

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

SAÚDE EM CONTEXTO DIGITAL: ÉTICA PROFISSIONAL EM DEBATE

Letícia Rafaela Aristeu de Queiroz

A adesão de profissionais da área da saúde às redes sociais responde às demandas geradas pela sociedade *hiperconectada* em que vivemos. O uso de plataformas de maneira isolada não representa um problema, podendo ser uma possibilidade digital para criar conexões com pacientes, estabelecer redes profissionais, educar e conscientizar a comunidade, além de promover o próprio trabalho. No entanto, alguns profissionais têm adotado estratégias, para se estabelecer nas redes, que contradizem as referências dos conselhos regionais e federais de suas áreas, desse modo, evidenciando a necessidade de orientação ética em contexto digital. A dimensão de tal comportamento é desconhecida, tendo em vista que não há divulgação pública sobre a quantidade de denúncias recebidas anualmente por diversos conselhos regionais, impossibilitando análise dos dados e cruzamento das informações.

Nos últimos anos, diversos conselhos criaram novas diretrizes em seus Códigos de Ética, para contemplar pautas referentes ao meio digital e estabelecer padrões de conduta condizentes, mantendo prin-

cípios fundamentais em vigência. Entretanto, o funcionamento das redes trouxe a necessidade de se desenvolver discussões mais profundas quanto às mídias, tendo em vista que soluções visuais são essenciais para ampliar as possibilidades de comunicação com as massas. Algumas áreas, como a odontologia, já estavam mais avançadas nesse debate e vinham estabelecendo seus princípios, as demais como fonoaudiologia, biomedicina, medicina e outras, adotaram ações e passaram a discutir tal assunto. Um questionamento essencial em meio a essa discussão é: quais os limites para a divulgação de imagens de pacientes como recurso de ensino, pesquisa e comunicação?

Assim como a resposta de muitos questionamentos levantados pela ciência, a resposta para essa reflexão é: depende. Desde 2020, observa-se um movimento dos conselhos federais, de diferentes classes da área da saúde, que visa flexibilizar a divulgação de arquivos de mídia de pacientes nas redes sociais, sendo estabelecidas resoluções que viabilizam a divulgação desse material e seu contexto de circulação, sem que se configure desvio ético. A máxima comum entre os conselhos é a necessidade de autorização do sujeito e/ou representantes legais para a divulgação de materiais, podendo ser realizada de forma escrita, através de um termo de consentimento livre e esclarecido, ou autorização previamente expressa. A partir do momento em que a divulgação de imagens por si só não caracteriza uma infração ética, é válida a discussão sobre o uso desse recurso nas mídias sociais e quais possíveis implicações a sua repercussão pode ter para o profissional, o paciente e a comunidade.

Nas mídias sociais como YouTube, Instagram ou TikTok, e também na mídia tradicional, soluções visuais são empregadas como recurso para prender a atenção do público e esclarecer o conteúdo científico que está sendo tratado, sendo uma ferramenta que auxilia no processo de compreensão da informação. As imagens de pacientes podem ser utilizadas como um recurso educativo, ilustrando para a população o assunto sobre o qual se fala. Entretanto, em relação a publicidade,

o uso de imagens de pacientes assume outra função, deixando os aspectos educacionais em segundo plano para dar espaço à **autopromoção** do profissional, como visto em postagens de “antes e depois”. Nesse caso, as redes do profissional se tornam um portfólio no qual seus pacientes são exibidos como certificados que atestam a qualidade de seu serviço, podendo essa prática ser interpretada e classificada como desvio de conduta e postura antiética, passível de penalização.

A repercussão desse material pode ser negativa de tal modo que o objetivo de autopromoção se perde e dá espaço à autodepreciação. Além disso, quando um sujeito vê, em suas redes sociais, uma imagem divulgada por um profissional com resultado final de um tratamento ou procedimento, a mensagem que está sendo emitida é de que, ao contratar os seus serviços, ele terá os mesmos resultados, e isso pode não ser uma verdade. Um dos princípios da saúde deve ser o atendimento humanizado e personalizado, se adequando às necessidades e demandas de cada paciente, não sendo possível garantir resultados idênticos para pacientes diferentes. A divulgação dessas imagens pode ser até mesmo compreendida como publicidade enganosa, por induzir ao erro no momento de aquisição do serviço, sendo uma prática que está em desacordo com o código de Ética e com o código do consumidor. Dessa forma, no momento da divulgação do material, o profissional deve ter o cuidado necessário para não criar expectativas irreais no público.

Outro aspecto que o profissional deve levar em consideração ao divulgar conteúdo nas redes, é a sua falta de controle sobre o modo como o material irá repercutir. O conteúdo pode atingir nichos diferentes daquele ao qual o profissional pertence e tomar um rumo que não seja compatível com a proposta inicial do material, expondo o paciente a situações que podem se tornar vexatórias. Assim, é responsabilidade do profissional orientar e esclarecer o paciente de maneira honesta no momento da solicitação de autorização, deixando o sujeito ciente de que a divulgação desse material pode acarretar consequências ne-

gativas que independem do profissional que realizou o atendimento, mas que, no entanto, o conteúdo pode ser retirado do ar a qualquer momento.

Apesar de salientar os potenciais problemas que a divulgação de informações dos pacientes nas mídias sociais pode acarretar, o propósito deste texto não é desencorajar os profissionais de saúde de participarem da produção de conteúdo *on-line*. Pelo contrário, buscamos fomentar uma reflexão consciente sobre o conteúdo compartilhado, visando desenvolver estratégias eficazes e éticas. Dessa forma, entre as opções viáveis, destaca-se a criação de conteúdo baseado em casos famosos, fictícios ou em vídeos virais, os quais possam ser integrados aos conhecimentos teórico-práticos do profissional, demonstrando sua competência no assunto.

Ao lidar com registros reais de pacientes, é imprescindível consultar o código de ética da profissão, orientando quais abordagens podem ser exploradas e quais devem ser evitadas. Embora não exista uma fórmula única para a produção de conteúdo, é fundamental que os profissionais estejam alinhados com os princípios éticos e legais para garantir a integridade e o respeito aos pacientes, bem como para preservar a credibilidade e a reputação da profissão.

REFERÊNCIAS

BARROS JÚNIOR, Roldão Alves de. Médico e influenciador: um estudo sobre a comunicação em saúde no Instagram. *In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste*, Goiânia. Anais [...]. p. 1-10, 2019.

BRASIL. Conselho Federal de Biomedicina. **Código de ética do biomédico**. Brasília, 2020.

BRASIL. Conselho Federal de Fonoaudiologia. **Código de ética fonoaudiológica**. Brasília, 2021.

BRASIL. Conselho Federal de Medicina. **Código de ética médica**. Brasília, 2018.

BRASIL. Conselho Federal de Odontologia. Código de ética odontológica. Brasília, 2020.

CAPRARA, Andrea; FRANCO, Anamélia Lins e Silva. A relação paciente-médico: para uma humanização da prática médica. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p. 647-654, 1999.

DA SILVA, Andreza Lisboa da; ARAUJO, Rodrigo Michell dos Santos; SCHNEIDER, Catarina Menezes; COLUCCI, Maria Beatriz. A fotografia no jornalismo científico: a divulgação da ciência e tecnologia na mídia impressa sergipana Cinform e Jornal da Cidade. **Anagrama**, São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 1-15, 2012. DOI: 10.11606/issn.1982-1689.anagrama.2012.46358. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/46358>. Acesso em: 10 jun. 2024.

MARTORELL, Leandro Brambilla; NASCIMENTO, Wanderson Flor do; GARRAFA, Volnei. Redes sociais, privacidade, confidencialidade e ética: a exposição de imagens de pacientes no Facebook. **Interface**, Botucatu, v. 20, n. 56, p. 13-23, 2015.

PINHEIRO, Thainanda da Silva *et al.* Conduas não profissionais no uso das mídias sociais por estudantes da área da saúde: revisão integrativa da literatura. **Revista eletrônica de comunicação, informação & inovação em saúde: RECIIS**, v. 17, n. 2, p. 431-443, 2023.