma situação constrangedora/incômoda		
Sim	49	48,51
Não	49	48,51
Não sabe avaliar	3	2,97
Já sentiu a necessidade de fazer ajustes nas configurações de privacidade		
Sim	58	57,42
Não	40	39,60
Não sabe avaliar	3	2,97

Vivenciar situações constrangedoras e/ou incômodas na arena digital é também lidar com as características técnicas e sociais do cenário de interação, ao mesmo tempo em que ajustar as configurações de privacidade envolve o estabelecimento de limites mais precisos entre alguns aspectos mais privados dos (as) respondentes. Ao vivenciar tais situações, o indivíduo lança mão de estratégias que o auxiliem na manutenção da sua fachada (Goffman, 2014) a fim de que a interação seja mantida. No tópico seguinte, algumas estratégias de gerenciamento das impressões dos (as) respondentes serão explanadas a partir das suas falas.

5.2 Gerenciamento de Impressões em SRS

Os participantes que responderam "sim" para ambas perguntas referentes à Tabela 5, foram direcionados para duas novas questões, desta vez abertas, em que eles deveriam exemplificar estas situações vivenciadas. Ao todo foram 100 respostas abertas, sendo que 45 se referiram às situações constrangedoras ou incômodas vividas na principal rede social digital utilizada e 55 à necessidade de ajustes nas configurações de privacidade na principal plataforma de rede social digital utilizada.

5.2.1 Situações constrangedoras ou incômodas vivenciadas na principal plataforma de rede social digital utilizada

Ao vivenciarem situações incômodas e/ou constrangedoras, os indivíduos lançam mão de estratégias de regulação daquilo que é exposto às audiências, para que sua fachada seja mantida e a interação sobreviva (Goffman, 2014). A regulação do fluxo comunicacional pelos (as) psicólogos (as) indica o controle das performances de apresentação e exposição de aspectos de si às audiências, de modo a gerenciar limites entre aquilo que se deseja, e não se deseja expor. Os contextos digitais promovem dinâmicas complexas de controle e manutenção da fachada, evidenciando o gerenciamento de limites entre aspectos públicos e privados inclusive.

As respostas dos (as) respondentes foram agrupadas em três categorias, apresentadas na Figura 1, com suas respectivas definições e frequências. Verifica-se uma maior frequência de respostas relacionadas ao constrangimento e/ou incômodo causado por comentários críticos em público. Ao gerenciarem suas impressões em tais situações, destacaram-se algumas estratégias

a partir das falas dos (as) respondentes 38 e 15, respectivamente: "*Solicitações e comentários indesejados. Algumas vezes (muito pouca) precisei explicar duas vezes um mesmo comentário*"; "*postei uma frase e algumas pessoas interpretaram errado. A partir daí, evito colocar coisas sem uma precisa análise*".

Nestes dois exemplos, observam-se modos distintos de gerenciamento: o primeiro envolvendo a reconsideração da própria postagem, a partir da reação da audiência; e o segundo envolvendo a motivação para um gerenciamento do conteúdo a ser postado previamente, com o objetivo de evitar interpretações diferentes daquelas de interesse. Em ambos os casos, o incômodo e/ou constrangimento vivenciado está relacionado à impressão causada na audiência, a partir da sua reação "crítica" a um conteúdo postado. Nota-se um empenho dos (as) respondentes em ajustar a impressão gerada na audiência, como por exemplo a análise prévia do conteúdo, antes de postá-lo, e a explicação do conteúdo, após ser postado. Tal dinâmica interacional, e as estratégias de gerenciamento que surgiram a partir dela, promovem reflexões acerca das variáveis técnicas e sociais de tal contexto enquanto promotoras de interações específicas.

Categorias Temáticas	Definições	Frequências
Comentários críticos em público	Comentários com teor crítico em postagens (fotos, textos, vídeos) em público	16
Imprecisão nos limites entre a arena profissional e a arena pessoal	Situações em que os limites entre as arenas profissionais e pessoais mostram-se imprecisos	13
Assédio	Mensagens não públicas de assédio	11
Outros	Falas que demonstraram particularidades não agrupáveis em nenhuma das categorias anteriores e nem em uma nova categoria.	5

Figura 1. Categorias temáticas, suas definições e frequências – situações constrangedoras e/ou incômodas

A Figura 1 mostra também a emergência de uma segunda categoria, que é definida por situações em que os limites entre os contextos profissionais e os pessoais mostram-se

imprecisos. A partir das falas dos (as) respondentes, nota-se que situações deste tipo envolvem desde a busca por apoio psicológico em comentários públicos e/ou privados de audiências variadas, incluindo seus próprios clientes; solicitações de amizade por clientes em perfis pessoais dos (as) respondentes, e até demandas psicoterapêuticas dos próprios clientes em mais de uma plataforma digital. É possível verificar alguns exemplos a partir das falas dos (as) respondentes 39, 23, 11, respectivamente: "*Pacientes presenciais que não respeitam as redes sociais e querem fazer terapia em qualquer horário ou canal*"; "*Pessoas comentando coisas íntimas de si mesmas em postagens de minha página de trabalho, acreditando que aquele seria o espaço para pedir ajuda sobre algo particular*"; e, "*Uma paciente me buscou em todas as formas de contato*".

Verifica-se que o incômodo ou constrangimento vivenciado pelos (as) respondentes, envolve a impressão gerada na audiência de que há uma "disponibilidade" do profissional para atendê-lo e/ou acolhê-lo; ou que aquele espaço é adequado para expor tais demandas. Tal impressão gerada na audiência pode estar relacionada às particularidades verificadas nas redes sociais digitais, elucidadas por Martino (2015), que as compreendem enquanto promotoras de padrões de interações sociais próprios, que permitem uma dinâmica relacional fluida e horizontal entre os interagentes. Apesar de não terem ficado claras as estratégias utilizadas em tais contextos, para minimizar os desconfortos envolvidos e manter a coerência expressiva, fica evidente que situações que geram algum tipo de constrangimento ou incômodo, deste tipo, geram também a necessidade de ajustes nas regras de gerenciamento comunicacional da privacidade (Petronio, 2002).

A imprecisão entre os limites profissionais e pessoais também foi evidenciada por Feijó, Silva, & Benetti (2018), ao verificarem a percepção de psicanalistas sobre a utilização de TICs em suas práticas clínicas. Dentre outras relações, os participantes associaram características das TICs ("ilimitada", "invasiva" e "instantânea") à entaves para o trabalho clínico. Tal relação

demonstra desconfortos quanto à maleabilidade dos limites público/privado, e, por conseguinte, evidencia a necessidade de ajustes nas regras de gerenciamento da privacidade entre psicoterapeuta e paciente.

Ainda na Figura 1, nota-se que situações de assédio são percebidas com frequência nas redes sociais digitais dos (as) respondentes como incômodas e/ou constrangedoras. Apenas participantes do sexo feminino relataram ter vivenciado tais situações, que envolvem desde a coleta de dados (por exemplo, o número do telefone celular) junto ao envio de mensagens de cunho sexual; comentários privados nas redes sociais digitais com o mesmo cunho; e até curtidas reiteradas seguidas por mensagens privadas. A partir das falas das participantes 2, 44 e 29, respectivamente, é possível verificar exemplos: *"Assédio sexual, moral, onde um seguidor pegou o meu número, inicialmente querendo marcar consulta, fazia voz de mulher e logo depois usou sua voz normal para dizer coisas terríveis"*; *"Curtidas reiteradas de um mesmo homem e sempre uma mensagem me chamando de linda"*; e *"Uma pessoa do sexo masculino elogiando minha aparência estética, sendo que inicialmente tinha entrado em contato para realizar uma sessão de psicoterapia, depois disso limitei todos os quesitos de privacidade no perfil"*.

As falas supracitadas expõem particularidades verificadas com base nas disposições técnicas e sociais das redes sociais digitais. Quanto às técnicas, verifica-se a possibilidade de "curtir" conteúdos reiteradamente; coletar dados, como o número do celular da profissional; estabelecer contato de modo privado, a partir do *"direct"*²⁴ ou *"messenger"*²⁵; ou até limitar o acesso destas audiências, apoiando-se nos ajustes nas configurações de privacidade, por exemplo. Tais disposições técnicas promovem interações sociais específicas que compreendem a construção de significados particulares, como por exemplo as reiteradas curtidas seguidas pelo comentário "linda" e a sensação de assédio associada a tal conduta na arena digital. Nota-

²⁴ Mensagem privada na plataforma digital *Instagram*.

²⁵ Mensagem privada na plataforma digital *Facebook*.

se que o incômodo e/ou constrangimento se relaciona com a impressão da audiência masculina sobre as profissionais, envolvendo constructos sociais em volta da mulher (Dias, 2008) que independem das particularidades de tal arena, mas que são evidenciadas por elas a partir da sua arquitetura e apropriação. Percebe-se haver, por fim, a utilização de estratégias de gerenciamento da própria privacidade, limitando o acesso destas audiências ao seu próprio perfil com base nos ajustes nas configurações de privacidade.

A Figura 2 apresenta as categorias temáticas a partir dos tipos de perfis dos (as) respondentes. Observa-se que aqueles que têm um único perfil para ambas finalidades vivenciam as situações de assédio como incômodas e/ou constrangedoras com maior frequência, seguida por situações onde há imprecisão entre os limites nas arenas profissional/pessoal, e, por fim, quanto aos comentários críticos em público.

Categorias Temáticas	Único perfil para ambas finalidades (pessoal e profissional) (n=7)	Perfis distintos, cada um para uma finalidade (n=30)	Único perfil profissional (n=8)
Comentários críticos em público	1	12	3
Imprecisão nos limites entre a arena profissional e a arena pessoal	2	10	1
Assédio	4	3	4

Figura 2. Categorias temáticas por tipos de perfis - situações constrangedoras e/ou incômodas.

Em perfis únicos, nos quais há o uso para ambos os fins ao mesmo tempo, espera-se que as fronteiras entre a arena pessoal e a arena profissional sejam ainda mais imprecisas, visto que em perfis deste tipo o profissional evidencia tanto aspectos pessoais quanto profissionais de si mesmo simultaneamente, a partir de uma mesma fachada para diversas audiências (por exemplo, familiares, amigos, colegas de trabalho, pacientes etc.). Apesar de tal expectativa, os dados indicam que situações turbulentas são menos percebidas por estes (as) respondentes, em comparação com aqueles (as) que utilizam outros tipos de perfis (perfis distintos, um para cada finalidade; e, um único perfil profissional). Tal dado pode apontar que estes (as) profissionais

estão "menos sensíveis" às turbulências próprias das dinâmicas interacionais em redes sociais digitais, e, portanto, estariam inclinados a expor aspectos de si mais pautados em estados afetivos do que em dicas contextuais (Snyder, 1974). Por outro lado, expor aspectos de si sob maior controle de estados afetivos, na arena digital, pode indicar a manutenção de novos acordos sociais e, portanto, maior gerenciamento das suas impressões sob controle das dicas contextuais daquele ambiente.

Nota-se que a maioria dos (as) respondentes que já vivenciou situações incômodas e/ou constrangedoras na principal rede social digital utilizada, têm dois perfis, um para cada finalidade (pessoal e profissional). Eles (as) apresentam, com maior frequência, incômodos quanto aos comentários críticos em público, seguido pela imprecisão nos limites entre a arena profissional e pessoal, e, por fim, quanto às situações de assédio.

A escolha por delimitar as performances, em dois perfis para diferentes finalidades, parece indicar a necessidade de limitar o acesso das audiências aos aspectos pessoais e privados dos (as) respondentes. Isto sugere que suas performances podem estar mais sob controle dos aspectos contextuais, ou dos símbolos sociais, para o monitoramento das impressões a serem apresentados às audiências (Snyder, 1974).

Em comparação aos profissionais que utilizam perfis distintos para ambas finalidades, os que utilizam um único perfil para a finalidade profissional apresentam menor frequência quanto às situações incômodas e/ou constrangedoras vividas na principal rede social digital utilizada. Este dado pode indicar que ao optar pelo perfil estritamente profissional, o (a) psicólogo (a) delimita a performance que deseja imprimir, e, portanto, estreita as impressões que se quer passar às audiências, com o foco direcionado aos aspectos profissionais apenas. Nesta direção, há uma delimitação da situação de modo mais claro, ainda que nas redes sociais digitais esta delimitação possa sofrer influências do cenário complexo.

5.2.2 Necessidade de ajustes nas configurações de privacidade na principal plataforma de rede social digital utilizada

A necessidade de ajustar as configurações de privacidade, nas redes sociais digitais pelos (as) psicólogos (as), está relacionada à regulação do acesso das audiências a aspectos de si, a partir do gerenciamento das impressões que se deseja causar nelas. Ao lançarem mão de tal estratégia, os (as) respondentes tentam estabelecer limites mais claros entre aspectos públicos e privados de si. A Figura 3 apresenta as cinco categorias que emergiram a partir das falas dos (as) respondentes, com suas respectivas definições e frequências.

Categorias Temáticas	Definições	Frequência
Delimitação dos contextos profissionais e pessoais	Delimitação do acesso de clientes/colegas de trabalho a aspectos privados da (o) profissional	23
Privado por padrão	Configurações de privacidade ajustadas para limitar o acesso a aspectos privados da (o) profissional por padrão	7
Postagens públicas consideradas inadequadas	Postagens (comentários/fotos/textos) desagradáveis	6
Assédio	Mensagens privadas de assédio	5
Não lembra/ não ocorreu	Não lembra/não ocorreu	4
Outros	Falas que demonstraram particularidades não agrupáveis em nenhuma das categorias anteriores e nem em uma nova categoria	10

Figura 3. Categorias temáticas, suas descrições e frequências – ajustes nas configurações de privacidade

Com base na Figura 3, percebe-se que a maior parte dos (as) respondentes ajusta as configurações de privacidade com o objetivo de delimitar o acesso de clientes e/ou colegas de trabalho aos seus aspectos pessoais. Situações em que os (as) profissionais precisam lidar com limites imprecisos, entre o contexto profissional e o pessoal, foram verificadas nesta categoria. As falas dos (as) respondentes 1, 13 e 25, respectivamente, exemplificam-na: "*Como há pessoas da instituição em que eu trabalho na minha rede social, precisei alterar configurações em*

postagens mais pessoais, como em situações de festas ou mais descontraídas"; "Invasão da privacidade em horários e dias impróprios, como durante a madrugada e fim de semana"; e "Uma foto, na qual, eu estava em um aniversário. Um paciente começou a falar sobre aquela foto, fiquei desconfortável e agora evito esse tipo de foto ao público".

As falas citadas acima apontam aspectos interessantes das dinâmicas de interação, próprias do contexto das redes sociais digitais. A fala do (a) respondente 1, por exemplo, demonstra a regulação da impressão que se deseja gerar nas audiências variadas, e, em especial, aquelas relacionadas ao ambiente de trabalho. Este esforço em gerenciar a exposição de aspectos de si pelo (a) respondente, evidencia o que Boyd (2011) chama de contextos colapsados onde, a partir das disposições técnicas da plataforma digital, verifica-se uma dinâmica particular onde há múltiplas audiências que acessam a performance do (a) profissional (por exemplo, familiares, colegas de trabalho, amigos etc.), corroborando com o desenvolvimento de estratégias diferentes de apresentação e exposição de aspectos de si, revelando a frágil fronteira entre os aspectos públicos e privados gerenciados nesta ambiência. Ao limitar o acesso de audiências específicas, a partir dos ajustes nas configurações de privacidade da plataforma, o interagente ajusta também o acesso a aspectos do *self* que não se deseja expor.

As falas das respondentes 13 e 25 caracterizam a sensação de "invasão de privacidade" promovida pela impressão gerada na audiência de "disponibilidade do (a) profissional. Por um lado, como afirma Nejm (2016), "o uso cotidiano destas plataformas digitais, nos relacionamentos interpessoais, poderia favorecer a incorporação da própria dinâmica colapsada como referência para os comportamentos de exposição de si" (p.79), onde os limites entre os espaços profissionais e pessoais passam a ser pouco claros, como a sobreposição das situações sociais em que performam, por exemplo; por outro lado, verificam-se possibilidades de ajustes nos modos de gerenciamento de aspectos da sua privacidade a partir das disposições técnicas,

como por exemplo os ajustes nas configurações de privacidade para evitar o tal comentário do paciente ou o acesso livre em qualquer dia e horário, como afirmam Ribeiro, Nejm, Barberino, e Borges (2019): "assim, é possível regular a disponibilidade para as interações com os diferentes recursos técnicos disponíveis nas aplicações sociais *online*" (p. 78). Tais estratégias evidenciam o esforço ordinário em manter o comportamento expressivamente padronizado, apesar da sobreposição das situações sociais, e, ainda, promover a manutenção da fachada desejada.

A segunda categoria que mais obteve frequência de respostas indica que parte dos (as) respondentes têm suas configurações de privacidade ajustadas por padrão. As falas 47, 49 e 38, respectivamente, exemplificam tal categoria: "*Nunca deixei meus perfis públicos*", "*Tenho todas as configurações de privacidade alteradas por padrão, não houve um evento específico*" e "*Modifiquei a configuração do perfil pessoal para privado logo após o início do uso devido aos convites de pessoas não próximas que recebi*".

A categoria indica que não houve um evento específico para que ocorresse o ajuste das configurações de privacidade, e que tal ajuste foi realizado desde o início da criação dos perfis. Ao limitar o acesso a aspectos privados, por padrão, os interagentes engajam-se em regular também as impressões da audiência com relação às suas performances, a partir dos ajustes nos limites da sua privacidade. Nota-se que tal ajuste técnico fomenta dinâmicas sociais particulares, promovendo determinados tipos de interação e evitando outros. Tal categoria articula reflexões acerca das apropriações culturais de tais plataformas digitais no contexto atual, onde as disposições técnicas favorecem a exposição de si, delineando uma "cultura da visibilidade" onde se deseja ver e ser visto (Sibilia, 2008), ao mesmo tempo em que se evita a invisibilidade e a superexposição (Bucher, 2012). Esta dinâmica complexa torna-se interessante a partir dos dados verificados na categoria emergente "privado por padrão"; em primeiro lugar por evidenciar um esforço dos (as) participantes em ajustar/gerenciar aspectos de sua

privacidade para as audiências, ainda que o contexto fomente a visibilidade; e em segundo por indicar a manutenção de acordos verificados nas interações fisicamente presentes entre o (a) psicólogo (a) e demais audiências.

Quanto à terceira categoria com maior frequência, verifica-se que postagens públicas, consideradas inadequadas pelos (as) respondentes, promovem ajustes nas configurações de privacidade dos seus perfis. As falas dos (as) respondentes 19, 26 e 2, respectivamente, caracterizam tal categoria: "*Removi um seguidor do meu perfil, pois o mesmo fez comentário machista em uma publicação*"; "*Postagens inadequadas de outras pessoas em minha linha do tempo, desta forma, alterei a privacidade para que eu possa autorizar*"; e "*Quando pessoas que comentavam na publicação começaram a se defender*".

Nota-se, a partir das falas acima, que a necessidade de ajustes nas configurações de privacidade está associada ao impacto do comportamento da audiência sobre os (as) respondentes. As possibilidades de exclusão do comentário; do seguidor, bem como o ajuste para que as postagens sejam notificadas antes de serem postadas na linha do tempo do perfil do (a) respondente, caracterizam algumas disposições técnicas da plataforma digital que auxiliam na manutenção da fachada, mantendo a coerência expressiva dos atores em interação, a partir da regulação das expectativas de ambos interagentes na arena interacional (Goffman, 2014). Ao ter que lidar com tais comentários indesejados, os (as) respondentes lidam também com "turbulências" nos limites entre público e privado, que promovem a necessidade de ajustes para o reestabelecimento de limites mais precisos em tal arena (Petronio, 2013).

A categoria temática "Assédio" foi a quarta categoria que obteve maior frequência de falas voltadas para a necessidade de ajustes das configurações de privacidade. Esta categoria se refere às mensagens de assédio moral ou sexual. Apenas respostas de participantes do sexo feminino foram verificadas nesta categoria. Verificam-se nas falas das respondentes 14, 55 e 54, respectivamente, alguns exemplos: "*Insistência em mensagens de assédio. Bloqueio de*

seguidores"; "Normalmente por Assédios masculino" e "Seguidores homens inconvenientes usando do espaço do perfil profissional para assédio".

Tal categoria também emergiu a partir das falas sobre as situações incômodas e/ou constrangedoras vivenciadas por respondentes na principal rede social digital utilizada. Observa-se que algumas possibilidades técnicas verificadas em redes sociais digitais, como o modo privado de comunicação (por exemplo, através do *direct* e/ou *messenger*), favorecem a ocorrência deste tipo de interação, que se caracteriza, nesta pesquisa, por tentativas de interação a partir dos aparatos técnicos públicos/privados da plataforma digital. Nota-se que ao vivenciarem situações de assédio nas suas redes sociais digitais, as respondentes utilizam estratégias como o bloqueio do seguidor, por exemplo, para limitar o acesso da audiência a aspectos privados de si. Ainda que haja o favorecimento de interações deste tipo, a partir das disposições técnicas, há também a possibilidade de limitá-la, a partir do bloqueio / exclusão/ denúncia.

A Figura 4 apresenta a frequência das categorias temáticas para cada tipo de perfil. A maior parte dos (as) respondentes têm dois perfis distintos, um para cada finalidade; seguido por um único perfil para ambos os fins e por último, um único perfil para o fim profissional.

Categorias Temáticas	Único perfil para ambas finalidades (pessoal e profissional) (n=13)	Perfis distintos, cada um para uma finalidade (n=36)	Único perfil profissional (n=6)
Delimitação dos contextos profissionais e pessoais	5	16	2
Privado por padrão	1	5	1
Postagens públicas consideradas inadequadas	0	4	2
Assédio	3	1	1
Não lembra/Não ocorreu	1	3	0

Figura 4. Categorias temáticas por tipos de perfis - ajustes nas configurações de privacidade

Em perfis unicamente profissionais, nota-se uma menor frequência quanto à necessidade de ajustes nas configurações de privacidade. Este dado corrobora com o verificado na Figura 2, onde há uma baixa frequência quanto às situações constrangedoras e/ou incômodas vivenciadas nas suas principais redes sociais digitais utilizadas. Tal resultado pode indicar que em perfis como este, onde há uma delimitação maior das fronteiras entre público/ privado e pessoal/profissional, os (as) respondentes necessitam menos lançar mão de ajustes de privacidade, pelo poder da fachada em delimitar as expectativas das audiências.

Nota-se que para o perfil único para ambos os fins, houve uma maior frequência quanto a necessidade de ajustes nas configurações de privacidade, em comparação com a Figura 2, onde a percepção de situações constrangedoras e/ou incômodas foram menores. Observa-se também que as frequências do perfil, de acordo com a Figura 4, estão mais concentradas na necessidade de delimitação dos contextos profissionais e pessoais. Este dado parece indicar que apesar de não perceberem tais situações como incômodas e/ou constrangedoras, os (as) respondentes sentem a necessidade de ajustar os limites de privacidade. A fala dos (as) respondentes 15 e 9 evidenciam este dado: *"Uma Cliente que não conseguia respeitar meus limites e tive que bloqueá-la"* e *"Invasão da privacidade em horários e dias impróprios, como durante a madrugada e fim de semana"*.

Ainda de acordo com a Figura 4, nota-se que a maior parte dos (as) respondentes que já sentiu a necessidade de ajustar as configurações de privacidade têm perfis distintos, um para cada finalidade (pessoal e profissional). Ainda, verifica-se que a frequência está mais concentrada na necessidade de delimitação dos contextos profissionais e pessoais. Tal dado pode ser exemplificado pelas falas dos (as) respondentes 28 e 33: *"Quando alguns pacientes tentaram me adicionar no perfil pessoal, ou quando descobri que tenho amigos em comum com um paciente e então coloquei os amigos no modo restrito"* e *"Por ter visibilidade do meu*

trabalho nas redes sociais e cliente deseja adicionar minha conta pessoal, então faço alterações de privacidade para não misturar o profissional com o pessoal".

A partir da fala do (a) respondente 28, observa-se que apesar da sua tentativa em delimitar os espaços privados e pessoais, daqueles profissionais e públicos, ao criar perfis distintos, as particularidades interacionais verificadas por Boyd (2011) nas redes sociais digitais complexifica tais tentativas de definição dos contextos, pois as dinâmicas interacionais verificadas nas redes sociais digitais promovem algumas características como as audiências invisíveis e a replicabilidade, que indicam a indefinição das audiências que terão acesso à publicação de conteúdos nas redes sociais digitais e a possibilidade que a audiência tem de replicar o conteúdo publicado para terceiros. Ainda que os perfis sejam delimitados, quanto aos seus espaços pessoais e profissionais, verifica-se que outras estratégias são utilizadas para ajustar estas turbulências possíveis de serem vivenciadas, como "colocar o amigo em modo restrito", por exemplo.

Conclusão

Há pouco mais de 20 anos, no Brasil, o campo da psicologia em interseção com as TICs começava a ser construído. A primeira regulamentação do país que fundamentou a prestação de serviços psicológicos mediados por TICs foi criada nos anos 2000, e, ao longo do tempo, houve mais quatro regulamentações. A mais atual, estabelecida em 2018, apresenta mudanças significativas, como a autorização para realizar psicoterapia *online* sem número máximo de sessões, bem como a necessidade de realizar um cadastro individual do (a) psicólogo (a) para este tipo de atuação. Junto a isto, o número de psicólogos (as) brasileiros (as) que optam por atuar profissionalmente *online* tem crescido nos últimos quatro anos²⁶, indicando uma mudança de paradigma para a Psicologia enquanto ciência e profissão, que se apropria empírica e teoricamente cada vez mais das atualizações técnicas e sociais promovidas pelas TICs.

Apesar da sua relevância, os usos e as apropriações das TICs por psicólogos (as) brasileiros (as) é um tema pouco explorado em produções científicas no país. A utilização e apropriação de dispositivos técnicos e de plataformas digitais, por estes profissionais, compreende um fenômeno particular que envolve variáveis de naturezas distintas, como as físicas e digitais. A sobreposição destas variáveis corrobora com práticas interacionais complexas que permitem que novos acordos sociais sejam estabelecidos para que haja a manutenção da interação. Entender como os psicólogos (as) se apropriam da internet significa entender também as expectativas sociais que passam a prevalecer sobre a profissão e, mais especificamente, sugere a adaptação destes profissionais ao contexto complexo atual que envolve tantas variáveis quanto as TICs podem oferecer.

O contexto digital, enquanto arena complexa de interação, possibilita que práticas cotidianas sejam ressignificadas. As trocas simbólicas verificadas neste ambiente, bem como a

²⁶ Ver mais em: <https://cadastrosite.cfp.org.br/cadastro/>

adaptação de regras sociais, promovem condutas particulares, e, portanto, possibilitam a construção de novos sentidos. Os usos e as apropriações cotidianas das TICs, e, em especial, da internet pelos (as) psicólogos (as) corrobora com o desenvolvimento de práticas de interação idiossincráticas nessa arena, nas quais se verificam o gerenciamento do que se deseja expor e as impressões que se deseja imprimir nas audiências que os seguem.

A utilização de redes sociais digitais por psicólogos (as), por exemplo, passa a fazer parte do cotidiano destes profissionais, o que promove reflexões acerca dos modos particulares de uso e da apropriação que eles fazem delas. Descrever e analisar parte dos comportamentos interacionais dos (as) psicólogos (as) no seu cotidiano mediado por TICs têm sido um caminho útil não apenas para a clarificação das mudanças nas expectativas relacionadas à conduta deste profissional, mas principalmente, para entender como estes (as) profissionais se relacionam e administram sua atuação nesta arena, na contemporaneidade.

Reconhecendo as limitações das análises realizadas nesta pesquisa, foi possível colher dados relevantes quanto aos profissionais de psicologia que se apresentam na arena digital. Os (as) psicólogos (as) respondentes foram, em sua maioria, mulheres com idade entre 31 e 50 anos e da abordagem TCC, que utilizam sua rede social digital principal tanto para fins pessoais quanto profissionais, que usam dois perfis distintos, um para cada finalidade (pessoal e profissional), que passam mais que 4 horas diárias na principal rede social digital, que já vivenciaram algum tipo de situação incômoda e/ou constrangedora na sua rede social digital principal, e que também já precisaram ajustar as configurações de privacidade em algum momento.

A utilização do questionário *online*, composto por questões fechadas e abertas, apresentou pontos positivos e negativos. Com relação aos positivos, observa-se a capacidade de alcance dos participantes, visto que a amostra é nacional; a rapidez da coleta e transposição dos dados quantitativos e qualitativos, a partir da sua compatibilidade com os dois programas

utilizados para analisar os dados (ATLAS ti e SPSS) e a interface intuitiva, facilitando a construção e acompanhamento dos dados ao longo da coleta foram pontos relevantes do instrumento. Por outro lado, verificou-se limitações quanto a potencialidade do instrumento em abarcar de modo robusto o fenômeno investigado.

Na análise realizada a partir das questões fechadas do questionário *online*, fica claro que os (as) participantes utilizam os dispositivos técnicos, como celular e computador, para ambos os fins (pessoal e profissional). Sugere-se que o aprofundamento de tal dado, em pesquisas futuras, contribuiria de modo expressivo para discussões a respeito das potencialidades que o uso de dispositivos móveis, portáteis e de caráter privado (Hatuka e Toch, 2014) têm nos modos de apresentação e exposição profissional destes indivíduos nas interações mediadas por TICs.

Em cada plataforma digital existem prescrições técnicas e sociais que promovem alguns comportamentos e não outros, e, portanto, acabam favorecendo ou inibindo modos de apresentação e exposição de si. Na rede social digital *Facebook* e *Instagram*, por exemplo, os usos para ambos os fins (pessoal e profissional) foi maior, indicando uma forte sobreposição das arenas pessoais e profissionais nestas redes sociais digitais, e, por conseguinte, de ajustes nas impressões que se deseja passar para os interagentes. Já no *LinkedIn*, por exemplo, observou-se que a frequência de uso foi maior para a finalidade profissional, evidenciando que os tipos de interações correntes nesta plataforma favorecem trocas deste tipo. Indica-se que pesquisas futuras investiguem os tipos de uso profissional que os (as) psicólogos (as) fazem das plataformas digitais, visto que em cada uma delas existem disposições técnicas e prescrições sociais diferentes e semelhantes. Esta investigação permitiria entender de que modo estes profissionais estão se expondo particularmente em cada uma destas plataformas, se há aproximações ou afastamentos entre as performances e quais variáveis técnicas e sociais estariam em vigor.

Os (as) psicólogos (as) indicaram que utilizam a principal rede social digital com frequência (acima de 4 horas diárias) e que já vivenciaram situações incômodas e/ou constrangedoras nela. Da mesma forma, já fizeram ajustes nas suas configurações de privacidade. Tais profissionais lidam boa parte do seu dia com intensas trocas simbólicas na sua principal rede social digital utilizada, que promovem o gerenciamento dos aspectos que se deseja imprimir, bem como aqueles que não se deseja. Ao mesmo tempo em que precisam gerenciar suas impressões, as profissionais lidam também com uma tênue fronteira entre os ajustes nas arenas profissionais e pessoais, que se apresentam imprecisas no contexto digital.

A partir da análise das questões abertas do questionário, pode-se indicar que ao lidarem com as situações consideradas por eles (as) como incômodas e/ou constrangedoras (por exemplo: comentários críticos em público; imprecisão nos limites entre a arena profissional e a arena pessoal e situações de assédio), os (as) profissionais enfrentaram também o que Boyd (2014) chama de "colapso de contextos", onde se lida com públicos variados em um mesmo cenário, adaptando sua performance a partir dos aparatos técnicos (bloqueio e/ou exclusão de seguidores, ajustes nos comentários etc.), de modo a garantir a manutenção da sua fachada. Ao mesmo tempo, verifica-se a frágil fronteira entre público e privado, bem como os ajustes realizados pelos profissionais enquanto estratégias de gerenciamento da sua privacidade.

Para os (as) respondentes, a necessidade de ajustar as configurações de privacidade, na principal rede social digital utilizada, está relacionada às turbulências vivenciadas (por exemplo: delimitação dos contextos profissionais e pessoais, configurações privadas por padrão, postagens públicas consideradas inadequadas e situações de assédio). Tais situações "turbulentas" promovem ajustes nas performances, a partir de cada situação particular e com base nos acordos sociais pré-estabelecidos nestas ambiências.

As interações em redes sociais digitais, verificadas a partir da percepção dos (as) psicólogos (as), convidam o leitor a refletir sobre o modo como estes profissionais se

comportam na arena digital. As estratégias utilizadas pelos profissionais, ao gerenciarem suas impressões para audiências variadas, foram evidenciadas ao lançarem mão dos aparatos técnicos da principal plataforma de rede social digital utilizada. Tais aparatos, contribuem para que as dinâmicas interacionais nesta arena sejam possíveis, ajustando deste modo os limites entre aspectos privados e públicos do (a) profissional. Ainda, verifica-se um esforço na manutenção desses limites, desde a criação de dois perfis distintos, um para cada finalidade, à necessidade de ajustes nas configurações de privacidade para delimitar ainda mais as fronteiras entre as arenas pessoais e profissionais. Esta dinâmica complexa promove práticas sociais particulares, que caracterizam o modo como parte destes profissionais estão se apropriando destas arenas de sociabilidade e, por conseguinte, o modo como as audiências são impressionadas por suas condutas.

Ainda que este trabalho tenha se comprometido com a investigação de algumas variáveis que compõem as dinâmicas interacionais dos (as) psicólogos (as) nas redes sociais digitais, os achados desta pesquisa dão margem para novos aprofundamentos, como as questões éticas envolvidas na apresentação e exposição dos psicólogos (as) nas arenas digitais; os modos de uso profissional das plataformas digitais; a influência das abordagens teórica sobre os modos de apresentação e exposição de si na arena digital; os aspectos envolvidos nas escolhas dos tipos de perfis nas redes sociais digitais; os aspectos de gênero enquanto promotores de mais ou menos turbulências; as motivações subjacentes aos tipos de postagens, a partir de cada tipo perfil; entre outras tantas investigações possíveis.

Indica-se que em pesquisas futuras sejam feitas investigações de natureza qualitativa, a partir de entrevistas semiestruturadas e/ou observações das interações nos próprios perfis dos (as) profissionais, para que seja possível abarcar de modo mais robusto a complexidade do fenômeno investigado.

Referências

- Altman, I. (1977). Privacy regulation: culturally universal or culturally specific. *Journal of Social Issues*, 33(3), 66–84. doi:10.1111/j.1540-4560.1977.tb01883.x
- Ariès, P. (1991). *Por uma história da vida privada*. Em P. Ariès & R. Chartier (Orgs.), *História da vida privada: Volume. 3. Da renascença ao século das luzes* (pp. 7-19). São Paulo: Companhia das Letras.
- Ayres, M.; Ribeiro, J. C. (2015). A representação de si em interações sociais mediadas por instant messengers: o caso WhatsApp. In: *XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-15). Rio de Janeiro: DT5-CI: DT 5-GP Cibercultura. Recuperado de <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0273-1.pdf>
- Barak, A., Hen, L., Boniel-Nissim, M., & Shapira, N. (2008). A comprehensive review and a meta-analysis of the effectiveness of internet-based psychotherapeutic interventions. *Journal of Technology in Human Services*, 26(2–4), 109–160. <https://doi.org/10.1080/15228830802094429>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Beer, D. & Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in web 2.0: some initial 238 considerations. *Sociological Research Online*, 12(5), 67-79. <https://doi.org/10.5153/sro.1560>
- Boyd, D. (2011). Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Org.), *A networked self: identity, community and culture on social network sites* (pp. 39–58). New York: Routledge.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brito, J. Lima de (2013). *Análise comportamental clínica na modalidade online: possibilidades e desafios em um caso clínico*. (Monografia). Instituto Brasiliense de Análise do Comportamento, Brasília, Brasil. Recuperado de http://ibac.com.br/wpcontent/uploads/2017/08/monografia_psicoterapia_online_Juliana_de_Brito_Lima.pdf
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164-1180, <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Carvalho, V. D., de Oliveira Borges, L., & do Rêgo, D. P. (2010). Interacionismo simbólico: origens, pressupostos e contribuições aos estudos em Psicologia Social. *Psicologia: ciência e profissão*, 30(1), 146-161. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932010000100011>

- Casagrande, C. A. (2016). Interacionismo simbólico, formação do “self” e educação: Uma aproximação ao pensamento de G. H. Mead. *Educação e Filosofia*, 30(59), 375–403. <https://doi.org/10.14393/REVEDFIL.issn.0102-6801.v30n59a2016-p375a403>
- Casagrande, C. A., & Hermann, N. (2017). Identidade do eu em contextos plurais: Desafios da formação. *Pro-Posições*, 28(1), 39–62. <https://doi.org/10.1590/1980-6248-2016-0046>
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castro, I. (2013). *Os psicanalistas e as redes sociais on-line: imagem profissional, desejos pessoais e implicações clínicas*. (Dissertação de Mestrado). Pontifícia Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. doi.org/10.17771/PUCRio.acad.28870
- Chester, A., & Bretherton, D. (2009). Impression management and identity online. In: Jonison, A., McKenna, K., Postmes, T. & Reips, U-D. (Eds.). *The Oxford handbook of internet psychology* (pp. 223-236). New York: Oxford University Press. [10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0015](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0015)
- Comitê Gestor da Internet no Brasil (2019). *Principais resultados TIC domicílios 2018*. Recuperado de https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2018_coletiva_de_imprensa.pdf
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity.
- Crestana, T. (2015). Novas abordagens terapêuticas - terapias on-line. *Revista Brasileira de Psicoterapia*, 17(2), 35–43. Recuperado em: http://rbp.celg.org.br/audiencia_pdf.asp?aid2=176&nomeArquivo=v17n2a05.pdf
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa. Métodos qualitativo, quantitativo e misto* (M. F. Lopes, Trad.). Porto Alegre: Artmed.
- Deakin, H., & Wakefield, K. (2014). Skype interviewing: reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*, 14(5), 603–616. [doi:10.1177/1468794113488126](https://doi.org/10.1177/1468794113488126)
- Derlega V. J., & Chaikin A. L. (1977) Privacy and self-disclosure in social relationships. *Journal of Social Issues*, Vol. 33(3), 102–115. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1977.tb01885.x>
- Dias, I. (2008). Violence against women in the workplace: The case of sexual harassment. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (57), 11–23. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292008000200002&lng=pt&tlng=pt.
- Dijck, J. Van (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press.
- Elias, N. (1990). *O processo civilizador: uma história dos costumes – Volume 1*. (R. Jungmann, Trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar. (Obra original publicada em 1939).

- Ellison, N. B. & Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford handbook of internet studies* (pp. 151-172). Oxford: Oxford University Press, 10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008
- Feijó, L. P., Silva, N. B., & Benetti, S. P. da C. (2018). Experiência e formação profissional de psicoterapeutas psicanalíticos na utilização das tecnologias de informação e comunicação. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 38(2), 249–261. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003032017>
- Field, A. (2009). *Descobrendo a estatística usando o SPSS*. Porto Alegre: Artmed.
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Gangestad, S. W., & Snyder, M. (2000). Self-monitoring: appraisal and reappraisal. *Psychological Bulletin*, 126(4), 530-555. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.4.530>
- Gergen, K. J. (2000). The self in the age of information. *The Washington Quarterly*, 23(1), 201–214. doi:10.1162/016366000560656
- Goffman, E. (2010). *Comportamento em lugares públicos. Notas sobre a organização social dos ajuntamentos*. Petrópolis: Vozes.
- Goffman, E. (2011). *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Petrópolis: Vozes
- Goffman, E. (2014). *A Representação do Eu na Vida Cotidiana* (20a Ed.). Petrópolis: Vozes.
- Gonçalves, S. T., & Belmino, M. C. de B. (2017). O meio virtual como espaço profissional: serviços psicológicos online. *Revista Interfaces: Saúde, Humanas e Tecnologia*, 4(12), 33–39. doi: 10.16891/2317-434X
- Gumier, A. B. (2015). *Terapia por internet para dependentes de álcool: desenvolvimento de um protocolo de pesquisa e intervenção*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/305>
- Hallberg, S. C. M., & Lisboa, C. S. de M. (2016). Percepção e uso de tecnologias da informação e comunicação por psicoterapeutas. *Temas em Psicologia*, 24(4), 1297-1309. doi:10.9788/TP2016.4-06
- Hallberg, S. C. M., Lisboa, C. S. de M., Souza, D. B. de, Mester, A., Braga, A. Z., Strey, A. M., & Silva, C. S. da. (2015). Systematic review of research investigating psychotherapy and information and communication technologies. *Trends in Psychiatry and Psychotherapy*, 37(3), 118–125. doi:10.1590/2237-6089-2014-0055
- Hatuka, T., & Toch, E. (2016). The emergence of portable private-personal territory: Smartphones, social conduct and public spaces. *Urban Studies*, 53(10), 2192–2208. <https://doi.org/10.1177/0042098014524608>

- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: making web data platform ready. *SocialMedia+Society*, 1(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Hewson, C. (2008). Internet-mediated research as an emergent method and its potential role in facilitating mixed methods research. In S. N. Hesse-Biber & P. Leavy (Eds.), *Handbook of emergent methods*. New York: Guilford Press.
- Fortim, I., & Cosentino, L.(2007). Serviço de orientação via e-mail: novas considerações. *Psicologia: ciência e profissão*, 27(1), 164-175. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932007000100014>
- Jensen, K. B. (2011) New media, old methods – internet methodologies and the online/offline divide, In M. Consalvo, & C. Ess (Eds), *The handbook of internet studies* (pp. 43-58). Oxford: Wiley-Blackwell, <https://doi.org/10.1002/9781444314861.ch3>
- Joseph, I. *Erving Goffman e a microssociologia*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2000.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: a literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47. doi:10.1037/0033-2909.107.1.34
- Macedo, L. S. R. de, & Silveira, A. da C. da. (2012). Self: um conceito em desenvolvimento. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 22(52), 281–290. <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2012000200014>
- Maffesoli, M. (1996). *No Fundo das Aparências*. Petrópolis: Vozes.
- Marot, R. S. V., & Ferreira, M. C. (2008). Atitudes sobre a aprovação da psicoterapia online na perspectiva da teoria da ação racional. *Interamerican Journal of Psychology*, 42(2), 317324. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-96902008000200013&lng=pt&tlng=pt.
- Martino, L. (2014). *Teoria das Mídias Digitais*. Petrópolis: Vozes.
- Margulis, S. T. (2011). Three theories of privacy: an overview. In Treote, S., Reinecke, L. (Eds.). *Privacy online: perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (pp. 9-17). Berlin: Springer
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: how teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, 16(7), 1051–1067. doi:10.1177/1461444814543995
- McMinn, M. R., Bearse, J., Heyne L. K., Smithberger, A., & Erb, A. L. (2011). Technology and independent practice: survey findings and implications. *Professional Psychology: Research and Practice*, 42(2), 176-184. doi:10.1037/a0022719
- Mead, G. H. (1972). Works of George Herbert Mead. Vol. 1: Mind, self, and society: from the standpoint of a social behaviorist (18. impr). Chicago: University of Chicago Press.
- Montaño, S. (2017). A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. *Revista FAMECOS*, 24(2). <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.2.25256>

- Nejm, R. (2016). *Exposição de si e gerenciamento da privacidade de adolescentes nos contextos digitais*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil. Recuperado de https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/20994/1/Tese_Rodrigo%20Nejm_RI.pdf
- Nunes, J. H. (2005). *Interacionismo simbólico e dramaturgia: A sociologia de Goffman*. São Paulo/Goiania: Humanitas/Editora da UFG.
- Oliveira, P. C. da S. (2009). *O divã virtual e a linguagem do atendimento psicanalítico on-line no ciberespaço*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos do Goytacazes, Brasil. Recuperado de http://www.pgcl.uenf.br/2018/pdf/COGNICAO_6587_1241705578.pdf
- Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*, 119, pp.57-62. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/2962>
- Pecini, A. (2018). Da plataforma da web à sociedade de plataforma: impacto da mediação digital na sociabilidade e subjetividade. In: *VI Congresso Internacional de Comunicação e Cultura*. São Paulo. Recuperado de http://www.comcult.cisc.org.br/wp-content/uploads/2019/05/GT8_Andre%CC%81-Pecini-UFRJ.pdf
- Petronio, S. S. (2002). *Boundaries of privacy: dialectics of disclosure*. Albany: State University of New York Press.
- Petronio, S. (2013). Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory. *Journal of Family Communication*, 13(1), 6–14. <https://doi.org/10.1080/15267431.2013.743426>
- Pieta, M. A. M. (2014). *Psicoterapia pela internet: a relação terapêutica*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10183/144025>
- Pieta, M. A. M., & Gomes, W. B. (2014). Psicoterapia pela internet: viável ou inviável? *Psicologia: Ciência e Profissão*, 34(1), 18-31. doi:10.1590/S1414-98932014000100003
- Pieta, M. A. M., Siegmund, G., Gomes, W. B., & Gauer, G. (2015). Desenvolvimento de protocolos para acompanhamento de psicoterapia pela internet. *Contextos Clínicos*, 8(2), 128–140. doi:10.4013/ctc.2015.82.02
- Prado, O. Z.I, & Meyer, S. B. (2006). Avaliação da relação terapêutica na terapia assíncrona via internet. *Psicologia em Estudo*, 11(2), 247-257. doi:10.1590/S1413-73722006000200003
- Recuero, R., & Zago, G. (2009). Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. *Líbero*, 12 (24), 81-94. Recuperado em <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Em-busca-das-%E2%80%9Credes-que-importam%E2%80%9D.pdf>
- Ribeiro, J.C. (2003). *Um olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço: aspectos sócio comunicativos dos contatos interpessoais efetivados em uma plataforma*

interacional online. (Tese de Doutorado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

- Ribeiro, J. C., & Braga, V. (2012). Interações em ambientes online de compartilhamento de fotografias: considerações baseadas nas perspectivas interacionista e dramatúrgica. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 19(1). doi:10.15448/1980-3729.2012.1.11341
- Ribeiro, J. C., Nejm, R., Barberino, L. A., & Borges, L. (2019). Conexão constante, privacidade e ambivalências nas dinâmicas interacionais mediadas por smartphones. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (119), 75–98. <https://doi.org/10.4000/rccs.9090>
- Rodrigues, C. G. (2014). *Aliança terapêutica na psicoterapia breve online*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Brasília, Brasília, Brasil. Recuperado de <http://repositorio.unb.br/handle/10482/16596>
- Rodrigues, C. G., & de Araújo Tavares, M. (2016). Psicoterapia online: demanda crescente e sugestões para regulamentação. *Psicologia em Estudo*, 21 (4), 735-744. doi:10.4025/psicoestud.v21i4.29658
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: the self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey: Brooks/Cole.
- Schlenker, B. R. & Weigold, M. F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology*, 43, 133-168. doi: 10.1146/annurev.ps.43.020192.001025
- Sibilia, P. (2008). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira.
- Siegmund, G., Janzen, M. R., Gomes, W. B., & Gauer, G. (2015). Aspectos éticos das intervenções psicológicas online no Brasil: Situação atual e desafios. *Psicologia em Estudo*, 20(3), 437–447. <https://doi.org/10.4025/psicoestud.v20i3.28478>
- Siegmund, G., & Lisboa, C. (2015). Orientação psicológica on-line: percepção dos profissionais sobre a relação com os clientes. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 35(1), 168-181. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-3703001312012>
- Silva, P. G. da. (2017). Uso de REA (recursos educacionais abertos) na especialização de psicólogos para o atendimento online. (Monografia). Universidade Federal de Santa Maria, Sant’Ana do Livramento, Brasil. Recuperado de <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/12739>
- Singulane, B., & Sartes, L. (2017). Aliança terapêutica nas terapias cognitivo-comportamentais por videoconferência: uma revisão da literatura. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 37(3), 784-798. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-3703000832016>
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4), 526–537. doi:10.1037/h0037039
- Thompson, J. B. (2011). *A Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.

- Uski, S., & Lampinen, A. (2016). Normas sociais e auto-apresentação em sites de redes sociais: perfil do trabalho em ação. *New Media & Society*, 18(3), 447–464. <https://doi.org/10.1177/1461444814543164>
- Van Allen, J., & Roberts, M. C. (2011). Critical incidents in the marriage of psychology and technology: a discussion of potential ethical issues in practice, education, and policy. *Professional Psychology: Research and Practice*, 42(6), 433–439. <https://doi.org/10.1037/a0025278>
- Van Dijck, J. (2013a). ‘You have one identity’: performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2), 199–215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
- Van Dijck, J. (2013b). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- Zur, Ofer & H. Williams, Martin & Lehavot, Keren & Knapp, Samuel. (2009). Psychotherapist self-disclosure and transparency in the internet age. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40, 22-30, doi:10.1037/a0014745.

APÊNDICE A - Questionário *online*

1. Dados demográficos

1.1 Sexo

- a) Feminino
- b) Masculino

1.2 Idade

- a) 18 a 30
- b) 31 a 50
- c) 51 a 70
- d) A partir de 71

1.3 Nível acadêmico

- a) Superior Completo
- b) Especialização
- c) Mestrado
- d) Doutorado
- e) Pós-doutorado

1.4 Região

- a) Norte
- b) Sul
- c) Nordeste
- d) Centro-Oeste
- e) Sudeste

2. Atendimento Online

2.1 Você atende pacientes/consultantes/clientes online?

- a) Sim
- b) Não

2.2 Qual a sua abordagem teórica?

- a) Análise do Comportamento
- b) Cognitivo-Comportamental
- c) Psicanálise
- d) Junguiana
- e) Sistêmica

- f) Abordagem Centrada na Pessoa (ACP)
- g) Gestalt
- h) Psicodrama
- i) Outra

3. Mapeamento

3.1 Quais dispositivos você utiliza e para quais fins?

3.1.1 Celular

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.1.2 Computador

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.1.3 Tablet

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2 Quais plataformas digitais você utiliza e qual a finalidade principal?

3.2.1 *Instagram*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2.2 *Facebook*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2.3 *Whatsapp/Telegram*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais

- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2.4 *Twitter*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2.5 *LinkedIn*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.2.6 *Youtube*

- a) Utilizo apenas para fins pessoal
- b) Utilizo apenas para fins profissionais
- c) Utilizo tanto para fins pessoais quanto profissionais
- d) Não utilizo

3.3 Pensando na plataforma digital que mais utiliza, qual a frequência diária de uso?

- a) Até 1h
- b) Entre 1h e 2h
- c) Acima de 4h
- d) Não utilizo

3.4 De que modo você utiliza seu(s) perfil(s) na principal plataforma digital que faz uso?

- a) Utilizo um único perfil para interações profissionais e pessoais
- b) Utilizo dois perfis, um para interações profissionais e outro para pessoais
- c) Utilizo um perfil apenas, com foco direcionado para interações estritamente profissionais
- d) Não sei avaliar

4. Aspectos da privacidade

4.1 Você já experimentou alguma situação desconfortável/constrangedora na principal rede social digital que utiliza? (por exemplo: um comentário indesejado em alguma publicação sua; uma solicitação de amizade indesejada; algum seguidor indesejado tendo acesso às suas publicações etc.)

- a) Sim
- b) Não
- c) Não sei avaliar

4.2 Em algum momento você já sentiu a necessidade de ajustar as configurações de privacidade no principal perfil de rede social que utiliza? (por exemplo: escolhendo tornar o seu perfil privado ou limitando o acesso de alguém às suas postagens etc.)

- a) Sim
- b) Não
- c) Não sei avaliar

5. "Turbulências"

5.1 Indique brevemente uma situação constrangedora/ incômoda que você vivenciou na sua rede social digital e como lidou com ela.

5.2 Descreva brevemente a situação na qual precisou alterar as configurações de privacidade.

APÊNDICE B: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

PROJETO: “Psicólogo (a) no Contexto Digital: Gerenciamento de Impressões em Redes Sociais”

INSTITUIÇÃO: Universidade Federal da Bahia

PROGRAMA: Pós-graduação em Psicologia

CURSO: Mestrado em Psicologia Social

PESQUISADORA RESPONSÁVEL: Bruna Lantyer Oliveira Garcia

ORIENTADOR DA PESQUISA: Prof. Dr. José Carlos Santos Ribeiro

TELEFONE DE CONTATO: (71) 988002292

LOCAL DA PESQUISA: Salvador- Ba

ENDEREÇO PARA CONTATO: Universidade Federal da Bahia - UFBA. Instituto de Psicologia. Estrada de São Lázaro, 197. Federação, Salvador - BA - Brasil CEP - 40210-730

Você está sendo convidada (o) como voluntária (o) a participar do projeto de pesquisa “Psicólogo (a) no Contexto Digital: Gerenciamento de Impressões em Redes Sociais”. Nesta pesquisa, pretendemos investigar como os (as) psicólogos (as), atuantes profissionalmente no contexto digital, gerenciam suas impressões nesta ambiência. O motivo que nos leva a pesquisar esse assunto é a emergência de múltiplas ambiências digitais como campo de interação social e as apropriações que os (as) psicólogos (as) fazem delas, que, por conseguinte, corresponde a novas formas de interação por estes profissionais com públicos distintos e inclusive seus próprios pacientes.

Para esta pesquisa, adotaremos os seguintes procedimentos: você responderá um questionário *online* que contemplará questões acerca dos usos e das apropriações de tecnologias de informação e comunicação, bem como questões mais específicas, a respeito das suas experiências nas redes sociais digitais que mais utiliza.

A sua participação nesta pesquisa não trará riscos físicos, mas eventualmente você poderá se sentir desconfortável em recordar alguma situação desagradável que tenha vivido na Internet. Caso isso aconteça, você não precisará responder a alguma pergunta que considere ser muito incômoda. Para evitar ou minimizar possíveis efeitos ou condições adversas, a entrevista será realizada em no máximo uma hora. No caso de algum problema relacionado à sua participação na pesquisa, você terá direito à assistência gratuita, ficando também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da sua participação, mediante decisão judicial ou extrajudicial.

Para participar desta pesquisa você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar no decorrer da pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Você poderá retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. Sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que será atendido (a).

Os resultados estarão à sua disposição quando finalizada a pesquisa. Os dados e instrumentos utilizados ficarão arquivados com o pesquisador responsável, por um período de 5 (cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias: uma cópia será arquivada pela pesquisadora responsável, e a outra será fornecida a você. A pesquisadora tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos. Quando terminarmos a pesquisa, irei mostrar os resultados para você.

Contato para dúvidas

Se você tiver dúvidas com relação ao estudo, direitos do participante, ou no caso de riscos relacionados ao estudo, você deve contatar a pesquisadora. Se você tiver dúvidas sobre seus direitos como um participante de pesquisa, você pode contatar o Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) da Universidade Federal da Bahia. O CEP é constituído por um grupo de profissionais de diversas áreas, com conhecimentos científicos e não científicos que realizam a revisão ética inicial e continuada da pesquisa para mantê-lo seguro e proteger seus direitos.

Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da UFBA (CEP IPS) – cepips@ufba.br
– (71) 3283.6437

Pesquisadora: Bruna Lantyer – bruna.lantyer@hotmail.com – (71) 988002292