

PARECER Nº 99/CEOPP/2023

Sobre a Responsabilidade na utilização das redes sociais

Setembro de 2023

COMISSÃO
DE ÉTICA

Relatora: Sílvia Marina

Preâmbulo:

A Comissão de Ética da Ordem dos Psicólogos Portuguese, em reunião ordinária do dia 16 de setembro 2023, entendeu elaborar um parecer relacionado com a responsabilidade na utilização das redes sociais.

As redes sociais têm vindo a facilitar a interação entre as pessoas de diferentes formas, desde o entretenimento até à promoção profissional. Embora possam ser usadas para diferentes necessidades, quando se trata de divulgação no âmbito profissional devem ser ponderados alguns aspetos.

Assumindo-se a importância que a atividade publicitária tem na sociedade atual, o código da publicidade define que esta deve reger-se pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor. De acordo com o mesmo Decreto-Lei, no artigo 3º, pode ler-se que é considerada publicidade “qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de: a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; ...”¹. Acresce o regulamento nº 1058/2016 de 24 de dezembro referente às práticas de publicidade em saúde que estabelece “as regras sobre os elementos de identificação dos intervenientes a favor de quem são efetuadas as práticas de publicidade em saúde, bem como os elementos que devem constar na mensagem ou informação publicitada, para efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 4.º e n.º 1 do artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro.”² O mesmo regulamento salvaguarda a aplicabilidade das regras e princípios que o constituem, a qualquer prática de publicidade em saúde seja qual for o canal de difusão, nomeadamente a internet.²

Neste enquadramento a atividade publicitária dos serviços de psicologia deve acautelar os princípios suprarreferidos.

¹ DL n.º 330/90, de 23 de Outubro - Código da Publicidade

² Regulamento nº 1058/2016 de 24 de dezembro – Práticas de Publicidade em Saúde

Numa profissão como a Psicologia em que o estabelecimento de uma relação de confiança entre o psicólogo e o cliente é fundamental, a imagem que as pessoas possam desenvolver acerca do profissional assume particular relevância. Neste sentido, uma exposição pouco cuidada pode conduzir a interpretações que possam originar uma banalização da classe profissional e conseqüentemente da prática psicológica. A exposição do psicólogo nas redes sociais, sem acautelar uma dissociação clara entre a imagem pessoal e profissional, pode levar a uma interpretação da pessoa do psicólogo a partir das suas experiências pessoais, o que pode prejudicar a relação terapêutica. Neste contexto, o psicólogo deve fazer uma ponderação cuidada acerca dos limites entre vida pessoal e profissional, assegurando o mais estrito respeito pelo código deontológico da profissão.

Este parecer não visa arbitrar nenhuma questão concreta, mas apenas pronunciar-se sobre algumas questões genéricas tidas como relevantes para a boa prática dos psicólogos. A elaboração deste parecer tem como principal fonte de referência os princípios gerais e específicos do Código Deontológico da OPP.

Considerando que:

1. Os psicólogos devem ser fiéis aos princípios do código deontológico promovendo-os de forma ativa;
2. Os psicólogos devem ter consciência das conseqüências que as suas ações possam ter nas pessoas e na classe profissional;
3. Os psicólogos devem promover e dignificar a sua atividade;
4. A divulgação de serviços de psicologia pode enquadrar-se em atividade publicitária regida pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor;
5. A relação terapêutica é a base para a intervenção psicológica;
6. A comunicação de informação nas redes sociais implica uma responsabilidade acrescida, tendo em conta a influencia que pode ter junto das pessoas.

Somos de parecer que:

1. A divulgação dos serviços deve ser rigorosa e restringir-se à partilha de informação profissional, tais como formação, área de atuação e títulos que o psicólogo é detentor;
2. A Identificabilidade implica que os conteúdos de promoção de uma instituição, clínica ou resposta privada, devem ser identificados como conteúdo publicitário, o que o distingue de conteúdos mais pessoais partilhados nas redes sociais;
3. O princípio da veracidade implica que afirmações relativas à natureza e condições dos serviços publicitados devem ser exatas e passíveis de prova, a todo o momento;
4. Os conteúdos partilhados não devem promover uma visão enganosa dos serviços e a “intimidade” ou pelo menos o carácter pessoal dos conteúdos partilhados podem gerar essa ideia equivocada sobre a natureza da relação passível de ser vivida na resposta do psicólogo;
5. Informação pessoal divulgada publicamente pode facilmente tornar-se prejudicial para a relação terapêutica, uma vez que depende do significado e sentido que as pessoas lhe atribuem;
6. O psicólogo será o responsável pela informação que partilha neste contexto e pelas consequências que daí possam decorrer;
7. O psicólogo deve assegurar uma separação entre a ciência psicológica e os valores, crenças e interesses pessoais;
8. Os psicólogos reconhecem o impacto da sua exposição pessoal nas redes sociais e têm consciência dos potenciais danos que esta exposição possa causar às pessoas em particular e à classe profissional que representam;
9. Tal como em qualquer declaração pública, a exposição do psicólogo através das redes sociais deve respeitar e promover os princípios da profissão, nomeadamente a responsabilidade, a integridade, beneficência e não-maleficência.

Aprovado pela Comissão de Ética da Ordem dos Psicólogos Portugueses.

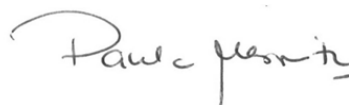
Lisboa, 16 de setembro de 2023

A Relatora

Handwritten signature of Sílvia Marina in black ink, consisting of stylized initials and a surname.

(Sílvia Marina)

A Presidente da Comissão de Ética

Handwritten signature of Paula Mesquita in black ink, written in a cursive style.

(Paula Mesquita)



ORDEM
DOS
PSICÓLOGOS