

MÍDIAS SOCIAIS: UM NOVO CENÁRIO PARA A MEDICINA

MAURÍCIO ANDERSON BRUM¹; PEDRO HENRIQUE ONGARATTO
BARAZZETTI²; FERNANDO PASSOS DA ROCHA³

¹Universidade Federal de Pelotas– maureecio@icloud.com

²Universidade Federal de Pelotas– barazzetti_ph@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas - Dpto. de Cirurgia Geral– fprocha.sul@terra.com.br

1. INTRODUÇÃO

O advento das mídias sociais, bem como sua popularização, causou uma revolução na comunicação e nas relações interpessoais. Dessa forma, a relação médico-paciente também sofreu mudanças. Médicos e estudantes de medicina também estão presentes nas ditas mídias sociais, seja com perfis pessoais ou perfis profissionais. A ampliação do mercado médico para este setor requer muita atenção, tanto que entidades médicas como o CFM (Conselho Federal de Medicina) sentiram-se na obrigação de criar normas para regulamentar o uso e proteger tanto o profissional quanto o paciente^{1,2,3}. Recentemente, a SBD (Sociedade Brasileira de Dermatologia) criou um manual para auxiliar a comunidade médica a se posicionar na internet⁴.

Da mesma forma, o estudante de medicina também está presente nesse meio, sendo necessário para ele o comportamento adequado⁵. Estudos falam que vários acadêmicos de medicina já puseram em seus perfis fotos com seus pacientes - o que de acordo com o código de ética médica é errado¹, mesmo com autorização prévia do paciente ou responsável. Além disso, já colocaram fotos fazendo uso de bebidas alcoólicas ou cigarros. Tais fotos, bem como publicações contendo opiniões particulares que, de maneira não intencional, agregam valor negativo à imagem do acadêmico^{6,7,8,9}.

É sabido também, que, embora proibido⁵, no âmbito da medicina estética é muito comum a utilização de fotos de pacientes para mostrar a eficácia do tratamento. Tais publicações são tidas como concorrência desleal e quebra de sigilo médico-paciente^{2,3}.

Portanto, é de extrema importância tanto para o médico quanto para o graduando saber desfrutar corretamente das mídias sociais, de maneira que consiga preservar a sua imagem e a do paciente.

2. METODOLOGIA

O presente estudo foi desenvolvido a partir das impressões dos autores e de pesquisa bibliográfica da literatura nacional e internacional, abrangendo manuais, relatos de impressões, estudos transversais, artigos de revisão e artigos originais publicados nos últimos anos. Os artigos foram obtidos nas bases de dados: SciELO - Scientific Electronic Library Online, LILACS - Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde, MEDLINE - Literatura Internacional em Ciências da Saúde e NCBI - National Center for Biotechnology Information. Foram usadas as palavras chave: social network, medical, medical

students, redes sociais, estudantes de medicina, ética médica, medical ethics. Foram selecionados trabalhos a partir do ano 2000, totalizando 15 publicações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um estudo feito no Brasil mostra quase que como opinião unânime, estudantes concordam que certos conteúdos podem difamar a reputação do médico, mas mais de 40% dos estudantes no mesmo estudo já postaram fotos/vídeos consumindo bebida alcoólica ou cigarros. Junto a isso, menos de 20% dos alunos que responderam a este questionário receberam instrução sobre profissionalismo online. As universidades avaliadas não tinham em seu plano de ensino o tema “profissionalismo online”, o que induz a suposição de que os alunos que alegaram já terem tido alguma orientação tenham a recebido de maneira informal e em grupos isolados, o que não garante uma orientação adequada⁹.

Atualmente, é comum a prática de postagem de conteúdos informativos para pacientes, que além de marketing pessoal, é um recurso de educar pacientes por meio da abordagem de conteúdo relativo a doenças e orientações médicas gerais^{10,11}. Tal recurso é válido e permitido pelo CFM^{1,4,9}.

Assim como fizeram as associações Americana, Australiana e Britânica^{12,13,14}, a SBD recentemente publicou um manual de comportamento profissional on-line. Em virtude da popularização das mídias sociais e da presença crescente do médico nesse meio, a Sociedade Brasileira de Dermatologia fez um manual claro e sucinto para orientar e incentivar o uso correto pelo profissional adequado à realidade brasileira, com certa aplicabilidade ao estudante, inclusive⁴.

Nossa realidade: no curso de Medicina na Universidade Federal de Pelotas muito pouco é comentado o tema de profissionalismo online de maneira formal, em sala de aula. No plano de ensino desta universidade, consta a disciplina de Bioética, que, de certa forma, é voltada para assuntos médicos e sobre o código de ética médica. A metodologia da disciplina promove o debate entre alunos e professor, porém pouco é discutido o comportamento online do estudante e do médico e tais discussões não são tão esclarecedoras a ponto de orientar o uso correto e ético das mídias sociais nesse âmbito. Na maioria das vezes, os esclarecimentos obtidos se dão por conversas informais com professores e com colegas.

4. CONCLUSÕES

As mídias sociais são ferramentas de potencial inegável, quando em serviço da medicina podem servir para marketing pessoal, “juntas médicas virtuais” e troca de arquivo médico. Da mesma forma, é benéfica para o paciente uma vez que este pode obter esclarecimentos tanto sobre profissionais - conhecer mais de seu trabalho, saber sua especialização - quanto sobre condições clínicas^{10,11}. A internet atualmente permite acesso a qualquer indivíduo à informações que antigamente ficavam restritas a congressos e a academias médicas.

A medicina permite uma vida profissional longa e no Brasil existem mais de 100 mil médicos com mais de 60 anos¹⁵. O uso das mídias sociais na medicina

provoca que mesmo o médico mais experiente também participe ativamente disso, facilitando e promovendo a interação entre as gerações de profissionais.

Sendo assim, fica ao encargo do médico filtrar suas informações em seus perfis pessoais e seguir o código de ética médica - que deve permanecer intocado - em seus perfis profissionais, embora os modos de manter a prática médica segura ainda estejam em desenvolvimento.

Por fim, acredita-se que o comportamento acadêmico seja tanto pela falta de informação - assunto pouco debatido nas universidades e quando discutido, é de maneira informal - quanto pelo fenômeno da desinibição online. Um maior debate a respeito do uso correto das mídias sociais na vida acadêmica pode melhor preparar o futuro profissional para essa ferramenta que, cada vez mais, faz parte da vida médica^{4,9}.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Conselho Federal de Medicina. **Código de Ética Médica** [on-line]. Brasília; 2010. Disponível em: http://www.cremers.org.br/pdf/codigodeetica/codigo_etica.pdf.
2. Brasil. Conselho Federal de Medicina. Resolução CFM Nº 1.974 de 14 de julho de 2011. Estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina, conceituando os anúncios, a divulgação de assuntos médicos, o sensacionalismo, a autopromoção e as proibições referentes à matéria. Diário Oficial da União. Brasília, 19 ago. 2011; Seção I, p. 241-244.
3. Brasil. Conselho Federal de Medicina. Resolução CFM Nº 2.126 de 16 de julho de 2015. Altera as alíneas “c” e “f” do art. 3º, o art. 13 e o anexo II da Resolução CFM nº 1.974/11, que estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina, conceituando os anúncios, a divulgação de assuntos médicos, o sensacionalismo, a autopromoção e as proibições referentes à matéria. Diário Oficial da União. Brasília, 01 out. 2015. Seção I, p. 131
4. Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) **Guia de boas práticas nas redes de sociais** [on-line]. 2018. Disponível em: <http://www.sbd.org.br/mm/cms/2018/08/15/sbd-a6-guiaboaspraticasversaoreduzida.pdf>
5. Jalali, A. and Wood, T. J. (2014), **Teaching medical students social media: must or bust**. Med Educ, 48: 1128-1129.
6. Avci, Kadriye et al. “**Assessment of Medical Students’ Attitudes on Social Media Use in Medicine: A Cross-Sectional Study**.” *BMC Medical Education* 15 (2015): 18.
7. Kang, J. et al. (2015), **Survey of medical students’ use of social media**. Clin Teach, 12: 373-377.
8. Chretien KC, Greysen SR, Chretien JP, Kind T. **Online posting of unprofessional content by medical students**. JAMA. 2009;302(12):1309–1315.
9. SOUZA, Edvaldo da Silva et al . **Ética e Profissionalismo nas Redes Sociais: Comportamentos On-Line de Estudantes de Medicina**. Rev. bras. educ. med., Rio de Janeiro , v. 41, n. 3, p. 412-423, Sept. 2017.
10. Denecke, K. et al. “**Ethical Issues of Social Media Usage in Healthcare**.” *Yearbook of Medical Informatics* 10.1 (2015): 137–147.

11. Joseph Mattingly, T. **"Innovative patient care practices using social media"** Journal of the American Pharmacists Association , Volume 55 , Issue 3 , 288 - 293
12. American Medical Association (AMA). **AMA Policy: Professionalism in the Use of Social Media.** [on-line]. 2010. Disponível em: <https://www.adventisthealth.org/nw/Documents/AMA-Professionalism-in-us-e-of-Social-Media-7-25-11.pdf>.
13. Australian Medical Association (AMA). **Social Media and the Medical Profession: A Guide to Online Professionalism for Medical Practitioners and Medical Students.** [on-line].2010. Disponível em: <https://www.cdhb.health.nz/News/Media-Guide/Documents/Guide%20for%20medical%20practitioners.pdf>.
14. British Medical Association (BMA). **Using social media: practical and ethical guidance for doctors and medical students.** [on-line].2011. Disponível em: <https://www.bma.org.uk/-/media/files/pdfs/practical%20advice%20at%20work/ethics/socialmediaguidance.pdf>
15. Associação Médica Brasileira (AMB). **Demografia médica 2018.** [on-line] 2018. Disponível em: <https://amb.org.br/wp-content/uploads/2018/03/DEMOGRAFIA-M%C3%89DICA.pdf>.