BOLETIM MEDICINA UFSC

AGOSTO 2024

Coordenador do curso:
Prof. Edevard Jose de Araujo

Subcoordenador do curso:
Prof. Antônio Reis de Sá Júnior

Chefe de Expediente:
Lucas Indalêncio de Campos

Editor:
Prof. Fabricio de Souza Neves
fabricio.souza.neves@ufsc.br

Editor Assistente:
André Silva Wagner
Mérieux Nshimiyimana

Universidade Federal de SC
Centro Ciências Saúde
Coord. Curso Grad. Medicina
Campus João David F. Lima
Bloco didático-pedagógico (E3) - HU
Trindade, FLN, SC
CEP 88040-970
Tel (48) 3721-2282
medicina@contato.ufsc.br
www.medicina.ufsc.br

Sumário

Artigos 14

A necessidade de um referencial de recomendações de comportamento nas mídias sociais para médicos e estudantes de medicina 14

APÊNDICE 23

Artigos

Revisão de Literatura

A necessidade de um referencial de recomendações de comportamento nas mídias sociais para médicos e estudantes de medicina

Vitor de Carvalho.
Orientador: Edevard J. de Araújo.

RESUMO:

Introdução: Na última década, as redes sociais consolidaram-se amplamente como plataforma de divulgação de conteúdos, o que pode ser justificado por sua capacidade de alcance e facilidade de acesso. Nesse sentido, o relacionamento humano tem mudado expressivamente, gerando, também, impactos na área médica. Associações médicas, hospitais e faculdades de medicina, ao observar essa problemática, tomaram a iniciativa de elaborar referenciais de recomendação de conduta online para seus membros a fim de evitar repercussões negativas para a profissão e fomentar o bom uso das redes. Objetivo: Discorrer sobre a necessidade de elaboração de um referencial de comportamento nas mídias sociais para médicos e estudantes de medicina e apontar e analisar os tópicos mais frequentes baseados em instituições, universidades e hospitais de referência. Métodos: Estudo descritivo transversal elaborado por meio do levantamento e da análise de recomendações de conduta para médicos e estudantes de medicina nas redes sociais produzidos por universidades, hospitais e associações médicas pelo Brasil e pelo mundo mediante o acesso aos websites de cada instituição. Resultados: Foram selecionados e analisados 17 documentos, sendo 6 brasileiros e 11 internacionais. As orientações mais frequentes abordam o sigilo médico, a publicidade médica, a manutenção da imagem e o comportamento profissional e pessoal nas redes. Conclusão: É pertinente para hospitais e faculdades de medicina a formulação de manuais de conduta nas redes sociais para seus profissionais e estudantes, a fim de promover o exercício ético da profissão na esfera pública, evitando constrangimentos e prejuízos à imagem da medicina.

Indexadores: Medicina, Ética médica, Rede social, Comportamento online.

DOI: 10.32963/bcmufsc.v10i2.7093

INTRODUÇÃO:

Na última década, as mídias sociais consolidaram-se amplamente como plataforma de divulgação de conteúdos, o que é reforçado, principalmente, por sua capacidade de alcance e facilidade tanto de publicação quanto de acesso à informação.[1] Nesse contexto, o relacionamento humano tem mudado expressivamente, uma vez que qualquer indivíduo hoje tem o poder de publicar, comentar e opinar acerca dos mais diversos temas e com um potencial de disseminação praticamente ilimitado.[2] Na medicina, as implicações desse estabelecimento das redes sociais são inúmeras, indo desde a possibilidade de seu uso de maneira profissional, como meio de divulgação de conhecimento e de publicidade médica, até as intercorrências morais e éticas possivelmente ocasionadas pelo seu uso de modo pessoal.[3] É importante ressaltar que, pelo seu caráter recente, as redes sociais, em muitos aspectos, carecem de diretrizes acerca do comportamento e da conduta dos seus usuários.[4] No meio médico, não é diferente, visto que não há consenso sobre a adequada conduta dos profissionais nas redes sociais, sobretudo no que tange ao uso pessoal das mídias. No Brasil, o abrangente Código de Ética Médica (CEM), referencial que fundamenta a prática da medicina de maneira geral, foi atualizado antes da massificação das plataformas virtuais, não considerando as particularidades da rede.[4,5] Nessa conjuntura, o que se observa é a iniciativa por parte de instituições e associações médicas, bem como hospitais e faculdades de medicina, para a formulação de referenciais de orientações próprios sobre o uso das mídias sociais por médicos e estudantes de medicina.[6–11]

O uso profissional das redes sociais já é prática frequente entre trabalhadores da saúde.[12] Por meio de perfis profissionais em aplicativos como *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, médicos divulgam seu trabalho e promovem publicidade a fim de captar pacientes.[13] Inegavelmente, essa tecnologia pode trazer benefícios diversos à prática médica e à relação médico-paciente, como um melhor conhecimento do profissional que se está consultando e de seu trabalho. No entanto, a conduta *online* inapropriada tem o potencial de comprometer a integridade profissional, a relação médico-paciente, a confiança pública na profissão e a imagem da medicina.[3,8] Esse problema pode ser potencializado quando redes sociais como *Instagram* e *TikTok* começam um processo de monetização, o qual, basicamente, resume-se à remuneração de perfis de acordo com seu número de visualizações, curtidas e seguidores.[14] Os chamados influenciadores digitais são os trabalhadores que usufruem desse sistema e já oficializam uma profissão no Brasil.[14] Atualmente, levam essa denominação aqueles que são relevantes para um grupo de pessoas, reunidas no universo virtual, exercendo grande influência sobre elas.[13] Nesse contexto, um médico especialista, ou que elabore conteúdo de uma área específica em seu canal nas redes sociais, ganha ainda maior responsabilidade ao se tornar influenciador digital.[13] Assim, resoluções normativas quanto à conduta e ao comportamento médico nas mídias sociais são fundamentais a fim de se defender a integridade da profissão.

Associado a isso, o uso indevido dos perfis pessoais de médicos e estudantes de medicina nas redes sociais reforça ainda mais a problemática, sendo uma questão consideravelmente mais difícil de se ponderar, por abranger aspectos morais e éticos mais subjetivos e não diretamente relacionados ao âmbito profissional.[4,8,15] O fato é que a forma como o médico ou estudante de medicina atua em suas redes sociais pode repercutir profissionalmente. Nesse sentido, é válido ressaltar que um importante número de associações e instituições médicas pelo mundo já demonstraram preocupação sobre o tema e elaboraram seus próprios guias de conduta *online*.[1,6–11] A *Australian Medical Association* resume: "Você é sempre um médico... Pense cuidadosamente sobre suas publicações nas mídias sociais, se você ficaria confortável sabendo que seus pacientes ou colegas de profissão as vissem".[8] Portanto, as publicações e as mensagens reproduzidas *online* devem requerer cuidado, sobretudo pela facilidade de disseminação e pelo alcance delas, uma vez que as políticas de privacidade das redes não são totalmente seguras.[8] Por esse prisma, na última década, faculdades de medicina, associações médicas e hospitais pelo Brasil e pelo mundo têm investido na criação de referenciais de comportamento próprios, a fim de proteger médicos e estudantes de medicina individualmente, bem como a classe médica e suas instituições. Dentre as recomendações, a prioridade recai sobre a manutenção do sigilo médico em qualquer instância, seja por publicação ou mensagem, inclusive em casos em que apenas o próprio médico e o doente, em teoria, possam identificar de quem ou de que se trata.[1,4,6–11] Além disso, outra preocupação frequente, acima de tudo em universidades e hospitais privados, é com a possível associação entre opiniões pessoais e a instituição à qual o profissional ou o estudante é vinculado. Nesse caso, a orientação é evitar postagens com uniformes, emblemas ou em locais de trabalho reconhecíveis.[6,7,10,11] Outros cuidados dizem respeito a evitar compartilhar ou comentar, mesmo que em mídias particulares, posicionamentos polêmicos, desrespeito à diversidade e condutas discriminatórias e informações

que possam acarretar difamação, calúnia ou injúria.[4,8,13] Por fim, sobre o uso das mídias sociais de forma pessoal, a maioria desses guias de conduta resumem-se ao uso bastante reservado e cauteloso, quase que estendendo o código de ética médica ao meio virtual, uma vez que não há garantias de segurança e privacidade nas mídias, e conteúdos particulares ou opiniões individuais podem impactar negativamente a imagem do profissional e da comunidade médica.

Portanto, a existência de diretrizes que estabeleçam a conduta adequada de médicos e estudantes de medicina nas mídias sociais é fundamental, já que a legislação brasileira vigente e as resoluções normativas do CEM são insuficientes, e a falta de orientação quanto ao comportamento nas redes é potencialmente grave e prejudicial à classe médica. Sendo assim, um referencial de recomendações sobre o assunto não só evitaria repercussões negativas, como também ajudaria a promover o bom uso das redes, diminuindo constrangimentos, desinformação, sensacionalismo e má atuação profissional.

OBJETIVOS:

Discorrer sobre a necessidade de elaboração de um referencial de comportamento nas mídias sociais para médicos e estudantes de medicina e apontar e analisar os tópicos mais frequentes baseados em instituições, universidades e hospitais de referência. A partir disso, propor um documento com orientações de conduta próprio para os estudantes de medicina da Universidade Federal de Santa Catarina.

MÉTODO:

Trata-se de um estudo descritivo transversal elaborado por meio do levantamento e da análise de recomendações de conduta para médicos e estudantes de medicina nas redes sociais produzidos por universidades, hospitais, associações e instituições médicas pelo Brasil e pelo mundo. A pesquisa foi realizada mediante o acesso aos *websites* de instituições médicas, universidades e hospitais de reconhecimento nacional e mundial, buscando informações relacionadas a recomendações de atitude dos seus membros no meio virtual, como manuais de comportamento *online* e códigos de conduta. A partir disso, prosseguiu-se com a análise desses documentos, visando compreender as justificativas de cada orientação e realizando a comparação entre os tópicos mais frequentes e a importância deles na estruturação de um comportamento médico visto como adequado nas redes sociais.

Os critérios de seleção dos documentos foram, em primeiro lugar, a composição diversa do levantamento, buscando documentos de grandes centros e entidades nacionais, norte-americanas e europeias, em número similar, visando também a diversidade entre os tipos de instituições, como hospitais públicos e privados, associações médicas regionais, sociedades de especialidades médicas e faculdades de medicina. Com isso, após a pesquisa inicial, optou-se pelos documentos que expunham um maior número de recomendações e que promoviam um melhor detalhamento delas.

RESULTADOS:

Dentre referenciais de comportamento, manuais de conduta e outros guias de boas práticas para médicos e estudantes de medicina nas redes sociais, foram selecionados e analisados 17 documentos. Entre eles, 6 eram de instituições brasileiras, sendo a maior parte do estado de São Paulo, e 11, de instituições internacionais, sendo a maioria americana. Sobre o tipo de instituição, 5 eram informativos de universidades, 7 de associações médicas e 6, de hospitais, sendo estes majoritariamente privados.

Constam entre as instituições nacionais: Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, Sociedade Brasileira de Anestesiologia, Hospital Israelita Albert Einstein, Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo, Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo e Sociedade Brasileira de Dermatologia. Já o referencial internacional é composto por: *Australian Medical Association*, *American Medical Association*, Divisão de Ciências Médicas da Universidade de Oxford, Faculdade de Medicina da Universidade de Toronto, Escola de Medicina da Universidade de Stanford, *British Medical Association*, *Massachusetts General Hospital*, *Mount Sinai Health System*, *Cleveland Clinic*, Escola de Medicina da Universidade de Nottingham e *American Medical Students Association*.

Sobre o conteúdo dos documentos, observa-se a maior frequência dos tópicos que tratam da manutenção do sigilo médico nas mídias sociais, seguidos da preocupação com a publicação de fotos em ambientes de trabalho, sobretudo as 14 que contemplem logotipos ou emblemas da instituição, e das orientações de cuidado com o conteúdo compartilhado nas redes, seja em perfis profissionais ou pessoais.

Comparativamente, instituições americanas compõem a maior parte das produções acerca do

assunto. No âmbito nacional, a maior quantidade de conteúdo sobre orientações de comportamento nas redes sociais para médicos parte de entidades paulistas. No estado de Santa Catarina, no que tange a hospitais, associações médicas e faculdades de medicina, não foram encontrados documentos sobre o tema.

A Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH), responsável pela coordenação de 41 hospitais universitários do Brasil, em seu site, apresenta um documento intitulado Manual de Conduta em Mídias Sociais, o qual aborda aspectos de gerenciamento das mídias digitais dos hospitais vinculados à empresa. O guia traz recomendações sobre a estruturação dos canais de informação *online* dos Hospitais Universitários, incluindo redes sociais e sites, servindo, desse modo, como um referencial aos profissionais de comunicação e *marketing*, não abrangendo orientações de comportamento a seus funcionários ou estudantes de medicina das universidades associadas.[16]

Além disso, é importante salientar que algumas universidades brasileiras e estrangeiras possuem referenciais de conduta nas redes sociais amplos para seus estudantes, como é o caso da Universidade de Harvard, da Universidade de Cambridge e da Universidade Federal de Santa Catarina, porém seus artigos não contemplam as especificidades da área médica.[17–19]

Salienta-se que, durante a elaboração deste trabalho, o CFM publicou a Resolução nº 2336/23, em 13 de setembro de 2023, norma a qual entra em vigor 180 dias após a publicação e dispõe sobre atualizações quanto à publicidade e à propaganda médica em redes sociais.[34]

DISCUSSÃO:

A percepção da necessidade e da importância de se abordar a ética médica de modo específico no meio *online* surgiu com a crescente constatação de incongruências de comportamento de estudantes e profissionais de acordo com os códigos de ética vigentes no Brasil e em outros países do mundo, bem como com a insuficiência desses documentos quanto a situações específicas desse meio.[20] Isso mostrou-se dever tanto ao fato de o mundo virtual ter instaurado a possibilidade de novas modalidades de condutas indevidas, antes inexistentes, quanto, principalmente, à ideia dos usuários das redes de que os conceitos morais e éticos do universo real parecem não se aplicar às mídias *online*.[15]

Quanto ao primeiro caso, os estudos apontam práticas outrora inimagináveis, mas que hoje se configuram frequentes, ainda que consideravelmente inadequadas, como estabelecer contato com pacientes através de seus perfis pessoais em redes sociais; realizar postagens tratando de casos clínicos de maneira informal e com vistas à autopromoção e à captação de pacientes; publicar de modo rotineiro fotos em ambiente profissional, expondo colegas de trabalho e doentes; divulgar terapêuticas de forma generalista por meio de publicações facilmente propagadas, sem fornecer o devido suporte e acompanhamento aos pacientes; entre outros.[4,21,22]

Por outro lado, no que concerne à concepção de os preceitos morais e éticos das redes sociais serem considerados pelos seus usuários como divergentes daqueles do mundo real, o debate apresenta-se mais amplo, subjetivo e impalpável, sendo elencados diversos motivos antropológicos e sociais em sua composição.[21] Um deles é a falsa impressão de impessoalidade ocasionada pela interação social através das telas, a qual parece promover uma noção de impunidade ao usuário, deixando-se entender que não somente a lei não poderia atingi-lo como também o julgamento moral e ético.[20,21] Outro porquê levantado relaciona-se à ideia ilusória de importância que as redes sociais despertam em seus usuários, o que pode ser justificado pela capacidade de alcance aparentemente ilimitada de publicações e comentários *online*, pois, de fato, qualquer pessoa do mundo pode ter acesso a um post público no *Twitter* ou no *Instagram*, por exemplo.[15,20,21] Essa condição, por sua vez, não se traduziria necessariamente em um poder de influência verdadeiro, porém notoriamente serviria de estímulo a comportamentos destoantes da vida real com aspectos mais histriônicos, compulsivos e polêmicos.

Por essa ótica, as relações interpessoais e a conduta humana tendem a ser expressivamente distintas na internet,[21] o que torna presumível a insuficiência de códigos de ética profissional os quais não abrangem essas particularidades. Nesse contexto, tais aspectos são de fundamental relevância para compreender-se a problemática do comportamento médico nas redes, uma vez que estruturam a ação humana no meio *online*, e entendê-los permite a elaboração de soluções de forma pragmática e eficaz, por meio de guias e referenciais de conduta que levam em consideração a conjuntura como um todo.

A manutenção do sigilo médico nas redes sociais caracteriza-se como a maior preocupação das instituições quanto ao tema. O caráter viral que possíveis vazamentos de informações de pacientes podem atingir reforça essa atenção, havendo em boa parte dos referenciais de conduta um maior detalhamento e exemplificação de casos de quebra de sigilo nas redes, sobretudo aqueles que poderiam passar despercebidos em um primeiro

momento. Sobre o assunto, a Faculdade de Medicina da Universidade de Toronto e a Associação Australiana de Medicina compartilham sentenças similares em seus guias e que se complementam. A primeira diz: "Estas orientações (sobre a não publicação de dados dos pacientes nas redes) aplicam-se mesmo se apenas o médico e o paciente puderem identificar de quem se trata a publicação com base nas descrições publicadas".[11] Já a instituição australiana fala: "Lembre-se da possibilidade de identificação do paciente por outros motivos, como data e horário da publicação, local e dados identificáveis por outras pessoas como parentes ou colegas de trabalho".[8] Essas e outras entidades, então, sugerem o consentimento escrito dos pacientes antes de qualquer publicação que contenha elementos médicos, como trechos de prontuário, exames de imagem ou fotografia de lesões, mesmo que sem identificação.[4,13,23,24] É interessante ressaltar que essa questão segue o regimento do CEM, o qual, em seu artigo 73, estabelece de maneira resumida e objetiva as exceções para a quebra do sigilo profissional, a saber "motivo justo, dever legal ou consentimento, por escrito, do paciente".[5] Nesse sentido, a importância dos manuais que tratem do assunto compreende especialmente o detalhamento e a exemplificação de possíveis casos de rompimento de sigilo *online*, servindo de reforço ao código de ética. Ademais, é válida a ressalva de que o consentimento por escrito configura somente exceção à quebra de sigilo, não tornando permitida a publicação de informações de pacientes com fins de autopromoção, concorrência desleal ou sensacionalismo, conteúdo destacado pela Resolução nº 2126 de 2015 do Conselho Federal de Medicina (CFM).[25]

Ainda sobre o sigilo profissional, a Sociedade Brasileira de Anestesiologia (SBA) dá ênfase a outro ponto interessante e que regularmente é desconsiderado. A SBA se refere à troca de informações e à discussão de casos clínicos de modo informal em aplicativos de conversa e mídias sociais com envio de mensagem, prática a qual é considerada "irreversível" pela instituição, sendo elencadas recomendações práticas a fim de se garantir a observância do CEM nessas ocasiões. Ressalta-se, então, que todos os usuários os quais têm acesso às informações devem ser médicos, a fim de estarem acobertados pelo mesmo dever de sigilo profissional; que, novamente, as discussões jamais poderão fazer referência a casos clínicos identificáveis, exibir pacientes ou seus retratos; e que o médico assistente é o responsável pelo resguardo do sigilo, respondendo os demais profissionais de forma subsidiária ou regressiva, mas que estes são totalmente responsáveis pelas consequências de seus comentários e opiniões. Por fim, a SBA sintetiza: "é necessária uma reflexão do médico para analisar se a discussão em uma rede social beneficia o paciente; possui o seu consentimento; é necessária; é realizada apenas por médicos; é realizada apenas com os dados necessários, sem identificar o paciente".[4]

Retomando a Resolução nº 2126/15 do CFM, que norteia e atualiza as normas da propaganda em medicina, salienta-se que o documento amplia os conceitos éticos prévios acerca da publicidade médica e aborda algumas particularidades de conduta nas mídias sociais.[25] Os anúncios médicos, a saber, são tema de frequente discussão e diálogo por conselhos e sociedades da profissão, sendo constantemente seus regimentos analisados e atualizados, fato que já ocorre desde antes do advento das redes.[4] Nesse âmbito, o meio virtual definitivamente impulsionou a capacidade de divulgação das propagandas médicas, tornando-as mais facilmente criadas, compartilhadas e acessadas pelo público, o que acarreta ainda mais importância à sua regularização e à sua fiscalização.

Atualmente, nenhuma mídia social detém políticas de regulamentação de publicidade profissional as quais disponham de análise acerca da veracidade de informações de currículo ou de dados científicos publicados. Logo, na área médica, essa inspeção fica a encargo dos próprios conselhos regionais ou de denúncias de outros usuários da rede, o que configura um trabalho bastante extenso e complexo, haja vista o crescente número de perfis médicos profissionais em aplicativos como o *Instagram* e *Facebook*.[26]

A Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) e o Conselho Regional de Medicina de São Paulo (CREMESP), em seus diferentes guias de boas práticas, trazem possíveis tipos de propaganda indevida nas redes por meio de exemplos e da conformidade com o CEM. Dentre eles, destacam-se a divulgação de especialidades reconhecidas pelo CFM por médicos não especialistas ou mesmo de especialidades não reconhecidas, como *Medicina Ortomolecular, Medicina Integrativa, Medicina Estética*; divulgar técnicas ou tratamentos sem elencar a referência ou os quais não possuam comprovação científica; atribuir a si capacidade privilegiada seja comparando-se a outros profissionais ou fornecendo garantia de sucesso com seu método; publicar fotos com pacientes populares, celebridades ou pessoas de interesse. Por fim, esses referenciais sintetizam, amparados na sentença do CFM de 2015, que a concorrência médica jamais deve usar-se de elementos de deslealdade, autopromoção e sensacionalismo.[13,24,27]

Fato curioso é que, comparativamente entre os referenciais pesquisados, a ênfase no tema publicidade médica é dada sobremaneira pelos documentos nacionais. De todos os guias de conduta internacionais estudados,

somente a *Australian Medical Association* aborda o assunto dos anúncios médicos nas redes, de forma que os demais sequer citam esse tópico, mantendo o foco nas nuances do sigilo médico e do comportamento *online*.[8] Essa sociedade condensa que a prática profissional nas redes deve estar em conformidade com o regimento do arquivo *Guidelines for Advertising Medical Council of New Zealand*, ressaltando uma questão à parte, a qual também é apontada no Guia de Boas Práticas do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (HCFMUSP), que é a publicação de testemunhos de pacientes agradecendo o serviço e parabenizando o profissional pelo trabalho com vistas à autopromoção, conduta indevida e aparentemente frequente não só no Brasil como no exterior.[1,8] Essa ausência de enfoque na propaganda médica pelas referências internacionais possivelmente deve-se ao fato de que os respectivos conselhos médicos já detêm resoluções atualizadas que tratam do assunto e de suas particularidades nas redes sociais, bem como de uma fiscalização eficiente, o que parece não ocorrer no Brasil.

Ainda sobre a prática profissional inadequada nas redes, as publicações de caráter informativo, como vídeos ou textos que explicam determinada doença ou tratamento para o público leigo, devem sempre possuir clareza e ser pautadas em conceitos científicos reconhecidos e não controversos ou polêmicos, evitando o sensacionalismo, a desinformação e as possíveis repercussões negativas na sociedade, como medo e preocupação desnecessária.[5] Nessa questão, a Universidade de Toronto, a *British Medical Association* (BMA) e o CREMESP reforçam em seus documentos a importância que um pronunciamento médico em redes sociais carrega.[11,13,28] Segundo a faculdade canadense, os profissionais não devem deturpar suas qualificações ao oferecer conselhos médicos em postagens *online*. Tais publicações têm de cumprir papel exclusivamente de ensino e informação à sociedade. Da mesma forma, os médicos não devem publicar conteúdos que remetem a orientações terapêuticas generalistas, sem considerar as particularidades do amplo público que pode ter acesso à matéria. Exemplo disso seriam as postagens indicando determinado medicamento para alguma condição, fato que poderia fomentar a procura da terapia por doentes sem a avaliação médica devida, ou seja, uma publicação com caráter prescritor e que estimula a automedicação.

Outro ponto, a preocupação com a imagem da instituição nas redes sociais, é notório e evidenciado pelos referenciais dos hospitais e das universidades pesquisadas. As organizações *Mount Sinai Health System*, *Cleveland Clinic* e *Massachusetts General Hospital* enfatizam que, enquanto membros, os profissionais devem evitar o compartilhamento e o comentário de assuntos polêmicos, temas políticos ou conteúdos ofensivos em seus perfis profissionais ou pessoais, uma vez que, além da perda de credibilidade, pode haver a associação de posturas ou ideologias individuais com a empresa. Pelos documentos dessas e de outras instituições, como Hospital Israelita Albert Einstein e Santa Casa de Misericórdia de São Paulo, não é explícita a existência de um sistema de vigilância e fiscalização de seus funcionários nas redes, mas, pelo teor de zelo e preocupação com a imagem, subentende-se que algum supervisionamento deve ocorrer para garantir o cumprimento dessas normas. Nesse sentido, tal cuidado com a imagem expõe, mesmo que por cunho institucional, que a prática pessoal nas mídias acarreta consequências profissionais.[6,7,29–31]

Muito embora não seja um conteúdo abordado com minúcia na grande maioria dos referenciais estudados, o uso inadequado das redes sociais em perfis pessoais privados gera preocupação nas sociedades médicas globalmente.[8,9,15,20] Todavia, não se encontram descrições detalhadas de recomendações desse tema, sobretudo comparando-se às questões de sigilo médico e uso profissional das mídias, carecendo, pois, de exemplificações e, por vezes, apenas reforçando orientações amplas, gerais e de bom senso. Seguindo essa linha, destacam-se conselhos como "seja respeitoso"; "fuja das *fake news*"; "evite posicionamentos polêmicos"; "pense bem antes de publicar"; "não publique nada *online* que você não gostaria de ver na vida real"; "evite compartilhar por impulso"; "separe seus perfis pessoal e profissional"; "proteja sua privacidade". Como também afirmações do tipo: "devemos reconhecer que as ações *online* e o conteúdo publicado podem afetar negativamente suas reputações, ter consequências em suas carreiras e prejudicar a confiança pública na profissão"; "seu caráter profissional pode ser julgado de acordo com a maneira que você se comporta *online*"; "somos sempre profissionais e a nossa postura quando projetada para a esfera profissional não pode macular ou gerar conflitos".[1,8,9,13,30,32,33] Sendo assim, notam-se, em suma, sentenças abrangentes e, claro, apropriadas, mas bastante amplas e que não contemplam os pormenores da questão e não discorrem sobre o que seriam condutas adequadas ou indevidas nas redes sociais pessoais de médicos ou estudantes.

É notável que a forma como os profissionais da medicina comportam-se em suas vidas privadas, fora do ambiente de trabalho, é interligada e reflete na sua vida profissional, o que, aliás, é inerente a qualquer profissão. O caso é que as mídias sociais, por sua parte, parecem impulsionar esse impacto, uma vez que

fotos e comentários tornam-se públicos e acessíveis, e boa parcela da população tem o poder de os julgar, contratempo que no passado era bem menos frequente, haja vista a popularização relativamente recente da vida *online*. Nessa linha, questiona-se a aplicabilidade da elaboração de normas detalhadas sobre o que é correto e incorreto e sobre como deve ser o comportamento de um indivíduo médico nas mídias sociais no que tange ao uso pessoal privado e por lazer, e, por isso, grande parte dos referenciais de conduta analisados tratam o tema por meio de conselhos e afirmações mais abrangentes e já bem estruturadas e aceitas, evitando polêmicas e controvérsias. É importante ressaltar que nenhuma das 17 organizações médicas analisadas possui em seus documentos orientações sobre a postagem em perfis pessoais de fotografias em ambientes de lazer, como praias, festas e celebrações, ou consumindo bebidas alcoólicas, por exemplo, situações que rotineiramente levantam discussões na mídia, porém que, no entendimento das sociedades da profissão, são permitidas, desde que com sensatez.

A SBD e a *Australian Medical Association* são duas instituições que oferecem mais ênfase e detalhamento sobre o uso pessoal das redes em seus referenciais de conduta.[8,24] A primeira diz: "O comportamento nas redes sociais diz muito sobre seus usuários. Mostra como você é como pessoa. Justamente por isso, é preciso ser prudente e manter uma boa postura, não se expor demais e saber responder e reagir às críticas e aos comentários negativos". Segundo a associação, um dos grandes problemas do comportamento nas redes é a vontade de expor, sejam opiniões pessoais ou a própria vida privada, e isso, muitas vezes, passa dos limites.[24] A orientação, portanto, é conter-se e ser reservado, cuidando, assim, da própria imagem. Já a segunda fala: "Antes de postar, pergunte-se sempre o que seus pacientes, colegas e empregadores achariam", considerando que essas pessoas são também público das postagens pessoais, não apenas seu círculo de família e amigos, pois "você é facilmente identificável nas redes, basta seu nome completo, uma foto e uma busca rápida" e, mesmo com perfis privados, não se tem garantia contra vazamentos ou *prints*.[8] A associação, então, dá o exemplo de uma situação ilustrativa em que um médico faria um comentário impulsivo em um fórum *online*, e a pessoa a qual foi ofendida pelo texto pesquisa o nome do profissional e encontra seu local de trabalho, denunciando ele ao hospital por meio de um print do comentário. Logo, deve-se considerar que as atitudes *online* são sempre registradas e, de alguma forma, podem prejudicar a imagem profissional. Por isso, um bom resumo encontra-se na sentença: "Você é sempre um médico. Pense cuidadosamente antes de publicar nas redes".[8]

Quanto à Resolução 2336/23 do CFM, publicada durante a redação deste trabalho, observa-se uma ênfase importante sobre a conduta profissional da classe médica nas mídias digitais, sendo o centro do debate a atualização e a adaptação dos conceitos éticos da publicidade e da propaganda no meio virtual. Ressalta-se que boa parte dessas novas normas foram abordadas neste estudo, como pôde ser observado na discussão anterior sobre publicidade médica, a qual foi inteiramente pautada na Resolução 2126/15, regimento então vigente. Nesse contexto, pode-se afirmar que houve um detalhamento importante sobre as adequações da prática médica em redes sociais, o qual, embora possa preocupar do ponto vista ético por sua maior permissividade, fazia-se necessário, uma vez que, como exposto, as mídias digitais estabeleceram-se como principal meio de propaganda profissional. No entanto, orientações sobre comportamento *online* propriamente dito para médicos e estudantes de medicina não foram assunto da resolução, permanecendo a carência de recomendações que motivou este estudo e deu início à formulação dos referenciais de conduta individualizados por parte das instituições médicas.[34]

CONCLUSÃO:

Em síntese, os referenciais de orientações de conduta nas redes sociais para médicos e estudantes de medicina surgiram a partir da observação de problemas morais e éticos relacionados à prática nessas mídias. Com o intuito de proteção individual, da imagem da profissão e da própria instituição, organizações médicas, hospitais e faculdades de medicina passaram a elaborar seus guias de conduta *online* particulares, com base nos problemas mais frequentes e mais relevantes. Nesse contexto, não há consenso sobre o que seria uma conduta totalmente adequada de um profissional no meio *online*. O papel de um levantamento dessas recomendações é justamente esclarecer que mundialmente há uma crescente preocupação sobre o tema, compreender os principais tópicos de orientação e salientar a necessidade de atualização dos códigos de ética com adequação à problemática das redes.

Dessa forma, é interessante para hospitais e faculdades de medicina a formulação de manuais de conduta nas redes sociais para seus profissionais e estudantes, a fim de promover o exercício ético da profissão na esfera pública, evitando constrangimentos e prejuízos à imagem da medicina.

No apêndice, apresenta-se um manual de

recomendações de comportamento nas mídias sociais pessoais para estudantes do curso de graduação em medicina da Universidade Federal de Santa Catarina, elaborado a partir dos referenciais estudados neste artigo e considerando os temas mais frequentes e mais relevantes.

Referências

1. Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Guia de Boas Práticas nas Redes Sociais [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.hc.fm.usp.br/hc/conteudo/manuais/guia-boas%20praticas-redes-s ociais-21.

2. Kung JW, Wigmore SJ. How surgeons should behave on social media. Surgery (Oxf). 2020;38(10):623-626. doi: 10.1016/j.mpsur.2020.07.014. Epub 2020 Aug 30. PMID: 32904552; PMCID: PMC7456585.

3. Vukušić Rukavina T, Machala Poplašen L, Majer M, Relić D, Viskić J, Marelić M. Defining Potentially Unprofessional Behavior on Social Media for Health Care Professionals: Mixed Methods Study. JMIR Med Educ. 2022;8(3):e35585. doi: 10.2196/35585. PMID: 35758605; PMCID: PMC9399843.

4. Curi EF, Ricardo AA. Manual de Conduta nas Mídias Sociais. 2. ed. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Anestesiologia; 2017.

5. Conselho Federal de Medicina. Código de Ética Médica. [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://portal.cfm.org.br/.

6. Hospital Israelita Albert Einstein. Manual Institucional - Diretrizes de Conduta Ética [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://medicalsuite.einstein.br/pratica-medica/Paginas/guia-pratica-medica.as px.

7. Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo. Código de Conduta [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.santacasasp.org.br/portal/wp-content/uploads/2021/08/26864_cod igo-de-conduta.

8. Australian Medical Association. Guide to social media and medical professionalism [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.ama.com.au/articles/guide-social-media-and-medical-professionali sm.

9. American Medical Association Code of Medical Ethics. Professionalism in the Use of Social Media [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://code-medical-ethics.ama-assn.org/ethics-opinions/professionalism-use- social-media.

10. University of Oxford, Medical Sciences Division. Medical Sciences Social Media Guidelines [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.medsci.ox.ac.uk/for-staff/resources/communications/guidelines/social-media/medical-sciences-social-media-guidelines.

11. University of Toronto. Social Media Guidelines for Faculty [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://temertymedicine.utoronto.ca/social-media-guidelines-faculty.

12. Hazzam J, Lahrech A. Health Care Professionals' Social Media Behavior and the Underlying Factors of Social Media Adoption and Use: Quantitative Study. J Med Internet Res. 2018;20(11):e12035. doi: 10.2196/12035. PMID: 30404773; PMCID: PMC6249501.

13. CREMESP. Guia das Boas Práticas nas Redes Sociais para Médicos [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: http://cremesp.org.br/?siteAcao=NoticiasC&id=6002.

14. Karhawi I. Influenciadores Digitais: Conceitos e Práticas em Discussão. XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp);2017 maio 15-19; Belo Horizonte, Brasil.

15. Souza ES, Lorena SB, Ferreira CCG, Amorim AFC, Peter JVS. Ética e Profissionalismo nas Redes Sociais: Comportamentos On-Line de Estudantes de Medicina. Rev. bras. educ. med. 2017;41(4). doi: 10.1590/1981-52712015v41n3RB20160096.

16. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares. Manual de Conduta nas Mídias Sociais [acesso em 21 out. 2023]. Disponível em: https://www.gov.br/ebserh/pt-br/comunicacao/legislacao-e-normas-de-comunicacao/manual-de-conduta-em-midias-sociais

17. Harvard University. Guidelines for Using Social Media [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://hwpi.harvard.edu/files/provost/files/social_media_guidelines_vers_2_0_ eff_081814.

18. University of Cambridge. Social Media Guidelines

[acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://www.cam.ac.uk/system/files/social_media_guidelines._version_1.4.

19. Universidade Federal de Santa Catarina. Manual de Boas Práticas em Mídias Sociais [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://agecom.paginas.ufsc.br/files/2019/12/Manual-de-Mi%CC%81dias-Sociais-Final-mesmo.

20. Cesarino MN. O Comportamento de Médicos e de Acadêmicos de Medicina nas Redes Sociais: Uma Análise de 800 Manifestações. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina; 2015. Trabalho de Conclusão de Curso em Medicina.

21. Vermelho SC, Velho, APM, Bonkovoski A, Pirola A. Refletindo sobre as redes sociais digitais. Educ. Soc. 2014 jan;35(126) 179-doi: 10.1590/S0101-73302014000100011.

22. Pronk SA, Gorter SL, van Luijk SJ, Barnhoorn PC, Binkhorst B, van Mook WNKA. Perception of social media behaviour among medical students, residents and medical specialists. Perspect Med Educ. 2021 Aug;10(4):215-221. doi: 10.1007/s40037-021-00660-1. Epub 2021 Apr 7. PMID: 33826108; PMCID: PMC8368941.

23. Stanford University School of Medicine. Social Media Guidelines and Best Practices [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://med.stanford.edu/content/dam/sm/surgery/documents/Surgery-Social-Best-Practices.

24. Sociedade Brasileira de Dermatologia. Guia de Boas Práticas nas Redes Sociais [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.sbd.org.br/mm/cms/2018/08/15/sbd-a6-guiaboaspraticasversaoreduzida.

25. Conselho Federal de Medicina. Resolução nº 2126/15 [acesso em 02 set. 2023]. Disponível em: https://www.portal.cfm.org.

26. Meta. Termos da Plataforma da Meta [acesso em 02 set. 2023]. Disponível em: https://www.developers.Facebook.com.

27. Conselho Federal de Medicina. Resolução nº 2330/23 [acesso em 02 set. 2023]. Disponível em: https://www.portal.cfm.org.

28. British Medical Association. Social media Practical Guidance and Best Practice [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://www.bma.org.uk/media/1852/bma-social-media-practical-guidance-20

29. Massachusetts General Hospital. Social Media Guidelines [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://www.massgeneral.org/notices/socialmedia-policy.

30. Mount Sinai Health System. Social Media Guidelines [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://socialmedia.mountsinai.org/social-media-policy.

31. Cleveland Clinic. Social Media Policy [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://my.clevelandclinic.org/about/website/social-media.

32. University of Nottingham. School of Medicine: Social Media Guidance for Medical Students [acesso em 06 set. 2023]. Disponível em: https://www.nottingham.ac.uk/medicine.

33. American Medical Students Association. Social Media Guidelines for Medical Students and Physicians [acesso em 24 ago. 2023]. Disponível em: https://www.amsa.org/social-media-guidelines-medical-students-physicians-2/.

34. Conselho Federal de Medicina. Resolução nº 2336/23 [acesso em 21 out. 2023]. Disponível em: https://www.portal.cfm.org.

APÊNDICE

Fonte: Carvalho V, Araujo EJ. A necessidade de um referencial de recomendações de comportamento nas mídias sociais para médicos e estudantes de Medicina. Bol Curso Med UFSC 2024; 10 (2): 14-22

MANUAL DE COMPORTAMENTO EM MÍDIAS SOCIAIS PARA ESTUDANTES DE MEDICINA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA: RECOMENDAÇÕES PARA A PROTEÇÃO DO ALUNO

CONTEXTO

Com o estabelecimento das redes sociais, diversas instituições médicas, ao constatar incongruências morais e éticas em comportamentos online, passaram a elaborar seus referenciais de comportamento próprios, visando à proteção de médicos e estudantes e à defesa da imagem da profissão. Este documento foi elaborado com base em manuais e guias de conduta nas redes sociais produzidos por associações médicas, hospitais e faculdades de medicina de reconhecimento nacional e internacional, a partir da crescente preocupação com as atitudes da classe médica no âmbito das mídias sociais. Os documentos tiveram seus tópicos analisados e comparados, prosseguindo-se com a seleção das recomendações mais frequentes e com justificativas adequadas, as quais são listadas e exemplificadas a seguir, por meio de situações-exemplo hipotéticas.

NÃO PUBLIQUE NADA RELACIONADO A PACIENTES, MESMO QUE HAJA PERMISSÃO DELES

Recomendação I: Fotos de ou com pacientes são sempre proibidas, sem exceção, independentemente do contexto ou da idade do paciente.

Situação-exemplo I: Imagine que você acaba de realizar seu primeiro parto no centro obstétrico. Emocionado, você solicita à mãe para que possa tirar uma foto com o recém-nascido; ela, também emocionada e grata pelo serviço prestado, permite. Você publica a foto com o bebê no colo em seu perfil pessoal privado de uma rede social, o qual apenas seus contatos podem acessar, com a legenda "foto com consentimento da mãe". No dia seguinte, você descobre que um de seus contatos, estudante de direito, é irmão da puérpera, através de uma mensagem furiosa dele no aplicativo, falando que você estava expondo seu inocente sobrinho em rede social para se autopromover. Preocupado, você prontamente exclui o post, e vai relatar o episódio à coordenação do curso, ainda sem entender o que de errado havia feito, visto que a foto tinha sido permitida pela mãe.

Recomendação II: Não publique dados de prontuário, como trechos da história clínica ou exames de imagem, ainda que a identificação do paciente não apareça na publicação. Sempre considere que, de alguma forma, o paciente possa ser identificado, gerando uma exposição grave e um constrangimento importante.

Situação-exemplo II: Imagine que você está passando pelo estágio de Pneumologia e acompanha um paciente de 50 anos com diagnóstico de adenocarcinoma de pulmão com metástase cerebral. Fascinado com a imagem da tomografia que demonstra a lesão, você tira uma foto do computador e publica um story no Instagram com a seguinte legenda "Metástase cerebral de câncer de pulmão em paciente de 50 anos, tratamento paliativo e sobrevida estimada de 2 meses". Seu velho amigo da escola que sempre o acompanha nas redes sociais, vê a publicação e se espanta, perguntando "É no HU esse caso?", pois sabe que seu tio de 50 anos está internado em tratamento de um câncer de pulmão no hospital e que, segundo sua tia, estava respondendo bem ao tratamento e logo estaria de alta.

NÃO SE RELACIONE COM PACIENTES EM SUAS REDES SOCIAIS

Recomendação III: Encontrar seu perfil em

uma rede social pode ser bastante simples, bastando uma busca rápida por seu nome completo, o qual é facilmente identificado por um paciente atendido devido à escrita no jaleco ou no crachá. Nesse contexto, caso um paciente encontre você online e solicite contato, você deve prontamente recusar.

Situação-exemplo III: Imagine que uma paciente atendida no ambulatório de Endocrinologia adiciona você como amigo no Facebook. Você não vê nada de errado e aceita a solicitação. Ela começa a conversar, agradecendo o atendimento, e frequentemente tira dúvidas sobre alimentação com você, que sempre responde educadamente, embora comece a ficar incomodado. Até que um dia, estressado com a faculdade, você discute com a paciente e a bloqueia na rede social. A paciente, por sua vez, fica ressentida e faz um post criticando o serviço de Endocrinologia, devido à grosseria e ao mau atendimento prestado por seus profissionais.

NÃO USE SUAS REDES SOCIAIS PARA EXPOR OU TENTAR RESOLVER INTERCORRÊNCIAS INTERNAS DO CURSO

Recomendação IV: Dificilmente um desabafo online sobre alguma situação ruim vivenciada na faculdade irá gerar repercussões positivas ou, ainda, algum grau de resolução para o problema. Existem caminhos a serem seguidos para se chegar a uma solução em situações em que os alunos se deparam com incongruências e descontentamentos durante o curso. Uma publicação em rede social expondo possíveis intercorrências em estágios ou sala de aula acaba por ocasionar apenas prejuízos, seja à imagem da nossa instituição, seja ao próprio aluno que deverá arcar com as consequências em casos de ofensas publicadas por impulso.

Situação-exemplo IV: Imagine que você está iniciando o ciclo de cirurgia geral do internato, extremamente empolgado por poder participar das cirurgias e realizar procedimentos diversos. Logo no primeiro dia, após uma aula introdutória, você está escalado para o centro cirúrgico e dirige-se até lá. Chegando ao local, as cirurgias do dia já estão acontecendo, e, embora você tenha-se apresentado e demonstrado interesse, fica descontente por a equipe não ser muito prestativa com suas perguntas e por não poder entrar em campo. No entanto, você pensa que não pôde participar dos procedimentos por conta de ainda ser o primeiro dia e de ter chegado já durante a cirurgia. No dia seguinte, você chega cedo, animado para entrar em campo, porém passa o dia somente observando. Com muita raiva, você chega em casa e faz uma publicação em seu perfil na rede social, dizendo que o estágio de cirurgia do internato é inútil, que a equipe não dá atenção alguma ao interno e que a carga horária é elevada, pois as cirurgias começam cedo e duram horas. O post é ampla e rapidamente propagado, caindo em conhecimento da população que "os estágios práticos da faculdade de medicina da UFSC estão em péssimas condições" e que "os médicos formados pela UFSC são totalmente despreparados do ponto de vista prático". Com isso, a imprensa local busca a coordenação do curso a fim de receber esclarecimentos sobre a "situação do internato", enquanto os coordenadores sequer sabiam do que se estava tratando.

NÃO USE A IMAGEM DE SUAS INSTITUIÇÕES DE ESTÁGIO EM SUAS PUBLICAÇÕES

Recomendação V: É inadequado publicar em seu perfil pessoal fotos com uniformes de hospitais ou de outros campos de estágio ou em ambientes internos dessas instituições, sobretudo em posts que contenham títulos, legendas ou comentários seus de cunho pessoal. Em primeiro ponto, a associação de ideologias ou posturas suas com a instituição, ainda que não intencional, pode facilmente ocorrer por parte do público de sua rede social e gerar conflitos. Além disso, o ambiente hospitalar é de aspecto delicado, e por vezes tenso, para pacientes e familiares, logo é desrespeitoso e inapropriado publicar fotos em suas mídias sociais de forma cotidiana e por lazer. Portanto, evite esse tipo de publicação, uma vez que, enquanto estudante, seu vínculo a essas instituições é temporário e atrelado fundamentalmente à faculdade de medicina, sendo quaisquer intercorrências ocasionadas um transtorno não só seu, como também da universidade e da entidade de estágio.

Situação-exemplo V: Imagine que você está de plantão noturno na emergência do hospital universitário. No meio da madrugada, você e sua dupla resolvem tirar um retrato no consultório, sorrindo e uniformizados com o scrub da instituição. No momento da foto, a acompanhante de um paciente que está em observação bate à porta e entra no consultório para

saber atualizações sobre o caso, deparando-se com você e sua dupla sorrindo e tirando uma foto. A familiar fica bastante descontente com o que viu e decide pesquisar o seu nome e do seu colega nas redes sociais para ver se, por acaso, vocês teriam publicado aquela foto, o que acabou por se confirmar. Indignada com a situação, ela faz uma captura de tela e entra na ouvidoria do hospital, a fim de expor a revoltante situação dos profissionais que "não se importam com a dor dos pacientes e não respeitam o ambiente hospitalar".

NÃO OFEREÇA CONSELHOS MÉDICOS EM SUAS PUBLICAÇÕES

Recomendação VI: Divulgar terapêuticas de forma generalista por meio de publicações facilmente propagadas, sem fornecer o devido suporte e acompanhamento ao público destinado é inadequado. Exemplo disso seriam as postagens indicando determinado medicamento para alguma condição, fato que poderia fomentar a procura da terapia por doentes sem a avaliação médica devida, ou seja, uma publicação com caráter prescritor e que estimula a automedicação. Além disso, conselhos sobre práticas ou terapias sem embasamento científico e pouco aceitas na literatura são um desserviço aos pacientes. Baseie-se em publicações que estimulem a promoção em saúde, estilos de vida saudável, alimentação adequada e prática de atividade física.

Situação-exemplo VI: Imagine que, após uma aula de farmacologia, você se encanta com a aplicabilidade do medicamento propranolol em casos de ansiedade social e faz uma publicação promovendo o seu uso, a seu ver inócuo, para situações como falar em público. Um amigo seu, em tratamento contínuo para asma, acha interessante o medicamento e o compra em uma farmácia, visando perder o seu velho medo de apresentar trabalhos na faculdade. Uma hora antes da apresentação do seu trabalho de conclusão de curso, seu amigo toma 2 comprimidos de 40 mg de propranolol para "garantir que vai funcionar" e acaba tendo uma crise de broncoespasmo com necessidade de atendimento hospitalar, perdendo sua apresentação.

NÃO PROMOVA O SENSACIONALISMO

Recomendação VII: A distorção dos fatos a partir de uma apresentação de maneira exagerada e tendenciosa a fim de gerar reações intensas e desproporcionais à realidade configura o sensacionalismo. Essa prática não acontece somente com notícias da imprensa, mas em qualquer contexto que envolva a informação. Agir de modo sensacionalista é sempre um prejuízo à sociedade. No meio médico, o discurso sensacionalista habitualmente ocorre em um contexto de autopromoção e exagero da realidade. São exemplos disso: a divulgação de uma doença com morbimortalidade superior à qual ela de fato possui, gerando medo na população; divulgar procedimentos de forma apelativa, enaltecendo sua atuação como médico; expor o ambiente de trabalho de maneira fantasiosa e exacerbada, visando ao engrandecimento próprio. Por isso, não alimente essa prática, contenha-se nas redes sociais e preze por transmitir a verdade.

Situação-exemplo VII: Imagine que você está no estágio da unidade de terapia intensiva como interno. No estágio, cada interno é responsável por examinar e evoluir um paciente, o qual é visto em conjunto com um médico intensivista responsável. Na unidade, constam 20 leitos, todos eles com pacientes graves. Após o primeiro dia de estágio, você faz uma publicação com uma foto no corredor da UTI com a seguinte frase "Dia cheio e corrido, salvando vidas na terapia intensiva. 20 pacientes internados, 3 intubações orotraqueais, 1 acesso venoso central, 1 parada cardiorrespiratória revertida com sucesso, nenhum óbito. Não é fácil essa vida de interno".

Recomendação VIII: Não compartilhe por meio de publicações mensagens recebidas de pacientes, como elogios ou agradecimentos. Caso você receba esse tipo de reconhecimento, agradeça, não mais que isso. A exposição de uma conversa em rede social com pacientes, por exemplo através de uma captura de tela, pode configurar não somente tentativa de autopromoção como também quebra de sigilo.

Situação-exemplo VIII: Imagine que você, durante o estágio na Unidade Básica de Saúde, atende uma paciente com quadro de amigdalite bacteriana, cursando com bastante dor e febre. Você, então, examina, diagnostica, passa o caso a seu preceptor, que concorda e prescreve antibiótico. Em três dias, a paciente melhora da condição e, grata pelo seu atendimento, consegue seu número de telefone com outro profissional da unidade para enviar uma mensagem de agradecimento. Feliz, com a mensagem, você realiza uma captura de tela e publica na sua rede social com o título: "Mensagem de agradecimento de paciente atendida essa semana no

postinho. Medicina é sobre isso, fazer o bem". A questão é se existe alguma outra intenção ou finalidade com esse tipo de publicação que não promover a si às custas do paciente?

VALORIZE SUA FUTURA PROFISSÃO E DEFENDA A CIÊNCIA

Recomendação IX: A prática da medicina não baseada em evidências é rotineira por profissionais em mídias como o Instagram. Afinal, o charlatanismo é muito mais fácil que a construção de uma carreira de verdadeiro sucesso na profissão. Não se deixe iludir e seduzir pelos benefícios imediatos que esse tipo de prática pode oferecer, como é visto em perfis profissionais de médicos ostentando consultórios luxuosos e roupas de grife, com carreiras pautadas em pseudociência e produção de malefícios aos pacientes e à imagem da profissão.

Situação-exemplo IX: Imagine que, recém-formado, você recebe uma proposta de emprego de um amigo veterano do curso que está trabalhando como especialista em "Medicina Integrativa", detentor de um perfil em rede social com mais de 100 mil seguidores. Com isso, você basicamente atenderia em um consultório em sua clínica e solicitaria exames e prescreveria medicamentos do "protocolo" para pacientes que iam em busca de melhor performance no esporte e um corpo bonito. O serviço era "tranquilo". A remuneração era excelente para quem tinha acabado de sair da faculdade, e você, embora desconfiado de início por saber que não havia embasamento científico ou evidência nenhuma que defendesse a prática, aceita a proposta. Na clínica, você então passa a solicitar diversos exames desnecessários e a prescrever medicamentos, como hormônios masculinos, sem nenhuma indicação. Com o tempo, você se acostuma e até sente-se orgulhoso pelo trabalho, pois o público geral o elogia muito, por ser muito atencioso e solicitar com frequência muitos exames para saber como o paciente está, assim como por prescrever os medicamentos "certos" e de que o paciente "realmente precisa" (do ponto de vista dele próprio). Nesse contexto, autointitulando-se "Médico Integrativo", você cria seu perfil profissional em rede social e passa a divulgar terapias e métodos não aceitos pela comunidade científica, atingindo rapidamente um grande número de seguidores e apoiadores e não mais se preocupando em praticar a medicina baseada em evidência, como aprendeu na faculdade.

SEMPRE PENSE ANTES DE PUBLICAR

Como visto, as consequências de condutas inadequadas de médicos e estudantes de medicina em redes sociais podem ser bastante graves, sobretudo devido a sua capacidade de alcance e facilidade tanto de publicação quanto de acesso à informação. Pelo uso rotineiro das mídias, muitas vezes podem-se passar despercebidas atitudes indevidas, como uma simples foto ou comentário em princípio inocente. O intuito deste referencial é justamente fornecer a orientação de forma ilustrativa e por meio de exemplos, visando acima de tudo à proteção do aluno. Espera-se que, com a leitura, o aluno compreenda melhor o problema e sua proporção e se conscientize, evitando e combatendo, por exemplo, novos casos de "escândalos" da mídia sobre atitudes de médicos ou estudantes em suas redes sociais.