

Sylvio Pecoraro Júnior

Rastreando as(os) Psicólogas(os) na rede: uma etnografia no Youtube.

MESTRADO EM PSICOLOGIA

Orientador: Dr. Arthur Arruda Leal Ferreira

NITERÓI

2019

Sylvio Pecoraro Júnior

Rastreamento as(os) Psicólogas(os) na rede: uma etnografia no Youtube.

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

Orientador: Dr. Arthur Arruda Leal Ferreira

NITERÓI

2019

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

J95r Júnior, Sylvio Pecoraro
Rastreamento as(os) Psicólogas(os) na rede : uma etnografia
no Youtube. / Sylvio Pecoraro Júnior ; Arthur Arruda Leal
Ferreira, orientador. Niterói, 2019.
109 f.

Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense,
Niterói, 2019.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/PPGP.2019.m.15236104769>

1. Youtube. 2. Etnografia virtual. 3. Psicologia. 4.
Controvérsias. 5. Produção intelectual. I. Ferreira, Arthur
Arruda Leal, orientador. II. Universidade Federal Fluminense.
Instituto de Psicologia. III. Título.

CDD -

Sylvio Pecoraro Júnior

Rastreando as(os) Psicólogas(os) na rede: uma etnografia no Youtube.

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

Banca Examinadora

Prof. Dr. Arthur Arruda Leal Ferreira – UFF (Orientador)

Prof. Dr^a. Cristiane Moreira da Silva – UCP

Prof. Dr^a. Marcia Oliveira Moraes – UFF

Prof. Dr. Henrique Luiz Cukierman – UFRJ

Data da Defesa: 30/08/2019

A Deus por se fazer acessível através da razão.

A todos os professores que atravessaram minha vida, que me ajudaram a enxergar novos horizontes e possibilidades de um futuro melhor.

Ao meu pai (*in memoriam*), pelo amor incondicional dirigido ao seu único filho e por ter proporcionado as melhores lembranças de minha infância.

À minha família pelo apoio e dedicação.

À minha namorada Thaís, que sempre esteve ao meu lado durante todo o mestrado. Amiga e companheira fiel para todas as horas.

AGRADECIMENTOS

Quero começar os agradecimentos lembrando pessoas que foram de muita importância em minha vida escolar. Na impossibilidade de citar todos os mestres que marcaram meu ensino básico, fundamental e médio, os deixo representados pela professora Fátima que ministrava aulas de matemática na Escola Estadual Princesa Isabel em meu ensino médio. Professora capaz e dedicada que dizia em todas as suas aulas sobre a importância da educação como ferramenta transformadora de vida. Graças a sua insistência em martelar na cabeça de seus alunos a importância em fazer o ENEM resolvi realizar a prova e consegui uma bolsa de estudos para estudar psicologia na UCP. Sempre que vai ao restaurante em que minha mãe trabalha, ela faz questão de perguntar sobre mim e fica feliz em saber de minhas conquistas acadêmicas.

Minha mãe também foi uma pessoa especial para a realização deste sonho. Lembro de sua felicidade ao ser comunicada que eu havia sido aceito no Programa de Pós-Graduação de Psicologia da UFF apesar de não ter consigo uma bolsa de pesquisa. Ela me apoiou de forma incondicional e me deu assistência para estar presente aos compromissos estabelecidos nesses dois anos de mestrado. Morando em outra cidade (Petrópolis) as dificuldades para estar presente fisicamente são maiores, mas com seu apoio pude honrar os compromissos assumidos.

O interesse pelo tema de pesquisa deste trabalho surge graças a minha inserção no grupo de pesquisa mídia e psicologia. Nesse espaço cresci intelectualmente, absorvi conhecimentos imprescindíveis para minha entrada no mestrado, conheci pessoas fantásticas e comprometidas com as pesquisas que realizamos. Foram tantas as pessoas que passaram por esse grupo, gostaria de agradecer a todas na figura da professora Cristiane Moreira da Silva, coordenadora do grupo referido e responsável por ter aceitado minha entrada. Foi Cristiane quem me incentivou na realização da prova de seleção para o mestrado da UFF, eu queria um descanso da graduação que havia acabado de terminar, mas ela me pressionou a fazer a prova ainda naquele ano, sou grato a essa intimação.

Agradeço ao meu orientador Dr. Arthur Arruda Leal Ferreira por ter aceitado orientar meu trabalho. Foi dele o convite para participar de seu grupo de pesquisa na UFRJ que também contribuiu muito para esse trabalho através de todas as discussões de textos e pesquisas de campo realizadas por seus integrantes. A hospitalidade do professor Arthur e seu grupo trouxeram um sentimento muito positivo de familiaridade com a

cidade do Rio de Janeiro. Acolheram-me de tal forma que facilitou esse processo de conversão de um estrangeirismo em uma familiaridade com a cidade do Rio de Janeiro. Apesar de ser vizinha à Petrópolis a cidade maravilhosa não fazia parte da minha vida até o momento.

Aproveitando que estou agradecendo aos grupos dos quais eu faço parte, cabe destacar a importante contribuição de todas as pessoas do grupo de orientação coletiva que tinham em comum Arthur como orientador, mas que consistia em um grupo com temas de pesquisas muito diversos compondo um coletivo bastante heterogêneo, isso me permitiu aprender com outros assuntos e formas de fazer pesquisa. Os integrantes do grupo contribuíram com indicações de leitura, correções no texto, sugestões de modificações, críticas e elogios.

Todos os professores e professoras do programa de Pós-Graduação de Psicologia da UFF foram importantes nesses dois anos. Contudo, gostaria de deixar um agradecimento especial a um professor que não está na UFF, mas sim na UFRJ. Trata-se do professor Henrique Luiz Cukierman que juntamente com meu orientador ministrou a disciplina mais importante para a conclusão do meu mestrado: Temas de Pesquisa V: Fatos e Artefatos como Construções Sociotécnicas. As ricas discussões e os textos densos que precisam ser lidos em períodos relativamente curtos possibilitaram discussões feitas neste trabalho.

Apesar de não ter tido a oportunidade de frequentar aulas da professora Márcia Moraes preciso agradecê-la por ter aceitado o convite para a qualificação e para a defesa da dissertação. Seus textos, publicações e ideias se fazem presente ao longo deste trabalho, fruto das boas discussões que fizemos na qualificação dessa pesquisa e que me levaram a refletir sobre algumas escolhas que precisavam ser feitas para a conclusão do texto.

Agradeço a todos que de forma direta ou indiretamente contribuíram para minha formação enquanto aluno, psicólogo e ser humano.

RESUMO

A presente pesquisa tem como problema a seguinte pergunta: quais as versões de psicologias estão sendo construídas por psicólogas(os) que produzem vídeos para o *Youtube*? Para responder a esta questão três termos de pesquisa foram utilizados na caixa de buscas do *Youtube*: “psicólogo”, “psicóloga” e “psicologia”. Após a pesquisa dos termos um recorte temporal foi inserido através de um filtro na plataforma para acompanhar os vídeos produzidos no ano de 2017. A inspiração teórico-metodológica da pesquisa é uma aproximação da Teoria Ator-Rede (TAR) de Bruno Latour (2000, 2001, 2012, 2016, 2017) e do método etnográfico discutido por autores como Christine Hine (2000), James Clifford (2014) e Janice Caiafa (2007). A TAR oferece ferramentas para rastrear os diversos atores inseridos nessa rede que contribuem para a produção das psicologias no *Youtube*, tais como: os *likes*, os *dislikes*, os comentários e as discussões que acontecem entre os usuários. A etnografia, por seu turno, oferece ferramentas para a inserção do pesquisador em uma rede que se constitui ao redor dos vídeos produzidos. Após a pesquisa de campo, constatamos a necessidade de ampliar o conceito de versão discutido por Despret (2012), uma vez que a natureza do nosso campo de estudos nos convoca para essa discussão. Portanto, discutimos a possibilidade da existência de versões fortes e versões fracas devido ao alcance que determinadas versões de psicologia atingem dentro da plataforma através de visualizações, comentários e número de vídeos, tendo maior possibilidade de se disseminar entre o público. As versões mais fortes encontradas durante o período da pesquisa foram versões de psicologias que trabalham com psicopatologias, orientações psicológicas, técnicas terapêuticas e produção de vídeos para à própria categoria dos psicólogos. As versões mais fracas, por sua vez, dizem respeito a psicologias como: psicologia escolar, hospitalar, jurídica, esportiva, organizacional, empreendedora, religiosa, sexual, racial, financeira, transpessoal e psicologia *on-line*.

Palavras-chave: *youtube*; vídeos, etnografia virtual; psicologia; controvérsias.

ABSTRACT

The present research has as problem the following question: what versions of psychologies are being built by psychologists who produce videos for Youtube? To answer this question three search terms were used in the YouTube search box: "psychologist" (men), "psychologist" (woman) and "psychology". After researching the terms, a time cut was inserted through a filter on the platform to follow the videos produced in the year 2017. The theoretical-methodological inspiration of the research is an approximation of Bruno Latour's Actor-Network Theory (ANT) (2000, 2001, 2016, 2017) and the ethnographic method discussed by authors such as Christine Hine (2000), James Clifford (2014) and Janice Caiafa (2007). The ANT provides tools to track the various actors involved in this network, which contribute to the production of Youtube psychologies, such as likes, dislikes, comments and discussions happens between users. Ethnography, in its turn, offers tools for the insertion of the researcher in a network that is constituted around the videos produced. After the field research, we verified the need to extend the concept of version discussed by Despret (2012), since the nature of our field of studies calls us to this discussion. Therefore, we discussed the possibility of strong versions and weak versions, due to the scope that certain versions of psychology reach within the platform, through visualizations, comments and number of videos, having a greater possibility of dissemination among the public. The strongest versions found during the research period were versions of psychologies that work with psychopathologies, psychological orientations, therapeutic techniques and the production of videos for the psychologists themselves. The weaker versions, in turn, relate to psychologies such as: school psychology, hospital, juridical, sporting, organizational, enterprising, religious, sexual, racial, financial, transpersonal, and online psychology.

Keywords: youtube; videos virtual ethnography; psychology; controversies.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 YOUTUBE: UMA INTRODUÇÃO SOBRE A PLATAFORMA DE VÍDEOS MAIS USADA NO MUNDO	18
2 ALGUMAS CONEXÕES ENTRE A TEORIA ATOR-REDE, A ETNOGRAFIA VIRTUAL E O YOUTUBE	28
2.1 Alguns conceitos da Teoria Ator-Rede e suas conexões com o Youtube.....	28
2.2 A Etnografia como metodologia de pesquisa no virtual.....	36
3 YOUTUBE: ALGUNS DESAFIOS DA PESQUISA DE CAMPO	45
4 ENTRE VERSÕES MAIS FORTES E VERSÕES MAIS FRACAS	52
4.1 Psicopatologias, orientações e técnicas terapêuticas.....	59
4.2 Psicologia para psicólogas(os).....	64
4.3 Psicologia escolar, hospitalar, jurídica, organizacional e do esporte.....	68
4.4 Psicologia empreendedora, psicologia da sexualidade, psicologia financeira, relações raciais, psicologia transpessoal e psicologia religiosa.....	71
4.5 Psicologia on-line.....	77
5 O OUTRO LADO DAS ASSOCIAÇÕES: O QUE DIZEM OS INTERNAUTAS?	81
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS	91
GLOSSÁRIO	96
APÊNDICE A – PRINTSCREEN	98
APÊNDICE B – LISTA DOS VÍDEOS ASSISTIDOS	99

INTRODUÇÃO

Cena 1 a) 1º ano do ensino médio em uma escola pública da cidade de Petrópolis em 2009, minha professora de história solicita à sua turma trabalhos sobre diferentes civilizações da história da humanidade. Tínhamos como tarefa aglutinar o máximo de informações possíveis sobre a civilização que havíamos escolhido, meu grupo de trabalho escolheu a civilização asteca. O grupo marcou de se encontrar na biblioteca municipal de Petrópolis para procurar informações sobre os astecas, nos dirigimos a uma pessoa que parecia ser responsável pelos livros do salão e perguntamos quais livros poderiam nos ajudar, essa pessoa gentilmente nos forneceu alguns livros e começamos nossa pesquisa, quando terminamos xerocamos as páginas que precisávamos e acabamos o restante do trabalho em nossas casas. Nessa época, o computador no Brasil ainda não era um artefato muito popular, segundo dados do PNAD 2009 apenas 34,7% dos domicílios brasileiros tinham um computador dos quais 27,4% tinham acesso à *internet* (PNAD, 2009). Contudo, o acesso a essa máquina estava em uma crescente ao longo dos anos – no ano de 2007, 26,5% dos domicílios tinham um computador, em 2008 o número subiu para 31,2% (PNAD, 2009). Eu imaginava como nosso trabalho poderia ter sido realizado com o auxílio desse artefato. Apesar de conseguir encontrar algumas informações nos livros da biblioteca de minha cidade, a *internet* com certeza forneceria uma série de dados mais abrangentes e de forma mais ágil, contudo essas máquinas eram demasiadamente caras para as famílias de alunos do ensino médio de uma escola pública.

Cena 2 a) Steve Chen, um jovem promissor que trabalhou como programador para o *site* de pagamentos *on-line PayPal*, é contratado por Matt Cohler para fazer parte da equipe do *Facebook* no ano de 2004. Algumas semanas depois, Chen anuncia sua saída da empresa. Cohler tentou fazer seu funcionário mudar de ideia argumentando que o *Facebook* seria gigantesco e que Chen não deveria largar a empresa para construir um *site* de vídeo, pois esse tipo de *site* havia aos montes em toda a *internet*. (KIRKPATRICK, 2010).

Cena 1 b) Algumas semanas após a apresentação desse trabalho em minha escola, meu irmão e minha mãe foram até uma loja de computadores da minha cidade para comprar o artefato tecnológico mais caro que minha família possuiria. Com o argumento de que o computador era a melhor ferramenta que um estudante do ensino médio poderia ter no auxílio aos estudos, meu irmão convenceu minha mãe a comprar o objeto tão desejado – em 12 vezes sem juros no cartão de crédito. Fui pego de surpresa e soube

apenas que iram entregar a máquina em minha casa alguns dias depois da compra. Não era mentira, o computador de fato auxiliou a minha vida escolar e também a do meu irmão, os trabalhos de história e de outras disciplinas eram feitos, a partir daquele momento, com o auxílio do computador. O interesse latente sobre o novo produto, contudo, era ter acesso a redes sociais, *sites* de entretenimento, programas de *download* de músicas, jogos eletrônicos e uma infinidade de usos possibilitados por essa máquina que geralmente se associavam a atividades de lazer, pelo menos para o público adolescente.

Cena 2 b) Steve Chen se reúne com outros dois antigos colegas com quem havia trabalhado no *PayPal*: Chad Hurley e Jawed Karim. Ambos estavam frustrados com a dificuldade em colocar arquivos de vídeos na *internet* e, de fato, eles experimentaram essa problemática em um jantar em janeiro de 2005 quando se depararam com a complexidade de enviar esses tipos de dados por *e-mail*. Eles imaginavam que poderiam criar uma ferramenta para facilitar esse processo. Em 14 de fevereiro de 2005, eles registraram o domínio *Youtube.com*

Cena 1 c) O computador chegou em minha casa na manhã de um sábado. Meu irmão e minha mãe estavam trabalhando. Recebi o rapaz que montou o computador e o liguei para testar seu funcionamento, a máquina estava perfeita. Após a saída do montador, liguei para meu irmão empolgado contando a novidade, ele disse para eu desligar quando terminasse de experimentar a máquina. Sentei em frente à tela admirando as infinitas possibilidades que o computador poderia me proporcionar. A primeira ação foi abrir o programa *Microsoft Word* e digitar um texto, experimentei alguns *softwares* que foram instalados pela loja, me dei conta de que era sábado e que nos finais de semana a *internet* discada era liberada sem pagar taxas absurdas por seu uso. Esperei meu irmão chegar, pois não sabia conectar o dispositivo telefônico ao computador. Quando ele chegou do trabalho conectou o cabo na porta de entrada do computador, executou o programa da operadora e aquele barulho característico desse tipo de *internet* ressoou em nosso quarto. Ele entrou em seu *Orkut* e mexeu no computador por um bom tempo.

Cena 2 c) Um tímido jovem em frente a uma câmera digital está sendo filmado por um colega de sua escola, ao fundo dois elefantes envoltos a grades que os cercam, é possível ouvir algumas vozes ao fundo, algumas delas parecem ser de crianças que riem de alguma coisa que as deixam felizes. Trata-se de um zoológico em San Diego nos Estados Unidos da América (EUA). Esse jovem relata em 18 segundos que a coisa mais legal nos elefantes é que eles possuem grandes trombas. Publicado em 23 de abril de 2005 o curto vídeo de Jawed Karim, co-fundador do *Youtube*, sobre essas simpáticas criaturas

de grandes trombas foi o primeiro vídeo do que hoje é a maior plataforma de vídeos de todo o planeta com mais de 1 bilhão de usuários¹. O vídeo intitulado “*Me at the zoo*” tem hoje mais de 65 milhões de visualizações e quase 2 milhões de comentários, pelos comentários é possível perceber que ele recebe visualizações diárias. Parece que Matt Cohler subestimou o potencial de seu ex-funcionário.

Cena 1 d) Fiquei toda a madrugada de sábado e domingo conectado, eram os horários que não havia disputa por quem estaria usando o computador em minha casa. Naquela época, o *Orkut* era uma rede social que fazia parte do público adolescente aqui no Brasil e eu não tinha uma conta nessa rede social – por algum motivo essa rede social era muito famosa por aqui, mas não tinha o mesmo sucesso em outros países. Meus amigos faziam uma certa pressão para eu criar um perfil no *site*, mas eu relutava. Apesar de naqueles tempos já ter algumas habilidades em informática adquiridas em um curso sobre computadores da minha cidade, a ideia de enfrentar as *Lan Houses* não me agradava, as filas eram grandes, os locais apertados, havia tempo para usar as máquinas e eu precisaria ir constantemente nessas casas para atualizar meu perfil na rede social, então preferia não ter. Com um computador em minha casa foi uma das minhas primeiras ações na rede, fiz meu perfil no *Orkut* e adicionei meus amigos, pois agora poderia atualizar meus dados no perfil, colocar novas fotos, interagir nas comunidades e escrever para meus amigos a qualquer hora que eu julgasse interessante – observando os limites impostos pela conexão discada.

Cena 2 d) 9 de Outubro de 2006 os jovens Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim vendiam sua empresa por 1,65 bilhões para o *site* de buscas *Google*. Uma série de questões contribuíram para a venda do serviço para a gigante do vale do silício, entre elas os problemas com os materiais que os usuários da plataforma colocavam no ar que estavam sob leis de direitos autorais. Penso que o *Google* usufruía de melhores condições de negociação do que a empresa recém-criada. Aliás, os direitos autorais ainda se constituem em um problema para a plataforma, mas algumas ferramentas e recursos foram criados para contornar esse tipo de problema que geralmente envolve grandes produtoras. O *Youtube*, através de uma inteligência artificial, consegue identificar os vídeos que infringem às leis de direitos autorais e bloquear o vídeo em questão. Em alguns casos, o usuário tem a possibilidade de usar alguns conteúdos que estão protegidos por essa lei, desde que eles não monetizem esses vídeos.

¹ Dados disponíveis em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>

Cena 1 e) Um jovem garoto de 15 anos em frente a seu computador assiste a um vídeo de um tímido jovem em um zoológico de San Diego falando sobre as trombas dos elefantes. Nesse tempo, o *Youtube* fazia parte dos meus finais de semana, encontrei nele um *site* em que podia assistir aos clipes de músicas, tutoriais de como instalar programas no computador, vídeos de esporte, vídeos de dança, vídeos cômicos, vídeos sobre a história do Brasil, vídeos sobre o processo de fabricação do macarrão, enfim, uma série de vídeos dos mais diversos assuntos. O *site* me encantava de uma forma muito especial, ele oferecia a possibilidade de assistir conteúdos de meu interesse de forma substancialmente diferente dos programas de televisão. Eu poderia assistir aos vídeos na hora que eu desejasse podendo pausar e continuar depois. A minha impressão, na época, era de que tudo girava em torno da liberdade de escolher o que eu queria e assistir na hora que eu bem entendesse; além de ser possível, apesar de nunca ter usado esse recurso de forma sistemática, ser um produtor de conteúdo para a plataforma e ser assistido pelos outros, participando de forma mais direta da comunidade que ali se estabelecia, algo improvável de acontecer nas televisões.

Fiquei curioso em descobrir a origem do *site* e cheguei ao curto vídeo de 18 segundos gravado por Jawed Karim. Para minha surpresa o *site* era antigo, e seus criadores estavam milionários. Pensava sobre a disparidade entre esses dois mundos: em 2006, jovens vendem um *site* de vídeos que criaram em 2005 por 1,65 bilhões para uma das maiores empresas de tecnologia do mundo nos EUA. Em 2009, um adolescente brasileiro tem acesso ao primeiro computador da família com *internet* discada. O que também me impressionava é que, de alguma maneira, existia a possibilidade desses dois mundos se conectarem, mesmo que com uma velocidade limitadíssima oferecida pelas empresas telefônicas da época.

O computador me acompanhou durante todo o ensino médio e foi uma ferramenta muito importante de aprendizado. Como aluno de uma escola pública que estava passando por uma reformulação em sua direção e que convivia com a infeliz realidade da falta de professores que assolam muitas escolas públicas de todo o país, encontrei no computador uma forma de reforçar o que aprendia na escola e ter contato com conteúdos que não pude ter durante meu ensino médio. Eu poderia afirmar sem medo de errar que o computador foi essencial para minha entrada na Universidade, pois ele potencializou os aprendizados que meus queridos professores da Escola Estadual Princesa Isabel transmitiam para minha turma. Para além de potencializar, o computador possibilitou a realização de simulados, leitura das provas anteriores do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e contato com

materiais que expandiam o que aprendíamos dentro da sala de aula. Inclusive, quando realizei o ENEM no ano de 2011, o tema da redação foi: “Viver em rede no século XXI: os limites entre o público e o privado”, assunto do qual estava inteirado por minha participação nas redes digitais e sem a boa nota que consegui na redação não teria sido possível minha entrada na Universidade no ano seguinte. Foi através do ENEM que consegui uma bolsa do Programa Universidade Para Todos (PROUNI) para estudar Psicologia na Universidade Católica de Petrópolis (UCP).

Já dentro da UCP fui estimulado por colegas e professores a conhecer os grupos de pesquisa que se faziam presentes dentro da instituição. Foi no 4º período que ingressei para o grupo de pesquisa Mídia e Psicologia, coordenado pela professora Cristiane Moreira. O interesse por essa interseção me acompanhava desde adolescente como descrito nas páginas anteriores. No grupo de pesquisa – que continuo frequentando até hoje – pesquisamos como a participação de psicólogos(os) nas mídias como televisão, revistas e redes sociais cooperam para a produção de subjetividades e quais as versões que nós psicólogos(as) estamos construindo na mídia sobre o que é a psicologia. Nas atividades do grupo fiquei responsável em fazer um levantamento de psicólogos(os) que utilizam páginas no *Facebook* para falar sobre psicologia. Nosso grupo averiguou que essa ferramenta é muito utilizada pelas psicólogas(os) e que há interesse por parte da população em acompanhar o que esses profissionais estão produzindo na rede. Temas como psicopatologia e frases motivacionais são os mais preponderantes nas redes sociais das psicólogas(os) pesquisadas e essas postagens costumam ser feitas com recursos lúdicos, principalmente utilizando imagens e pouco texto.

Algumas controvérsias² se abrem para nós pesquisando essas páginas: a psicologia que me foi ensinada no meu curso de graduação prega a neutralidade do psicólogo(a), principalmente o clínico, no que tange a aspectos de sua vida pessoal. Contudo, isso não é questão para os profissionais que acompanhamos. Eles costumam postar fotos de suas vidas íntimas para seus milhares de seguidores. Alguns desses profissionais fazem atendimento *on-line* e exibem os valores em seus *sites* através de um processo de pagamento via *PagSeguro*, porém o Conselho Federal de Psicologia (CFP) orienta a não divulgação de preços como forma de atrair clientes. Essas duas controvérsias – abordadas nas linhas anteriores – exemplificam a riqueza desse campo de estudos e a importância em discutir esses temas. Além disso, verificamos através desses exemplos que

² Uma tentativa de definir um conceito para a palavra controvérsia é feita no capítulo 5. Essa discussão aparece de forma conjunta com o conceito de versão.

existem jogos de forças e negociações que acontecem no campo para que determinadas questões sejam repensadas por parte da categoria desses profissionais de psicologia e até mesmo pelo representante institucional dos psicólogos na figura do CFP. Recentemente, a título de exemplo, os atendimentos psicológicos realizados através de serviços de tecnologia da informação e comunicação foram aceitos com a nova resolução de número 11/2018, resolução esta que revoga a anterior de número 011/2012. Penso que essa resolução se constitui em um ótimo exemplo sobre como as práticas e os campos em que a psicologia se insere negociam novas possibilidades de atuação com uma série de atores que se envolvem nesse processo, desde o paciente do consultório até a autarquia máxima da classe psi, que é o CFP.

Durante minha pesquisa no grupo referido anteriormente, outras sugestões de páginas de psicólogas(os) começaram a aparecer na minha *timeline* do *Facebook*, provavelmente fruto de cruzamento de dados somados aos poderosos algoritmos e bancos de dados criados pela companhia de Mark Zuckemberg. Para ser mais específico isso aconteceu enquanto eu acompanhava algumas postagens de uma determinada página gerenciada por um dos psicólogos que compunha nosso escopo para a pesquisa. Depois de algumas visitas a esta página *links* patrocinados pelo *Facebook* começaram a aparecer enquanto eu navegava por meu perfil pessoal. Seguindo esses *links*, por curiosidade, acabei encontrando uma postagem patrocinada de um psicólogo que ensinava outros profissionais de psicologia a fazerem *marketing* de seus serviços para atrair mais clientes e ter melhores retornos financeiros. Há algum tempo, Fernanda Bruno já nos alerta sobre a questão dos algoritmos:

O ciberespaço e em especial a internet são o território privilegiado desta modalidade de coleta e classificação de dados. Uma série de ambientes e serviços, com finalidades diversas – sociabilidade (Orkut, Facebook, Myspace), consumo (Amazon.com, E-bay), busca (Google Search Engine), entretenimento (*Youtube*, Second Life), informação (Google News, Google Zeitgeist) – contêm, em seus próprios sistemas de funcionamento e eficiência, meios de monitorar e classificar ações e comunicações dos indivíduos. Além disso, inúmeras empresas de pesquisa na Internet, como a Redsheriff, DoubleClick e Bluestreak, por exemplo, rastreiam os movimentos dos internautas que visitam os sites a elas filiados e produzem um registro de suas atividades on-line: que sites visita, que arquivos baixa, que tipo de informação busca. Tais empresas constroem, assim, valiosos bancos de dados sobre os usuários, suas preferências e interesses atuais e potenciais (BRUNO, 2008, p. 1)

Abro um parêntese para apontar algo que parece ser inerente ao universo *on-line*: a citação acima é do ano de 2008 e dez anos depois serviços que Fernando Bruno menciona em seu artigo perderam muita popularidade, como é o caso do *Myspace* e do

SecondLife; outros, como o *Orkut*, sequer existem mais. As transformações no meio virtual acontecem de forma rápida e a migração dos usuários para outras plataformas costumam acontecer de forma massiva. Parece que as empresas entenderam isso de alguma forma na atualidade, sempre que surge a possibilidade, por menor que seja, de um produto tecnológico colocar em risco a plataforma líder de mercado – no caso das redes sociais o *Facebook* – a empresa compra a sua potencial concorrente e a incorpora em seu portfólio. O próprio *Facebook* comprou o *Instagram* e o *Whatsapp* em transações que ultrapassaram a casa dos bilhões de dólares.

Voltando para a história do psicólogo que oferecia oportunidades de *marketing* para outros profissionais de psicologia aumentarem seus ganhos financeiros, entrei em seu perfil e fiz uma análise mais cuidadosa, então percebi que ele realizaria uma *live* em alguns dias e me cadastrei para assisti-la. Fiz isso e no final da *live* ele indicou seu perfil no *Youtube*, o que me despertou curiosidade e interesse em dar uma olhada na plataforma para ver como estava a presença de profissionais de psicologia por ali.

Navegando pelo *Youtube* acabei encontrando mais vídeos de psicólogas(os) que iam desde explanações sobre determinados transtornos psicológicos e dicas de como criar estratégias para amenizá-los, passando por psicólogas(os) que ensinam a fazer *marketing* pessoal, chegando até psicólogas(os) que utilizam a plataforma como um espaço para ministrar aulas que tocam assuntos próprios da psicologia. Minha curiosidade aumentou e percebi que a presença das psicólogas(os) nessa plataforma é significativa e que esses profissionais produzem uma boa quantidade de vídeos. Foi então que me perguntei: quais versões³ da psicologia estão sendo construídas por psicólogas(os) que produzem vídeos para o *Youtube*? Esse questionamento consiste no meu principal interesse nessa pesquisa.

O primeiro capítulo da dissertação busca fazer uma pequena descrição histórica sobre algumas particularidades da internet que possibilitaram o surgimento do *Youtube*. Questões como a Web 1.0, 2.0 e 3.0 são discutidas, assim como são trabalhados conceitos como o ciberespaço e a cibercultura. Realizamos um esforço para demonstrar como o surgimento dos blogs e posteriormente dos vlogs foram importantes para o *Youtube* ser o que ele é hoje e também discute-se o que é um algoritmo. Esse capítulo tem por objetivo fazer um breve relato histórico sobre a plataforma de vídeos aqui pesquisada para contextualizar o leitor sobre o dispositivo.

³ O conceito de versão será discutido no capítulo 5.

No segundo capítulo discute-se a heterogeneidade do *Youtube* e como ele é um dispositivo formado por humanos e por não-humanos. Para dar conta dessa plataforma anunciamos nossa aposta teórica metodológica tendo como suporte a Teoria Ator-Rede (TAR) e a etnografia virtual. A TAR contribui para a pesquisa através de seu princípio de simetria e a etnografia virtual oferece ferramentas para uma pesquisa feita em um universo *on-line*. Neste capítulo, são discutidos conceitos de ambas as propostas e busca-se estabelecer aproximações entre a TAR e a etnografia virtual.

O capítulo de número três apresenta alguns desafios para a realização de uma pesquisa em um dispositivo *on-line*. Questões problemáticas como o limite entre o *on-line* e o *off-line*, a possibilidade de mudanças repentinas na plataforma pesquisa, e até mesmo a possibilidade do material analisado não existir em um futuro próximo são trabalhados. É também neste capítulo que explico algumas escolhas de caminhos que fiz durante a pesquisa como a opção pelo recorte temporal e os termos que utilizei na buscas dos vídeos.

O capítulo quatro e o capítulo cinco são os que detalham de forma mais direta os resultados que o campo apresentou. No primeiro busco discutir o conceito de versão, apresentar alguns dados quantitativos da pesquisa e descrever as versões fortes e fracas encontradas durante minha etnografia virtual no *Youtube*. No segundo, relato as articulações que acontecem entre os usuários, faço uma discussão entre os conceitos de docilidade e recalcitrância, evidencio a *expertise* dos usuários que comentam nos vídeos que acompanhei e descrevo uma rede de ajuda que os mesmos formam entre si com o objeto de ajudar uns aos outros.

1 YOUTUBE: UMA INTRODUÇÃO SOBRE A PLATAFORMA DE VÍDEOS MAIS USADA NO MUNDO

A história do *Youtube* enquanto plataforma de vídeos e domínio registrado pelos seus três fundadores – Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim – começa no ano de 2005, quando a fundação do *site* e registro do mesmo se oficializam. Entretanto, uma série de associações aconteceram antes mesmo de seus fundadores imaginarem a possibilidade de arquitetar um *site* de compartilhamento de vídeos *on-line*, essas articulações viabilizaram a existência e sobrevivência de *sites* que tinham como principal atrativo os vídeos. Para compreender melhor esse processo é preciso fazer algumas diferenças dentro da *World Wide Web* (WWW) no que tange as maneiras de construção de uma página na *internet* e a forma como as pessoas mudaram suas maneiras de interagir com os conteúdos virtuais ao longo dos anos.

A maioria dos *sites* que encontramos hoje na *internet* permite a interação do leitor com o que está sendo publicado. Essa interação pode aparecer de distintas formas, tais como: um comentário que alguém pode deixar no *site* de notícias que publica uma matéria; outro usuário pode responder esse comentário; um compartilhamento de um vídeo em grupos de *Whatsapp*; enviar mensagens para os produtores de conteúdo de um *site* em específico; alguns programas de televisão possuem em seus *sites* espaços nos quais o leitor pode interagir com o programa de alguma forma. Recentemente, por exemplo, uma campanha da Rede Globo de Televisões pedia para que os telespectadores enviassem um vídeo de 15 segundos respondendo a seguinte pergunta: “Que Brasil eu quero para o futuro?”. Esses vídeos eram produzidos pelas pessoas e enviados através do *site* da emissora, alguns deles eram selecionados para aparecerem em telejornais do canal. Tais interações estão ligadas ao conceito de *web 2.0*. Segundo Ugarte:

O conceito Web 2.0 articula uma resposta à pergunta: quem faz os conteúdos? É certo que nesse sentido a Web 2.0 representa uma alternativa ao projeto de web corporativizada e baseada em portais da época do boom das pontocom (UGARTE, 2008, p. 71).

Essas formas de interação entre os produtores de conteúdos *on-line* e os internautas característicos da *web 2.0* são tão naturais nos dias de hoje que pode ser difícil imaginar uma *internet* em que esses tipos de recursos não existissem ou pelo menos não eram tão comuns e difundidos como são atualmente, porém existiam páginas da *web* nas quais a interação não acontecia. Essas páginas eram estáticas e exibiam um conteúdo específico para o leitor que poderia ler o que ali estava sendo apresentado, mas não

poderia interagir com o conteúdo produzido. Além disso, elas não eram atualizadas com tanta frequência. Essas páginas estáticas marcadas por nenhuma, ou quase nenhuma, interação demarcaram o que ficou conhecido como *web 1.0*.

O que marcou a mudança da *web 1.0* para a *web 2.0*? Na verdade não houve uma mudança que fizesse um corte radical e que transformasse toda a *web 1.0* em *web 2.0*. Na verdade, a estrutura da *World Wide Web* continua sendo a mesma desde a sua criação o que mudou foi a forma como as pessoas habitam esse espaço virtual. Inicialmente, a *World Wide Web* não era tão habitada por um número tão grande de pessoas como nos dias de hoje, os equipamentos não eram tão acessíveis e, como qualquer novidade, as pessoas estavam se acostumando a essa nova tecnologia, descobrindo as potencialidades que todo esse novo aparato técnico poderia oferecer. Sites com *hiperlinks* e maior interatividade eram raros nesse primeiro momento. Mas, com o passar dos anos, o número de pessoas que acessavam a WWW foi crescendo de forma acelerada, a interatividade entre elas foi aumentando e algumas empresas aproveitaram para construir ferramentas que possibilitassem essa maior interatividade entre as pessoas. Essas primeiras ferramentas, pelo menos no que tange a um grande sucesso dentro da internet, diz respeito aos *blogs*. Foram os *blogs* grandes facilitadores para a popularização de uma *web 2.0* que pressupõe maior interatividade entre os usuários, uma vez que eles possibilitam os internautas a construírem seus próprios espaços na rede através de ferramentas de criação de *blogs* como o *Blogger*, *Wordpress* e o *Tumblr*. Segundo Ugarte:

Os blogs são sistemas pessoais, automáticos e simples de publicação que, ao se estenderem, permitiram o nascimento do primeiro grande meio de comunicação distribuído da história: a blogosfera, um ambiente informativo no qual se reproduzem os pressupostos, as condições e os resultados do mundo pluriárquico (UGARTE, 2008, p. 27)

Essas ferramentas para criação de *blogs* não demandam grandes conhecimentos em informática, *desing* ou montagem de páginas *web*; elas são ferramentas intuitivas e que podem ser usadas pelo público amador, com alguns cliques elas tornam possível a criação de páginas *on-line* que estão prontas para receberem o conteúdo que seu criador desejar postar. Nos *blogs* é possível comentar, compartilhar e interagir de inúmeras maneiras com os leitores.

Sem o conceito de *web 2.0* seria mais trabalhoso desenvolver o que Pierre Lévy (1999) definiu como cibercultura, mas antes de definir este conceito é importante dizer que a cibercultura está dentro de um espectro maior que é o ciberespaço. Nas palavras de Lévy (1999):

O ciberespaço (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p. 17).

É possível pensar em um ciberespaço estruturado em uma *web* totalmente 1.0 dado que não há necessidade de interações e troca de informações instantâneas entre os usuários finais de um computador. Como dito por Lévy, o que caracteriza o ciberespaço é sua materialidade e as informações disponíveis em suas páginas na *internet*. É claro que há alguma interação, em uma *web* 1.0 uma pessoa pode colocar um texto estático no ar, outra pessoa pode ler esse texto e fazer um contraponto em seu *site* pessoal, todavia essa possibilidade de interação não é tão potente quanto o que a *web* 2.0 proporciona.

Já a cibercultura é definida por Lévy como: “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 1999, P. 17). A cibercultura e o ciberespaço crescem concomitantemente, mas a cibercultura agrega mais potencial de desenvolvimento em um contexto de *web* 2.0, visto que a possibilidade de interação, troca de informações, edições em páginas de terceiros, discussões em fóruns e tudo mais que contribui para a expansão da cibercultura, acontece de forma mais rápida, instantânea, democrática e natural. Lemos (2003) expande esse conceito dizendo:

Um primeiro problema que se apresenta é em relação à própria definição de Cibercultura. O termo está recheado de sentidos mas podemos compreender cibercultura como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70. [...] A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais (LEMOS, 2003, p.1).

É nesse contexto que o *Youtube* pode ser considerado um bom representante de um *site* que contribui para a expansão da cibercultura. Ele é um canal muito acessado e muito utilizado para a disseminação de conteúdos, notícias e informações. Este *site* de vídeos também é um ambiente propício a um dos principais motores da cibercultura sintetizado no conceito de inteligências coletivas (LÉVY, 1999). No *Youtube*, é possível estabelecer uma construção de conhecimento mais horizontal com a participação mais efetiva das comunidades que se interessam pelo assunto discutido. O usuário pode fazer um vídeo sobre algo, contrapor, expor sua opinião, comentar nos vídeos, sugerir revisões, dar *feedback* para o criador de conteúdo, usar os recursos do *Youtube* como os *likes* e os *dislikes* para impulsionar os vídeos que considera mais relevantes. Os próprios *blogs*

foram, e ainda são, importantes ferramentas para continuar construindo um conhecimento coletivo, mais horizontal e com maior participação da comunidade.

Com a popularização das câmeras digitais, dos celulares que são produzidos com câmeras acopladas e com velocidades de banda cada vez maiores disponíveis para acessar a *web*, vídeos amadores começaram a surgir na *internet*. Os *blogs*, que tinham em seu formato a predominância de textos e algumas imagens, começaram a não ter tanto sucesso como em seus anos de glória. Ler textos não parecia tão atrativo quanto poder ver e ouvir o que as pessoas tinham a dizer. Talvez a maior prova desta afirmação seja a relevância cada vez maior do *Youtube* no mundo, e o número cada vez menor de *blogs* pessoais na *internet* que parecem estar sendo substituídos pelos perfis em redes sociais como o *Facebook* e o *Instagram*, que aglomeram uma enorme quantidade de postagens de cunho íntimo de seus respectivos usuários. Montardo e Passerino (2006) sinalizam que, segundo o motor de buscas por *blogs* Technorati – já extinto – o número de *blogs* em 2006 estava na casa de 57, 4 milhões e que a tendência observada era que o número total de *blogs* no planeta dobrava a cada seis meses e meio. 13 anos após essa contagem verificamos que a plataforma de *blog* mais popular atualmente, o *Tumblr*, conta com um pouco mais de 460 milhões de usuários, segundo dados do *site Statista* no ano de 2019⁴. Estes números são impressionantes, mas se compararmos com o *Youtube* observamos uma grande disparidade, o mesmo *site* de análise estatísticas indica que o *Youtube*, também em 2019, conta com 1 bilhão e 900 milhões de usuários⁵. E ainda assim, uma rápida visita aos *blogs* no *Tumblr* indicará a predominância de imagens, vídeos e *gifs*, em detrimento de textos longos.

Os *vlogs* são a transposição do *blog* para um formato audiovisual mais dinâmico. Nos *vlogs* as pessoas costumam contar coisas de suas vidas, geralmente particulares, ou opinar sobre os mais diversos assuntos, mas também é possível assistir *vlogs* em formatos em que os seus apresentadores assumem posturas mais distantes, nas quais ele sequer aparece nos vídeos, apenas narra algo que deseja comunicar a seus espectadores, como acontece em um formato tradicional de televisão. Aqui podemos retomar a ideia do *slogan* mais famoso do *Youtube*: “*broadcast yourself*” (transmita-se a si mesmo). Aliás, como observamos nos primeiros parágrafos desse texto, o primeiro vídeo que foi ao ar no *Youtube* é um jovem falando sobre uma visita ao zoológico e como os elefantes são

⁴ Dados disponíveis em: <https://www.statista.com/statistics/256235/total-cumulative-number-of-tumblr-blogs/>

⁵ Dados disponíveis em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

criaturas curiosas. É nesse contexto que o *Youtube* surge e ganha força como plataforma de vídeos de cultura participativa. O *Youtube* por si não produz nada, ele disponibiliza as ferramentas necessárias para que as pessoas disponibilizem seus vídeos, conteúdos e matérias que produzem. Burgess e Green (2009) afirmam que:

O valor do Youtube não é produzido somente ou tampouco predominantemente pelas atividades top-down da Youtube Inc. Enquanto empresa. Na verdade, várias formas de valores culturais, sociais e econômicos são produzidos coletivamente em massa pelos usuários, por meio de atividades de consumo, avaliação e empreendedorismo [...] Para o Youtube, a cultura participativa não é somente um artifício ou um adereço secundário; é, sem dúvida, seu principal negócio. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 23).

O *Youtube* encarnou o conceito de *web 2.0*. Quase todo o conteúdo do *site* é produzido por seus usuários da plataforma. Quase todo, porque o *Youtube* também é responsável por importantes decisões que estruturam o *site* de vídeos como: o design da página inicial; o *layout* da plataforma; as ferramentas que estão disponíveis para a edição de vídeos; a exibição dos vídeos mais populares; as negociações com as empresas que anunciam na plataforma; o valor pago pela quantidade de visualizações; ou seja, a estrutura do *site* de forma geral. Mas pensar o *Youtube* sem a produção de seus usuários é algo impossível de se fazer, a plataforma existe por conta de quem posta e assiste aos vídeos.

Alguns autores já falam em uma *web 3.0*. Esse novo tipo de *web* é a *web 2.0*, mas com alguns ingredientes a mais. O principal deles diz respeito à estrutura da rede que se desenha conforme as necessidades de cada internauta em particular. O próprio *Youtube* tem ferramentas que buscam essa personalização individual para seus usuários. Fazendo a pesquisa, por exemplo, eu percebi que quando entrei pela primeira vez com minha conta da pesquisa no *Youtube* uma variedade enorme de vídeos musicais, artísticos, sobre política, esportes, culinária, programas de televisão, *vlogs*, enfim, todo tipo de conteúdo me era oferecido. Após alguns dias pesquisando pelo termo “psicóloga” na caixa de buscas da plataforma, essas sugestões iniciais se transformam completamente, agora o *Youtube* apresenta vídeos sobre psicopatologias, psicólogas(os) em programas de televisão, psiquiatras que falam sobre doenças específicas, terapeutas que explicam sobre relacionamentos e etc.⁶

⁶ Uma printscreen que eu tirei do primeiro dia que entrei com minha conta comparando com outra printscreen feita alguns meses depois de iniciar a pesquisa pode ser encontrada no apêndice A para melhor visualizar o que aqui explico.

Muitos desses vídeos sugeridos são vídeos mais antigos ou mais recentes de canais que eu visitei em minha pesquisa, outros são de canais que não fazem parte dos termos que eu pesquisei inicialmente, mas que de alguma forma se associam ao que o algoritmo do *Youtube* considera ser do meu interesse. À própria pesquisa que aqui se realiza surge, como contado na introdução desse texto, através de uma indicação de canal do algoritmo do *Facebook*, devo agradecer à *web 3.0* e sua estrutura dinâmica por esse trabalho.

Considero importante dar alguns contornos sobre o que venha a ser um algoritmo. É uma palavra que já foi citada algumas vezes neste trabalho e que poderá ser citada posteriormente. Essa palavra nos remete a matemática e a ciência da computação. Cormen e colaboradores (2009) definem um algoritmo como:

[...] Um algoritmo é um procedimento computacional bem definido que tenha algum valor computacional, ou conjunto de valores, como entrada e produz algum valor, ou conjunto de valores, como saída. Um algoritmo é, portanto, uma sequência de etapas computacionais que transformam a entrada em saída. (CORMEN ET AL, 2009, p.5, tradução nossa)⁷

Em outras palavras, o algoritmo segue uma série de etapas de sequência lógica para solucionar um determinado problema. Outro acontecimento oriundo da pesquisa pode ilustrar e servir como um bom exemplo. Segue uma passagem do meu diário de campo sobre essa ocorrência:

Estou com muitas dificuldades de encontrar livros acadêmicos sobre o Youtube. Pesquisar em bases de dados como o Scielo, Pepsic e Lilacs não está retornando os resultados que desejo, os poucos artigos sobre o Youtube indexados nessas bases não dizem respeito a uma descrição sobre a plataforma e o histórico de criação do site. A boa notícia é que encontrei um livro que pode em muito me ajudar, o nome do livro é “Youtube e a Revolução Digital”; a má notícia é que o livro está esgotado nas livrarias de todo o país. Pesquisei por esse título no Google e entrei em muitas lojas virtuais, todos os links que clicava me direcionava para as páginas de venda desse livro, mas com a mensagem: “produto indisponível no momento”. O mais curioso foi constatar no dia seguinte, ao entrar em minha conta no Facebook, alguns links patrocinados do mercado livre (site que também visitei procurando o livro em questão) me oferecendo livros sobre o Youtube. Como se não bastasse, o Instagram também estava fazendo propaganda de

⁷ Tradução do autor para: “[...]an algorithm is any well-defined computational procedure that takes some value, or set of values, as input and produces some value, or set of values, as output. An algorithm is thus a sequence of computational steps that transform the input into the output”.

produtos relacionados à minha pesquisa anterior, isto indica o algoritmo de Zuckemberg em ação. Quando entro no Google e digito: “livro Youtube e a Revolução Digital” eu estou colocando um dado de entrada que indica meu interesse sobre esse produto. De alguma forma o Facebook rastreia meu histórico de navegação nesses sites, mesmo que eu não esteja conectado na rede social e identifica meu interesse no assunto. Após essa verificação, o Facebook provavelmente busca em sua base de anunciantes quais deles têm produtos iguais ou similares ao que eu pesquisei nesses sites e começa a me apresentar em forma de propaganda esses produtos. Se os dados de entrada são minhas pesquisas no Google sobre o livro, os dados de saída são as propagandas exibidas durante alguns dias na minha timeline. Talvez o mais assustador dessa história tenha sido eu não conseguir encontrar nenhum site vendendo o livro que buscava e ser justamente uma propaganda do Facebook a me direcionar para o site estante virtual (site de livros usados), site este que parecia ser o único lugar da internet brasileira que tinha exemplares do livro. O Facebook sabe pesquisar melhor do que eu? Para minha tristeza estavam muito caros os livros, então recorri à biblioteca da UFF. Eu abri a dissertação contando minha experiência com a biblioteca da cidade e comentando sobre como os computadores permitem pesquisas mais abrangentes e velozes, por ironia do destino foi à biblioteca quem me salvou nesse episódio. (Diário de Campo, dia 06 de outubro de 2018).

A passagem do diário de campo tenta dar um exemplo sobre o algoritmo em ação. É comum que eles se relacionem com tentativa de vender produtos para o usuário que navega na rede – principalmente no caso das redes sociais – mas também ele se move em outras direções. O algoritmo do *Youtube*, por exemplo, funciona além das exibições de propagandas. Os experts do *Youtube* – os próprios produtores de vídeos para a plataforma – dizem que o código parece ser muito complexo e que é difícil compreender os mecanismos por trás da plataforma. Dentro dessa complexidade, parece que o algoritmo faz alguns cálculos no sentido de apresentar para o usuário os vídeos que são recomendados para seu gosto pessoal⁸ – baseado em vídeos que ele assistiu anteriormente,

⁸ Uma experiência interessante aconteceu comigo em meados de abril de 2019. Estava navegando pela minha conta pessoal do *Youtube* assistindo os melhores momentos de um jogo de basquete que perdi no dia anterior. Nos vídeos recomendados que aparecem em miniaturas ao lado do vídeo que eu estou assistindo, me foi sugerido um vídeo que era uma partida de xadrez entre um jovem jogador brasileiro e uma inteligência artificial da Microsoft. Apesar de nunca ter pesquisado sobre xadrez no *Youtube* e não fazer ideia de como aquele vídeo estava ali, sendo recomendado para mim, resolvi clicar por curiosidade. O me prendeu a atenção e eu assisti todos os 30 minutos da partida de xadrez. Rolei a página para ver os comentários e muitos usuários tiveram a mesma impressão que eu: não sabiam como aquele vídeo havia sido recomendado, mas assistiram até o final, porque o vídeo parece ser bom de alguma forma. Alguns usuários brincam nos comentários dizendo que o jovem do vídeo havia hackeado o algoritmo do *Youtube*, porque esse vídeo estaria aparecendo para muitas pessoas que nunca se interessaram por xadrez.

vídeos que ele assistiu por mais tempo e vídeos que ele mais comentou, curtiu e interagiu. O algoritmo do *Youtube* também apresenta vídeos antigos de canais que estamos acompanhando, ou vídeos que poderíamos ter deixado de assistir por não ter entrado na plataforma por algum tempo.

A maneira como o *Youtube* apresenta os vídeos recomendados, ou os vídeos que ele considera que podem ser do nosso interesse, é feita em forma de uma lista em coluna com as miniaturas de cada vídeo, que fica exatamente ao lado direito do vídeo que estamos assistindo no presente. O interessante dessa proposta de layout é que a plataforma resgata uma das características dos textos disponíveis na *internet*: o hipertexto. Segundo Lévy (1999):

Se tomarmos a palavra “texto” em seu sentido mais amplo (que não exclui nem sons nem imagens), os hiperdocumentos também podem ser chamados de hipertextos. A abordagem mais simples do hipertexto é descreve-lo, em oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede. O hipertexto é construído por nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequencias musicais, etc.) e de links entre esses nós, referencias, notas, ponteiros, “botões” indicando a passagem de um nó a outro (LÉVY, 1999, p. 55).

O hipertexto serve para fazer referência a um outro documento que adiciona novas informações que podem ser do interesse do internauta. *Sites* como a *Wikipédia* utilizam esse recurso com muita frequência, mas o *Youtube* também faz uso dessa ferramenta. Ele não usa textos, trabalha com imagens e vídeos e as referências são para conteúdos dentro do próprio *site*. O uso dos hipertextos quebra a lógica cronológica e progressiva como acontece, por exemplo, na leitura deste texto, ou na de um livro qualquer. O interessante dentro da lógica dos hipertextos é que é possível começar dentro de um determinado assunto e parar a navegação lendo algo completamente diferente da pesquisa inicial. O algoritmo do *Youtube* parece usar a lógica do hipertexto na apresentação dos vídeos recomendados

Terminando a tentativa de deixar mais claro a ideia de algoritmo, voltemos à história da plataforma de vídeos com a seguinte pergunta: o que havia no *Youtube* que despertou o interesse dos usuários em fazer desse *site* sua plataforma para disponibilizar seus vídeos?

Jean Burgess e Joshua Green (2009) nos apresentam três versões para o sucesso do *site*. A primeira versão se pauta em uma análise do *Youtube* feita pelo *site* dedicado a assuntos tecnológicos chamado *TechCrunch*. Os editores desse *site* colocaram o *Youtube* em uma lista de *sites* que mereciam atenção (BURGESS e GREEN, 2009, p. 19). Será que

a alta popularidade do *site* de tecnologia e sua decisão de indicar para seus usuários publicamente que o *Youtube* era um *site* interessante explica seu sucesso?

Outra versão é contada por um dos co-fundadores do *Youtube*. Para Jawed Karim, o mesmo rapaz dos elefantes, a chave do sucesso de seu *site* está em alguns recursos disponíveis:

Recomendações de vídeos por meio de listas “vídeos relacionados”, um link de e-mail que permite o compartilhamento de vídeos, comentários (e outras funcionalidades inerentes a redes sociais) e um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado (embed) em outras páginas da internet (BURGESS e GREEN, 2009, p. 19).

Nesta versão a popularidade do *site* de vídeos está articulada com seus próprios mecanismos internos. O *site* seria interessante por si mesmo e o público gostava dessa plataforma por conta de seus recursos criativos, que facilitavam a busca do internauta por vídeos e também tornava possível uma dinâmica de interação mais interessante e estimulante para com os outros usuários que também participavam da plataforma. Eles não eram simples espectadores. Além de produzirem seus conteúdos, havia a possibilidade de trocas de mensagens e informações que eram características de redes sociais como o *Orkut* – ainda existente na época – e o *Facebook* – que estava crescendo nesse período e hoje é a maior rede social do mundo.

Por fim, temos a versão daqueles que acreditam que o sucesso do *Youtube* é consequência de um programa de televisão exibido nos EUA chamado *Saturday Night Live*. Um dos quadros desse programa fez um clipe que foi upado no *Youtube*, com milhares de visualizações e compartilhamentos o clipe virou uma febre na *internet* (BURGESS e GREEN, 2009, p. 19). Após o episódio, o *Youtube* começou a ter problemas legais com as emissoras de televisão por causa de supostas transgressões nas regras de direitos autorais do país norte americano.

Essas três versões não me parecem suficientes para dar conta do sucesso da plataforma. Penso que outros atores não estão presentes nas redes que essas versões desenham. O que seria do *Youtube* sem as conexões de banda larga com boas velocidades? O que aconteceria se as câmeras digitais fossem caras demais para a maior parte da população ter acesso? E se as *webcams* não fossem inventadas? O *Youtube* existiria se Matt Cohler conseguisse convencer Steve Chan a continuar com seu trabalho no *Facebook*? O sucesso do *Youtube* seria o mesmo caso os juízes estadunidenses resolvessem conceder todas as indenizações que as emissoras de televisão e demais instituições, ou pessoas, estavam pedindo por causa da lei de direitos autorais? Pensando

com a Teoria Ator-Rede⁹ muitas outras articulações estavam, e estão, presentes nessa trama.

⁹ Teoria Ator-Rede também pode ser referida nesse trabalho como TAR (Teoria Ator-Rede) ou ANT (Actor Network Theory)

2 ALGUMAS CONEXÕES ENTRE A TEORIA ATOR-REDE, A ETNOGRAFIA VIRTUAL E O *YOUTUBE*.

2.1 Alguns conceitos da Teoria Ator-Rede e suas conexões com o *Youtube*.

Se no último parágrafo terminamos o texto falando sobre a TAR, iniciaremos esse capítulo tentando dar alguns contornos sobre esse conjunto teórico-metodológico que orienta este trabalho. Para Bruno Latour (2000), o conhecimento científico é produzido por uma série de associações que acontecem entre humanos e não-humanos. Mais do que verificar se o produto da pesquisa é verdadeiro ou falso, o que o autor considera ser interessante é acompanhar essas associações que acontecem; os atores que estão a par neste processo, sejam eles humanos ou não-humanos e as redes que ganham forma e se modificam ao longo do caminho. O interesse em acompanhar as versões das psicologias que se produzem no *Youtube* passa justamente por acompanhar esses atores heterógenos que compõe essa plataforma de vídeo. Ela é povoada por seres humanos, mas também conta com uma enorme quantidade de não-humanos que fazem diferença dentro desse mundo virtual. Portanto, parece interessante adotar o princípio de simetria (LATOURE, 2000), que busca por fim as grandes dicotomias e divisões expressas em oposições sobre termos como: natureza versus sociedade, verdadeiro versus falso, e, claro, humanos versus não-humanos. Adotar o princípio de simetria significa estudar os objetos sobre os mesmos termos. Conforme Ferreira (2011) e Domènech e Tirado (2006), isso não significa dizer que humanos e não-humanos são iguais, mas expressa uma agência mais distribuída entre esses entes.

Acompanhar tanto os atores humanos que constituem o *Youtube*, como os não-humanos, é buscar estabelecer a necessária simetria que a pesquisa convoca. Como veremos em capítulos posteriores, os não-humanos possuem grande agência e fazem fazer muitas coisas dentro do *site* de vídeos. Definindo melhor o que é um ator podemos acompanhar a afirmação de Latour: “um ator, portanto, é tudo que tem agência, que produz diferenças, desvios, transformações na distribuição da ação numa rede sociotécnica e na fabricação do mundo” (BRUNO, 2010, p.11). Um ator sempre é dotado de agência, ele é construído na rede e também participa da construção desta; há relações, fluxos e circulações que conectam os atores que participam de uma rede. Segundo Moraes:

Na teoria ator-rede, a noção de rede refere-se a fluxos, circulações, alianças, movimentos, em vez de remeter a uma entidade fixa. Uma rede de atores não é redutível a um único ator nem a uma rede; ela é composta de séries heterogêneas de elementos animados e inanimados, conectados e agenciados. (MORAES, 2004, p. 322).

Nessa mesma linha, Jean Segata compreende uma rede como articulações em que:

[...] há elementos humanos e não humanos que por si só não me dizem nada; eles não estão em posição de sujeito e objeto e o que se produz com eles, em geral, não é uma relação de causa e efeito. Agora, juntos, em um dado tempo eles constituem um evento – isso é a rede. Ela não é um dado, mas o resultado sempre provisório de associações. A provocação que vem com isso reside no desafio de fazer recuperar aqui a nossa capacidade de dar um passo a mais nas descrições, atentando-se, ao esgotamento, aos muitos atores constituintes desses eventos (SEGATA, 2014, p. 15).

De fato é preciso cuidado para não confundir as redes das quais estamos falando. Aqui nesse trabalho citamos redes diferentes. A primeira delas é a rede mundial de computadores, a *World Wide Web*, o *Youtube* está situado dentro dessa rede, é um ator nesse mundo. Contudo, também estamos nos referindo à outra rede, a rede que é desenhada pela Teoria Ator-Rede. Segundo Latour (2012) em um diálogo que ele estabelece com um estudante:

Professor: Você sem dúvida aceitará que rabiscar com um lápis não é o mesmo que rabiscar a forma de um lápis. É a mesma coisa com esta palavra ambígua: rede. Recorrendo à Teoria do Ator-Rede, você pode descrever algo que de modo algum lembre uma rede - um estado de espírito individual, uma peça de máquina, uma personagem de ficção; ao contrário, pode descrever uma rede - metrô, esgotos, telefones - não desenhada no estilo Ator-Rede. Você está simplesmente confundindo o objeto com o método. A ANT é um método, aliás quase sempre negativo; não diz nada sobre a forma daquilo que é desenhado com ele (LATOURE, 2012, p. 207).

Latour afirma que uma descrição feita com a TAR independe da existência explícita de uma rede. A existência de uma rede sólida, visível e concreta, como as redes de esgoto ou as redes de um metrô, não garantem que seguir os rastros das mesmas implicará, diretamente, em uma pesquisa que se utiliza de referenciais teóricos e metodológicos da TAR. Ele também diz que a TAR é um método quase sempre negativo, isso porque nessa teoria buscamos descrever as articulações que acontecem entre os atores, sejam eles humanos ou não-humanos, e a explicação não é desejável. Quando explicamos algo estamos acrescentando uma nova produção, um novo ator, uma nova agência na rede que rastreamos. Uma boa pesquisa na TAR busca deixar os atores falarem por si mesmo evidenciando suas agências.

Outro problema com a ideia de rede acontece com a expansão das redes digitais. Nesse sentido, o termo foi popularizado e ganhou novos contornos por parte das pessoas que utilizam a WWW. A rede da qual Latour fala só pode ser assim considerada em sua capacidade de produzir ação, diferenças e transformações – que são características dos atores que as compõe. Já a rede da WWW operaria por meio de informações que não necessariamente poderiam produzir alguma mudança. Segundo Alexandra Tsallis *et al* (2006):

A metáfora digital popularizou este termo num sentido que para Latour (1999-a) é desastroso. Porque no sentido presente, por exemplo, na Internet, a noção de rede está em consonância com a possibilidade de comunicação imediata e de acesso direto a qualquer informação. Neste sentido, parece ser possível falar em informação, algo que circula sem nenhuma transformação. É justamente este sentido que Latour (1999-a) considera desastroso. Isto é, a noção de rede, tal como popularizada pela Internet implica uma ideia de circulação da informação sem transformação. Esta ideia é oposto àquela que a teoria ator-rede pretendia frisar com a noção de rede. A rede, como um rizoma, é marcada pela transformação. Em outro texto, o autor afirma: não há in-formação, só transformação (Latour, 2002-c). Então o acento recai na ação, no trabalho de fabricação e transformação presente nas redes. Talvez pudéssemos tomar como caminho a sugestão do próprio autor e ao invés de falarmos em *networks* deveríamos falar em *worknets* (Latour, 2002-c). (TSALLIS et al., 2006, p. 65).

Latour continua seu diálogo com o estudante e introduz os termos *network* e *worknet* buscando diferencia-los e propondo que *worknet* seria um termo mais adequado para falarmos das redes que a TAR se refere:

Aluno: Que confusão! Entretanto, os executivos da minha empresa não formam uma bela, visível e poderosa rede?

Professor: Talvez... quer dizer, sem dúvida. Mas, e daí?

Aluno: E daí que posso então estudá-los com base na Teoria do Ator-Rede!

Professor: De novo, talvez sim e talvez não. Tudo depende do que você próprio permite a seus atores (ou melhor, actantes) fazer. Estar conectado, estar interconectado ou ser heterogêneo não basta. Tudo depende do tipo de ação que flua de um para outro - daí as palavras “net” [rede] e “work” [trabalho], Na verdade, deveríamos dizer “worknet” em vez de “network”, O que temos de enfatizar é o trabalho, o movimento, o fluxo e as mudanças. Mas “network” pegou e as pessoas pensam que estamos falando da World Wide Web ou coisa semelhante! (LATOUR, 2012, p. 207).

Enfatizo mais uma vez a tentativa de Latour em diferenciar as redes da TAR com as redes que se estabelecem na *World Wide Web*. Ele diz que seria mais adequado o termo “*worknet*” para se referir as redes da TAR, enquanto que o termo *network* seria mais interessante para se falar sobre o universo WWW. Contudo, ele parece abrir mão da palavra “*worknet*”, porque o termo *network* está difundido, é um termo que “pegou”. O sentido da palavra “trabalho” proposto pelo termo *worknet* parece ter ligações com a

agência dos atores que compõe essa rede da qual eles fazem parte. Para um ator existir é preciso que ele faça, produza diferença, transforme, trabalhe, aja de alguma maneira, sendo ele um humano ou um não-humano.

Nesse diálogo com o estudante, Latour começa a oferecer algumas pistas de como fazer uma pesquisa que busque os referenciais da Teoria Ator-Rede. Ele usa termos como: “trabalho”, “movimento”, “fluxo”. Todas essas palavras remetem a algum tipo de ação por parte dos atores da rede, eles agem, transformam, fazem fazer. Acompanhar e rastrear essas tramas parece ser uma diretriz metodológica interessante dentro dessa perspectiva teórica proposta pelos estudos da Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS), mais especificamente a Teoria Ator-Rede que se encontra dentro desse espectro maior.

Acompanhar esses atores não significa dar atenção somente aos movimentos produzidos pelos seres humanos, pois os atores não se reduzem somente a esta categoria antropológica, os não-humanos também estão presente na rede e produzem afetações e transformações. Jean Segata afirma:

[...] o ator não é uma peça que já está no tabuleiro e depois age. Ele não se refere exclusivamente aos humanos, pois a ação é pensada como um evento distribuído e não como uma rota que é medida em uma linha sucessiva, de causa e efeito. Em outros termos, não há de um lado “o ator humano” e de outro “o objeto não humano”, como não há a “agência humana” de uma forma particular e a “agência não humana” de outra. Agência e ator-rede são figuras de representação que tratam de uma distribuição e indefinição da origem da ação, que não cabe nos termos analíticos da intencionalidade ou da causalidade. (SEGATA, 2016, p. 101)

Latour (2001) nos oferece outro ótimo exemplo sobre um ator não-humano que produz diferença e faz os humanos – e até mesmo os não-humanos – fazerem alguma coisa. Em uma pequena passagem do seu livro publicado no Brasil com o título “A Esperança de Pandora”, Latour discorre sobre como o quebra-molas nos leva a fazer alguma coisa com nosso carro. O objeto está lá, foi pensando por um engenheiro, produzido pelas forças de operários que fizeram o concreto e pintaram a lambada, o quebra-molas foi colocado nas ruas, nos campis das universidades, nos estacionamentos dos shoppings, nas ruas das escolas de ensino básico, em frente às creches, ele foi produzido com a intencionalidade de que os motoristas freiem e não deixem que seus carros atropelam alguém que, porventura, esteja atravessando a rua, por isso eles geralmente são colocados em locais estratégicos como os que foram citados anteriormente. Em troca dessa gentileza o quebra-molas promete não danificar o carro de quem dirige. Segundo Latour (2001): “O objetivo do motorista é transladado, em virtude do quebra-molas, de "diminua a velocidade para não atropelar os alunos" para "vá devagar

para proteger a suspensão de seu carro". (LATOUR, 2001, p.214). É nesse sentido que o quebra-molas produz um comportamento, uma tomada de decisão que pode ser moral, quando o motorista entende que é necessário diminuir a velocidade para não atropelar pessoas, ou um comportamento egoísta que pensa na suspensão do seu carro, segundo o mesmo autor (2001): "O motorista altera seu comportamento em consequência do quebra-molas: regride da moralidade a força". (LATOUR, 2001, p.214). O que de fato importa nesse exemplo é a demonstração de como um objeto sociotécnico, o quebra-molas nesse caso, nos faz fazer algo.

Para acessar à *internet*, por exemplo, pode parecer que há somente a necessidade de um computador e um roteador, contudo há uma rede nos bastidores para que essa conexão se torne possível, rede esta que incluem incontáveis atores, humanos e não-humanos. Para muitos usuários, o computador comprado em lojas pode guardar semelhanças com o conceito de caixa preta apresentado por Latour em seu livro *Ciência em Ação* (2000):

A expressão caixa-preta é usada em cibernética sempre que uma máquina ou um conjunto de comandos se revela complexo demais. Em seu lugar é desenhada uma caixinha preta, a respeito da qual não é preciso saber nada, senão o que nela entra e o que dela sai. (LATOUR, 2000, p. 14).

As caixas-pretas são os objetos sociotécnicos estáveis, fechados, "verdadeiros", acima de qualquer suspeita. Latour (2000) apresenta alguns exemplos de caixas-pretas no campo científico, mas podemos compreender alguns artefatos nesse mesmo sentido. Um computador é uma caixa-preta, pelo menos até que ele deixe de funcionar. Nesse caso, a crise nos obrigará a levar nosso computador para alguém capaz de nos ajudar com o problema – como o próprio Latour relata em uma experiência pessoal com sua máquina defeituosa em seu livro cujo título é "Cogitamus" – ou teremos que nos aventurar e colocar a mão na massa para abrir a nossa própria caixa-preta.

Os componentes por si não bastam para tornar possível a conexão com o mundo *on-line*, sistemas operacionais como o *Windows* ou o *Linux* são fundamentais para facilitar esse processo. Editores de textos e imagens, navegadores de *web* e *plug-ins*, também são peças importantes nesse sistema. Sem os *softwares* os *hardwares* não são de muita utilidade e sem os *hardwares* os *softwares* se quer existiriam. Para que um usuário consiga rodar os vídeos do próprio *Youtube* são necessários componentes razoáveis que possibilitam uma boa qualidade de processamento da imagem, mas também são importantes *softwares* que possibilitam que os códigos utilizados na plataforma se

traduzam em imagens para a tela do nosso computador; assim como uma conexão de qualidade com a *internet* para que os vídeos não travem a todo instante, o que prejudicaria a experiência de fluidez do usuário.

Os interesses da empresa aliados à demanda por certos componentes também interferem na produção de um ou outro acessório. A título de exemplo, as placas de vídeo sofreram aumentos consideráveis por causa da mineração de criptomoedas. O intuito inicial das placas de vídeo é melhorar a qualidade da exibição de vídeo na tela dos computadores, as pessoas que costumam rodar jogos pesados em suas máquinas fazem uso de placas de vídeo potentes. É possível imaginar as discussões que os jogadores travaram na *internet* contra os mineradores de criptomoedas por conta desses aumentos de preço, os primeiros atribuem aos últimos a culpa por esse aumento inesperado. As criptomoedas, nesse contexto, são um bom exemplo de um ator não-humano causando discussões e uma boa quantidade de caos entre esses usuários.

Aqui acontece uma tradução no sentido proposto por Latour (2016). As placas de vídeo que estão no centro do debate ficam mais caras por causa de uma nova atividade na rede: a mineração de criptomoedas – essa é a primeira tradução – por outro lado, isso desagrade aos jogadores que utilizam essas placas para rodarem seus jogos no computador, eles reclamam com as empresas que as produzem pelo aumento dos preços, pois a demanda se tornou maior do que elas podem oferecer no momento. Os varejistas aproveitam para aumentar o preço desses produtos e lucrarem um pouco mais. A empresa produtora da placa é ponto de interesse entre jogadores e mineradores: “sem dúvida você deve se lembrar de que em latim o interesse é o que se situa entre duas coisas: *inter-esse*” (LATOURE, 2016, p.30).

O que as empresas devem fazer? Aumentar a produção das placas para suprir a demanda e assumir o risco das criptomoedas não se manterem interessantes para seu público? O que consequentemente diminuiria a procura pelas placas e fariam os preços das mesmas despencarem, pois o mercado estaria inflado com mais produtos e menor procura. Continuar com a atual produção de placas e deixar os jogadores infelizes com os preços? Assim elas correm o risco de perderem clientes fiéis que são entusiastas de marcas e divulgam o produto quando estes lhes agradam defendendo com unhas e dentes o material tecnológico. Ou será que as empresas devem assumir o risco de produzir placas específicas para os mineradores digitais? Algumas das mais famosas empresas que produzem placas, como a NVIDIA e a AMD, optaram pela última alternativa e assim pretendem agradar os dois públicos. Esse pequeno desvio, essa pequena tradução pode ser

expressa pelo seguinte enunciado: mineradores de criptomoedas usam placas de vídeos para suas atividades e conseguem mobilizar uma série de atores que se conectam em rede. Alguns desses atores podem ser enumerados: jogadores, empresas de placada de vídeo, *sites* sobre tecnologia, portais informativos, varejista. Segundo o Antropólogo Francês: “Traduzir é ao mesmo tempo transcrever, transpor, deslocar, transferir e, portanto, transportar transformando” (LATOURE, 2016, p.30).

O leitor, nesse instante, pode se perguntar sobre o motivo das criptomoedas e as placas de vídeo estarem nesse texto. Um dos motivos é evidenciar que há uma cadeia de associações entre todos esses dispositivos, inclusive entre as criptomoedas e o próprio *Youtube*. Explicando melhor: grande parte do público do *Youtube* entra no *site* para assistir vídeos que se relacionam com vídeo games, sejam vídeos editados sobre a história de plataformas de jogos mais antigos, seja para assistir alguém fazendo uma transmissão ao vivo de algum jogo. Com o aumento do preço das placas de vídeos menos pessoas têm acesso a configurações mais avançadas para um computador. Apesar de não ter acesso a números oficiais e não ser possível fazer uma relação direta é possível imaginar que esse aumento pode ter feito menos pessoas abrirem canais desse tipo no *Youtube*, o que, teoricamente, poderia diminuir a audiência do próprio *Youtube*. As coisas parecem ter mais associações do que imaginamos e se conectam em uma grande rede com mais frequência do que podemos supor.

O que tiramos como lição da curta disputa entre minerados e jogadores? Que o destino dos artefatos não estão determinados de antemão através dos objetivos proposto pelas empresas que produzem placas de vídeo; eles estão nas mãos dos seus usuários, ainda que seja possível determinadas negociações entre as companhias e seus consumidores. Trazendo para o *Youtube* essa afirmativa podemos citar o *Youtube Gaming* que era uma plataforma dentro do próprio *Youtube* dedicado a quem produzia conteúdo voltado para jogos e para quem assistia esses conteúdos. Contudo, os usuários não acessavam essa plataforma em específico, eles continuavam assistindo os vídeos na plataforma normal do *Youtube*. Sem a audiência esperada o *Youtube* pôs fim a esse projeto e o encerrou em março de 2019 incorporando alguns recursos exclusivos à plataforma original.

O *Youtube* tem suas peculiaridades, mas de maneira geral o mecanismo é parecido com essa rede de componentes, *softwares*, nichos de mercado, guerras entre jogadores e mineradores e interesses empresariais. Apesar da estrutura do *site* ter sido construído por três jovens empreendedores, o conteúdo dos vídeos é feito por inúmeras

peessoas que postam em seus canais frequentemente, pessoas que são consumidoras e construtoras dos *hardwares* e *softwares* citados anteriormente. Sim, construtoras; mesmo que o usuário não coloque a mão na massa para fabricar um teclado, uma placa de vídeo, ou um jogo digital, ele tem grande agência na fabricação desses componentes, pois o produto é feito pensando nele, seu *feedback* é considerado nessa trama.¹⁰

Essas pessoas, por seu turno, são afetadas por atores humanos e não-humanos. Alguns atores que se fazem presente no *site* de vídeos podem ser nomeados como: o *layout*, os comentários, o recurso do produtor de conteúdo em fixar um determinado comentário no topo da página tornando-o um favorito, o número de visualizações, os *likes*, os *dislikes*, as interações que acontecem nos comentários dos vídeos, os outros canais que também participam dessa dinâmica de comentários, as controvérsias que acontecem na plataforma, a monetização dos vídeos, o robô do *Youtube* que busca no *site* vídeos inadequados, a descrição que o produtor do vídeo faz para o material que ele produziu, as palavras chaves que ele coloca em seu vídeo na esperança de direcionar de forma mais efetiva o conteúdo e etc. Nesse sentido, o *Youtube* é um artefato cultural produzido por uma série de atores humanos e não-humanos. Segundo Christine Hine (2004):

A segunda perspectiva, introduzida no capítulo II, define a internet como um artefato cultural (Woolgar, 1996), um produto da cultura, enfim: uma tecnologia que foi gerada por pessoas concretas, com objetivos e prioridades contextualmente situados e definidos e, também, moldada pelos modos como foi comercializada, ensinada e utilizada. Falar de internet como artefato cultura implica assumir que nossa realidade atual poderia ter sido outra, uma vez que as definições tanto do que é como do que se faz, são resultados de compreensões culturais que poderiam ser diferentes (HINE, 2004, p.19, tradução nossa).¹¹

Christine Hine (2004) assume que a realidade atual poderia ser outra caso as associações dos atores na rede nas quais eles se encontram se configurassem de outras formas, ou ainda, se um novo ator dentro da rede emergir a rede se modificaria

¹⁰ Por exemplo: recentemente foi lançado o jogo *Mortal Kombat 11* para os computadores e os consoles de mesa Xbox One e Playstation 4. Além de comprar o jogo, os jogadores precisavam desembolar mais dinheiro para comprar roupas, personagens e acessórios para seus lutadores virtuais, esse dinheiro poderia ser dinheiro real, ou poderia ser utilizado moedas virtuais que era possível ganhar dentro do próprio jogo. Contudo era necessário jogar por muito tempo para conseguir as moedas virtuais necessárias. Na prática, os jogadores estavam acusando a empresa produtora do jogo de obrigar as pessoas a usarem o dinheiro real para desbloquear os acessórios. A indignação foi tanta que houve uma mobilização para evidenciar isso através das redes sociais. A empresa prontamente respondeu as críticas extremamente negativas e prometeu lançar uma atualização para corrigir a dificuldade em conseguir as moedas virtuais.

¹¹ Tradução do autor para: “La segunda perspectiva, introducida en el capítulo II, define *Internet* como un artefacto cultural (Woolgar, 1996). un producto de la cultura. en fin: una tecnología que ha sido generada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos y, también, conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada. Hablar de *Internet* como artefacto cultural implica asumir que nuestra realidad actual pudo haber sido otra, pues las definiciones tanto de lo que es como de lo que hace, son resultado de comprensiones culturales que pudieron ser diferentes”.

significativamente. É nesse sentido que as associações dentro de uma rede podem ser provisórias e novos mundos podem aparecer dependendo das novas associações que aconteçam. De que forma, então, acompanhar esses atores dentro do *Youtube*? Para além da TAR, parece interessante uma aposta metodológica no método etnográfico.

2.2 A etnografia como metodologia de pesquisa no virtual.

Janice Caiafa (2007) e James Clifford (2014) discorrem sobre os primórdios da etnografia e afirmam que essa prática tão comum dentro da antropologia nem sempre esteve sob o domínio desse campo científico. Esse tipo de experiência etnográfica era praticada pelos viajantes, missionários e comerciantes que estavam de passagem por outros povos. Na maior parte das vezes, os locais eram afastados geograficamente dos grandes centros ocidentais. Caiafa (2007) observa que:

A etnografia é ao mesmo tempo um tipo de investigação e um gênero de escritura que se desenvolveu na tradição antropológica. Mas ela surge de fato com outras tradições e experiências, sobretudo os relatos de viagem – dos diversos indivíduos, ilustres ou não, que por diferentes motivos se encontravam em situação de distanciamento geográfico e cultural. Eram missionários, viajantes, administradores que conviviam com grupos não-ocidentais e produziam narrativas sobre eles. (CAIAFA, 2007, p. 135).

O que aconteceu foi uma apropriação dessa experiência vivida pelos viajantes, missionários e comerciantes, por parte da antropologia que capturou esse modo de descrição de vida nativa e transformou em uma metodologia de pesquisa científica. Clifford (2014) aponta que o trabalho de Malinowski descrito no livro “Argonautas do Pacífico Ocidental”, é uma das obras que tiveram um importante papel para definir a figura do antropólogo etnógrafo. O mesmo autor afirma que:

Em termos esquemáticos, antes do final do século XIX, o etnógrafo e o antropólogo, aquele que descrevia e traduzia os costumes eram personagens distintos. (Uma percepção clara da tensão entre etnografia e antropologia é importante para que se perceba corretamente a união recente, e talvez temporária, dos dois projetos) (CLIFFORD, 2014, p. 25).

Caiafa (2007) acompanha o pensamento de Clifford (2014) informando que:

Foi só no final do século XIX que a etnografia se tornou uma atividade do antropólogo. Stocking (1983) descreve como até então este se utilizava de relatos missionários e a etnografia não era percebida com um empreendimento profissional. A oposição entre missionários e etnógrafos é uma oposição moderna e foi estabelecida “nos ateliês de Boas e Malinowski” (Stocking, 1983:74). Foi com a geração de Franz Boas, físico alemão que se fez antropólogo, que a etnografia se tornou um método “antropológico” e seus praticantes passaram a ser aqueles com formação acadêmica [...] Foi com Malinowski, portanto, que a pesquisa etnográfica se estabeleceu como uma

atividade de trabalho de campo intensivo numa certa área específica e envolvendo a experiência pessoal do etnógrafo (CAIAFA, 2007, p. 135-136).

Uma das justificativas dos antropólogos etnógrafos para dar maior crédito às etnografias realizadas dentro da academia, supostamente as etnografias “científicas”, seria a maior neutralidade dos pesquisadores, uma vez que o engajamento dos viajantes não seria o mesmo que o engajamento dos antropólogos com o campo; os comerciantes teriam interesses econômicos e financeiros nas transações realizadas com esses povos e os missionários iriam até essas localidades na busca pela conversão das pessoas a uma determinada religião. Mas será que os antropólogos etnógrafos acadêmicos estariam livres da parcialidade que acometeria todas as outras categorias de desbravadores descritas anteriormente? Para Clifford (2014) não. O autor comenta como os vínculos, sentimentos e emoções eram fabricados nas relações com os nativos e o antropólogo etnógrafo não estaria imune às afetações que o campo emanava. Ele cita o diário pessoal de Malinowski produzido pelo próprio pesquisador em suas pesquisas de campo nas ilhas Trobriand na Nova Guiné. O diário, que era para ser guardado sob sete chaves, foi publicado após à sua morte – por sua esposa. O diário apresentava outra faceta do pesquisador: o lado subjetivo e muito longe de uma neutralidade. Para o autor: “Em os argonautas; o diário foi excluído, deslocado, no processo de dar integridade a uma cultura (a trobriandesa) e a um eu (o etnógrafo científico)” (CLIFFORD, 2014, p. 114).

Apesar de ter sido recebido com maus olhos pela comunidade de antropólogos da época, o diário guarda uma outra versão que é tão legítima quanto o manuscrito original. A opção de Malinowski em não publicar as passagens dos seus escritos pessoais pode ter relação com o contexto da época, uma vez que havia uma tentativa em estabelecer a etnografia como uma metodologia científica praticada pela academia, principalmente por antropólogos treinados na técnica.

Se etnografias com povos distantes, em culturas diferentes, com nativos que por vezes falam outra língua, e que possuem outras práticas culturais bem estranhas aos nossos olhos, podem despertar uma gama de sentimentos, subjetividades e colocar a neutralidade do pesquisador em xeque, como todas essas questões emergem em uma etnografia feita com um objeto de estudo tão próximo ao pesquisador, como é o caso desta pesquisa com o *Youtube*? Haveria algum impedimento em um estudo etnográfico deste tipo? As pesquisas etnográficas deveriam ser realizadas inevitavelmente de tal forma que o pesquisador não tenha nenhuma proximidade com seu campo de pesquisa?

Todas essas questões tornam-se problemas de difícil superação apenas se imaginarmos que o pesquisador deve manter suas subjetividades longe do campo, que ele precisa ocupar um lugar de neutralidade dentro de sua prática e que um processo de purificação seria necessário para tornar válida uma pesquisa. Roberto da Mata (1978) afirma que nas reuniões e encontros menos formais que acontecem entre os antropólogos uma série de histórias vivenciadas por estes pesquisadores – mas que não foram parar nas publicações da pesquisa – são contadas e compartilhadas entre eles. Ele problematiza o motivo de tais aspectos ficarem à margem da pesquisa etnográfica e diz que os motivos para essa escolha devem-se a:

[...] um modo muito envergonhado de não assumir o lado humano e fenomenológico da disciplina, com um temor infantil de revelar o quanto vai de subjetivo nas pesquisas de campo, temor esse que é tanto maior quanto mais voltado está o etnólogo para uma idealização do rigor nas disciplinas sociais (DA MATA, 1978, p. 27).

Nesse sentido, acompanho o pensamento do autor e não vejo como problemático indicar ao longo do texto todos esses acontecimentos que ocorrem na descrição de um campo de pesquisa que, porventura, possam ser da ordem do subjetivo ou interpretativo por parte de quem realiza a pesquisa. Portanto, não é um problema pesquisar e desenvolver um estudo em uma comunidade que aparentemente pode parecer mais próxima do pesquisador. Sobre a questão da proximidade, Gilberto Velho (1978) argumenta que nem sempre o exótico é desconhecido e o familiar conhecido:

O fato é que dentro da grande metrópole, seja Nova York, Paris ou Rio de Janeiro, há descontinuidades vigorosas entre o “mundo” do pesquisador e outros mundos, fazendo com que ele, mesmo sendo nova-iorquino, parisiense ou carioca, possa ter experiências de estranheza, não-reconhecimento ou até choque cultural comparáveis à de viagens a sociedades e regiões “exóticas” (VELHO, 1978, p. 40).

A propósito, Roberto da Mata (1978) destaca um duplo movimento da antropologia. O primeiro deles diz respeito a uma antropologia clássica que buscava estabelecer a etnografia como prática científica dos antropólogos. Nesse momento havia o movimento de transformar o que era exótico em familiar. Logo, era comum o deslocamento geográfico dos pesquisadores para localidades remotas, de difícil acesso, com longo período de convivência entre os nativos daquele lugar. O segundo movimento, mais recente, parece inverter essa lógica ao buscar transformar o familiar – que aparentemente conhecemos e já se encontra sob nossos domínios – em algo exótico. Os etnógrafos que realizam este tipo de pesquisa não se deslocam para comunidades remotas,

não aprendem uma nova língua, não se isolam de seus pares culturais para buscar compreender uma cultura completamente diferente da sua. Pelo contrário, ele enxerga em seus vizinhos potenciais “nativos” e busca realizar um exercício de estranheza para enxergar o que há de exótico dentro de sua própria cultura.

A transformação do familiar em exótico exige um exercício de estranhamento, como apontado por Caiafa (2007):

Uma característica do trabalho do etnógrafo que podemos aceitar como figura dessa evocação da viagem é que se dá aí em algum grau um afastamento do meio familiar. O etnógrafo busca experimentar um estranhamento. É preciso introduzir uma irregularidade na continuidade familiar, há uma interrupção do fio regular do pensamento e da vida. A situação pesquisada caracteristicamente oferece atrito, que impulsiona o pensamento, que traz novidade. (CAIAFA, 2007, p. 148).

Nesse mesmo sentido, Cristina Hine (2004), que se dedica a discutir a possibilidade de uma prática etnográfica virtual, corrobora a observação de Janice Caiafa (2007):

O etnógrafo habita uma espécie de mundo intermediário, sendo simultaneamente um estranho e um nativo. Ele tem que se aproximar o suficiente da cultura que estuda para entender como funciona, sem deixar de manter a distância necessária para dar conta dela (HINE, 2004, p.13, tradução nossa).¹²

O *Youtube* ainda guarda outras particularidades em relação aos nativos exóticos, como os Trobriandeses descritos por Malinowski (1976), ou os nativos familiares como relatado por trabalhos como os de Goldman (2003). Tanto os nativos exóticos como os nativos familiares existem de forma concreta, presencial e atual no mundo, o que é diferente no *Youtube*, uma vez que a plataforma trata-se de um dispositivo virtual, tendo em vista que o que vemos em nossas telas é uma representação visual de uma série de códigos de programação que por sua vez também são emulados graças a um aparato físico, que são os *hardwares*. É importante observar que o virtual não se opõe ao real, como apontado por Pierre Lévy (1999). Em termos filosóficos, o virtual é tudo aquilo que existe como possibilidade, logo sua oposição natural seria a condição de atual. Uma passagem do meu diário de campo pode ser bem ilustrativa sobre esse conceito:

O tablet é um dispositivo que sempre carrego em minha mochila. Periodicamente coloco uma série de textos que considero importante para minha formação dentro de sua memória e vou lendo em minhas viagens entre Petrópolis e Niterói, ou Petrópolis e Rio de

¹² Tradução do autor para: “El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermedio, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender cómo funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella.”.

Janeiro. Nesta quarta feira que escrevo essa passagem, já quase o início do dia seguinte, estava indo para Niterói, participar do primeiro encontro da aula de seminário de Mestrado II, com o professor Helder Muniz. Antes de sair de casa, coloquei dentro do tablet um livro em formato pdf do Pierre Levy, intitulado de Cibercultura. Apesar de ter lido alguns anos antes o livro, decidi voltar em suas páginas para atender a uma recomendação da banca de qualificação, para destrinchar melhor uma discussão sobre a cibercultura. Fui lendo o livro na viagem, tanto na ida como na volta, e me deparei com o conceito de virtual. Quase chegando à minha casa, visualizo minha primeira escola de educação infantil e algumas lembranças me afetam. Essas memórias servirão como um exemplo do que entendo por virtual. Essas lembranças datam de duas décadas atrás e me fazem reviver acontecimentos com um grupo de crianças, por volta de seus 8 anos de idade. Essas crianças estão fora dos limites da instituição de ensino e, acompanhadas de seus professores, estão alegres mexendo na terra, pintando algumas pedras, decorando vasos de flores e plantando sementes. Todas essas sementes que eu e meus colegas de turma plantamos durante essa marcante atividade de minha vida escolar existiam concretamente, mas o produto delas, sejam as pequenas flores ou as grandes árvores, não existiam naquele momento atual. Nesse sentido, as árvores e as flores existiam de forma virtual, enquanto possibilidade inusitada de um futuro em cada semente plantada. Elas não estavam presentes há 17 anos atrás após concluirmos a atividade, mas nos foi ensinado que depois de uns anos elas poderiam germinar. É nesse sentido que o virtual se opõe ao que é atual, ao que existe no momento, no presente, mas de forma alguma ele pode se opor ao real, pois as sementes de fato estavam ali plantadas. 17 anos depois, vendo a escola pelas janelas do ônibus, próximo ao terreno em que a escola foi construída é possível ver árvores e plantas nas adjacências da escola. (Diário de campo, 27 de março de 2019).

Esta passagem do diário de campo, que busca ilustrar através de um exemplo o conceito de virtual, descreve uma situação na qual a virtualidade das árvores e flores estava presente nas sementes e que de fato essa possibilidade do virtual se concretizou e hoje existem árvores e flores naquele terreno. Mas a história poderia ser diferente, uma enchente, uma mudança nas obras da escola ou até uma infestação de pragas poderiam ter arruinado a existência dessas espécies e tudo o que tinha de virtualidade naquelas sementes, simplesmente morreriam e jamais se tornariam algo concreto e atual. O virtual existe enquanto possibilidade, mas não há garantias de que ele exista em uma realidade futura.

Mas de fato, tudo o que é virtual tem a possibilidade de produzir algo real e mexer com o mundo concreto que conhecemos. Com o *Youtube* acontece da mesma forma, enquanto dispositivo virtual, seus vídeos são assistidos, geram debates entre as pessoas, produzem efeitos dentro dos nossos círculos sociais. Se alguns exemplos ainda se fazem necessários para demonstrar a possibilidade desse *site* em transformar o que é virtual em algum bastante concreto, basta lembrar a polêmica indicação do atual presidente da república sobre os canais de informação que ele recomendava que as pessoas seguissem dentro do *Youtube*. Ou ainda, podemos imaginar o número de crianças que pedem para seus pais comprarem determinados produtos porque seu *Youtuber* preferido está fazendo propaganda para a empresa de brinquedos detentora do objeto lúdico.

Ainda que o virtual não se oponha ao real, e que ele trabalhe para produzir mundos concretos, entendo que as plataformas digitais englobam peculiaridades que convocam a necessidade em adotar um estilo de etnografia diferente das etnografias tradicionais. Podemos pensar outras particularidades das plataformas digitais como o *Youtube*, por exemplo: não existe um campo geográfico de pesquisa dentro do mundo virtual. Enquanto realizo a pesquisa estou geograficamente situado em minha cidade, no meu bairro, em minha casa, no meu quarto, em frente à tela do computador, mas ao mesmo tempo estou navegando pelos vídeos que me levam às psicólogas(os) que falam de São Paulo, Belo Horizonte, Juiz de Fora, Irlanda e afins.

James Clifford (2014) descreve uma foto presente em “Argonautas do Pacífico Ocidental” (MALINOSWIKI, 1996) em que há uma cerimônia dos *kula* e que uma das pessoas que a fotografia consegue capturar parece estar olhando para a câmera. A partir de então ele faz uma discussão sobre a presença do etnógrafo e sua autoridade dentro do campo de pesquisa. O mesmo não aconteceria dentro de uma etnografia no *Youtube*, pois a pesquisa pode se desenrolar sem nenhum dos nativos digitais saberem da existência do sujeito que realiza o estudo enquanto um pesquisador. É claro que isso é uma opção, o pesquisador pode se apresentar para os nativos digitais e contar sobre sua pesquisa, principalmente quando se trata de pesquisa em comunidades privadas onde seria necessário, por princípios éticos, comunicar as pessoas sobre o desejo delas em fazer parte da pesquisa, o que não é obrigatório no *Youtube*, uma vez que os vídeos disponibilizados no *site* estão disponíveis de forma pública, salvo raras exceções.

À própria questão da linguagem que pode ser uma barreira a ser superada dentro de uma etnografia clássica na qual o antropólogo visitaria uma tribo com um

desenvolvimento linguístico diferente do dele não acontece dentro das plataformas digitais. Ainda que pudesse existir um estranhamento com um ou outro termo, a estrutura linguística costuma ser a mesma, tanto pesquisador como os nativos digitais compartilham o mesmo idioma.

Falar sobre essas peculiaridades não tem por objetivo fazer uma análise sobre supostas vantagens ou desvantagens de uma pesquisa etnografia em um mundo virtual, mas se constitui em uma forma importante de identificar algumas diferenças para propor um estilo de etnografia diferente que tem ganhado diversos nomes ao longo dos anos como: etnografia virtual, netnografia, etnografia digital, webnografia, ciberantropologia, etnografia na cibercultura, dentre outros termos. Neste trabalho, será utilizado o termo etnografia virtual com base no trabalho de Christine Hine (2000) que estabelece alguns princípios a serem observados pelo pesquisador que adota esta aposta de pesquisa.

A primeira pista que a autora oferece para um trabalho etnográfico virtual é o acompanhamento constante da comunidade pesquisada, ela argumenta que o objetivo é reduzir a estranheza do campo (HINE, 2000). Mas aqui realizaremos uma tradução e inverteremos o sentido proposto pela autora, pois o objeto de estudo é familiar de alguma forma e mais do que diminuir esta estranheza, que talvez pudesse ser útil para um pesquisador que não conhece a plataforma, o intuito é aumentar esta estranheza ao conhecer melhor aquilo que julgo ser de meu domínio.

A segunda indicação da autora é evitar compreender a virtualidade como algo que não se conecta com o real. Como argumentado por Lévy (1999), não há essa divisão em termos práticos e filosóficos. Hine (2000) descreve a *internet* como uma plataforma privilegiada que dispõe de conexões completas com o virtual e o real.

Uma convocação para repensar a questão da etnografia condicionada a um lugar geográfico concreto é o terceiro princípio. Hine (2000) diz que a etnografia virtual pode ser uma boa oportunidade para pensar em uma pesquisa etnográfica “fluida”, “dinâmica” e “móvel”. Conforme discutido anteriormente, não existe uma concretude geográfica fixa em uma pesquisa em dispositivos virtuais, mas por outro lado há a possibilidade de interações geográficas multisituadas. Relacionada com o princípio anterior, a autora apresenta sua quarta pista que consiste na possibilidade da pesquisa etnografia virtual ter como princípios organizadores os fluxos e conexões, ao invés das localidades e limites geográficos.

A quinta pista lança um enorme desafio para os pesquisadores que se aventuram no mundo virtual. Hine (2000) convoca os pesquisadores a examinar as fronteiras, limites

e interseções entre o “real” e o “virtual”, mas reconhece que há um problema que o pesquisador precisa dar conta: até onde ir por essas conexões, que podem nos conduzir a outros universos dentro da rede? Toda pesquisa precisa de uma delimitação de campo, pois existem prazos que precisam ser cumpridos. Pode ser extremamente tentador seguir todos os hipertextos que o mundo virtual apresenta, mas fazer isto pode implicar na abertura de muitas frentes dentro da pesquisa.

O sexto princípio parece ser mais uma reflexão do que propriamente uma instrução metodológica. A reflexão baseia-se na temporalidade das pesquisas virtuais. Como as interações podem ser tanto sincrônicas ou assíncronicas, mas há uma prevalência das interações assíncronicas, existe um meio tempo no qual tanto o pesquisador como os participantes da pesquisa se implicam pessoalmente com outras situações (HINE, 2000). Isto significa dizer que tanto os nativos como os pesquisadores entram na rede, postam suas publicações, comentam nas publicações de outras pessoas, assistem a seus vídeos, mas depois eles desligam o computador – ou celular – e vivem suas vidas em outros contextos. Logo, é importante compreender que a imersão de ambas as partes se dão sob essas circunstâncias.

Na sétima pista a autora reconhece a parcialidade do trabalho etnográfico. Segundo a Hine (2000):

A etnografia virtual é irremediavelmente parcial. Uma descrição holística de qualquer informante, localização ou cultura é algo impossível de alcançar, então a noção de informante lugar ou cultura preexistente, totalmente isolável e descrevível, tem que ser deixado para trás. Nossas descrições podem ser baseadas em ideias de relevância estratégica para a análise e não em representações fiéis a realidades objetivas.¹³ (HINE, 2000, p. 81, tradução nossa).

A autora retoma o tema da imersão do etnógrafo em seu oitavo princípio, desta vez ela argumenta que a imersão também tem propósitos reflexivos, uma vez que é desejável que o pesquisador adicione uma nova perspectiva dentro dessa pesquisa, que é o uso da própria mídia pesquisada. Portanto, a tecnologia faz parte do trabalho do pesquisador e ele precisa fazer um esforço para dominar a mesma, assim como ele se esforça para se inteirar sobre os nativos digitais. (HINE, 2000).

¹³ Tradução do autor para: “La etnografía virtual es irremediablemente parcial. Una descripción holística de cualquier informante, locación o cultura es algo imposible de lograr, por lo que la noción del informante, lugar o cultura preexistente, enteramente aislable y descriptible, tiene que quedar atrás. Nuestras descripciones pueden basarse en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades dadas por objetivas.

A penúltima pista diz respeito à observação da autora sobre a possibilidade do etnógrafo acompanhar os nativos digitais tanto no mesmo instante que a interação acontece, quanto posterior a ela. Ela argumenta que ambas as formas são válidas (HINE, 2000). Apesar dessa possibilidade, no *Youtube* não é possível acompanhar de forma síncrona as interações, com exceção de *streams* feitas ao vivo, o que não foi o caso dessa pesquisa, pois o que foi acompanhado foram os vídeos que já haviam sido publicados.

Sua última diretriz metodológica tem por objetivo destacar a adaptabilidade dos trabalhos etnográficos. Ela argumenta que a pesquisa com uma etnografia virtual pode ser moldada conforme o campo em específico e suas particularidades. Segundo Hine (2000):

A etnografia sempre foi adaptável às condições em que é praticada, e pode ser que daí vem a típica relutância dos etnógrafos em aconselhar aqueles que iniciam um trabalho de campo. Não há estruturas de regras a seguir para levar a cabo uma etnografia perfeita: nem mesmo definir os componentes fundamentais da aproximação etnográfica servem de muita ajuda. O ponto de foco da etnografia, na hora de estudar uma cultura, requer adaptabilidade e a possibilidade de questionar e repensar preconceções iniciais. (HINE, 2000, p. 82, tradução nossa).

Os princípios apresentados pela autora servem como pistas, indicações e direções que a pesquisa etnográfica virtual pode ter como norte, mas o campo pode apresentar questões que podem levar o estudioso a reconsiderar algumas destas diretrizes. Mesmo porque o universo virtual, das redes sociais e dos aparatos informacionais, é constituído por inúmeras plataformas que operam de forma muito particular, cada qual com sua própria lógica de funcionamento. No próximo capítulo será abordado exatamente algumas questões da pesquisa que envolve o *Youtube* que passam por descrever os passos que tomei na construção da minha pesquisa de campo, as escolhas que precisei fazer, os desafios que surgiram, ou que podem surgir futuramente, e as estratégias adotadas para solução de alguns problemas.

3 *YOUTUBE*: ALGUNS DESAFIOS DA PESQUISA DE CAMPO

Os limites e demarcações no universo *on-line* são extremamente difíceis de precisar. Os *sites* guardam conexões uns com os outros, os usuários estão presente em várias redes e fazem referências a elas nos mais diversos espaços *on-line*. As redes se entrecruzam, suas funcionalidades também são copiadas umas das outras – por exemplo, funcionalidades como a *hashtag* estão presentes em diversas redes sociais, incluindo o *Facebook*, o *Twitter* e o próprio *Youtube*. No *Youtube*, por exemplo, é comum um produtor de conteúdo colocar o *link* de suas redes sociais na descrição dos vídeos, fazer referência à sua página do *Facebook*, ou pedir para seus seguidores compartilhar o vídeo em seus perfis pessoais. Essas redes sociais que fazem parte da vida de grande parte dos brasileiros como o *Facebook* e o *Youtube* se conectam de maneiras surpreendentes. Steve Chen, cofundador do *Youtube*, trabalhou algumas semanas na empresa de Mark Zuckerberg; o *Facebook*, por sua vez, tem algumas parcerias com a *Microsoft*, a empresa de Bill Gattes incorporou no *bing* dados sobre buscas do *Facebook*. (KIRKPATRCIK, 2010). Ou seja, essas redes se conectam de várias formas e se articulam de maneiras que nós usuários podemos não imaginar. Delimitar esses serviços pode ser uma tarefa impossível, em alguns momentos pode ser interessante acompanhar algum *link* que um determinado profissional de psicologia colocou na descrição de seu vídeo e seguir esse fio através da rede. Acompanhar esse fluxo da rede pode acontecer em alguns momentos, mas impossível de se fazer em outros. O campo e o interesse do pesquisador irão ditar as escolhas do que seguir e os hipertextos que ficarão de fora.

Jean Burgess e Joshua Green (2009) relatam a complexidade e a dificuldade em estudar plataformas como o *Youtube*. Segundo os autores: “O *Youtube*, mais ainda do que a televisão é um objeto de estudo particularmente instável, marcado por mudanças dinâmicas” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 23). Algumas mudanças podem ser vistas por qualquer usuário, como a implementação das cores escuras para o fundo do *site* nos sistemas de celular *android*, que foi implementada em julho de 2018. Mas outras mudanças são difíceis de perceber, como os critérios de busca que são estabelecidos por seus algoritmos, ou decisões que acarretam em quais vídeos serão exibidos para seus usuários na página dos vídeos em alta “[...] cada estudo sobre o *Youtube* nos proporciona diferentes noções do que o *Youtube* realmente é” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 24).

Há um problema peculiar no estudo de atores e redes que se encontram no universo *on-line*: eles podem não existirem num futuro próximo – mas nem por isso deixam de agir e fazer durante o tempo que estiveram no mundo. É comum observar perfis de usuários em redes sociais que foram apagados e com isso todas suas postagens também se vão. O mesmo pode acontecer no *Youtube*, um canal pode ser deletado, suspenso, excluído por violar os termos do *site*, usuários que comentam nos vídeos podem ser expulsos por violar algum termo de conduta da plataforma, ou simplesmente eles decidem por excluir suas contas, o que acaba apagando seus rastros mais visíveis na rede.

Algo que também deve ser considerado é à própria existência do *Youtube*, apesar de ser um dos *sites* mais populares do mundo atualmente, futuramente o término do mesmo é algo que pode vir a acontecer. Isso parece absurdo de ser imaginado hoje, mas *sites* que um dia foram populares acabaram substituídos por outros com propostas mais agradáveis aos olhos dos usuários – esse foi o caso do *Orkut*, *MSN*, *Napster*, e *Friendster*, a título de exemplos.

Tendo essa problemática em vista, penso que uma descrição do dispositivo *Youtube* precisa ser feita de forma bem detalhada. É claro que muitas informações sobre o *site* podem ser encontradas na rede, mesmo que um dia ele deixe de existir, ou que o mesmo venha a passar por transformações, contudo são informações genéricas, pouco detalhadas e com descrições mínimas.

Janice Caiafa (2017) escreve sobre um determinado tipo de problema nas pesquisas etnográficas que diz respeito ao lugar que o leitor ocupa nos trabalhos. Quem é esse leitor? De onde ele é? Ele compreende os termos usados pelo pesquisador? A produção de um texto sempre evoca uma outra figura tão importante quanto a do pesquisador, esta é a figura do leitor. O texto que é produzido como resultado de uma pesquisa de mestrado, o texto que é redigido com o intuito de publicação, o texto que é feito e que fica guardado nas gavetas das escrivaninhas de quem o produz, sempre é escrito para que ele seja lido, se não por muitas pessoas, pelo menos o próprio autor costuma voltar nele. Segundo Caiafa (2007):

Vemos surgir aí o problema do lugar do leitor, que pode ser de outra cultura ou de outro grupo social diferente daquele dos informantes, e a quem o etnógrafo de alguma forma deve se dirigir no texto, tendo em vista que deseja transmitir sua experiência de pesquisa. (CAIAFA, 2007, p.138).

James Clifford (2014) atribuiu suma importância ao momento da escrita nos trabalhos etnográficos. O autor afirma:

O texto, diferentemente do discurso, pode viajar. Se muito da escrita etnográfica é produzida no campo, a real elaboração de uma etnografia é feita em outro lugar. Os dados constituídos em condições discursivas, dialógicas, são apropriados apenas por meio de formas textualizadas. Os eventos e os encontros da pesquisa se tornam anotações de campo. As experiências tornam-se narrativas, ocorrências significativas, ou exemplos” (CLIFFORD, 2014, p.38).

Uma série de traduções (no sentido latouriano) envolve o trabalho e a experiência vivida pelo etnógrafo no campo. Essas experiências se transformam em sentimentos, emoções e memórias que, por sua vez, se traduzem em descrições em um diário de campo para posteriormente – e quase sempre longe do seu campo de estudos –, se transformar em um, ou vários, texto(s). O diário de campo tem a finalidade de registrar todas essas descrições para a produção do texto. Além disso, pensando sobre a possibilidade de leitores que não conhecem a plataforma que eu pesquiso nessa dissertação, é importante descrever seu funcionamento, seus recursos, seus conteúdos e afins. Para não interferir na fluidez do texto e não tornar uma leitura obrigatória para quem conhece o funcionamento, os mecanismos e as peculiaridades do *Youtube* é possível encontrar um glossário ao final do texto com os termos comuns dentro da plataforma e uma explicação sobre eles. O glossário também apresenta termos que não dizem respeito, propriamente, ao *Youtube*, mas que podem não ser de domínio do leitor.

Outro motivo da extensa descrição se deve a algumas sugestões de Bruno Latour e a Teoria Ator-Rede (2012). O autor defende que o cientista que trabalha com a TAR deve fazer boas descrições, pois as mesmas dispensam o uso de explicações. E a explicação de atores ou redes nessa teoria pode acarretar alguns problemas para o pesquisador, pois segundo Arendt (2008):

O bom trabalho de campo produz uma quantidade de novas descrições. Se uma explicação é relevante, um novo agente está sendo acrescentado à descrição, e a rede é maior do que se imaginava. Se uma descrição precisar de uma explicação ela não será uma boa descrição. A teoria do ator-rede abre mão da explicação (ARENDR, 2008).

Para evitar futuras complicações que demandem explicações sobre alguns mecanismos que podem ser mencionados ao longo do trabalho, a opção por descrevê-los de antemão parece ser interessante. A proposta de uma etnografia *on-line* também implica a importância em descrever o que acontece no campo.

Portanto, todas essas questões reforçam a importância da descrição do *site* e seus mecanismos. Talvez as próximas gerações não terão acesso ao *Youtube*, ou o *site* poderá

se transformar de tal maneira que não se assemelhará com o que conhecemos hoje. A descrição do mesmo será importante para compreender o trabalho aqui realizado.

Entrando especificamente nos problemas que envolvem a minha proposta de pesquisa de forma mais direta – acompanhar os profissionais de psicologia no *Youtube* e descrever as versões da psicologia que estão sendo produzidas por eles – preciso fazer algumas escolhas, uma vez que seria impossível dar conta de tudo o que o campo apresenta para o pesquisador. Uma das primeiras escolhas diz respeito ao recorte da minha pesquisa. Algumas escolhas precisam ser feitas nesse primeiro momento, antes mesmo de ir para o campo. Dentre essas escolhas optei por realizar o rastreamento dos vídeos publicados por esses profissionais no período de 01 de janeiro de 2017 até 31 de dezembro do mesmo ano, o acompanhamento começou no ano de 2018, a escolha pelos vídeos publicados no ano de 2017 se justifica tendo em vista que os vídeos levam algum tempo para gerarem comentários, visualizações, discussões, *likes* e *dislikes*. A questão temporal ganha novos contornos no universo *on-line*, não há uma temporalidade linear no *Youtube*, e muito menos na *internet*, vídeos que foram produzidos em 2017 podem ser assistidos no ano de 2020 e ainda assim com potencial de produzir comentários, discussões e interações. Segundo Christine Hine: “A Internet pode ser representada como uma instância de múltiplas ordens espaciais e temporais que cruzam repetidas vezes a fronteira entre *on-line* e *off-line*.” (HINE, 2004, p.21, tradução nossa)¹⁴. Apesar da tendência dos vídeos antigos publicados no *Youtube* caírem no esquecimento, qualquer controvérsia tem o poder de ressuscitá-los¹⁵.

Não são apenas os profissionais de psicologia que estão no *Youtube*, os estudantes dessa ciência também marcam presença na plataforma de vídeos *on-line*. Outra escolha precisa ser feita: vou acompanhar os profissionais de psicologia formados ou também irei rastrear os vídeos produzidos por estudantes de psicologia? Afinal, eles também estão produzindo versões do que é a psicologia – não somente os estudantes e os profissionais, mas qualquer pessoa que tenha um canal no *Youtube* e que fale de alguma maneira, sobre psicologia¹⁶ – entretanto limites se impõem impossibilitando acompanhar todos esses

¹⁴ Tradução do autor para: “Internet puede ser representada como una instancia de múltiples ordenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo onlÍne y lo off-line”

¹⁵ Um bom exemplo aconteceu quando uma produtora de conteúdo brasileira que publicava vídeos em seu canal chamado “pensegeek” foi acusada por um *youtuber* canadense dono do canal “Mother’s Basement” de copiar o conteúdo de seus vídeos e de outros canais em inglês. Os vídeos que a brasileira havia publicado acabaram sendo revisitados por muitos usuários que comentavam sobre as acusações.

¹⁶ O canal incrível fez um vídeo intitulado “13 truques da psicologia que funcionarão em qualquer pessoa”. Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=87JAsHhim4w>. O vídeo que está com 2.871.168 milhões de visualizações também contribui na construção de versões da psicologia.

atores (o principal limite é o curto período para uma pesquisa de dois anos no mestrado). Escolhi acompanhar os profissionais que já se graduaram em psicologia. Muitos vídeos de psicólogas(os) latino-americanas(os) também são encontrados no *Youtube* de uma maneira surpreendentemente fácil, eles também ficarão de fora da pesquisa, nesse momento me interesse na psicologia que está sendo construída no *Youtube* pelos brasileiros.

Acompanhar os vídeos publicados através de uma conta no *Youtube* ou acompanhar os vídeos sem a utilização de uma conta? Não há necessidade de ter uma conta no *site* para ter acesso aos vídeos ali produzidos, a conta é obrigatória para comentar nos vídeos, dar *likes* ou *dislikes* e acessar o histórico de vídeos que foi visualizado. Por essas questões, penso ser interessante ter uma conta no *site* para fazer a pesquisa. Estou utilizando uma conta no *Youtube* que foi feita exclusivamente para acompanhar esses profissionais. Não parece que isso mudou muito a pesquisa, pelo menos quando digito a palavra “psicologia”, “psicóloga” ou “psicólogo” na caixa de pesquisa do *Youtube*. Tanto faz se essa ação é realizada com minha conta pessoal, com a conta da pesquisa ou até mesmo em uma janela sem o *login* de conta, os resultados iniciais parecem serem os mesmos. Decidi fazer uma conta específica para a pesquisa por questões de organização pessoal. Penso que pesquisando somente os vídeos de psicologia com essa conta a plataforma de vídeos irá sugerir vídeos relacionados ao tema que eu pesquisei. Isso seria diferente se usasse minha conta pessoal, nesse caso a plataforma iria sugerir esses vídeos, mas misturados com vídeos sobre vídeo games, curiosidades, basquete, futebol, cinema, séries e etc., ou seja, vídeos que eu também costumo pesquisar com minha conta pessoal.

Então esse critério de usar uma conta exclusiva não se relaciona com uma suposta neutralidade da pesquisa, é estritamente uma questão de organização. É impossível fugir do que chamamos de bolhas no linguajar da *internet*. Essas bolhas são o produto final dos cálculos realizados pelos algoritmos criados por *sites*, aplicativos, redes sociais e afins, que buscam direcionar os conteúdos que acessamos nos apresentando o que o algoritmo compreende ser mais interessante para seus usuários tendo por base o comportamento do internauta na rede, os *sites* que ele acessa, suas preferências, seus posicionamentos, as páginas que ele bloqueia ou curte no *Facebook*, os vídeos que ele marca como gostei ou não gostei no *Youtube*, enfim, muitas variáveis são consideradas nesse processo característico da *web 3.0*.

Nesse sentido, defendo que nós também fazemos algumas pequenas programações nos dispositivos tecnológicos. Talvez uma nova cena possa auxiliar na compreensão da afirmação anterior: 8 de julho de 2017 Matheus Furious é o convidado do

programa Zero1¹⁷, exibido na rede globo e apresentado por Tiago Leifert. O programa se direciona ao público que gosta de tecnologias e vídeo games. Matheus ficou famoso no *Youtube* por entrar para o Guinness Book, o livro dos recordes, ao terminar o jogo Super Mario World do Super Nintendo em exatos 1 minuto e 13 segundos. Em circunstâncias normais tal feito jamais poderia ter sido alcançado, pois o jogo possui 96 fases diferentes. Então, o que Matheus fez? Através de uma combinação que envolve uma série de botões que precisam ser apertados na primeira fase do jogo, na posição do personagem na tela e dos itens que se encontram no cenário do game, Matheus consegue escrever um código na memória do jogo que resultada em uma falha na qual os créditos que constam no final do jogo começam a aparecer.

Os *blogs* funcionam de forma parecida. O usuário que deseja ter um *blog* cria uma conta em algum *site* que oferece esse tipo de ferramenta. Com pouco conhecimento em informática ele consegue modificar as cores do seu *blog*, mudar o seu *layout*, adicionar *widgets*, alterar as posições das páginas, inserir recursos que não estavam disponíveis originalmente através de aplicativos que podem ser inseridos no próprio *blog*. A ferramenta oferece uma estrutura com uma linguagem de códigos que funciona como o esqueleto do *blog*, mas grande parte dessas linhas de códigos podem ser modificadas pelos usuários através de simples comandos no painel de gerenciamento da ferramenta. Em outras palavras, ninguém precisa saber *HTML* ou *CCS* para ter, editar e gerenciar um *blog*. É possível escrever códigos sem conhecer esses tipos de linguagem característica da informática, apenas com alguns cliques a ferramenta de gerenciamento de *blog* escolhida pelo usuário escreve os códigos ao nosso gosto.

É exatamente isso o que nós internautas fazemos em nosso cotidiano: apertamos alguns botões do teclado e deixamos de seguir uma página no *Facebook* que antes nos cativava. Pronto, nesse momento estamos fazendo o algoritmo fazer alguma coisa, estamos programando seus cálculos para realizar tarefas que incluem desconsiderar a apresentação de determinadas páginas que não queremos ver em nossas *timelines*. Não busco traçar uma simetria entre o poder das grandes corporações em manipular os seus complexos algoritmos e os internautas que não podem sequer visualizá-los de forma direta, o que busco é ampliar essa discussão apresentando uma perspectiva em que não somos tão ingênuos assim, pois nós também construímos esse complexo código e somos responsáveis por nossas próprias bolhas. Uma pesquisa etnográfica na *internet* sempre se

¹⁷ Link do programa Zero1 com Matheus Furious: <https://globoplay.globo.com/v/5995448/>

realizará através delas por esses motivos. Além disso, os computadores que compramos hoje em uma loja já vem com uma série de aplicativos de outras empresas instalados, ele já sai de fábrica com uma bolha, os celulares costumam seguir esse mesmo padrão.

O caminho que trilhei nessa viagem passou pelo seguinte trajeto: usando o *Mozilla Firefox*, navegador de minha preferência, abro uma janela anônima, pois a janela normal já tem gravada minha conta *Google* pessoal. Abrindo a janela anônima entro com minha conta no *Youtube*. Vou a configurações e mudo o *layout* do *Youtube* para as cores escuras, por padrão ele exhibe cores claras, o que incomoda minhas vistas. Na página inicial do *site* há uma barra de pesquisa, nessa barra vou fazer a busca dos vídeos utilizando três termos: “psicóloga”, “psicólogo” e “psicologia”. Observa-se que há muitas mudanças de resultados para os vídeos conforme a palavra digitada. Penso que a utilização dessas três palavras é necessária para exibição de melhores resultados. Contudo, ao longo da pesquisa tenho notado que esse critério não é tão efetivo como eu imaginava antes de iniciar minha entrada em campo, em algumas ocasiões encontrei vídeos que em seu título estava o termo “psicóloga”, porém ele não era listado nas buscas do *Youtube*. Encontrei vídeos, por exemplo, que seu produtor o dividia em parte 1 e parte 2, ambas as partes do vídeo estavam no seu canal, mas por algum motivo somente a parte 1 do vídeo aparecia nas minhas pesquisas, descobri a parte 2 do vídeo somente quando verifiquei na coluna à direita do vídeo da parte 1 que aparecia o vídeo parte 2 como o próximo vídeo a ser exibido. Nesses casos eu também tenho acompanhado esses vídeos que não são listados, mas que estão dentro do período da pesquisa e que tem em seu título os termos que eu desejo pesquisar, mas não é sempre que isso fica óbvio como ficou no exemplo que citei.

Após a pesquisa por cada termo é possível aplicar filtros, entretanto o único filtro útil que encontrei para minha pesquisa é o filtro de classificação por data de envio. Esse filtro ajudou na organização pela busca dos vídeos de 2017, uma vez que ele exhibe os vídeos na direção dos mais recentes para os mais antigos.

Uma tabela no excel foi elaborada para facilitar posteriores consultas aos vídeos. Registre os *links* dos vídeos, a data de acesso, a data em que o vídeo foi enviado, o número de *likes*, *dislikes*, comentários e visualizações. Isso pode ser interessante para verificar os vídeos mais acessados, curtidos e comentados. Por que determinados vídeos fazem tanto sucesso? O que se discute nesses vídeos? Como ele é montado? Como acontecem as interações? Que tipos de controvérsias aparecem nesse campo? De que maneiras as pessoas interagem com os vídeos? Há articulações entre as pessoas e os comentários de outros usuários?

4 ENTRE VERSÕES MAIS FORTES E VERSÕES MAIS FRACAS

Neste capítulo e nos posteriores busco apresentar alguns resultados do campo, assim como novas questões que surgiram durante a etnografia. Retomando o problema de pesquisa proposto inicialmente – quais as versões da psicologia estão sendo construídas por psicólogas(os) que produzem vídeos para o *Youtube*? –, se faz necessário destrinchar melhor o conceito de versão proposto por Vinciane Despret (2012). Para discutir esse conceito, a autora conta a história de um artigo publicado na *National Geographic* em 2009. Esse artigo conta que um grupo de chimpanzés se comportava de modo muito diferente quando seus cuidadores lhe apresentaram o corpo falecido de outro chimpanzé que era muito querido entre seus pares. Ao ver o corpo da criatura, os chimpanzés fizeram silêncio, permaneceram mudos e imóveis. Despret nos diz que este artigo levantou alguns embates, pois enquanto alguns interpretavam esse comportamento como um sinal de que os chimpanzés estavam tristes e vivenciando um luto; outros afirmavam que eles não eram dotados dessa capacidade, uma vez que somente os humanos poderiam vivenciar tais emoções, sentimentos e ter consciência de que a morte é o fatídico desaparecimento. Enfim, uma pluralidade de versões foi se criando sobre esse acontecimento.

Partindo dessas observações, Despret (2012) afirma ser pouco interessante buscar uma resposta para entender se o luto do chimpanzé é mesmo verdadeiro, talvez essa resposta definitiva nunca se apresente a nós seres humanos. Mas, em contrapartida, podemos nos questionar sobre algo que pode nos cativar ainda mais: “a que isto nos engaja?”. Segundo Despret (2012):

O contraste entre as duas questões “é verdadeiramente?” ou “a que isto nos engaja” se alinha sobre duas figuras da tradução: o tema e a versão. Saber se é bem do “luto verdadeiro”, se “isto quer dizer exatamente a mesma coisa” reporta ao tema; uma tradução cujo valor primordial é a fidelidade, a conformidade a um texto original (DESPRET, 2012).

Nesse momento Despret nos apresenta aos dois termos: versão e tema que, como ela explicou, são figuras da tradução. Além disso, a autora também faz uma comparação que aproxima o tema dos sinônimos, que em nossa língua têm a função de trocar uma palavra por outra sem que o seu significado original seja modificado, ou seja, a frase continua com o mesmo sentido em um processo de fidelidade ao original. Nesse sentido, o tema operaria sobre uma lógica da substituição. Despret aplica isso dizendo que: “os dois termos “luto-dos-humanos” e “luto-dos-chimpanzés” devem dizer precisamente a mesma coisa, devem ser substituíveis um ao outro” (DESPRET, 2012, p.5).

O termo versão se diferenciaria do tema uma vez que ele aceitaria a multiplicidade de sentidos que uma mesma expressão pode carregar consigo e despertar nas outras pessoas; às vezes sentidos que podem ser próximos, semelhantes, mas cada qual com suas particularidades; ou até mesmo sentidos que se contradizem e que não compartilham de características em comum, mas que convivem em uma mesma realidade. Para Despret (2012), a versão guarda semelhanças com os homônimos da língua portuguesa que são aquelas palavras que têm a mesma pronúncia ou a mesma grafia (ou ambas as coisas), mas que em seus significados são diferentes. O que Despret parece pensar ser mais interessante é buscar as versões nos seus mais diversos sentidos e não uma homogeneidade característica do tema.

No caso dos chimpanzés o interessante é exatamente essa multiplicidade de versões que são apresentadas pelas pessoas sobre o comportamento atípico desses animais. Seria necessário dividir essa questão de forma binária para definir se os chimpanzés vivem o luto da mesma forma que nós humanos? Será que a palavra luto não poderia ser um homônimo com diferentes significados para as pessoas? Parece-me mais interessante acompanhar esses rastros do que buscar uma definição para saber se o luto dos animais é mesmo verdadeiro como o que nós humanos experimentamos em nossas perdas; assim como entendo ser mais interessante buscar as múltiplas versões da psicologia no *Youtube* e não uma definição homogênea para o que venha a ser a construção dessa ciência dentro dessa plataforma de vídeos.

Para melhor compreensão do conceito de versão evoquemos uma ilustração dentro da psicologia. A hipnose, técnica utilizada por Charcot e mais tarde por Freud, para intervenção clínica em casos de histeria, gozou de certo prestígio, pelo menos por algum tempo, dentro da psicanálise, mas foi abandonada pelo próprio pai da psicanálise por motivos técnicos (STENGERS, 1990). Contudo, ainda é possível encontrar profissionais dentro da psicologia, até mesmo psicanalistas, que fazem uso dessa técnica, que inclusive é reconhecida como técnica auxiliar da psicóloga(o) pelo CFP em sua resolução de número 013/2000.

Quando digo profissionais no plural, quero dizer profissionais das mais distintas linhas dentro da psicologia. Hoje, é possível encontrar a técnica hipnótica sendo praticada por psicólogos(os) que seguem a linha da terapia cognitiva comportamental (TCC). O objetivo desses profissionais, ou pelo menos alguns deles, é o de conduzir o paciente hipnotizado na confrontação de suas crenças e comportamentos disfuncionais (alguns dos conceitos básicos da própria TCC). Muito diferente do que a hipnose significava para

Freud que em um primeiro momento utilizava a técnica como instrumento para curar sintomas de histeria e que em um segundo momento fazia uso deste instrumento para despertar lembranças e elaborá-las através do método catártico. Será que ainda é possível encontrar psicanalistas que fazem o uso da hipnose no sentido proposto por um Freud, que começava a construir sua teoria e prática psicanalítica? Dada a grande diversidade de clínicas dentro da própria psicanálise é provável que sim.

Temos então: uma técnica, que atende por um mesmo nome e que conduz o paciente a um transe de formas similares. Mas as semelhanças parecem se esgotarem por aí, porque enquanto na TCC o objetivo é o de conduzir o paciente na confrontação de suas crenças e comportamentos disfuncionais, na psicanálise o objetivo é acessar memórias. Enquanto na TCC a hipnose ainda parece atuar em aspectos conscientes, ou pelo menos subconscientes; na psicanálise a atuação se dá em cima dos processos inconscientes. Aqui, podemos entender que existem duas versões sobre a mesma técnica, a versão TCC da hipnose e a versão psicanalítica da mesma. A mesma técnica assume condição de homônimo, pois é utilizada de formas bem distintas e com pressupostos teóricos diferentes, ainda que se fale sobre um termo em comum.

Encontramos uma pluralidade de sentidos sobre a hipnose que podem ainda se estender para o uso da mesma em diversas áreas diferentes da psicologia representadas por profissionais como: os dentistas, as médicas, os *coachs*, os mágicos, os teólogos e terapeutas em suas mais diversas práticas.

Por fim, cabe ainda um último adendo para não deixar a impressão de alguma possível homogeneidade sobre a utilização da hipnose dentro de certas linhas da psicologia. A existência da técnica em campos distintos da psicologia não significa dizer que haja algum tipo de consenso, regra, manual ou padrão no uso da técnica dentro da própria TCC ou da psicanálise. Tão pouco que todos os profissionais que utilizam a técnica dentro de suas respectivas linhas façam uso da mesma de forma idêntica. Mas isso só indica e reforça o argumento de como essas versões podem circular dentro desses campos e assumir sentidos dos mais diversos.

Apesar de ser um erro linguístico dizer que a palavra psicologia é um homônimo, pode fazer sentido pensarmos que essa palavra pode assumir diversos sentidos para quem a escuta. Uma psicóloga(o), um estudante de psicologia, alguém que tem curiosidade no assunto ou até mesmo pessoas que nunca se interessaram por essa ciência, representam de formas muito diversas o que é a psicologia. A própria definição de psicologia não é um consenso entre seus estudiosos. O que seria a psicologia, afinal? Para o *Youtube*, por

exemplo, e para as psicólogas(os) que produzem seus vídeos para essa plataforma, a psicologia pode ser uma ciência que busca tratar transtornos mentais; poderia ser um campo de estudos que teria como objetivo tornar a vida das pessoas mais felizes; a psicologia poderia assumir um caráter de luta contra o racismo; ela ainda pode ser uma ciência que tem como foco a atuação em políticas públicas de saúde; para outros, a psicologia seria uma profissão da clínica particular. Enfim, ela assume essas diversas versões no *Youtube*. Nos próximos capítulos, pretendo descrever as versões de psicologia que eu encontrei durante minha pesquisa e evidenciar-las.

Também faço um esforço para defender que algumas versões são mais fortes e outras mais fracas. Proponho essa diferenciação pela natureza do meu campo de estudos, a *internet* é um meio de acesso à informação democrático – ainda que existam questões que precisam ser consideradas como os algoritmos, o número de pessoas que podem acessá-la e os *sites* privilegiados dentro da rede –, entretanto algumas informações chegam para o internauta de forma mais fácil. No caso do *Youtube*, os vídeos que contam com maior número de visualizações e comentários têm preferência para aparecer entre os primeiros na hora que alguém pesquisa sobre psicologia. Nesse sentido, as versões mais fortes da psicologia seriam representadas pelos vídeos com maior número de visualizações, mais discussões em seus comentários, mais compartilhamentos, mais *likes*, em suma, os que fazem mais sucesso dentro da plataforma em termos estatísticos. Já as versões mais fracas, corresponderiam aos vídeos menos visualizados, com menos comentários, menos compartilhamentos e menos *likes*, ou seja, aqueles vídeos que por uma série de questões não alcançaram números muito significativos.

É importante esclarecer que não estou chamando as versões mais fracas por esse nome por entender que elas seriam menos verdadeiras ou mais propensas ao erro, ou que as versões mais fortes seriam as que carregam a verdade da psicologia e as que acertam em suas interpretações da realidade. Chamo-as assim pela representatividade que elas carregam e sua relevância dentro da plataforma em termo de números, acessos, engajamento e afins.

Acredito que as versões mais fortes da psicologia no *Youtube* conservam maiores possibilidades de produzir subjetividades já que seu alcance e engajamento com os usuários são maiores. As versões mais fracas também produzem subjetividades, mas por conta de seu alcance essa produção não é tão significativa se comparada com o que pode produzir as versões mais fortes.

Por outro lado, cabe ainda destacar que as versões fracas podem ser fortes em outros contextos, ainda que dentro do *Youtube* elas não tenham força. Para compreender melhor o que quero dizer é importante dar alguns passos atrás e ter em mente que há interesses diversos quando as psicólogas(os) marcaram presença dentro do *Youtube*. Ainda que o interesse em angariar potenciais clientes para suas clínicas particulares se constitua no maior de todos os interesses – no que tange ao número de psicólogas(os) que buscam essa finalidade, pelo menos dentro da pesquisa que aqui se apresenta –, outros interesses estão em jogo como: divulgar uma ideia ou algum tipo de discussão; se fazer presente na mídia sem necessariamente visualizar um retorno financeiro através de sua visibilidade nesse meio de comunicação; ou até fazer do *Youtube* um canal para armazenamento de vídeos que podem ser usados em contextos de aulas presenciais com públicos bem específicos. Pegando o último exemplo, é possível que determinado vídeo que discuta algum conceito dentro de alguma escola da psicologia tenham poucas visualizações, mas essa versão da psicologia pode ser forte em outros territórios que não o *Youtube*.

Há ainda a necessidade de considerar os próprios mecanismos do *Youtube* – e da própria *internet* de forma mais abrangente –, que favorecem determinados estilos de vídeos do que de outros. Questões como a edição do vídeo, a música de fundo, uma introdução bem feita, o tempo de duração do vídeo, o dia e horário em que ele é postado e a qualidade da câmera utilizada, fazem diferença na preferência popular para acessar um vídeo e deixar de acessar outro. A impressão particular adquirida em anos de navegação na *internet* é de que há preferência por vídeos não muito longos, bem editados e com boa qualidade de imagem. Parece que o *Youtube* também tende a recomendar esses tipos de vídeos. Uma palestra com duração de duas horas upada no *Youtube* sobre algum tema dentro da psicologia tende a ser menos acessada do que um vídeo curto, objetivo e bem produzido sobre o mesmo tema.

Penso que a principal relevância deste trabalho – ao levantar as versões que se fazem presente e indicando as mais fortes e mais fracas – é justamente discutir a psicologia que nós estamos construindo no *Youtube* – tanto os produtores de vídeos, quanto os que assistem a estes conteúdos. O objetivo não é dizer se existem versões erradas ou versões certas, numa tentativa de privilegiar uma versão em detrimento de outra. Para Despret, a potência da psicologia surge justamente na sua possibilidade de criar múltiplas versões. Segundo Ferreira (2010):

Nas palavras de Despret (1999), a psicologia é composta de versões que se tornam mais fecundas na medida em que guardam referência às demais. E o conhecimento se produziria justamente na proliferação destas versões. Neste

processo, o problema ocorreria quando estas versões buscariam operar de modo totalizante, gerando visões que excluem as demais (FERREIRA, 2010, p.49).

Cabe ainda tentar responder ao longo deste trabalho se determinadas versões da psicologia, encontradas no *Youtube*, buscam, de alguma maneira, excluir as demais através de visões totalizantes que inflexibilizam o debate e buscam determinar uma verdade; fazendo justamente o contrário das características de uma versão que é negociável, aberta a discussões e mais flexível.

Ainda sobre o conceito de versão, é preciso colocar o meu próprio trabalho em análise. Toda pesquisa é uma versão das muitas possíveis acerca do objeto sobre o qual ela se debruça. Concordo com Alexandra Tsallis e Marcelo Viégas quando eles citam Despret em seu artigo:

[...] Essa convicção se articula ao que a psicóloga e etóloga Despret (2001) propõe como sendo uma característica do trabalho dos cientistas, qual seja, a produção de versões. A autora propõe que os saberes produzidos na prática científica sejam entendidos como versões e isso significa que o saber dos cientistas acerca dos fenômenos da realidade e seus objetos de estudo coexistem com outros tantos sob o regime do acordo, da contradição e da controvérsia. Consequentemente, os saberes como versões não perdem o seu caráter de conhecimento válido, mas podem ser entendidos como possibilidades, como construções sobre a realidade (produtores de realidades), como práticas que, dependendo da tradição da qual são herdeiras, serão mais ou menos privilegiadas em determinada época” (TSALLIS E VIEGAS, 2011, p.300).

Uma análise crítica do meu próprio trabalho me obriga a reconhecer que ele é uma versão sobre o que eu encontro no campo. É provável que outros pesquisadores, realizando essa mesma pesquisa, possam chegar a discussões diferentes das minhas, consequentemente produzindo outras versões, ainda que o objeto de pesquisa seja o mesmo. Isso não invalidaria meu trabalho, tão pouco o de outros pesquisadores, apenas evidenciaria a pluralidade do campo e as diferenças entre os pesquisadores. Tais diferenças podem abarcar as particularidades de cada um, os aspectos interpretativos que cada pesquisador privilegia na pesquisa, as decisões sobre o que vai estar em seu texto e o que ficará de fora e à própria transformação que a sua presença provoca no campo. Segundo Tsallis e Viegas: “O campo é como um novelo de fios muito bem emaranhados e cabe ao pesquisador realizar um trabalho de ordenamento dessa experiência e não de higienização” (TSALLIS e VIEGAS, 2011, p.302). A maneira como cada um tenta ordenar esse emaranhado de fios é particular e suscetível a diversas negociações que surgem dentro do campo.

Para finalizar, por ora, podemos comparar as(os) psicólogas(os) que produzem os vídeos no *Youtube* com os cientistas que em suas práticas produzem determinadas versões sobre seus objetos de pesquisa. No caso das(os) psicólogas(os) que estão produzindo e elaborando conteúdos audiovisuais para o *Youtube*, a psicologia seria seu objeto de estudo e os seus vídeos representariam as versões sobre esse objeto, que convivem com outras versões produzidas por colegas de profissão dentro da mesma plataforma. Portanto, quais as versões de psicologias estão sendo construídas por psicólogas(os) que produzem vídeos para o *Youtube*? Essa resposta tentará ser respondida nas próximas seções, mas antes gostaria de apresentar alguns dados brutos da pesquisa etnográfica que considero ser importantes.

Ao longo da pesquisa de campo foram assistidos um total de 136 vídeos, sendo que: 47 desses vídeos foram resultados da busca pelo termo “psicóloga”, 65 vídeos pelo termo “psicólogo” e 24 por “psicologia”. Nesse primeiro momento, um dado interessante aparece. A presença de psicólogas mulheres é a maioria – são 93 vídeos produzidos por mulheres, 36 vídeos produzidos por homens e 7 vídeos que não fica claro o gênero de quem produziu. Apesar da maior presença das mulheres na plataforma, a palavra chave “psicólogo” – no masculino – é mais utilizada. Será que pelo substantivo masculino ser utilizado como um padrão universal que engloba até as mulheres, as mesmas usariam o termo “psicólogo” em seus vídeos numa tentativa de ter mais acesso, uma vez que é mais provável que as pessoas busquem por esse termo no *Youtube*? Difícil ter uma resposta concreta desses motivos, mas fica a observação que considereei curiosa.

Foram 1.653.122 visualizações se somarmos todos os 136 vídeos. O número pode parecer expressivo para alguns, pois, em termos numéricos, algumas metrópoles brasileiras possuem menos habitantes do que o número total de pessoas que assistiram a esses vídeos durante o ano de 2017. Mas pode ser pouco expressivo para outros, já que alguns canais dentro do próprio *Youtube* conseguem alcançar marcas bem maiores com um número muito menor de vídeos, às vezes até mesmo com um único vídeo. Entretanto, meu objetivo dentro da pesquisa não é comparar se a psicologia circula muito ou pouco dentro do *Youtube*, o que quero comparar são as versões que mais circulam e as que menos circulam, é uma comparação da psicologia com à própria psicologia dentro da plataforma. Se temos versões da psicologia que alcançam a casa dos milhares de visualizações, temos algumas versões que não passam da casa das centenas.

Os números de *likes* totais chegaram a 83.855, enquanto os *dislikes* somam 1.456. Apesar do grande apelo dos produtores de vídeos para que as pessoas deixem seus *likes*

nos vídeos, é uma pequena parcela que faz isso. Menor ainda são os números de comentários que atingiram o total de 5.549. Algo que pode explicar o pouco engajamento das pessoas tanto em comentar quanto dar o *like* pedido por quem produz o vídeo é a necessidade de ter uma conta no *Youtube* para fazer ambas as ações¹⁸. Outros fatores também influenciam, como a plataforma que o sujeito assiste ao vídeo, se for na televisão fica um tanto quanto complicado fazer um comentário, por exemplo. Ainda que em termos de proporção o número de visualizações para *likes/comentários* possa parecer baixo é inegável que há uma interação entre a comunidade nos vídeos publicados.

Sobre o tempo total de vídeo assistido foram 26 horas, 55 minutos e 7 segundos. A média de minutos por vídeo gira em torno de 11 – 12 minutos por vídeo. Há vídeos extremamente grandes, como um vídeo do CFP que parece ter sido uma transmissão ao vivo, ou uma gravação dessa transmissão, sobre o lançamento do documento “Relações Raciais: Referências Técnicas para a Prática da(o) Psicóloga(o)”, esse vídeo tem 2 horas e 55 minutos de duração. Por outro lado, encontramos vídeos muito curtos, como um vídeo de apresentação de uma psicóloga que tem apenas 20 segundos.

A seguir, entraremos nas discussões mais próprias do campo de pesquisa e nas versões – fracas e fortes – que apareceram ao longo do trabalho etnográfico dentro da plataforma.

4.1 Psicopatologias, Orientações e Técnicas Terapêuticas.

As versões mais fortes sobre a psicologia parecem se direcionar para essas três temáticas. O termo psicopatologia pode ser mais comum para o leitor, ele designa as classes de transtornos psicológicos abordados como objeto de estudo e tratamento dentro da própria psicologia. As psicopatologias mais apresentadas nos vídeos pelas(os) psicólogas(os) foram: ansiedade, depressão, transtorno obsessivo compulsivo, síndrome do pânico, transtorno bipolar, psicopatia, sociopatia e transtorno de personalidade borderline. Os vídeos costumam explicar esses transtornos para as pessoas, seu modo de funcionamento e seus sintomas.

Também é comum encontrar vídeos sobre essa temática, mas que não são produzidos pela própria(o) psicóloga(o). São vídeos em que esses profissionais são convidados por outras pessoas que têm seus canais no *Youtube*, a fim de conceder uma

¹⁸ Alguns produtores de conteúdo do *Youtube* afirmam que a maioria dos brasileiros não fazem login no *site* para assistir os vídeos. Mas não encontrei dados oficiais que confirmem essa hipótese, contudo a de se considerar o que esses produtores dizem, uma vez que é o que temos de mais próximo de alguma estatística.

espécie de entrevista. Outra categoria de vídeo comum que se assemelha a anterior são os vídeos em que a(o) psicóloga(o) está falando para um outro canal de comunicação, por exemplo, um programa de televisão, e o vídeo é upado em um canal do *Youtube*. Portanto, nesse último caso, a(o) psicóloga(o) não tem a intenção de estar no *Youtube*, mas sua fala acaba aparecendo na plataforma quando outro canal se apropria de seu discurso colocando o vídeo em questão *on-line*.

Em outros termos, para além de ter uma iniciativa por parte das(os) psicólogas(os) em produzir esse tipo de conteúdo, elas também são convocados para falar sobre esses temas, seja quando são convidadas por outros canais, que não os canais que se dedicam à psicologia, seja quando participam de programas televisivos.

Um dos únicos resquícios de alguma possível controvérsia observada nesses vídeos se configura em dois comentários muito rápidos que dois vídeos diferentes fazem sobre a série *13 reasons why*. Produzida pela *Netflix*, a série conta a história de uma personagem que comete suicídio e deixa 13 fitas gravadas, explicando em cada uma delas os motivos que a levaram a tirar à própria vida. Dentro dos círculos psicológicos, pelo menos os que eu frequento, a série ganhou popularidade, tendo em vista que, aparentemente, houve um reflexo grande dentro das clínicas particulares, convocações de psicólogas(os) para discutir sobre a série em escolas e palestras sobre a temática do suicídio levantadas a partir da produção da *Netflix*. Enquanto um desses vídeos alerta para os perigos que a série evoca ao romantizar o ato do suicídio, outro vídeo faz um convite aos pais para a assistirem junto com seus filhos na tentativa de criar novos caminhos de discussões para essa temática. Mas as descrições terminam por aqui, pois ambos os vídeos falam sobre o suicídio, passando de forma rápida pela série.

Paralelo a estes temas psicopatológicos, temos outro estilo de vídeo que guarda muitas referências a anterior que diz respeito às técnicas terapêuticas. Dentro desses vídeos, as(os) psicólogas(os) buscam ensinar as pessoas determinadas técnicas para amenizar alguns sintomas que essas psicopatologias podem trazer.

Para dar concretude a esta afirmação podemos evocar um dos vídeos assistidos durante a pesquisa. O vídeo diz respeito a um conjunto de técnicas ensinadas pela psicóloga para diminuir a irritabilidade das pessoas. Essas técnicas envolvem exercícios de respiração; busca por um olhar mais racional da situação que está causando raiva; identificação sobre o que está causando toda a irritabilidade e, por fim, uma técnica chamada de *Emotional Freedom Techniques* (EFT), que consiste em uma acupuntura psicológica, onde o sujeito pressiona determinadas partes do corpo. A psicóloga

demonstra essa técnica de forma empírica levando sua mão direita até a parte que divide o antebraço do dedo mindinho, apertando por 5 vezes esse ponto. Ela diz que isso ativa pontos que seriam da acupuntura. Ela também faz o mesmo movimento na parte interior do dedo mindinho, pois esse é o ponto do coração. Nas têmporas, ela também bate 5 vezes calmamente. Embaixo da clavícula também são realizados movimentos que podem ajudar a diminuir a raiva.

Outro vídeo relata o uso do *mindfulness*. A psicóloga que produz o vídeo em questão busca dizer para quem assiste a importância de se atentar para o nosso momento presente. Esse seria o objetivo da técnica em si, o foco no presente. Ela ensina de forma prática alguns exercícios de respiração que podem ser muito úteis para crises e momentos de ansiedade vivenciados pelas pessoas, ela oferece exemplos de atividades cotidianas que as pessoas podem aproveitar para praticar a atenção plena e também lança um desafio para as pessoas escolherem alguma dessas atividades e experimentarem o que ela está ensinando.

Para além de utilizar essas técnicas terapêuticas como forma de amenizar sintomas psicopatológicos, encontram-se vídeos em que a(o) psicóloga(o) faz uma explanação explicativa sobre a técnica em si. Isto apareceu em um vídeo sobre hipnose no qual a psicóloga fala sobre a técnica, suas vantagens e utilizações; mas parece ser mais comum em vídeos de psicólogas(os) que possuem um arcabouço teórico da terapia cognitivo comportamental, que tem como uma de suas características educar o paciente dentro de suas teorias e técnicas. Logo, é possível encontrar alguns vídeos que tratam exatamente de explicar o modelo da terapia cognitivo comportamental e sua tríade cognitiva. Sempre o uso da técnica terapêutica aparece relacionadas com as psicopatologias, sejam essas ligações mais claras ou menos claras.

As orientações terapêuticas estão presentes dentro dessas versões mais fortes e se associam as psicopatologias e também as técnicas terapêuticas. Por orientações, estou chamando aqueles vídeos em que a(o) psicóloga(o) busca dizer de forma mais diretiva o que é interessante ou o que não é interessante para as pessoas fazerem tendo por base alguma situação. Geralmente, esses vídeos se constituem em uma série de informações sobre algo e em seguida a orientação da(o) psicóloga(o) entra em cena afirmando o melhor modo de agir. Os vídeos de uma psicóloga sobre a questão do suicídio são bons demonstrativos dessa prática. Ela oferece uma série de informações sobre a depressão e sua relação com o suicídio e posteriormente diz o que deve ser dito e o que não deve ser dito para pessoas que estão propensas a cometer tal ato. Segundo a psicóloga, frases

como: “isso é fraqueza”, “você está exagerando”, devem ser evitadas. Ela também orienta as pessoas a se atentarem para frases que o sujeito que está com ideação suicida possa vir a dizer como: “vocês não vão sentir falta de mim”, “deixarei de ser um peso em sua vida”, “a vida não tem mais sentido”, pois são pedidos de socorro, sendo necessário atuação nesses momentos críticos.

Outros assuntos que as(os) psicólogas(os) costumam orientar dizem respeito a: timidez infantil, bullying, amor próprio, autoconfiança, autoestima, abuso sexual, uso de drogas, felicidade e encoprese infantil. Esses são assuntos que parecem tocar a psicologia de alguma forma, ou pelo menos versões de psicologias estão sendo produzidas através dessas temáticas.

Essa separação entre esses termos: psicopatologia, orientação e técnicas terapêuticas é uma tentativa de organizar melhor as ideias e apresentar essas versões de forma mais didática. Eles aparecem de forma conjunta e se complementam dentro dos vídeos produzidos. Dentro de um mesmo vídeo há a apresentação da psicopatologia, as técnicas terapêuticas que podem ser utilizadas para tratá-la e as orientações sobre como essas técnicas devem ser aplicadas. Há um vídeo ilustrativo dessa afirmação. Trata-se de um psicólogo que, dentro do mesmo vídeo, descreve a sintomatologia do transtorno de pânico; explica as técnicas terapêuticas – tanto psicológicas, quanto medicamentosas –, que podem ser utilizadas no tratamento da doença e orienta como algumas dessas técnicas podem ser utilizadas pelas pessoas. Outro ponto interessante é que toda essa combinação de psicopatologia, técnicas terapêuticas e orientação, acontecem enquanto o psicólogo relata sua própria experiência com a síndrome do pânico. Resumidamente, o relato em forma de testemunho diz que o próprio psicólogo vivenciou um amigo ser assassinado por um assaltante e desde esse episódio ele desenvolveu síndrome do pânico. Ele conta como recorreu a alguns profissionais como psiquiatras e até mesmo terapeutas. Ambos os profissionais ajudaram de alguma forma, mas não conseguiram curar seu transtorno. Então, junto com a religião ele desenvolveu uma série de estratégias para dar conta de seu transtorno, dentre essas estratégias algumas técnicas já existentes, como o relaxamento autógeno de Schultz, outras de seu próprio desenvolvimento, como uma que ele chama de diálogo interno. Através dessas técnicas ele consegue alcançar a sonhada cura e hoje convive sem o transtorno que tanto lhe afligia.

Essas versões, que englobam as psicopatologias, técnicas terapêuticas e orientações, parecem ser as versões mais forte de psicologia dentro da plataforma: uma psicologia dos transtornos mentais, que busca solucioná-los, ou amenizá-los pelo menos,

através de uma série de técnicas e orientações que podem ser aplicadas pelas pessoas que assistem aos vídeos. Apesar de nem todas as orientações se dirigirem a transtornos mentais como a timidez, baixa-autoestima ou aspectos relativos ao uso de drogas, essas orientações buscam uma mudança de comportamento nos sujeitos. Em termos estatísticos, os vídeos que se apresentam dentro desse escopo representam 54,47% de todas as 1.653.122 visualizações.

Isso nos leva a outro questionamento: será que é a versão de uma psicologia psicopatológica que faz tanto sucesso, gerando muitas visualizações e comentários para os vídeos que trabalham nessa perspectiva? Ou será que é por fazer parte de um canal grande e com muitos inscritos que tais vídeos conseguem uma boa quantidade de visualizações, não necessariamente caindo sobre a temática em questão o interesse das pessoas? Algumas pistas me fazem acreditar que a primeira hipótese é mais provável pelos seguintes motivos: em um mesmo canal encontramos um vídeo em que a psicóloga faz uma apresentação pessoal que conta com 2.854 visualizações; um vídeo sobre a depressão, no mesmo canal, tem 165.505 visualizações. Também observamos que a quantidade de comentários é maior nos vídeos que falam sobre temáticas psicopatológicas. Ainda que outras versões da psicologia alcance números de visualizações semelhantes, os comentários costumam ter menor expressão.

Os números de visualizações, *likes* e comentários, parecem ser de fundamental importância na tomada de decisão das(os) psicólogas(os) que parecem pensar nesse feedback na produção dos próximos vídeos. De fato, há comentários das(os) próprias(os) psicólogas(os) em muitos vídeos dizendo, antes de começar o vídeo em si, que aquele vídeo estava sendo produzido por uma demanda que ela observou nos comentários de seus vídeos passados, ou pedidos de usuários em outras de suas redes sociais para falar sobre aquele assunto que ele abordaria em seguida.

Parece que esses atores não-humanos, ou quase-humanos se assim preferimos, possuem uma agência nesse sentido, eles determinam, em certa medida, o que será produzido ou ficará de fora dos canais de psicologia. É claro que há um humano por trás de todos esses aparatos, mas a sua representação se dá enquanto um objeto sociotécnico, que aparece em forma de botões, números e animações. Também podemos pensar que dependendo do algoritmo do *Youtube* determinadas versões de psicologia são privilegiadas em relação a outras, o que conseqüentemente traria maior exposição dessas versões para um número maior de pessoas, que acarretaria em maior probabilidade da(o) psicóloga(o) produzir conteúdos que se relacionam com esses vídeos que angariam mais

estatísticas para seu canal. Os quase-humanos fazem fazer dentro da plataforma das formas mais distintas.

O único vídeo que faz um contraponto de forma diretiva sobre as psicopatologias, fazendo uma discussão sobre o que é ser normal, é um vídeo de um psicólogo que discute o experimento de Rosenhan em instituições psiquiátricas. O psicólogo descreve a experiência dizendo que o pesquisador e sua equipe procuraram instituições psiquiátricas e fingiram alguns sintomas para serem admitidos dentro dos hospitais. Após serem admitidos, eles deixavam de fingir os sintomas e passavam a agir normalmente. Contudo, em média eram precisos 19 dias até que os profissionais do hospital psiquiátrico detectassem que essas pessoas não estavam doentes. Ainda há uma segunda parte da pesquisa em que Rosenhan desafia um hospital a descobrir quais seriam as pessoas que ele enviaria para fingir transtornos mentais. Naquele período, o hospital em questão barrou 41 pessoas, mas Rosenhan não havia enviado ninguém. Com base nessa pesquisa, o psicólogo que produziu o vídeo para o *Youtube* argumenta que essa pesquisa respondeu a duas questões importantes: a primeira é sobre o poder que um rótulo pode ter na vida das pessoas, a segunda é sobre os diagnósticos serem questões pontuais na vida das pessoas e não uma condição eterna. Ele ainda problematiza as definições de normal e patológico.

4.2 Psicologia para Psicólogas(os)

Outra versão com bastante força dentro do *Youtube* que representa 33,21% sobre o total de visualizações é um tipo de psicologia voltada para o próprio público das(os) psicólogas(os) – que também engloba estudantes dessa ciência. Essa versão diz respeito a uma psicologia produtora de conteúdos que buscam sanar dúvidas específicas da categoria e seus interessados. Um bom representante de produtor de vídeos nesse sentido são os próprios Conselhos Regionais de Psicologia, eles postam vídeos que buscam esclarecer os primeiros passos da(o) psicóloga(o) recém formada em sua atuação profissional. Falam sobre burocracias perante a prefeitura, questões opcionais como o contrato de trabalho entre psicóloga(o) e cliente e orientam sobre os honorários e a forma como os recibos precisam ser feitos. Há também um vídeo sobre a atuação dos profissionais de psicologia dentro da assistência social. Nesse vídeo, a psicóloga tece críticas sobre o atuar de muitas(os) psicólogas(os) dentro desse âmbito que não conhecem as diretrizes necessárias. Ela faz indicações de documentos, notas técnicas e legislações que preparam os profissionais de psicologia para esse tipo de prática.

Porém, ainda assim, outros temas parecem despertar maior interesse por parte das pessoas no *Youtube*. Um desses temas é recorrente e aparece em diversos canais, trata-se da seguinte dúvida: “quanto ganha um psicólogo?”. São três vídeos que tratam especificamente sobre esse assunto, esses são alguns dos vídeos com maior número de visualizações dentro dessa versão. Todos esses três vídeos parecem seguir em uma mesma direção, relatam que é comum durante a faculdade, e até depois de formado, escutar de colegas, ou pessoas próximas, que psicóloga(o) não ganha dinheiro, mas que isso não condiz muito bem com a realidade. As psicólogas desses vídeos afirmam que é possível ganhar dinheiro com a psicologia e indicam como um instrumento de consulta as tabelas de honorários do CFP. Uma delas pontua que a tabela é um direcionamento, mas que os recém-formados cobram valores mais abaixo do que indicados nesse quadro de honorários. Há uma crítica sobre as psicólogas(os) não utilizarem suas redes sociais para divulgar seus trabalhos. É possível perceber através dos comentários que essa é uma preocupação concreta das pessoas. Nesses vídeos, há comentários de estudantes, profissionais recém-formados e pessoas que pensam em cursar a graduação em psicologia para exercerem a profissão futuramente.

Há também vídeos com orientações para os profissionais de psicologia recém-formados que buscam ensiná-los, por exemplo, a produzirem e a arquivarem documentos. Esses vídeos costumam ter por base as resoluções do próprio CFP, mas também é comum que a psicóloga acrescenta alguma experiência pessoal para destacar a importância de guardar um arquivo. Uma psicóloga conta que, por ordem judicial, precisou apresentar um laudo para o juiz, que contasse o número de atendimentos e o valor de cada consulta. Graças ao arquivo que ela mantinha de seus pacientes pôde realizar a determinação da justiça.

Sobre esse tipo de exemplo pessoal, existem alguns vídeos dentro dessa versão de uma psicologia produzida para os próprios profissionais de psicologia, que utilizam o recurso do testemunho. Quando os vídeos buscam vender algum tipo de produto para as(os) psicólogas(os), essa ferramenta do testemunho parece ser usada como um exemplo de que o que está sendo ofertado funciona e traz resultados concretos. Existem dois vídeos que ilustram isso de forma mais direta. São dois vídeos, de um mesmo canal que apresentam psicólogas que realizaram um curso que de *marketing* para psicólogos. Em ambos os vídeos, elas relatam que através do curso conseguiram maior conhecimento para se posicionar nas redes digitais e apresentarem seus trabalhos de forma mais adequada, o que acabou trazendo resultados positivos como maiores oportunidades de convites para

palestras, retorno nos seus consultórios particulares e indicação de seus serviços por parte de outras pessoas.

Por outro lado, alguns testemunhos não parecem buscar convencer as(os) psicólogas(os) a comprar algum produto, pelo menos não de forma tão direta. São relatos de situações vividas pelas(os) psicólogas(os) que podem ser útil para outros profissionais de psicologia. É o caso de dois vídeos realizados com uma mesma psicóloga em canais diferentes. Ela é uma psicóloga que trabalha na Irlanda e conta um pouco sobre sua história de vida nesses canais que a convidaram para tal. Ela relata algumas situações pessoais que passou para chegar até a Irlanda, como foram seus primeiros anos no país, como precisou trabalhar com outras coisas antes de entrar para a área da psicologia, como teve dificuldades com o sotaque inglês dos Irlandeses e afins. Ela tenta passar sua experiência com a burocracia para validar um diploma brasileiro de psicologia na Irlanda, as diferenças entre a psicologia praticada aqui no Brasil e a psicologia praticada no país que mora atualmente e oferece algumas dicas para as(os) psicólogas(os) que querem ir para a Irlanda.

Com a novidade do atendimento *on-line*, alguns canais produzem vídeos que buscam esclarecer a possibilidade de realizar essa prática terapêutica, ou até mesmo ensinar o passo a passo de como começar a fazer esse tipo de trabalho. No primeiro caso, a psicóloga de um canal faz um apanhado da resolução do CFP 011/2012 e diz que nessa modalidade de atendimento à distância é possível trabalhar com: orientação psicológica, seleção de pessoal, aplicação de testes, supervisão clínica, atendimentos de pessoas em trânsito (que não podem comparecer ao atendimento presencial). Além disso, ela também cita algumas burocracias que precisam conter no *site* da(o) psicóloga(o) credenciada. No fim, ela afirma que não é possível fazer psicoterapia *on-line*, com exceção dos casos de realização de pesquisa científica. No segundo caso, um psicólogo que administra um *site* que funciona como uma plataforma para outras(os) psicólogas(os) atenderem de forma *on-line*, explica alguns aspectos dessa nova faceta da psicologia. Ele fala sobre a existência de duas possibilidades para atender de forma *on-line*. A primeira delas é ter seu próprio *site* e buscar junto ao CFP todas as autorizações necessárias para se enquadrar dentro das diretrizes propostas pela entidade. Todo esse processo, segundo o psicólogo, levaria entre 2 e 5 meses, pois seria necessário estar a par de todas as resoluções e normas que regulam o atendimento *on-line*, também seria necessário contratar algum profissional para desenvolver o *site* em que aconteceria os agendamentos e atendimentos. A segunda opção é a(o) psicóloga(o), que tem o interesse em atender *on-line*, utilizar serviços de terceiros,

como o serviço que ele oferece. Ou seja, a(o) psicóloga(o) utilizaria uma plataforma que já está autorizada pelo CFP e se preocuparia apenas em divulgar seu trabalho e atender seus clientes. Essa segunda opção é oferecida pelo próprio psicólogo que produziu o vídeo, pois ele é o responsável técnico de uma dessas plataformas.

Outro estilo de vídeo que aparece dentro dessa versão são empresas que organizam e comercializam materiais para concursos públicos para psicólogas(os). Alguns vídeos abordam de forma mais direta os concursos que estão para acontecer e descrevem todos os benefícios que podem ser usufruídos em casos de aprovação como: os bons salários, plano de saúde, plano odontológico, vale alimentação, pensão por invalidez ou morte e o benefício da farda, que não ficou claro para mim quais seriam esses benefícios, apesar de conseguir imaginar vantagens que o uniforme de uma instituição militar pode trazer para o sujeito. Além de apresentar o concurso e seus benefícios, busca-se apresentar através de links na descrição dos vídeos alguns cursos que podem ajudar na preparação da(o) psicóloga(o) para o concurso em si.

Outros vídeos desse tipo se constituem em vídeo aulas sobre algum tema que a empresa diz ser comum dentro das provas de concursos públicos. Esses vídeos costumam seguir um padrão: há um professor, que faz uma explanação sobre um determinado tema, assunto ou área de conhecimento dentro da psicologia e logo que a aula termina uma questão de concurso público anterior sobre o que foi tratado é exibida, inclusive o professor costuma pedir para as pessoas pausarem o vídeo e tentarem responder a questão por conta própria. Após algum tempo, ele indica qual alternativa é a correta e justifica sua resposta.

Ainda dentro desses vídeos, em formato de aulas, é possível encontrar alguns que discutem assuntos como: problematização de questões que envolvem psicopatologias, falam sobre autores conhecidos como Viktor Frankl, ou ainda buscam traçar uma determinada versão de uma história da psicologia, mas esses vídeos são produzidos sem o intuito de vender algum curso ou material para concurso, são produções independentes de outras(os) psicólogas(os).

Há também algumas discussões um pouco mais teóricas sobre a psicologia. Vídeos que buscam, por exemplo, questionar se há uma relação entre a psicologia positiva e a psicologia cognitivo comportamental – segundo o psicólogo há algumas relações apesar das diferenças. Ou um vídeo que busca convencer as(os) psicólogas(os) a utilizarem a técnica da hipnose em seus contextos de trabalho, uma vez que ela se enquadraria em qualquer processo terapêutico por se tratar de uma técnica.

Por fim, existem alguns vídeos direcionados para pessoas que têm algum tipo de interesse em cursar a graduação em psicologia. Geralmente são vídeos promovidos por instituições que ofertam esses cursos em suas dependências. São vídeos que buscam esclarecer áreas da psicologia, atuação profissional, mercado de trabalho e contam com entrevistas de alguns profissionais da área. São vídeos muito bem editados, que parecem seguir um formato mais televisivo, com cortes, efeitos visuais e entrevistas com profissionais.

4.3 Psicologia escolar, hospitalar, jurídica, organizacional e do esporte.

Essas versões de psicologia são versões fracas dentro do *Youtube* – assim como todas as outras que aparecem daqui para frente. São responsáveis por 6,16% do total de visualizações e contam com apenas 9 vídeos. Escolhi agrupar essas versões de forma conjunta por se tratarem de versões mais fracas, ainda que tenham mais força do que outras que quase não possuem visualizações como veremos adiante e porque são psicologias que, pelo menos dentro da minha experiência enquanto psicólogo, principalmente em tempos de graduação, me parece mais familiares, mais conhecidas, contam com maior número de disciplinas dentro das grades curriculares (falando aqui em termos de experiência pessoal com as universidades que tive contato).

A maior parte desses vídeos são vídeos introdutórios sobre essas psicologias. Em um vídeo sobre psicologia do esporte, por exemplo, o psicólogo responde uma série de perguntas que as pessoas costumam lhe fazer como: o que é a psicologia do esporte, para que serve a psicologia do esporte e o que faz o psicólogo do esporte. Ele busca responder essas questões e argumenta que o vídeo foi feito porque se desconhece sobre essa especialidade da psicologia.

Outros dois vídeos que deixam claro essa natureza introdutória, são vídeos em formato de entrevista produzidos por uma conceituada universidade privada do país. Em ambos os vídeos, o entrevistador convida dois profissionais especialistas no assunto – um dos vídeos conta com a presença de um psicólogo escolar e outra psicóloga educacional e no outro um psicólogo organizacional e uma psicóloga do trabalho. Ele faz perguntas que tentam esclarecer as diferenças entre as duas especialidades, perguntas que buscam avaliar o mercado de trabalho para esses profissionais depois de formados, ou perguntas para entender melhor a atuação desses profissionais em seus respectivos contextos.

Algo comum em ambas às entrevistas, que parece ser uma pergunta que o entrevistador sempre faz, é quando ele solicita aos convidados que contem alguma situação engraçada que aconteceu com eles na prática de suas profissões. O curioso é que os casos contados sempre seguem na direção de uma espécie de mal entendido no que diz respeito ao papel da(o) psicóloga(o) dentro da instituição que a(o) contratou. O psicólogo escolar, por exemplo, diz que quando chegou para trabalhar em uma nova escola começou a se apresentar para as turmas de alunos da instituição, em uma turma específica, ao final de sua apresentação pessoal, o professor disse que qualquer aluno que quisesse conversar poderia procurar o psicólogo, pois ele estava montando um grande divã em sua sala. O mal entendido acontece aqui, segundo o psicólogo escolar, porque a atuação do psicólogo escolar não é atender as pessoas em um divã. Outro mal entendido desse tipo é relatado por um psicólogo organizacional. Ele foi contratado para dar uma consultoria para uma empresa, quando se reuniu com os acionistas da empresa e perguntou o que eles esperavam de seu trabalho os contratantes de seus serviços disseram que queriam uma palestra motivacional para resolver todos os problemas de relacionamento entre os funcionários. O psicólogo argumenta que o trabalho da psicologia organizacional é mais profundo do que a realização de uma palestra motivacional.

É nesse sentido que esses vídeos estão trazendo aspectos introdutórios sobre essas versões da psicologia. Eles discutem questões básicas e diferenças entre as especialidades; além de esclarecer algumas ideias que as pessoas que não são da área podem ter dessas profissões.

A psicologia jurídica também assume esse aspecto introdutório no *Youtube*. O único vídeo sobre essa especialidade informa sobre as ramificações que essa psicologia assume, tais como: jurídica de investigação e ramificação ética, jurídica do direito da família, jurídica do direito civil, jurídica e da infância e juventude, jurídica e ministério público, jurídica dos direitos, jurídica e magistrados, psicologia criminal, psicologia penitenciária, psicologia do testemunho, psicologia militar e policial, mediação, proteção às testemunhas e vitimologia, psicologia da família, psicologia civil, psicopatologia trabalhista e psicanálise forense. Ao citar todas essas ramificações, a psicóloga entende essas subdivisões como algo positivo, tendo em vista que são mais possibilidades de mercado de trabalho para atuação desses profissionais. Nesse mesmo vídeo, ela informa as atribuições da(o) psicóloga(o) jurídica que envolvem a realização de psicodiagnósticos, planejamento de ações para ressocialização e atendimento à vítimas de violência doméstica.

O mesmo acontece com a psicologia hospitalar. Ao descrever essa especialidade em seu vídeo, a psicóloga apresenta os locais de atuação desses profissionais que podem atuar no pronto socorro, na UTI, nos leitos, na hemodiálise e em outros setores dentro do hospital. Ela fala sobre como a(o) psicóloga(o) hospitalar pode trabalhar observando o comportamento dos pacientes; acolhendo a família de quem está hospitalizado; dando voz ao paciente e fazendo uma ponte entre a família do paciente e a equipe que cuida do caso. Em outro vídeo dessa mesma psicóloga, ainda sobre a psicologia hospitalar, ela entra em maiores detalhes sobre como a(o) psicóloga(o) atende nos leitos. Ela detalha essa questão falando da rotina da(o) psicóloga(o) que envolve passar nos quartos e fazer o exame do estado mental nos pacientes. Ela também orienta as (os) psicólogas(os) a atenderem os familiares fora do quarto, mas que é preciso sensibilidade por parte do profissional para saber o que é melhor para o momento.

Orientações sobre o que deve ser feito pelas(os) psicólogas(os) em suas respectivas especialidades também aparecem concomitantemente aos aspectos introdutórios desses vídeos. Por exemplo, um vídeo sobre o papel da(o) psicóloga(o) dentro do contexto escolar busca orientar as(os) psicólogas(os) em seus trabalhos dentro da escola. O foco está na orientação às(aos) psicólogas sobre como elas devem conduzir as entrevistas e com quem elas podem ser realizadas. Sugere-se entrevistar professores, coordenadores, diretores, pais e alunos.

O único vídeo que parece não ter aspectos introdutórios dessas especialidades da psicologia tão marcados, ou que não orientam as(os) psicólogas(os) dessas especialidades sobre as formas mais adequadas de agir, é uma vídeo aula sobre psicologia da educação. É um vídeo postado em um canal de uma Universidade Federal que tem um núcleo de educação à distância. Logo, parece ser uma aula para alguma turma de psicologia dessa universidade. Os assuntos abordados nesse vídeo parecem se direcionar para pessoas que já possuem alguma leitura sobre psicologia da educação ou, pelo menos, sobre psicologia. É uma aula que resgata pressupostos históricos da psicologia, afirmando que essa ciência surge como um movimento ideológico; faz críticas à forma como os testes de inteligência surgiram para classificar as crianças; argumenta contra teorias que afirmavam a família nuclear como modelo ideal para o pleno desenvolvimento da criança; reflete sobre discussões contemporâneas sobre a psicologia estar a serviço de classes burguesas e não aos interesses da população. Trata-se, portanto, de discussões conceituais e teóricas, que não parecem ser introdutórias e que também não buscam orientar sobre formas de atuar e

agir dentro das instituições de ensino, mas visam um resgate histórico sobre a psicologia educacional.

4.4 Psicologia empreendedora, psicologia da sexualidade, psicologia financeira, relações raciais, psicologia transpessoal e psicologia religiosa.

O agrupamento dessas versões em uma única seção obedece a motivos numéricos, pois são as versões mais fracas – com exceção do último tópico sobre uma versão de psicologia *on-line* que considere interessante descrever separadamente. Representam apenas 4,92% do total de visualizações dentro do *Youtube*.

A versão de uma psicologia empreendedora aparece em três vídeos. O principal argumento da psicóloga na construção desses vídeos é a afirmação de que as(os) psicólogas(os), em sua maioria, não sabem utilizar o *marketing* digital a seu favor. A psicóloga entende que nós somos empreendedores de nós mesmos, pois mesmo não tendo nenhuma empresa nós vendemos nossos serviços. Para vender melhor nossos serviços, ela argumenta que precisamos aprender a nos posicionar na *internet* compreendendo melhor os mecanismos de funcionamento de redes sociais como o *Instagram*, *Twitter* e *Linkedin*. Ela oferta algumas estratégias de publicações nessas mídias, pois não se trata de publicar qualquer coisa, antes é necessário ter em mente o motivo dessas publicações. Em outro vídeo, a mesma psicóloga orienta sobre venda de projetos. Ela oferece dicas como: nunca apresentar o projeto em locais totalmente desconhecidos, sob o risco de ser visto como alguém oportunista; identificar o negócio para compreender melhor para quem quero vender e o que quero vender; transformar o projeto em alguma mídia, falada ou escrita, ela ainda comenta que pode ser interessante imprimir uma foto com um link de algum material que já foi produzido pela(o) própria(o) psicóloga(o); fazer a checagem do material após sua produção e enviar por *e-mail* para os interessados, pois assim corre-se menos riscos do material ser ignorado. Em todos esses três vídeos, sempre ao final de sua exposição, ela oferece seus próprios serviços para ajudar as(os) psicólogas(os) a fazer uma melhor gestão de seus serviços, principalmente sobre questões relacionadas ao *marketing* pessoal. Esse interesse da psicóloga em vender um produto fica mais claro em seu último vídeo que trata de forma mais direta em divulgar sua empresa e as formas como ela pode ajudar outras(os) psicólogas(os).

Falando em venda de cursos, gestão de carreira e dinheiro, existe uma versão da psicologia que trouxe bastante surpresa para minha pessoa. É uma versão que eu nunca

havia escutado, diz respeito a uma prática clínica dentro da psicologia que busca ajudar as pessoas a encontrarem saúde financeira. A psicóloga afirma que no Brasil as pessoas não sabem se relacionar de forma saudável com o dinheiro, ela reafirma seu argumento dizendo que a colonização que subjugou os negros no Brasil é um dos motivos, pois se perpetuou em nosso inconsciente um sentimento de incapacidade em avançar. Outro motivo, segundo a psicóloga, são as constantes trocas de moedas e instabilidade econômica que o nosso país sempre viveu historicamente. Além disso, existe uma crença cultural de que nada é fácil na vida. Ela define seu trabalho tendo por objetivo retirar as crenças negativas das pessoas para posteriormente oferecer uma educação financeira prática. A psicóloga sugere uma repartição do dinheiro que envolve: 5% para a pessoa gastar com o que ela quiser; 10% para doar; 60% para as despesas do sujeito; 10% para poupança; 10% para a pessoa realizar sonhos como viagens e 5% para a pessoa aplicar em qualquer uma dessas repartições anteriores. A psicóloga garante a prosperidade de quem seguir esse esquema e diz que é impossível não dar certo. Por fim, ela fala em quatro lugares de prosperidade financeira, sendo eles: pessoas que apenas se sustentam; pessoas que se sustentam e pagam suas contas; pessoas que se sustentam, pagam suas contas e poupam dinheiro e pessoas que se sustentam, pagam suas contas, poupam dinheiro e conseguem fazer o dinheiro trabalhar para elas. Ela ajuda as pessoas a alcançarem essas metas em seus atendimentos particulares, também oferece palestras e ministra cursos.

Algumas outras versões que possuem poucos vídeos e um número de visualizações muito baixo, se comparadas a outras versões, também se fazem presentes ainda que de maneira muito tímida. Essas versões podem ser enumeradas. Há um vídeo sobre psicologia transpessoal, a psicóloga que produz o vídeo fala sobre algumas concepções dessa psicologia, como a crença de que a vida do ser humano é anterior ao nascimento e que ela ainda permanece mesmo depois da morte. Também é possível encontrar um vídeo sobre terapia cognitiva sexual, explicada pelo psicólogo como uma terapia que busca mudar o paradigma vigente no qual seria necessário ter performance sexual para ter prazer, quando na verdade essa versão da psicologia acredita que é preciso ter prazer para, em seguida, ter performance. Outros dois vídeos promovidos pelo CFP tratam de duas discussões, a primeira delas é sobre a despatologização das transexualidades, vídeo que engloba uma série de depoimentos de pessoas que criticam as visões que tratam as práticas homoafetivas de formas negativas, preconceituosas e discriminatórias. Reflexões sobre o papel da psicologia e a importância dessa ciência para essa luta também é realizada. O segundo vídeo é o lançamento do documento “relações

raciais: referências técnicas para a prática da(o) psicóloga(o)”. O evento transcorre com uma mesa redonda sobre o tema das relações raciais, é o outro único vídeo que tem a utilização da linguagem de sinais. Esses dois vídeos têm poucos acessos, principalmente este último, que tem 187 visualizações na data em que foi assistido. Será o tema de pouco interesse, ou uma longa produção, de quase 3 horas, é o principal fator para afastar o público? De fato, a maioria das produções de sucesso dentro da plataforma, têm como semelhança edições curtas, que não costumam passar dos 15 minutos. Mas ainda assim, é inegável que essas versões são fracas, até mesmo em termos de número de vídeos produzidos.

Há também a presença de uma versão da psicologia, que diz respeito à possibilidade de uma prática profissional religiosa dentro de instituições confessionais. São cinco vídeos no total, sendo todos eles publicados por terceiros, ou seja, não foram as(os) próprias(os) psicólogas(os) que postaram os vídeos.

Três desses vídeos são de uma mesma pessoa. Esse psicólogo comenta sobre diversos assuntos. O primeiro vídeo aborda o que ele chama de novos vícios, ele destaca as redes sociais como o grande expoente dos vícios contemporâneos. Afirma que essa fuga para as redes sociais tem origem no desinteresse das pessoas pela realidade – aqui ele parece fazer uma distinção entre virtual e real. O psicólogo faz um comentário em que ele mesmo admite que muitas pessoas que estão ali lhe escutando podem discordar, então ele afirma que, em sua opinião, quem está namorando, ou casado com alguém, e tem senha no celular, é porque há algo que não pode ser visto pelo companheiro.

Outro vídeo desse psicólogo tem como conteúdo uma fala com tom mais religioso. Ele começa sua explanação dizendo que a decisão em ser feliz é nossa, faz referência a uma pesquisa que apresenta resultados que afirmam que quando estamos infelizes tendemos a sermos os piores funcionários da empresa e isso é ruim, pois se queremos sair da empresa, segundo o psicólogo, precisamos trabalhar bem, oferecer o nosso melhor, pois assim poderemos chamar a atenção de pessoas que podem nos oferecer melhores oportunidades fora dali. Entre essas discussões, afirmações de cunho religioso começam a acontecer, como passagens da bíblia sobre ser fiel no pouco para ser fiel no muito, ou quando ele cita o oferecer o nosso melhor por causa de Deus, uma vez que agimos em nome Dele.

O último vídeo desse psicólogo consiste em um relato de experiência que ele próprio viveu em sua infância. O relato serve para ilustrar o tema de sua fala, sobre criticar ou não criticar as pessoas em público. O testemunho do psicólogo, resumidamente,

fala sobre algo que ele fez em sua infância e que sua vizinha considerou errado, ela o levou para casa de sua mãe e explicou a bagunça que ele havia feito. Para a vizinha, ele deveria apanhar de sua mãe para ele aprender a se comportar, mas sua mãe lhe corrigiu de forma dócil na frente da vizinha, que ficou irritada com a atitude de sua mãe. Mas quando a porta foi fechada, ele levou um corretivo sério de sua mãe. O psicólogo usa essa experiência para afirmar que é preciso ter cuidado para recriminar alguém na intimidade, pois isto feito de forma pública pode ser humilhante para o sujeito.

Ainda que algumas falas desse psicólogo não tenham um direcionamento religioso tão claro, todos esses comentários acontecem dentro de algum templo religioso. Entendo que, mesmo de forma indireta, aí se constrói a possibilidade de uma atuação profissional religiosa. O próximo caso, também sobre uma psicóloga que está palestrando dentro de uma igreja, coloca essa questão de forma mais direta.

Esse vídeo consiste em uma longa exposição de uma psicóloga para uma comunidade religiosa sobre a possibilidade de tratar a homossexualidade dentro de um ambiente psicoterapêutico. Resumindo o longo vídeo que tem quase 1 hora, a psicóloga argumenta sobre essa possibilidade, uma vez que ela compreende esse tipo de expressão sexual como um comportamento humano, logo seria possível a modificação do comportamento. Ela acredita que existe uma natureza heterossexual do ser humano, mas que alguns fatores podem fazer algum desvio para que o comportamento homossexual se expresse. Esse pensamento fica mais claro quando alguém que está assistindo a palestra questiona a psicóloga sobre os casos de gêmeos em que um é homossexual e o outro não é. Ela diz que provavelmente o que aconteceu foi um tratamento diferente por parte da mãe das crianças. Mais para o final de sua fala, ela afirma que trata o número de homossexuais que Deus mandar, demonstrando assim uma ligação entre a psicologia e a religiosidade.

Por outro lado, há outro vídeo que trata sobre esse assunto, mas com base na liminar concedida por um juiz no dia 15 de setembro de 2017 que autorizava as(os) psicólogas(os) a praticarem terapias de reorientação sexual. Esse vídeo, produzido por um canal de uma advogada e que conta com a participação de um psicólogo apresenta a opinião do psicólogo sobre a liminar. Ele relata que não pode julgar a decisão do juiz em termos técnicos, uma vez que sua formação não permite isso, mas que ele poderia falar sobre o conteúdo da mesma. Ele diz não compreender sua existência, uma vez que para ele não existe universidade respeitadas que estudem algum tipo de terapia de reversão sexual. Ele pensava que esse assunto estava superado dentro da psicologia, já que em um passado

não muito distante tentativas nesse sentido foram realizadas e nenhuma delas surtiram efeitos, pelo contrário, trouxeram muito mais sofrimento para essas pessoas que não professam da mesma heterossexualidade tida como a norma vigente. A entrevistadora faz uma provocação e pergunta se uma pessoa não poderia buscar uma psicóloga(o) porque se incomoda com sua homossexualidade, o psicólogo responde que ela tem total direito de buscar essa ajuda, mas ele acredita que seu sofrimento não se relaciona com sua sexualidade em si, mas com outras questões que passam por preconceito, não aceitação e discriminação por parte da sociedade em relação a expressões sexuais não heteronormativas

Esses dois vídeos trazem duas versões sobre o mesmo tema: a reorientação sexual na psicologia. O primeiro vídeo apresenta uma psicologia que seria capaz de fazer reversões sexuais e curar a homossexualidade, pois entende a mesma como um tipo de comportamento.¹⁹ Na segunda versão, expressa pelo segundo vídeo, a psicologia seria incapaz de realizar tal feito, suas pesquisas científicas não se debruçariam sobre esse tema, porque pesquisas nesse sentido se realizaram e não foram favoráveis a essas pessoas. A homossexualidade é mais uma expressão da sexualidade das pessoas e não se trata de alguma doença, ou algum comportamento não desejável. O problema não estaria no sujeito homossexual, mas na sociedade intolerante, preconceituosa e discriminatória que não consegue conviver com as diferenças entre as pessoas e necessitaria estabelecer um padrão a ser seguido, que nesse caso seria heteronormativo. Aqui temos duas versões em oposição, ou se preferimos uma controvérsia: uma versão em que é possível a cura da homossexualidade e uma versão que não considera um problema ser homossexual. Ambas as versões, apesar de se encontrarem em lados bem distintos, coexistem em um mesmo universo, ainda que não seja possível que habitem uma realidade em comum de forma amistosa, uma vez que estão em polos opostos e se antagonizam de forma veemente.

Assuntos como esse, que podem fazer surgir uma série de controvérsias e polêmicas, parece que são evitados pelas(os) psicólogas(os) no *Youtube*. Não há um posicionamento por partes desses profissionais no que diz respeito a essas questões. Esta própria liminar se constitui em uma forte controvérsia dentro da categoria, gerou inúmeras discussões na página do CFP, eventos foram organizados para se debater o tema, houve mobilização por parte da classe profissional para combater essa liminar, mas também aconteceu mobilizações favoráveis a essa prática. Diante de um assunto quente dentro do

¹⁹ Ainda que seja uma versão produzida no campo, cabe indicar que tal prática de reorientação sexual é proibida pelo Conselho Federal de Psicologia através de suas resoluções 01/99 e 01/18

mundo da psicologia eu esperava encontrar um reflexo disso dentro do *Youtube*, mas minhas expectativas não se concretizaram, apenas esses dois vídeos abordaram o tema em questão.

Com exceção desses dois vídeos que acabam por fazer um contraponto entre uma versão e outra, entre uma psicologia que cura a homossexualidade e uma psicologia contra esse tipo de prática, as outras versões parecem coexistir sem muitos embates ou choques de ideias. Se nos corredores das faculdades – pelo menos na minha faculdade isso era muito comum – há uma guerra não declarada entre as diversas correntes da psicologia, o que acarreta em diversas controvérsias sobre os mais diversos assuntos, dentro do *Youtube* parece existir uma convivência sem muitos conflitos entre as diversas versões produzidas por essas psicólogas(os), mas parece ser uma convivência que não faz associações umas com as outras.

Ferreira (2013), citando John Law, faz uma discussão sobre a questão da pluralidade e da multiplicidade dentro da psicologia. A multiplicidade acontece na medida em que existe articulação na diversidade dentro dessa ciência; já a pluralidade possui por característica a diversidade sem articulações. Neste mesmo artigo, Ferreira (2013), em suas pesquisas na Divisão de Psicologia Aplicada da UFRJ, afirma uma inarticulação entre os diversos projetos psicológicos presentes na instituição representadas pelos grupos de atendimentos clínicos em suas diversas correntes teóricas. Nesse sentido, ainda que existam várias versões de psicologia sendo produzidas naquele espaço, essas versões não se articulam umas com as outras, se constituindo, então, em uma pluralidade de versões psicológicas.

A pesquisa etnográfica conduzida no dispositivo do *Youtube* possibilitou a observação das mesmas características observadas por Ferreira (2013), ou seja, uma inarticulação entre as diversas versões de psicologias produzidas nessa plataforma. As práticas não fazem referências umas as outras, existem de forma estanque e separada nessa realidade. É como se outras versões e possibilidades de psicologia não existissem para determinados grupos, ou pelo menos não são reconhecidas publicamente. Não que essas versões busquem operar de forma totalizante, mas elas quase não se articulam com versões semelhantes, que estão dentro de um mesmo espectro teórico e metodológico, que dirá com versões mais divergentes.

Isso não quer dizer que não exista nenhuma forma de articulação dessas versões da psicologia no *Youtube*, pois não são raras algumas versões de psicologia, principalmente versões de cunho mais cognitivistas comportamentais, fazerem referências

a outras disciplinas que estão para fora, ou pelo menos não tão dentro, dos domínios psicológicos. Existe uma articulação dessas versões com outros campos científicos, que estão próximos da psicologia, tais como: psiquiatria, biologia e neurobiologia. É possível encontrar vídeos em que as(os) psicólogas(os) indicam a importância de acompanhamento psiquiátrico para casos de psicopatologia. Inclusive, encontram-se vídeos que de alguma forma fazem uma exposição interdisciplinar sobre um determinado tipo de psicopatologia e a importância do acompanhamento psicológico e psiquiátrico, explicando os mecanismos dessa psicopatologia e buscando explicitar a forma como um psiquiatra pode ajudar a tratar essa psicopatologia utilizando remédios. Interseções entre a neurobiologia e à própria biologia também são feitas por alguns desses profissionais de psicologia. Alguns exemplos dados por esses profissionais em seus vídeos parecem explicar a complexidade do ser humano, destacando a importância de uma atuação interdisciplinar entre esses saberes para melhor atender o sujeito.

Portanto, ainda que as versões de psicologia produzidas no *Youtube* sejam versões plurais (sem articulações) e não versões múltiplas (com articulações), algumas articulações parecem existir com outros domínios científicos, principalmente com a psiquiatria. As articulações parecem acontecer com mais frequência entre essas psicologias e disciplinas que estão além dessa ciência do que propriamente entre as versões das próprias psicologias consigo mesmas. Parece que as versões de psicologia são múltiplas para outras ciências, mas plurais com outras versões de psicologias que não guardam tantas semelhanças entre si.

4.5 Psicologia *On-line*

Alguns vídeos são produzidos dentro da plataforma por psicólogas(os) que divulgam seus serviços de psicologia *on-line*. Numericamente falando tais vídeos não se constituem uma versão da psicologia com tanta força, são vídeos responsáveis por 1,24% do total de visualizações, contudo isso acaba aparecendo de forma indireta na grande maioria dos vídeos que são publicados por canais de psicologia.

O que parece acontecer é que o *Youtube* também funciona como uma forma de divulgação pessoal das(os) psicólogas(os) que produzem seus vídeos. É muito comum que no final de seus vídeos exista alguma referência a uma rede social profissional, a algum *site* pessoal, a números de telefone ou formas de contato por *e-mail*. Também é comum que ao longo do vídeo apareçam os contatos do profissional para as pessoas acessarem e

conhecerem de forma mais próxima os seus serviços. Os serviços que essas psicólogas(os) oferecem geralmente são atendimentos psicoterapêuticos realizados à distância, mas também existem serviços menos frequentes como venda de livros, consultoria empresarial, orientação para psicólogas(os) sobre *marketing* pessoal e venda de cursos para às(os) próprias(os) psicólogas(os) que desejam realizar alguma prova de concurso. O que parece ser comum é a realização desses serviços de forma não presencial. Há um interesse por parte das(os) psicólogas(os) em estar presentes e ter alguma relevância dentro do *Youtube*. Isso acarreta em maior tráfego de pessoas, maior visibilidade na *internet*, maiores visitas aos seus *sites* de atendimento *on-line*, maior contato das pessoas com os produtos que eles oferecem, como livros e cursos. Estar no *Youtube* parece ser uma forma de fazer um determinado tipo de *marketing* pessoal, captar uma clientela, apresentar para as pessoas os serviços que elas oferecem, o que, conseqüentemente, tem chances de dar à psicóloga(o) que produz esses conteúdos um retorno financeiro.

A descrição de dois canais pode ser interessante para exemplificar esse interesse. O primeiro canal trata-se de um veículo que, basicamente, apresenta uma série de vídeos com terapeutas relatando suas credenciais enquanto profissionais de psicologia e convidando as pessoas a conhecerem seus trabalhos na plataforma *on-line* que eles estão atendendo. Existem outros temas abordados nesse canal, mas a maior parte dos vídeos são essas apresentações de psicólogas(os), que costumam ser breves e bem diretivas. Outro canal que trabalha num sentido parecido, mas que não apresenta as(os) psicólogas(os) de forma individual é um canal de uma psicóloga, que não atua mais fazendo atendimento clínico, mas administra um *site* que conta com a participação de outras(os) psicólogas(os) que trabalham junto dela. Ela aborda temáticas bem diversas em seus vídeos, mas ao final deles ela costuma deixar um link e convidar as pessoas para conhecerem sua plataforma de atendimento *on-line*, que conta com outras(os) psicólogas(os) parceiras. Nesse sentido, o *Youtube* parece servir como uma forma de reunir potenciais clientes para visitar os *sites* das(os) psicólogas(os) que postam vídeos e conhecer o trabalho desses profissionais que atendem de forma *on-line*.

Esse investimento também fica claro em algumas conversas que as(os) psicólogas(os) fazem com as pessoas através dos comentários de seus vídeos. De forma mais específica, em um vídeo sobre depressão publicado por uma psicóloga uma pessoa que assistiu comentou o vídeo dizendo que passava por uma situação com sua esposa, situação essa que necessitava de uma ajuda psicológica profissional. O problema era que esta pessoa estava morando nos Estados Unidos, e não sabia como fazer para conseguir

esse tipo de ajuda. A própria psicóloga respondeu esse comentário oferecendo o serviço de atendimento *on-line*, uma vez que seria difícil conseguir um terapeuta brasileiro nos Estados Unidos para atender a esposa desse homem. Após algumas trocas de mensagens e de telefones para contato, publicados nos comentários por ambas às partes, alguns esclarecimentos sobre a atuação de uma psicologia *on-line* foram feitos pela psicóloga. A partir de então as conversas se encerraram e parece que se desenvolveu em outros ambientes. Há um movimento para ganhar dinheiro através de serviços psicológicos profissionais dentro da plataforma.

Outra forma de empreendimento financeiro acontece dentro do próprio *Youtube*. Existe a possibilidade do produtor de vídeos monetizar seus materiais audiovisuais através de propagandas que aparecem antes ou durante a exibição do vídeo. Não parece que haja um empreendimento por parte dos canais que acompanhei para a sustentação de vida com esse tipo de trabalho, até porque seria necessário uma quantidade muito grande de visualizações para gerar um salário comparado ao que uma psicóloga(o) pode receber com seus serviços. Mas é uma possibilidade, mesmo que seja um recurso pouco explorado pelas(os) psicólogas(os). O que parece acontecer é um investimento maior nos serviços psicológicos *on-line*, principalmente através do atendimento clínico.

Em meus contatos com conhecidos, colegas e amigos que trabalham com a psicologia, tenho observado algumas controvérsias que envolvem essa temática. Alguns acreditam que o desenvolvimento das tecnologias nos levará a mais uma opção de trabalho dentro das plataformas digitais, outros acreditam que esses serviços jamais poderiam ser oferecidos de forma *on-line*. Os primeiros argumentam que seria uma forma de levar a psicologia para pessoas que não têm muita possibilidade de acesso a esse profissional, como em cidades onde o número de psicólogas(os) é muito baixo ou inexistente. Além disso, tal prática diminuiria os custos para o atendimento clínico, o que também faria da psicologia mais acessível para mais pessoas. Os que pensam não ser possível esse tipo de prática costumam me dizer que a estrutura física para acesso à *internet* no Brasil não é a melhor possível, o que poderia influenciar em questões de conexão, velocidade e navegação. Também haveria o problema da privacidade, o território cibernético parece ser mais problemático nesse sentido, já que conversas de textos e vídeos podem vazar com maior facilidade.

O que quero dizer é que uma série de argumentos são utilizados, muitos deles embasados em pesquisas produzidas nos últimos anos por cientistas que se debruçam sobre esse tema. O que não vejo com frequência são perguntas direcionadas para as

pessoas que seriam os destinatários desses tipos de serviços indagando-as sobre o que elas acham dessa modalidade. Digo isto, pois ao longo de toda a minha presença no *Youtube*, acompanhando os comentários dessas pessoas, as discussões que elas estabeleciam, as conversas entre elas, as(os) psicólogas(os) e seus pares, não me pareceu uma questão muito importante para elas se o atendimento é realizado de forma *on-line* ou de forma presencial. A minha interpretação é que elas não diferenciam a modalidade do atendimento, ainda que possam enxergar algumas diferenças que não foram expostas através dos comentários, não parecem ser impeditivas, ou muito importantes para se constituir em um debate aprofundado sobre a validade ou não desse local virtual de psicoterapia.

Imaginava que encontraria debates quentes entre as(os) psicólogas(os), tanto no que tange aos vídeos produzidos, como nos seus comentários em vídeos que abordassem a temática do atendimento *on-line*. Contudo, as(os) psicólogas(os) que apareceram na pesquisa parecem assumir que o atendimento *on-line* é uma possibilidade, não encontrei profissionais que problematizem essa prática. Ainda que eu tente assumir uma postura de pesquisa que não tenta apontar hipóteses definidas de antemão, imaginava que algumas coisas tinham potência para aparecerem dentro do campo. Os debates acalorados que presenciei algumas vezes em palestras, cursos e rodas de conversas sobre o atendimento *on-line*, não se repetiram dentro do *Youtube*, o que parece ser algo natural, tendo em vista que parece fazer sentido que psicólogas(os) que estão presentes dentro da plataforma assumam uma postura favorável a este tipo de modalidade que, assim como a produção dos vídeos, é realizada de forma virtual.

5 O OUTRO LADO DAS ASSOCIAÇÕES: O QUE DIZEM OS INTERNAUTAS?

Para cumprir o princípio de simetria (LATOURE, 2000) é importante que o pesquisador busque não realizar uma divisão entre saber científico e saber comum. Nas seções anteriores descrevemos o que o saber dos cientistas, dos profissionais de psicologia e dos experts, estão produzindo dentro do *Youtube*, agora será descrito as articulações produzidas pelos não cientistas, pelos não experts e pelo saber do senso comum. O que os internautas estão produzindo dentro da plataforma? Apesar de não produzirem vídeos como as(os) psicólogas(os), eles produzem comentários e discussões que também estão construindo as psicologias dentro do universo do *Youtube*.

Como eles falam! São em média 40 comentários por vídeo. É verdade que uma quantidade significativa diz respeito a comentários um tanto quanto genéricos como: “Bom dia”, “Boa tarde”, “Gostei do vídeo” e afins. Mas existem muitas discussões interessantes que acontecem nesses comentários e que tornam o acompanhamento dessa trama tão interessante quanto os vídeos em si. Através dos comentários percebi movimentos de docilidade e recalcitrância. Um artigo de Vinciane Despret (2011) pode se constituir em um bom exemplo para compreender melhor o que viria a ser docilidade e recalcitrância. Neste artigo, Despret relata uma reinterrogação feita por um jornalista chamado Ian Parker com os participantes que fizeram parte do famoso experimento de Milgram.

Famoso pelo menos dentro da psicologia, para quem não está familiarizado com esse experimento ele foi elaborado por Stanley Milgram, psicólogo norte americano. O experimento funcionava da seguinte maneira: os participantes da pesquisa eram convidados e os que aceitavam recebiam um pequeno valor monetário. Eles eram encaminhados para dentro de um laboratório experimental. Nesse laboratório haviam três pessoas: o pesquisador que vestia um jaleco, um cúmplice que tem fundamental importância dentro da pesquisa, e o participante que, aparentemente, nada sabia do que se tratava tudo aquilo. O cúmplice se dirigia para uma cadeira e eletrodos eram colados em seu corpo. Uma lista de palavras precisava ser decorada pelo cúmplice da pesquisa e sempre que ele errava alguma palavra o participante da pesquisa deveria girar um botão para desferir um choque elétrico na outra pessoa que fingia estar sofrendo a descarga de energia. Os choques começavam em uma voltagem baixa e aumentavam conforme a frequência de erros por parte do cúmplice, em determinado ponto o ator começava a fingir dor com os choques recebidos, a intensidade das dores que ele demonstrava dependia da

quantidade de choque que lhe ia sendo aplicado. O papel do pesquisador, que vestia o jaleco, era encorajar o participante caso ele se recusasse em algum momento a girar o botão para conferir o choque elétrico no outro. O pesquisador de jaleco pedia quatro vezes para o participante a aplicação do choque, em caso de recusa do participante, se depois desses quatro pedidos ele ainda resistisse, o experimento terminava.

Os resultados da pesquisa de Milgram demonstraram que todos os participantes (quarenta para ser mais exato) chegaram até os 300 volts e que 26 participantes levaram o experimento até o final aplicando a voltagem máxima de 450 volts. (COLLIN et al, 2012).

Com base nesse experimento, Milgram concluiu que as pessoas tendem a obedecer às autoridades e podem cometer atos cruéis nessas circunstâncias em que ordens por parte de pessoas que estão em uma posição de privilégio são dadas. Não contente com tudo o que envolveu o experimento e curioso em descobrir mais sobre essa experiência conduzida pelo psicólogo norte americano, Ian Parker localizou as pessoas que participaram da experiência e foi atrás delas para interroga-las sobre o que acontecia para elas levarem o experimento até o final, ou pelo menos até muito perto do fim. Despret relata nesse artigo que Ian Parker descobriu o que chamou de “pacto de dupla ignorância”. Ou seja, os participantes fingiam que não sabiam o que estava acontecendo, quando na verdade eles compreendiam muito bem o contexto do experimento, que em uma universidade como a conceituada Universidade de Yale nada de ruim poderia acontecer a alguém. Nesse sentido, o experimentador coloca o participante da pesquisa em um local de docilidade. Lugar este em que o ente pesquisado de nada sabe, não compreende o que se passa na pesquisa, é um mero fornecedor de dados para a ciência, estaria impossibilitado de colocar questões para o pesquisador, é enxergado como um sujeito ingênuo.

Tomando um trabalho mais perto da realidade brasileira e dentro do campo da psicologia temos as pesquisas conduzidas por Arthur Arruda Leal Ferreira e seu grupo de pesquisa, grupo do qual também faço parte. A pesquisa atual que desenvolvemos no grupo busca acompanhar a Divisão de Psicologia Aplicada da UFRJ e os modos de articulações produzidos entre os saberes e práticas psicológicas que estão presentes nesse espaço. Ao contrário do experimento de Milgram, nós buscamos tratar os participantes da pesquisa como experts em suas práticas. Ferreira (2013) explica melhor esse ponto em artigo na seguinte passagem:

Os participantes da pesquisa serão tomados como experts no tema, sem qualquer divisão prévia entre saber comum e científico [...] Enquanto experts, ou participantes ativos da pesquisa, serão demandadas definições sobre suas

experiências, práticas, e expectativas quanto ao próprio tratamento, numa posição em que suas abordagens podem redefinir o próprio sentido da investigação (o que previamente definimos como recalcitrância) (FERREIRA, 2013, p.379).

Talvez a pergunta que mais evidencie essa tentativa de buscar a recalcitrância e tratar o participante da pesquisa como um expert seja a que realizamos ao abrir as entrevistas: “Vamos supor que você estivesse no nosso lugar de pesquisar sobre a presença da Psicologia na vida das pessoas, tendo como base esse trajeto que vocês percorrem aqui na DPA, como você conduziria a pesquisa? o que você acharia interessante perguntar? Como você responderia a essa questão? Você teria algum palpite sobre os resultados dessa pesquisa?”.

Pegando a barca e dando um salto da UFRJ na direção da minha atual universidade em Niterói (UFF) encontramos os trabalhos de Márcia Moraes sobre a cegueira que também buscam tratar os participantes como experts. Refiro-me aqui mais especificamente a uma narrativa feita por Moraes (2010) que em condição de pesquisadora observava em uma oficina de teatro uma pessoa vidente tentando ensinar uma criança cega a fazer movimentos característicos de uma bailarina. Em um determinado momento a criança demonstra seu desejo de representar bem seu papel para os que enxergam e para os não videntes. A partir dessa fala, a criança apresenta questões para a pesquisa de Márcia. Segundo a autora:

Por que retomo este episódio? Porque foi a partir de encontros como este que comecei a me perguntar pela possibilidade de uma psicologia cujas intervenções estivessem no espaço do “e”, isto é, interessava-me interferir naquele cenário, mas construindo uma relação aditiva, que se produzisse a partir da interseção, levando em conta o referencial do outro, tomando como positiva a pista que a menina dava: uma intervenção que pudesse se fazer no espaço entre cegos e videntes, e não dos videntes para os cegos. (MORAES, 2010, p. 15).

A criança que participava da pesquisa redireciona determinadas questões que são repensadas pela pesquisadora. Nesse sentido, ela não conduziu a resposta da participante a um lugar de docilidade, ao lugar pontual das respostas que são esperadas, nem tão pouco a um lugar onde as hipóteses da pesquisadora apenas são confirmadas; pelo contrário, a resposta da participante ganha contornos de expertise, possibilita a pesquisadora a repensar o sentido de sua pesquisa e na proposição de novas maneiras de falar com os cegos e os videntes na psicologia. É assim que a recalcitrância aparece nesse relato.

Bruno Latour também fala sobre a recalcitrância e a docilidade em seus escritos. Em uma passagem do seu texto “Como falar sobre o corpo” (2017) ele afirma:

Contrário aos não-humanos, humanos tem uma grande tendência, quando colocados em presença de uma autoridade científica, a abandonar qualquer recalcitrância e se comportar como objetos obedientes oferecendo aos investigadores apenas declarações redundantes, confortando então estes investigadores na crença de que eles produzem fatos ‘científicos’ robustos e imitam a grande solidez das ciências naturais (LATOURE, 2004, p.50)

Ferreira (2013) também pode ser citado para aumentar nossa compreensão sobre esses dois conceitos que estamos trabalhando:

Enquanto articulação, o conhecimento científico não se distinguiria mais entre má e boa representação de um estado de coisas, mas entre má e boa articulação. No primeiro caso, temos uma situação em que a articulação é extorquida ou condicionada a uma resposta pontual, conduzindo os seres pesquisados a um lugar de docilidade. No segundo, teríamos uma articulação na qual o testemunho iria além da mera resposta, abrindo-se ao risco de invalidação das questões e proposições do pesquisador e a colocação de novas questões pelos entes pesquisados. Aqui teríamos uma relação de recalcitrância. (FERREIRA, 2013, p. 375).

Fazendo uma pequena tradução para o trabalho que aqui está sendo conduzido – tendo em vista que Latour e Ferreira estão falando sobre a produção de conhecimento no campo científico das pesquisas – podemos pensar: será que os humanos que habitam o ciberespaço, mais especificamente aqueles que participam de alguma forma dos vídeos produzidos pelas(os) psicólogas(os) no *Youtube*, agem de forma dócil ou recalcitrante? As articulações produzidas entre psicólogas(os) e sua audiência favorecem quais desses movimentos? As(os) psicólogas(os) estão dispostas a repensarem questões que são colocadas por essas pessoas que participam dos vídeos? Encontramos discussões fervorosas e quentes controvérsias ou apenas confirmações do que as(os) psicólogas(os) dizem através de seus conteúdos audiovisuais? Esses movimentos de docilidade recalcitrância tendem a se manifestarem nos comentários dos vídeos e esse foi o principal dispositivo que evidenciou essas questões.

A maior parte dos comentários apenas confirmam aquilo que a(o) psicóloga(o) está dizendo, ou então se limitam a frases pontuais que não se relacionam com os conteúdos produzidos. Entendo essas falas no sentido da docilidade, uma vez que não apresentam outras versões sobre o que está sendo dito pelo profissional, ou não se associam a discussões estabelecidas pelos usuários. Em alguns momentos, essa docilidade se manifesta no sentido de uma obediência mais direta sobre alguns pedidos que a(o) psicóloga(o) faz para seus seguidores. Dentre eles podemos retomar os pedidos para que as pessoas deixem o *like*, ou que deixem alguma mensagem nos comentários do vídeo – que pode justificar o grande número de comentários que não acrescentam pontos para as

discussões como as mensagens de “bom dia” que marcam presença na quase totalidade dos vídeos.

Penso que a recalcitrância aparece de outras formas dentro da plataforma, principalmente quando os usuários do *Youtube* começam a fazer algumas trocas de mensagens dentro dos próprios comentários do *Youtube*. É comum observar uma certa expertise nessas pessoas, que possuem suas próprias explicações e teorias para os problemas e dificuldades que as outras estão passando. De forma mais concreta, podemos citar alguns sabres que apareceram entre os usuários. Trata-se de um viés religioso bem presente para explicar alguns problemas psicológicos vivenciados pelas pessoas que possuem algum grau de ansiedade, depressão ou algum tipo de problema emocional. Esses usuários comentam em algumas publicações de pessoas que estão expondo alguma questão pessoal e dizem que Deus pode ser uma saída, que junto com Ele é possível alcançar a cura. Há também algumas pessoas que indicam determinados chás para curar esses tipos de transtornos, ou ainda recomendam leituras de livros de Augusto Cury, que podem ajudar muito no processo de cura. As pessoas não se limitam ao saber psicológico transmitido pelos vídeos, elas possuem suas próprias teorias e práticas, elas também possuem suas expertises. Apesar de não contrastar com o que é apresentado nos vídeos, não colocar o dispositivo psi em xeque, ou tentar substituir uma técnica por outra, podemos entender esses movimentos como recalcitrantes, na medida em que há uma ação por parte desse público em apresentar outras soluções que vão além da psicologia.

Uma das primeiras coisas que pude observar durante minha estadia nesse universo do *Youtube* foi o estabelecimento de uma rede de ajuda entre as pessoas que passavam por situações tratadas durante o vídeo produzido pela(o) psicóloga(o). Em vídeos sobre psicopatologia, que contavam com maior participação das pessoas através dos comentários, era possível perceber que as pessoas relatavam situações muito particulares de suas vidas, elas contavam casos que vivenciavam na prática e que estavam com dificuldades em superar. Em um vídeo sobre depressão isso se apresenta de forma mais clara, as pessoas assistem ao vídeo e comentam que possuem sintomas que a psicóloga relatou, dizem quais são esses sintomas e, em alguns casos, parecem esperar uma resposta da psicóloga confirmando suas suspeitas. Em outros casos, os comentários se dirigem a expressar um testemunho sobre como o sujeito conseguiu superar a depressão e como é possível combater a doença através de tratamento profissional. Existem também os casos em que as pessoas buscam apenas expressar seus momentos atuais de vida e utilizam a plataforma como um meio de expressão sobre as situações vividas. Em todos

esses casos, outros usuários comentam numa tentativa de ajudar de alguma forma essas pessoas, seja buscando uma palavra de conforto, às vezes indicando acompanhamento profissional, ou até mesmo, em algumas situações, respondendo que eles também passam por situações parecidas. Aqui parece se evidenciar uma mudança contemporânea em que o que é íntimo não fica mais restrito a um círculo pequeno de pessoas, geralmente próximas ao sujeito; pelo contrário, as questões pessoais acabam por se tornarem públicas, principalmente através de ferramentas informacionais que potencializam essa possibilidade. Conforme Cristiane Moreira da Silva (2018):

A exposição de si em diários publicados na internet evidencia mudanças claras nas noções de intimidade e privacidade que, na modernidade, estavam bem distintas nas esferas públicas e privada. O fenômeno da disputa por visibilidade e pelo consumo da privacidade alheia mostra transformações subjetivas que deixam indefinidas as fronteiras entre vida íntima e espaço público (DA SILVA, 2018, p.46).

No *Youtube*, essa intimidade, expressa através de relatos pessoais, não parece evidenciar uma busca na fabricação de uma autoimagem de si na *internet*, nem uma tentativa de espetacularizar os aspectos privados da vida do sujeito que ali está comentando, ou ainda expor algum tipo de narcisismo egóico que pretende aparecer a qualquer custo, como apontado por Sibilia (2008). Esses relatos parecem se constituir em um esforço de tornar público aquilo que, a primeira vista, pode nos parecer algo íntimo, com o objetivo de buscar algum tipo de ajuda e auxílio de pares que passam por situações parecidas, ou quem sabe até mesmo alguma orientação das(os) psicólogas(os) que ali se encontram.

É nesse sentido que estou dizendo que uma rede de ajuda se forma dentro do próprio dispositivo. Essas redes chegam até cruzar os limites do próprio *site* de vídeos através de criação de grupos no *Whatsapp*. Conforme observado no campo, alguns grupos nesse aplicativo foram criados para trocar experiências entre os usuários que compartilhavam questões como: síndrome do pânico, depressão, e transtorno obsessivo compulsivo. Esse movimento também acontece por parte de um psicólogo, que cria um grupo no *Whatsapp* para conversar com mães que têm filhos dependentes químicos, através dos comentários é possível observar que existe procura de mães para fazer parte desse grupo. Não é raro encontrar as pessoas disponibilizando seus números de telefones de forma pública para serem adicionadas nesses grupos. Em um vídeo sobre mães narcisistas, houve muita busca das pessoas nos comentários pedindo para que elas pudessem participar de algum grupo que discutisse sobre o assunto. Nas conversas entre

essas pessoas indicações foram feitas, principalmente sobre um determinado grupo que existe no *Facebook*, que conta atualmente com 16.000 membros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

As versões mais fortes encontradas nessa pesquisa dizem de uma psicologia que se volta ao estudo, explicação, orientação, definição e possíveis soluções para determinadas psicopatologias. O que observamos é uma quantidade grande de vídeos produzidos pelas psicólogas(os) sobre essa temática, esses também são os vídeos que contam com maior número de visualizações e comentários. Se existe um interesse das psicólogas(os) em falar sobre psicopatologias, também encontramos uma demanda das pessoas que participam dos vídeos através dos comentários, visualizações e número de *likes*, que elas atribuem aos vídeos que consideram mais interessantes. Esses atores não-humanos são considerados pelos psicólogos na hora de produzir um vídeo, é possível que um assunto abordado no canal de alguém volte a aparecer com frequência caso o número de visualizações, *likes* e comentários sejam altos. O contrário aconteceria se, porventura, o vídeo não alcance os números esperados por seu produtor. Por outro lado, existe uma convocação dessas profissionais para que falem sobre essa versão da psicologia, seja através de outros canais do *Youtube*, que fazem entrevistas abordando questões psicopatológicas esperando esclarecimentos do psicólogo entrevistado, seja através de canais que upam no *Youtube* entrevistas das(os) psicólogas(os) concedidas à canais de televisão, que também conduzem a conversa para uma representação de uma psicologia que trata de transtornos mentais.

Outra versão forte é a produção de uma psicologia que busca atender à própria categoria dos psicólogos, principalmente produzindo vídeos que buscam sanar dúvidas dos profissionais ou, pelo menos, de pessoas que pensam em cursar uma faculdade de psicologia. Duas categorias principais de dúvidas esses vídeos buscam responder, sendo a primeira categoria sobre dúvidas de aspectos burocráticos que o profissional enfrenta depois de formado e a segunda categoria correspondendo a posturas técnicas que o profissional deve seguir para desempenhar bem sua função dentro de um determinado ambiente de trabalho. Orientações nesses dois sentidos são oferecidas para as(os) psicólogas(os).

As versões fracas, com poucos vídeos produzidos e número baixo de visualizações, ficam por conta de psicologias que buscam produzir algum conhecimento sobre determinadas ramificações dessa ciência, tais como: psicologia escolar, hospitalar, jurídica, organizacional, esportiva, empreendedora, sexual, financeira, racial, transpessoal

e religiosa. Dentro do *Youtube* elas podem ser fracas, mas isso não significa dizer que elas não possam ser fortes em outros contextos que ultrapassam a plataforma de vídeos.

Ainda que um estilo etnográfico preze por uma mochila de viajante leve, sem muitas hipóteses estabelecidas de antemão e esperando do campo as questões que possam surgir, não somos imunes a algumas fantasias que nos invadem naqueles momentos excitantes que antecedem a entrada no campo. Portanto, o campo de pesquisa apresentou algumas surpresas para minha pessoa. Acreditava que encontraria muitas controvérsias sobre assuntos que despertam na categoria das(os) psicólogas(os), ainda que não se possa fazer uma generalização, muitas discussões e embates calorosos costuma acontecer quando determinadas questões surgem. Imaginava que encontraria muitas controvérsias sobre temas como o atendimento psicológico *on-line* e a possibilidade da terapia de reversão sexual, mas minhas expectativas não se concretizaram. O motivo mais provável para a falta de controvérsias parece ser o próprio dispositivo do *Youtube* que funciona através de canais. A plataforma de vídeos representada por seus diversos canais parece ser um dispositivo para fazer ver e não um gerador de controvérsias. É como se os vídeos fossem produzidos para uma determinada audiência e o diálogo com outros canais não acontecessem de forma frequente. A própria falta de multiplicidade pode ser explicada pela mesma lógica, mas diferente das controvérsias que são quase inexistentes a multiplicidade ainda pode ser encontrada nos comentários dos usuários que buscam articular a própria psicologia na diversidade, ou ainda nas articulações que os canais de psicólogas(os) fazem com outros saberes como a psiquiatria.

De outra forma, a surpresa aconteceu ao me deparar com questões que surgiram no campo que não fazia ideia que poderiam acontecer. A melhor representação disso são as redes formadas pelas pessoas que assistem aos vídeos e estabelecem diálogos nos comentários umas com as outras, sem necessariamente a participação da(o) psicóloga(o). Essas pessoas criam redes de ajuda no próprio espaço destinado aos comentários, dizendo umas para as outras palavras de conforto, experiências vividas sobre algo que está incomodando alguém que ali comenta, oferecendo dicas sobre como superar algum problema e afins. Tais redes chegam a ultrapassar o próprio espaço do *Youtube* na criação de grupos no *Whatsapp*, quando elas pedem para serem adicionadas em grupos já existentes ou buscam indicação de grupos no *Facebook* de pessoas que possuem problemas semelhantes para compartilhar.

O trabalho descrito durante toda essa dissertação pode ser relevante para mapear o que nós psicólogos(as) estamos construindo na internet, nesse caso mais específico no *Youtube*. Esse mapeamento das versões fortes e fracas das psicologias busca indicá-las não para dizer que uma ou outra é a versão verdadeira, mas desejando que haja uma maior simetria na disseminação dessas versões na rede. Considero de fundamental importância essa discussão tendo em vista a relevância que os aparatos tecnológicos e informacionais, com destaque especial às redes sociais, estão conquistando nos últimos tempos. As pessoas se informam cada vez mais através da internet e desses dispositivos, compreendem que os conteúdos disseminados nessas redes são representativos de algo verdadeiro. Não é diferente com a psicologia, o contato dessas pessoas com essas psicologias acaba por criar representações do que vem a ser essa ciência. Na impossibilidade individual de abraçar todas essas psicologias, precisamos apostar na construção de uma psicologia que consideremos interessante. Eu, por exemplo, penso ser pouco interessante apostar em uma versão que considera ser possível a reversão sexual, como foi descrito nesse trabalho através de um vídeo em que uma psicóloga atua nesse sentido, contudo essa é uma versão que está circulando dentro do *Youtube*, gostando ou não gostando dessa versão ela tem apoiadores e se dissemina nessas redes através de vídeos como esse.

Por fim, gostaria de deixar algumas questões em aberto que não consegui aprofundar e que podem servir para pesquisas futuras. Penso ser interessante investigar de forma mais sistematizada os motivos da palavra chave “psicólogo” ser mais utilizada por quem produz seus conteúdos para o *Youtube*, ainda que a maioria das pessoas sejam mulheres. Também acredito que seguir o fio condutor dessa rede de ajuda, que se espalha para outros cantos como os grupos do *Whatsapp* e do *Facebook*, pode ser interessante. Acompanhar os *links* dos psicólogos para seus próprios sites profissionais e redes sociais particulares pode ser igualmente instigador. Esses outros caminhos podem ajudar a compreender as versões de psicologias que se disseminam na internet. Fica uma última reflexão: quais as versões de psicologias nós psicólogos queremos construir na rede?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNO, Fernanda. Tecnologias de informação e subjetividade contemporânea. *ComCiência*, Campinas, ano 9, n. 96, mar. 2008.

_____. Prefácio. In: FERREIRA, Arthur Arruda Leal et al. (Org.). *Teoria Ator-Rede e Psicologia*. 1ed. Rio de Janeiro: NAU, 2010.

BURGESS, Jean. GREEN, Joshua. *Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CAIAFA, Janice. *Aventuras das cidade: ensaios e etnografias*. Editora FGV. Rio de Janeiro, 2007.

CLIFFORD, James. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Organizado por José Reginaldo Santos Gonçalves. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2014.

COLLIN, Catherine et al. *O livro da psicologia*. Tradução de Clara Hermeto e Ana Luisa Martins. São Paulo: Globo, 2012.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Resolução n° 01, 22 de março de 1999. Estabelece normas de atuação para psicólogos em relação à questão da Orientação Sexual. Disponível em: <https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/1999/03/resolucao1999_1.pdf> Acesso em: 06 de out. 2017.

_____. Resolução n° 013, 20 de dezembro de 2000. Aprova e regulamenta o uso da hipnose como recurso auxiliar de trabalho do psicólogo. Disponível em: <https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2000/12/resolucao2000_13.pdf>. Acesso em: 20 de out. 2018.

_____. Resolução n° 011, 21 de junho de 2012. Regulamenta os serviços psicológicos realizados por meios tecnológicos de comunicação a distância, o atendimento

psicoterapêutico em caráter experimental e revoga a Resolução CFP N° 12/2005. Disponível em: < https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2012/07/Resoluxo_CFP_nx_011-12.pdf> Acesso em: 09 de out. 2017.

_____. Resolução n° 01, 29 de janeiro de 2018. Estabelece normas de atuação para as psicólogas e os psicólogos em relação às pessoas transexuais e travestis. Disponível em: <<https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Resolu%C3%A7%C3%A3o-CFP-01-2018.pdf>> Acesso em: 06 de out. 2018.

_____. Resolução n° 011, 11 de maio de 2018. Regulamenta a prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação e revoga a Resolução CFP N° 11/2012. Disponível em: < <https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2018/05/RESOLU%C3%87%C3%83O-N%C2%BA-11-DE-11-DE-MAIO-DE-2018.pdf>> Acesso em: 11 de out. 2018.

CORMEN, Thomas et al. *Introduction to Algorithms*. 3ed. Cambridge: The Mit Press, 2009.

DESPRET, Vinciane. *O que diriam os animais se lhe colocássemos boas questões?* Tradução de Ronald Arendt. Éditions La Découverte. Paris, 2012.

_____. Os dispositivos Experimentais. Tradução de Carlos Marconi. *Fractal: Revista de Psicologia*, vol. 23, n. 1, p. 73-82, jan-abr. 2011. Disponível em: < <http://periodicos.uff.br/fractal/article/view/4814/4655>> Acesso em: 04 jan. 2017.

DA MATA, Roberto. O ofício do Etnólogo, ou como ter “Anthropological Blues”. In: NUNES, Edson de Oliveira (org). *A Aventura Sociológica: objetividade, paixão, improviso e método de pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DOMENÉCH, Miquel; TIRADO, Francisco. La Teoría Del Actor-Red: Una Aproximación Simétrica a las Relaciones entre Ciencia, Tecnología y Sociedade. In: PUENTES, Eduard Aibar (Ed). *Ciencia, Tecnología y Sociedade*. Barcelona: UOC, 2006.

FERREIRA, Arthur Arruda Leal. O campo psicológico e os seus múltiplos sistemas circulatórios. In: FERREIRA, Arthur Arruda Leal et al. (Org.). *Teoria Ator-Rede e Psicologia*. 1ed. Rio de Janeiro: NAU, 2010.

_____. A produção de subjetividades em rede: seguindo as pistas de uma divisão de psicologia aplicada. *Universitas Humanísticas*, Bogotá, vol. 76, n. 76, p. 371-392, jul-dez. 2013. Disponível em: < <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n76/n76a17.pdf>> Acesso em: 10 fev. 2017

_____. ¿Con cuántos dispositivos se produce una subjetividad? *Athenea Digital*, Barcelona, vol. 11, n. 1, p. 195-201, mar. 2011. Disponível em: <<https://atheneadigital.net/article/view/v11-n1-arruda>> Acesso em: 01 jan. 2017

HINE, C. *Etnografía Virtual*. Tradução Cristian P. Horma Zábal. Editora UOC. Barcelona, 2000.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) 2009. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv45767.pdf>> Acesso em: 30 jul. 2018.

KIRKPATRICK, David. *O Efeito Facebook*. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. Intrínseca. Rio de Janeiro, 2010.

LATOUR, Bruno. *A esperança de pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos*. Tradução Gilson César Cardoso de Souza. Bauru: EDUSC, 2001.

_____. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. Tradução Ivone C. Benedetti. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

_____. *Cogitamus: seis cartas sobre as humanidades científicas*. Tradução Jamile Pinheiro Dias. São Paulo: Editora 34, 2016.

_____. *Como falar do corpo?* A dimensão normativa dos estudos sobre a ciência. Disponível em: <<http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/77-BODY-NORMATIVE-POR.pdf>> Acesso em: 19 de out. 2017.

_____. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Tradução de Gilson César Cardoso de Souza. Bauru: EDUSC, 2012.

LEMOS, André. *Cibercultura: Alguns Pontos para Compreender a Nossa Época*. Disponível em: <<https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>> Acesso em: 10/02/2019

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia*. Tradução de Antônio Carr e Lígia Cardieri Mendonça. São Paulo: Abril, 1976.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana Maria. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. *Novas Tecnologias na Educação*, Porto Alegre, vol. 4, n. 2, p. 1-10, dez. 2006. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/renote/article/view/14173>> Acesso em: 05 de jan. 2019

MORAES, Marcia. A ciência como rede de atores: ressonâncias filosóficas. *História, Ciências, Saúde*, Manguinhos, vol. 11, n.2, p. 321-333, mai-ago. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v11n2/05.pdf>> Acesso em: 01/04/2017.

_____. *PesquisarCOM: política ontológica e deficiência visual*. In: MORAES, Marcia; KASTRUP, Virgínia. *Exercícios de ver e não ver: arte e pesquisa COM pessoas com deficiência visual*. Rio de Janeiro: NAU, 2010.

MOREIRA, Cristiane da Silva. *Intimidade on-line: diário íntimo na contemporaneidade*. Curitiba: Appris, 2018.

SEGATA, Jean. A etnografia como promessa e o “efeito Latour” no campo da cibercultura. *Ilha*, Florianópolis, vol. 16, n. 2, p. 69-87, ago-dez. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/download/2175-8034.2014v16n2p69/29166>> Acesso em: 12 fev. 2018

_____. *Políticas Etnográficas no Campo da Cibercultura*. Brasília, Joinville: ABA publicações, 2016.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira Comunicação, 2008.

STENGERS, Isabelle. *Quem tem medo da ciência? Ciências e poderes*. Tradução de Eloisa de Araújo Ribeiro. São Paulo: Siliciano, 1990.

TSALLIS, Alexandra Cleopatre et al. O que nós psicólogos podemos aprender com a teoria ator-rede? *Interações*, n. 22, p. 57-86, 2006.

UGARTE, David de. *O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo*. Tradução de Glenda Ávilla e Oriana Jara. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira (org). *A Aventura Sociológica: objetividade, paixão, improviso e método de pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GLOSSÁRIO

Bing – é o motor de pesquisa da Microsoft.

Criptomoedas – são moedas virtuais geradas por sistemas de computadores de maneira descentralizada (sem bancos como intermediários) utilizando métodos de criptografia com o objetivo de manter seguro os arquivos processados. Elas podem ser compradas com dinheiro real. A grande vantagem parece ser a possibilidade de anonimato que essa moeda oferece, pois ela não é controlada por nenhuma entidade financeira ou governamental. Ela é controlada pelos usuários através do chamado *Blockchain*, que consiste em uma espécie de livro razão que registra as transações que acontecem na rede, é semelhante aos dos bancos, mas não é controlado por apenas uma entidade. O *Blockchain* é administrado por todos os usuários que colocam seus computadores disponíveis para trabalharem na realização desses registros. Isso é a famosa mineração das criptomoedas: o computador trabalha no *Blockchain* fazendo esses registros de transações e em troca o usuário que se dispõe a fazer isso ganha frações de *bitcoin* pelo serviço. O grande atrativo em minerar criptomoedas parece ser a valorização que a moeda obteve ao longo dos anos. Em 2010 a quantidade de 1 *bitcoin* era equivalente a menos de 1 dólar. A cotação de hoje (dia 05/09/2018) para 1 *bitcoin* é de R\$ 25.286,31.

Dislike – Nome comumente usado para designar o botão localizado abaixo do vídeo que representa um polegar virado para baixo. Geralmente é usado para expressar desaprovação ao vídeo que está sendo exibido, a princípio buscar demonstrar o número de pessoas que não gostaram do vídeo

Facebook – maior rede social do mundo atualmente.

Hashtag – é uma palavra-chave de indexação antecedida pelo símbolo #. Esse recurso surgiu no Twitter e ganhou popularidade entre seus usuários, posteriormente esse recurso se espalhou por outras redes sociais.

Instagram – é uma rede social da *Facebook* Inc. que estimula o compartilhamento de fotos e vídeos no lugar dos textos.

Layout – é o conjunto de elementos gráficos que define a estética e o *design* de um site.

LAN House – são estabelecimentos comerciais que as pessoas pagam para ter acesso a um computador durante um determinado período de tempo. Elas podem acessar as páginas web, jogar, imprimir documentos, baixar arquivos e etc.

Like – Nome comumente usado para designar o botão localizado abaixo do vídeo que representa um polegar virado para cima. É usado para apresentar aprovação ao vídeo. É extremamente comum que os produtores de conteúdo peçam para as pessoas clicarem nesse botão, uma vez que o *Youtube* parece fazer a contabilidade dos vídeos com maiores números de *likes* como um modo de ranquear o mesmo dentro da plataforma.

Live – é uma transmissão de vídeo realizada ao vivo através de aplicativos ou sites na internet.

Monetizar – no contexto do Youtube, monetizar um vídeo significa aceitar receber dinheiro conforme o número de visualizações que o vídeo alcança. Quanto mais visualizações, mais provável que uma propaganda parceira do Youtube seja visualizada pelos usuários da plataforma. Assim, há uma relação crescente entre maiores visualizações e maiores receitas.

Orkut – Rede social lançada pela Google em 2004 e extinta em 2014. Foi uma rede social extremamente popular no Brasil.

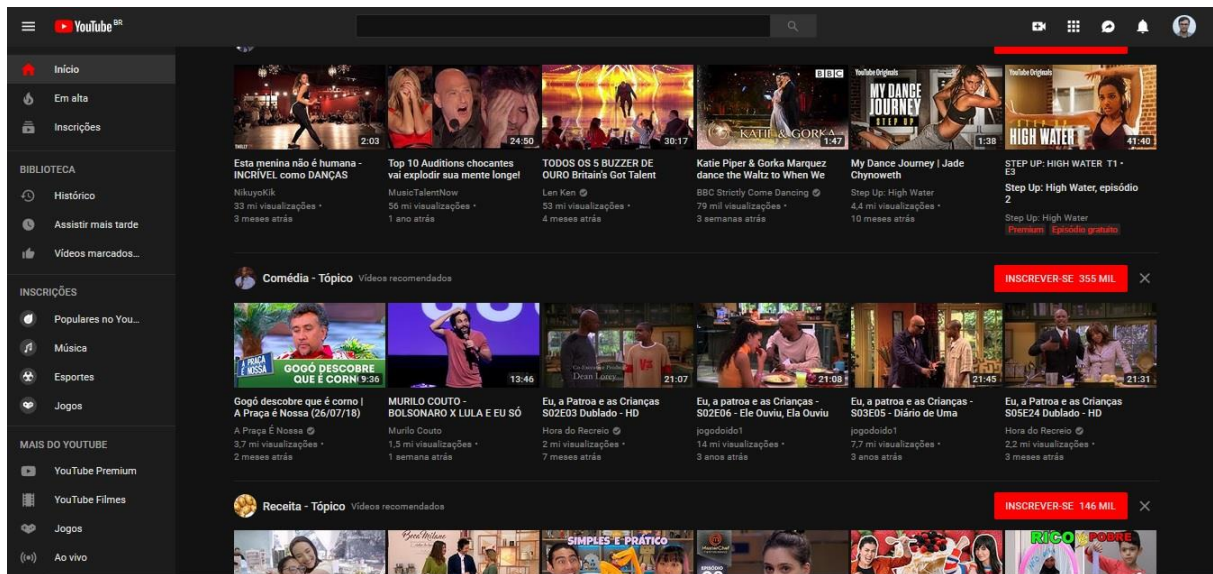
Timeline – é um recurso do Facebook que possibilita o usuário ver suas publicações e a de seus amigos na rede social em ordem cronológica.

Upar – no linguajar da internet, upar é subir algum tipo de arquivo, seja este arquivo um vídeo, uma foto, um texto, uma música, ou qualquer tipo de formato de documento, para a internet.

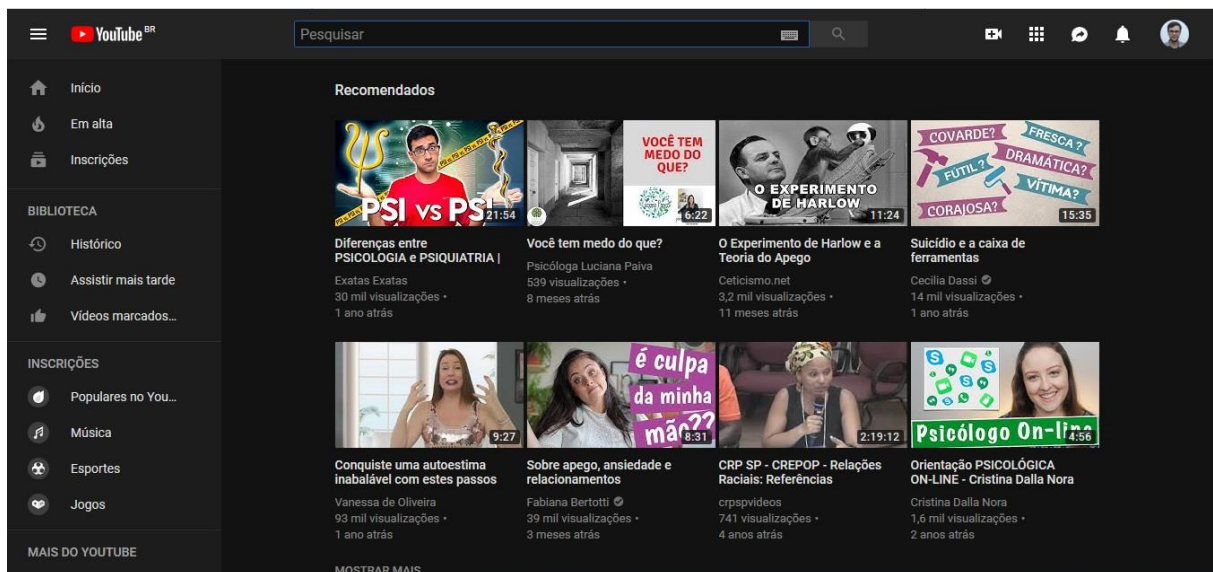
Whatsapp – é um aplicativo de mensagens instantâneas de propriedade da *Facebook Inc.*

Widgets – são aplicativos que adicionam conteúdos extras em determinadas partes de um site. Podendo exibir um calendário, uma miniatura de um vídeo, uma mensagem de boas vindas e afins.

APÊNDICE A – ANTES/DEPOIS DE INICIAR A PESQUISA NO YOUTUBE.



Essa imagem retrata as recomendações que me foram oferecidas quando entrei pela primeira vez no Youtube com essa minha conta da pesquisa.



Essa imagem retrata as recomendações que me foram oferecidas depois de alguns meses buscando pelo termo “psicóloga” na caixa de pesquisa.

APÊNDICE B – LISTA DOS VÍDEOS ASSISTIDOS

Título	Visualizações	Likes	Dislikes	Comentários	Duração	Link
Psicóloga Luciana Paiva	842	74	1	7	04:58	https://www.youtube.com/watch?v=21mTjP4dmZo
No Camarim com Camila Cléo - Saúde Financeira com a psicóloga Flávia Camargo - Parte 1	4948	289	1	18	15:38	https://www.youtube.com/watch?v=tkRC1PF583Y
No Camarim com Camila Cléo - Saúde Financeira com a psicóloga Flávia Camargo - Parte 2	2325	198	0	17	14:55	https://www.youtube.com/watch?v=gvpIj_Ih44U
Como saber se estou com depressão ou só estou triste? ft. psicóloga mariane dutra	18749	999	28	104	07:26	https://www.youtube.com/watch?v=gvpIj_Ih44U
Transtorno Obsessivo Compulsivo - Psicóloga Kelliny Dório	16785	577	9	145	16:29	https://www.youtube.com/watch?v=QfndTyDZI6I
Distorção Cognitiva - Psicóloga Kelliny Dório	27236	1500	22	119	12:02	https://www.youtube.com/watch?v=_wZgny6ZmZs
Psicóloga orienta sobre a timidez infantil. VOCÊ FELIZ (28/11/2016)	3605	82	4	6	20:37	https://www.youtube.com/watch?v=urpjIzvXeB0
Aspectos Psicológicos Relacionados à Amamentação - Psicóloga Simone Rosenberg	656	23	1	0	16:41	https://www.youtube.com/watch?v=W_Zl4R0F1vo
Como controlar a ansiedade. Psicóloga Raquel Shimizu explica #01	2007	96	0	5	04:00	https://www.youtube.com/watch?v=-2mEmImzNQU
Como Funciona uma Consulta On-line com Psicólogo - Linda Hertzing Psicóloga	937	9	0	4	08:33	https://www.youtube.com/watch?v=B2tCqoCheb4
Como ajudar uma pessoa com Depressão - Psicóloga Kelliny Dório	165505	7000	170	500	21:24	https://www.youtube.com/watch?v=5vY8r7qw34A
Psicóloga online Márcia Costa Zenklub	554	5	0	1	03:14	https://www.youtube.com/watch?v=9fHpX_lz-UQ

Desenvolva a Atenção Plena (Mindfulness) - Psicóloga Kelliny Dório	3452	234	1	25	08:06	https://www.youtube.com/watch?v=XHw-jBIV9Ec
Como lidar com o Bullying. Psicóloga Raquel Shimizu alerta envolvidos	3041	100	1	13	07:48	https://www.youtube.com/watch?v=uN0La6MIIG8
com você Psicologia online - Psicóloga Kelliny Dório	2857	38	9	6	00:20	https://www.youtube.com/watch?v=Km9ePzGOxQY
Entrevista Fabíola Oliveira - Psicóloga	37	1	0	0	06:31	https://www.youtube.com/watch?v=hKVRc8bZl5k
Síndrome do Pânico - Psicóloga Kelliny Dório	3020	192	2	33	10:23	https://www.youtube.com/watch?v=XrTk1FGLgbk
3 passos para conter a irritabilidade - Psicóloga Kelliny Dório	5947	357	3	22	10:08	https://www.youtube.com/watch?v=geO47XiEi8c
Psicóloga online Ana Carolina Zenklub	574	8	1	0	02:31	https://www.youtube.com/watch?v=WZNQsr0-f1A
Psicóloga Renata Santos Método de Como Salvar um Relacionamento que está em Ruínas	<u>606</u>	<u>14</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>03:52</u>	https://www.youtube.com/watch?v=gxr8ySzbRv4
Psicóloga online Kamila Mingoni Zenklub	2207	62	1	2	03:29	https://www.youtube.com/watch?v=5OVk1RfARwc
Profissão Psicóloga na Irlanda Conversa com a psicóloga Silvana sobre carreira em Psicologia □	1322	70	1	11	12:02	https://www.youtube.com/watch?v=UGU8vzkVrCk
Insônia, o que posso fazer? Psicóloga Kelliny Dório	2017	158	3	18	11:00	https://www.youtube.com/watch?v=V0kfViehXhC
Transtorno Bipolar(parte 1) - Psicóloga Kelliny Dório	4799	300	3	34	08:43	https://www.youtube.com/watch?v=Qtc0EWAVCXk
Transtorno Bipolar (parte 2) - Psicóloga Kelliny Dório	2296	168	0	27	06:18	https://www.youtube.com/watch?v=_A

						-VHy87qVI
Na Roda com Psicólogos e a Psicóloga Fernanda Rezende	2278	95	1	12	39:14	https://www.youtube.com/watch?v=X0BuEbseej8
Suicídio entre Adolescentes. Psicóloga fala sobre Sinais de alerta	1345	42	0	0	04:53	https://www.youtube.com/watch?v=6tPYULHT0bk
Psicóloga Fala Sobre o Psicopata e o Sociopata - Psicologia Analítica	2002	60	3	1	14:38	https://www.youtube.com/watch?v=nwvNgjtVFcI
Controle e a Teoria do Apego de John Bowlby Psicóloga Sheila Prado	3111	192	4	20	13:44	https://www.youtube.com/watch?v=0X_YdYnh2PU
Falando sobre Amor Próprio! - Psicóloga Aline Lisboa Prog. Movimento Jovem	4120	93	5	8	16:37	https://www.youtube.com/watch?v=69_I dyDNSIw
Como ter autoconfiança – psicóloga fala sobre autoconfiança	27151	2500	21	117	07:16	https://www.youtube.com/watch?v=G WUZmKwE2G0
Orientação • Começando na profissão de psicóloga/o	745	29	0	4	19:24	https://www.youtube.com/watch?v=7db4ZtyfOr0
Como me livro do TOC - Psicóloga Kelliny Dório	16231	584	15	77	10:19	https://www.youtube.com/watch?v=1nanbR2KQQ0
Como ajudar uma pessoa com ideia de suicídio - Psicóloga Kelliny Dório	8783	438	3	43	10:11	https://www.youtube.com/watch?v=qNQQQU9KBvw
XY e XX Criação e Formação - Psicóloga Edilene	104	2	2	1	59:22	https://www.youtube.com/watch?v=NbYS6S4oJX4
Palestra Suicídio e Depressão ; Psicóloga Fernanda Rezende	1185	36	1	1	38:48	https://www.youtube.com/watch?v=GKd4uFEjdow
Psicóloga cristã aconselha confissão: “Procure alguém de confiança”	1275	35	2	1	03:57	https://www.youtube.com/watch?v=2fDwHPItaNA
Depoimento Psicóloga Raquel Lima Curso Marketing para Psicólogos	88	2	0	0	02:14	https://www.youtube.com/watch?v=W

						pa3HJPnCKM
Depoimento Psicóloga Kelly Lima Curso Marketing para Psicólogos	110	7	0	0	03:45	https://www.youtube.com/watch?v=M7VHEdAeftE
Psicóloga Ajuda a Superar a Baixa Autoestima	72828	5200	82	236	05:30	https://www.youtube.com/watch?v=Da5zU3EaNkE
A Psicologia não dá dinheiro? - Psicóloga e Psicanalista fala sobre este mito	2372	131	3	12	06:17	https://www.youtube.com/watch?v=7JF6eufL1yc
Psicóloga Online - Andrea Cunha	81	0	0	0	01:21	https://www.youtube.com/watch?v=Ym3gxpnp37g
Tirando duvidas sobre o crp (feat. psicóloga naiara darim)	895	43	0	5	14:23	https://www.youtube.com/watch?v=VFev1Vc_kWE
Orientação • Atuação da/o psicóloga/o na Assistência Social	804	38	0	2	22:21	https://www.youtube.com/watch?v=AHfZFErFPJw
A criança está fazendo cocô na roupa? O que fazer? Psicóloga Raquel explica	14061	617	13	55	06:13	https://www.youtube.com/watch?v=BT_eZTd-Ae0
Psicologa Online - Vanessa Sander	182	8	0	2	01:43	https://www.youtube.com/watch?v=U6IMs5626II
Lançamento - "Relações Raciais: Referências Técnicas para a Prática da(o) Psicóloga(o)"	187	8	0	Comentários desativados	02:55:51	https://www.youtube.com/watch?v=eaPyaTAS1LA&t=1s
Psicologia Online: Como Ser Psicólogo?	1858	74	3	9	07:17	https://www.youtube.com/watch?v=6ISU9OEGs3I
Qual a diferença entre psicólogo e psiquiatra??	966	25	0	1	11:33	https://www.youtube.com/watch?v=BAhEx3fRjxU
Psicologia on-line: formação acadêmica do psicólogo	174	12	0	0	04:36	https://www.youtube.com/watch?v=CvOplhefhkU
Para que serve o psicólogo	2880	29	6	0	01:04	https://www.youtube.com/watch?v=45

						_HxErMkE
#DicasPsi - Quanto ganha um psicólogo?	39855	1800	63	169	06:35	https://www.youtube.com/watch?v=cC2D99Z9dqE
Como o Psicólogo pode te ajudar. Conheça sobre este profissional com a Psicóloga Raquel Shimizu	1397	65	1	4	05:42	https://www.youtube.com/watch?v=Z6eag-0035w
Psicólogo online. Como funciona?	4028	118	3	15	06:26	https://www.youtube.com/watch?v=3ZUK9ZtSX2o
#DicasPsi - Prontuários e Registros: o que o psicólogo deve arquivar?	6949	431	8	13	07:20	https://www.youtube.com/watch?v=nuEhvYnHqzM
Concurso da aeronáutica para psicólogo minuto psi # 2	4943	152	4	10	03:03	https://www.youtube.com/watch?v=hLnHdGzPpMw
#DicasPsi - o psicólogo pode atender online?	1167	69	1	14	08:35	https://www.youtube.com/watch?v=OVmrS96dl1Q
Qual é a diferença entre um psicólogo e um psicoterapeuta?	5609	245	12	8	03:47	https://www.youtube.com/watch?v=_ypl4BwgQVs
Psicólogo pode dar atestado?	2450	45	3	6	07:12	https://www.youtube.com/watch?v=C4Lj2CHzXwU
O psicologo sabe quando voce está mentindo?	23743	753	10	41	12:42	https://www.youtube.com/watch?v=rwQzBKQqP1Q
O que é Psicologia do Esporte e do Exercício? Existe um psicólogo do esporte?	4323	167	5	18	11:58	https://www.youtube.com/watch?v=kPatMF8YwII
Como saber se o psicólogo é um bom profissional	33046	1100	52	160	18:40	https://www.youtube.com/watch?v=ZrWZIC9Sqj8
Psicólogo Felipe Epaminondas - Dicas de como superar o nervosismo da prova de direção?	10070	416	6	49	05:28	https://www.youtube.com/watch?v=Y-jHMjIhajc
O que faz um psicólogo hospitalar Mariana	13458	801	2	31	05:42	https://www.youtube.com

Bonnás						/watch?v=kfCFm9dDZ2s
Ansiedade (Conversa com o Psicólogo)	1016	30	1	5	03:45	https://www.youtube.com/watch?v=CkZSRJEED6g
Aula de Psicologia - O Papel do Psicólogo na Vara de Família	6043	137	1	1	14:23	https://www.youtube.com/watch?v=tkoP31Yo098
Como o psicólogo hospitalar atende nos leitos Mariana Bonnás	6184	512	3	14	05:08	https://www.youtube.com/watch?v=jzfRre5BvrA
Psicologia Online: Como Ser Terapeuta Sem Ser Psicólogo?	592	21	0	1	05:10	https://www.youtube.com/watch?v=rauIo6up7uM
Aprenda com seus erros (Conversa com o Psicólogo)	537	25	2	10	07:41	https://www.youtube.com/watch?v=Tnda9sn4W1M
Meu filho usa drogas e não quer ajuda André Nunes Psicólogo	21418	1000	33	145	09:38	https://www.youtube.com/watch?v=MJFHpREd9kY
Código de Ética Profissional do Psicólogo	28919	895	15	25	10:42	https://www.youtube.com/watch?v=WW9c5n4F0kA
Como meu filho dependente irá pedir ajuda? André Nunes Psicólogo	10675	710	20	38	08:22	https://www.youtube.com/watch?v=7-3r6zbb1L8
Cuidado com a manipulação dos dependentes químicos? André Nunes Psicólogo	25340	912	26	83	09:42	https://www.youtube.com/watch?v=Yiruls2spnc
A diferença entre psicólogo, psiquiatra e psicanalista Bia Jiacomine	39769	3300	35	161	05:32	https://www.youtube.com/watch?v=HOFwC0gPols
Psicólogo explica como lidar com casos de abuso sexual	11368	166	7	3	06:20	https://www.youtube.com/watch?v=r6COOr3NB4kQ
Resumo do Código de Ética do Profissional Psicólogo	40908	1700	41	81	14:11	https://www.youtube.com/watch?v=4o8293yc0xc
Quem procurar: um coach ou um psicólogo?	22384	2000	18	116	07:11	https://www.youtube.com/watch?v=q7j

						TXHdbNoE
Entrevista na escola: o papel do psicólogo diante do professor, aluno, pais e demais profissionais.	6536	237	6	10	11:20	https://www.youtube.com/watch?v=hxPDEF0g2uw
Você se ama ? André Nunes Psicólogo	1953	158	2	9	09:26	https://www.youtube.com/watch?v=b16N2-bMcs8
Carreira de Psicólogo na Irlanda	6851	583	1	107	15:19	https://www.youtube.com/watch?v=kPQ1xfdwfUg
Desafio Profissão -- Psicologia: Psicólogo organizacional e do trabalho	4331	106	2	3	27:54	https://www.youtube.com/watch?v=Itwg4zNgxk4
Psicólogo On-line: Pensamento Muda Cérebro? Pesquisa Científica de Harvard Responde!	354	29	2	2	06:33	https://www.youtube.com/watch?v=6HvidY4GF0o
Como Posso Começar a Trabalhar Com Atendimentos Psicológicos Online? [O Psicólogo Online]	3327	151	0	21	07:30	https://www.youtube.com/watch?v=RtZuYyWeUJA
Primeira sessão com um psicólogo	4297	134	4	10	03:04	https://www.youtube.com/watch?v=eN9ywI9txrs
Livro Psicologia Sem Fronteiras [O Psicólogo Online]	734	25	1	3	02:04	https://www.youtube.com/watch?v=TqFFvC_17DU
Atuação do psicólogo no CRAS	4101	52	4	3	18:21	https://www.youtube.com/watch?v=zGszdfs0mqA
Psicólogo online: Como Descobrir a Autossabotagem Com Uma Palavra?	136	8	0	0	05:50	https://www.youtube.com/watch?v=ufHKG08YmnI
Os novos vícios, com o psicólogo Rossandro klinjey !!	1048	52	1	0	03:19	https://www.youtube.com/watch?v=MZe9JldiUjM
A melhor forma do psicólogo vender seu trabalho!	2728	129	3	7	07:28	https://www.youtube.com/watch?v=Ac-vbOtQKKU
Psicólogo online: Como Identificar Crença	192	14	0	0	05:22	https://www.youtube.com

Limitante						/watch?v=Ds5Y1vzWiAs
Psicólogo online: Como Mudar Comportamento, Hábito?	624	28	1	0	08:42	https://www.youtube.com/watch?v=XXObrOUUyms
Você já conversou com seu psicólogo esse ano?	3218	141	0	10	01:48	https://www.youtube.com/watch?v=x4bnXbBv9Bg
Psicólogo clínico ganha dinheiro? Um ano de formada em psicologia, o que estou fazendo?	70774	3800	66	251	17:41	https://www.youtube.com/watch?v=UCt_Ixe5bA0
Autoestima! Com o psicólogo Fred Mattos	40363	2800	25	206	27:08	https://www.youtube.com/watch?v=wKIQWikT0fI
O que significa seguir Jesus? O psicólogo Rossandro klinjey responde!!	1771	109	2	3	07:25	https://www.youtube.com/watch?v=_HEc8Rh_1Kk
Quando o psicólogo não fala nada	14423	626	19	63	09:50	https://www.youtube.com/watch?v=FAOodlew-fg
O que faz um psicólogo na Terapia Cognitivo Comportamental? Raquel Shimizu explica	29476	1300	17	48	06:40	https://www.youtube.com/watch?v=iroZVVSsFC8
Entrevista psicólogo Antônio Carvalho sobre Terapia Cognitiva Sexual - Sexualidade Masculina	391	15	0	Comentários desativados	19:23	https://www.youtube.com/watch?v=4EFKLIQ31z8
Psi, como apresentar uma proposta comercial? i psicologia empreendedora	2770	174	2	24	12:38	https://www.youtube.com/watch?v=M1QlikA2jJ4
Quer cura gay? Escute o psicólogo! - Suzana Andrade entrevista	890	60	3	2	13:46	https://www.youtube.com/watch?v=wy2U9Z3PhqI
Mães Narcisistas: psicólogo comenta matéria do Fantástico sobre mães com T. Personalidade Narcisista	7064	164	5	27	08:12	https://www.youtube.com/watch?v=iNqoQKttEPo
Como é feita a Terapia com o Psicólogo? Raquel Shimizu explica	8885	460	5	20	05:21	https://www.youtube.com/watch?v=H5UdxTVZLCk
Viktor Frankl: um	1630	54	1	1	04:38	https://www.

psicólogo no campo de concentração. parte 1 - clínica de psicologia - 014						youtube.com/watch?v=LBwp-SYjTfc
Preciso saber psicanálise para ser um bom psicólogo?	452	41	1	5	04:29	https://www.youtube.com/watch?v=ogyI3yTTQyM
Elogios em público X críticas em particular, com o psicólogo Rossandro klinjey!!	10991	651	10	4	11:17	https://www.youtube.com/watch?v=-JdkjzXdtQA
Como ser mais feliz: psicólogo, psicologia online, desenvolvimento pessoal alex tavares	169	22	0	1	07:56	https://www.youtube.com/watch?v=xhnAXke6k5A
Psicólogo deve saber hipnose?	2766	307	1	25	03:39	https://www.youtube.com/watch?v=VJBAbxd97c
"Devo procurar um psicólogo?"	3890	246	4	13	08:48	https://www.youtube.com/watch?v=I_ZLPgLKlcs
#DicasPsi - Psicólogo ou Psicanalista? Qual a diferença?	3417	180	23	17	06:03	https://www.youtube.com/watch?v=jFpjEMGNuOU
Psicólogo??? Por que preciso dele na bariátrica???	5244	285	3	9	05:49	https://www.youtube.com/watch?v=2IxNppzYJMA
Um Psicólogo Que Se Curou a Si Mesmo Da Síndrome do Pânico - Dr Antonio Maspoli	25896	1300	30	197	12:22	https://www.youtube.com/watch?v=gfGEwtjN2x4&t=4s
O psicólogo disse que a culpa é minha!	38166	3700	36	241	09:40	https://www.youtube.com/watch?v=WdQUjN2x4&t=5s
A despatologização das transexualidades e travestilidades pelo olhar da Psicologia - Parte III	4923	148	14	8	24:42	https://www.youtube.com/watch?v=2vftsfaBcfo
#DicasPsi - PSICOLOGIA CRISTÃ	7068	237	41	24	05:03	https://www.youtube.com/watch?v=QgnbmawmOHA
#Dicaspsi - estágio em psicologia - parte 01	5187	174	4	15	08:03	https://www.youtube.com/watch?v=qL

						IPbS9D3FE
workshop - Concursos Psicologia	73002	40	2	5	03:01	https://www.youtube.com/watch?v=M8qye-K5YMY
Desafio Profissão -- Psicologia Educacional e Escolar	10165	204	12	9	28:01	https://www.youtube.com/watch?v=UF8olluBqoc
Psicologia: O Curso e o Mercado de Trabalho	88238	5300	51	257	13:23	https://www.youtube.com/watch?v=1bJ-YN_IkeA
O que é Psicologia Transpessoal ?	8345	237	4	12	04:14	https://www.youtube.com/watch?v=TDhzX8y-GdU
Setores da Psicologia Jurídica Bia Jiacomine	38695	2600	23	95	05:13	https://www.youtube.com/watch?v=fzvzZkVjWMg&t=3s
Guia de Profissões Psicologia	19555	611	5	20	14:03	https://www.youtube.com/watch?v=HNfrshZUuY8
Psicopatologia - Você é normal? - Psicologia	23358	1800	24	136	09:12	https://www.youtube.com/watch?v=PQgaIu16010
#DicasPsi - Dicas para Primeira Entrevista em Psicologia	19614	901	11	42	07:52	https://www.youtube.com/watch?v=tNbapBK1IS4
O primeiro passo para sua carreira na psicologia	4519	201	5	5	05:46	https://www.youtube.com/watch?v=gD1knXaHKyw
Transtorno de personalidade borderline • psicologia • casule saúde e bem estar	27447	1400	24	122	09:44	https://www.youtube.com/watch?v=c8z9w99C5-8
Terapia de casal • Psicologia • Casule Saúde e Bem Estar	25838	1000	15	35	10:52	https://www.youtube.com/watch?v=NJkxXbaM8Ec
Chupetas na visão da psicologia	6999	515	10	53	25:49	https://www.youtube.com/watch?v=LKC6kOXgMTw
Áreas da psicologia	12018	596	5	15	09:45	https://www.

						youtube.com/watch?v=zVhwLW7kHC4&t=22s
Desafio Profissão -- Psicologia na Saúde Mental	3156	94	1	3	28:11	https://www.youtube.com/watch?v=QRvPQZAGuXw
Psicologia da Educação I	9803	163	10	10	17:33	https://www.youtube.com/watch?v=DSOgrx2UskA
Psicologia em Saúde: Principais Conceitos	29338	528	29	6	15:38	https://www.youtube.com/watch?v=Ra0pvKhMpv4
Há relação da terapia cognitiva com a psicologia positiva?	746	41	0	3	09:24	https://www.youtube.com/watch?v=Nmy7nMSK3iw
Meditação, psicologia, mindfulness e Apps!	31251	2700	28	79	04:59	https://www.youtube.com/watch?v=1sjNSxtVGDQ
Psicologia - curso e profissão	49287	3000	14	95	04:50	https://www.youtube.com/watch?v=858Rut5cBnE
Astrologia e Psicologia	14399	1800	24	133	05:15	https://www.youtube.com/watch?v=oYVoTPuExSQ
A História da Psicologia	26885	1000	21	79	31:29	https://www.youtube.com/watch?v=k4EEqT_Powg