



AS PRINCIPAIS DÚVIDAS SOBRE **ÉTICA MÉDICA** **NAS MÍDIAS SOCIAIS**

Introdução

Hoje, praticamente todo mundo está presente em pelo menos uma das várias **redes sociais existentes**. Essas comunidades online, que revolucionaram a forma com que as pessoas se comunicam, também são uma importante ferramenta adotada por empresas e marcas para promover e divulgar serviços através do **marketing digital**. E, claro, os médicos não poderiam ficar de fora dessa.

No Brasil, as redes exclusivas para médicos ainda não deslançaram. Com isso, os profissionais da saúde acabam por fazer uso daquelas que são **mais comuns para o grande público**, porém para fins profissionais.

Esse costume acaba gerando alguns riscos, pois, além de existir a chance de ocorrer alguma **infração à Resolução** que dispõe sobre a publicidade médica, também pode acontecer de “vazarem” informações sigilosas dos pacientes simplesmente pela falta de conhecimento sobre o assunto. Dessa forma, é preciso estar muito atento às **confi-**

gurações de privacidade, já que qualquer informação postada, mesmo em grupos privados, pode acabar sendo compartilhada por outras pessoas.

Outra questão delicada a ser levada em consideração está na interação direta entre médicos e pacientes nas redes. Portanto, é bom identificar: **até que ponto a relação deve ser profissional ou de amizade?** Isso vai depender de cada caso concreto e do bom senso do profissional.

Além disso, a **publicidade médica** deve obedecer exclusivamente a princípios éticos de orientação educativa, não sendo comparável à publicidade de produtos e práticas meramente comerciais (**Capítulo XIII, artigos 111 a 118 do Código de Ética Médica**).

Conheça a seguir algumas dicas para que médicos não caiam nas “armadilhas” das mídias sociais.

Boa leitura!

Sumário

Atendimento somente no consultório	03
Tome cuidado com o relacionamento com o paciente	03
Não leve o consultório para as redes sociais	04
Cuidado com o que você curte ou compartilha	05
Esteja sempre seguro	05
Cuidado ao trocar experiências profissionais pelas mídias sociais	06
Cuide da sua imagem e do seu paciente	06
Não transforme o seu perfil em um outdoor	07
Depois de publicado é difícil ser apagado	07
Não se esqueça: médicos são formadores de opinião	08
Considerações Finais	09

Atendimento somente no consultório

De acordo com a Resolução 1974/2011, **médicos não estão autorizados a consultar**, diagnosticar ou prescrever por meio de qualquer meio de comunicação de massa ou à distância. A norma se aplica, inclusive, a **consultas por Skype** ou outras ferramentas de **teleconferência**.

Neste caso, a relação entre médico e paciente nas **redes sociais** deve se restringir a esclarecimentos de dúvidas e orientações simples, não devendo haver qualquer tipo de cobrança.

“Porém, **nada substitui a consulta presencial**, que não se resume apenas ao diálogo do profissional com o paciente”. O médico também deve observar alterações físicas e realizar os exames que julgar necessários e, por isso, **é preciso estar na presença do paciente**.

Tome cuidado com o relacionamento com o paciente

É interessante que a **relação entre médico e paciente** não se restrinja às paredes do consultório médico. A interação pelas redes sociais, em especial por aplicativos de mensagens instantâneas como o **WhatsApp**, por exemplo, estreita o relacionamento permitindo que o médico conheça melhor

formal possível.

Uma relação muito íntima ou até mesmo de amizade, no entanto, **mais atrapalha do que ajuda.**

Por isso, é muito importante ter cuidado com quem tem acesso às suas redes sociais e quais situações são próprias para conversar com o paciente **fora do consultório.**

Não leve o consultório para as redes sociais

Sim, as **mídias sociais** fazem parte das nossas vidas e gostamos de compartilhar momentos do dia a dia com nossos **amigos e seguidores.** Porém, tenha muito cuidado para não tornar seu perfil nas redes uma **extensão do consultório médico.** Além de ser proibido, isso pode violar o princípio da confidencialidade do paciente e levar à superexposição ou autopromoção.

Por isso, evite postar fotos de atendimentos, consultas, procedimentos ou até mesmo “selfies” com seus pacientes.

Cuidado com o que você curte ou compartilha

Muitas pessoas acreditam que podem escrever sobre aquilo que bem desejarem nas redes sociais e que jamais sofrerão retaliações por causa de suas publicações. Doce ilusão.

É preciso ter muito **cuidado não apenas com o que publicamos, mas também com o que curtimos e compartilhamos**. Isso porque as sanções aplicadas a esses casos são, muitas vezes, as mesmas utilizadas para punir autores de postagens que violam os princípios da liberdade de expressão na internet. Além disso, qualquer pessoa pode ter **acesso aos seus dados nas redes sociais**, principalmente se as suas opções de privacidade não forem tão rígidas.

Portanto, familiares, amigos, desconhecidos, colegas de trabalho e até mesmo supervisores podem estar ligados em suas postagens. Fique atento para não **escrever, curtir, comentar e nem compartilhar algo que possa comprometê-lo**.

Esteja sempre seguro

Opte por mídias sociais que ofereçam **segurança para transmissão de dados**. Utilize uma senha forte, diferente de outras mídias sociais e exclusiva. Isso pode prevenir o vazamento de suas informações e o acesso de ter-

ceiros aos seus perfis. Mantenha **softwares de proteção sempre ativos e atualizados**, independente se você utiliza um computador ou um smartphone. Tome cuidado com os links em publicações e propagandas. **Na dúvida, não clique.**

Cuidado ao trocar experiências profissionais pelas mídias sociais

Em respeito ao sigilo e também para evitar boatos e mal-entendidos, o ideal é que o intercâmbio de experiências ocorra por meio de **mensagens restritas**, em grupos fechados ou, preferencialmente, em mídias sociais profissionais específicas. Contudo, lembre-se de verificar quais usos a mídia social pode fazer de **suas informações**.

Cuide da sua imagem e do seu paciente

Verifique sempre as publicações em que foi marcado e, caso elas estejam associadas a condutas, produtos e discussões com as quais você não concorda, solicite que o responsável pela publicação remova a marcação. Da mesma forma, **seja prudente ao publicar conteúdo que exponha terceiros e busque sempre obter a devida autorização.**

Já para disponibilizar fotos de seus pacientes nas mídias sociais, mesmo que para discussão de casos com profissionais, você precisa da **autorização** deles. Você tem que respeitar o sigilo profissional e também a intimidade e privacidade do paciente garantidas constitucionalmente.

Não transforme o seu perfil em um outdoor.

A **Resolução CFM nº 1.974/2011**, bem como o **Código de Ética Médica**, dispõem que a publicidade médica deve observar princípios de orientação educativa, sendo objetiva, prudente e verdadeira.

Assim dispõe a Resolução: **“Entender-se-á por anúncio, publicidade ou propaganda a comunicação ao público, por qualquer meio de divulgação, de atividade profissional de iniciativa, participação e/ou anuência do médico.”**.

Depois de publicado é difícil ser apagado

O que você publica fica documentado e pode ser disseminado rapidamente, fugindo assim do seu controle. Portanto, **fique atento às suas declarações na internet** para não se arrepender mais tarde. Use linguagem adequada e

sempre reflita antes de fazer uma publicação. Na dúvida, não publique.

Estes apontamentos têm apenas o propósito de ressaltar que toda e qualquer divulgação de assuntos médicos, em especial os relativos à propaganda e publicidade, incluindo as modernas redes sociais, devem seguir rigorosamente as disposições do Código de Defesa do Consumidor e, igualmente, os termos da Resolução **CFM nº 1.974/2011**.

Não se esqueça: médicos são formadores de opinião

É sempre bom ter em mente que **médicos são pessoas muito influentes e importantes formadores de opinião**. As pessoas escutam o que médicos têm a dizer e muitas das informações passadas e compartilhadas por eles são tidas imediatamente como verdade, em especial pelo público leigo.

Além disso, a internet é uma excelente opção para encontrar e descobrir coisas novas, mas também é uma fonte inesgotável de conteúdos equivocados.

Para evitar que informações erradas sejam compartilhadas por aí, tenha muito cuidado com o que for postar e verifique sempre a **fonte das informações**.

Se você encontrar algum estudo novo e achar interessante compartilhá-lo com sua rede de amigos, procure informações sobre os autores e o local onde ele foi publicado. Encontrar o link original é sempre uma boa pedida para **evitar o constrangimento** de passar um boato adiante.

É preciso tomar cuidado também com as **restrições de direitos autorais**, especialmente quando for compartilhar vídeos, imagens ou textos de terceiros.

Cite sempre a fonte, dê os créditos e, quando necessário, peça a autorização do autor.

Esperamos que tenha
gostado deste e-book.

Nas próximas páginas você vai conhecer um pouco mais sobre quem produziu este conteúdo.



O **Grupo SOITIC** é um conjunto de empresas que a décadas leva soluções inteligentes com **agilidade e precisão** às necessidades do mercado brasileiro e internacional. Tem o propósito de transformar, com responsabilidade e inteligência, tecnologias em avançados meios que propiciam evolução a todos. Utilizamos a **Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)** como conhecimento crítico e inovador para melhoria de processos têm como objetivo auxiliar governos, empresas e pessoas a alcançar patamares elevados em qualidade, sustentabilidade e prosperidade em suas vidas e negócios.

0800 707 5900 | WHATS APP: (35) 9 9977 6505 - WWW.SOITIC.COM
COMERCIAL@SOITIC.COM | SKYPE: GERENCIACOMERCIALSOITIC



A **MEDSYSTEM S/V** iniciou-se em **1983** com uma idéia de mudar a rotina administrativa de um consultório médico que, como qualquer empresa, há séculos, acontecia do mesmo modo, ou seja, com métodos administrativos baseados em pessoas, materiais, canetas, papeis, carimbos e toda **rotina burocrática**. A informática nascia no Brasil e com ela a possibilidade de que paradigmas fossem vencidos e alterado

**0800 707 5900 | WHATS APP: (35) 9 9977 6505 - WWW.MEDSYSTEM.COM.BR
COMERCIAL@SOITIC.COM | SKYPE: GERENCIACOMERCIALSOITIC**



A **Agência ECOS** trabalha a comunicação e exposição com todos os recursos e potenciais de **propaganda e marketing**, a fim de trazer soluções ao cliente que valorizem a marca e seu **posicionamento no mercado**.

A Agência dispõe de **estúdios de fotografia, filmagem e áudio, equipados com o que há de mais moderno no mercado**. Assim, a **ECOS** tem como principal objetivo apresentar soluções rápidas e adequadas às necessidades de seus clientes.

**0800 707 5900 | WHATS APP: (35) 9 9977 6505 - WWW.ECOS.COM.BR
COMERCIAL@SOITIC.COM | SKYPE: GERENCIACOMERCIALSOITIC**