

Karine Siqueira Cabral Rocha

Natália de Fátima Gonçalves Amâncio

(Organizadoras)



# TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICs) E A ÉTICA EM SAÚDE

Karine Siqueira Cabral Rocha

Natália de Fátima Gonçalves Amâncio

(Organizadoras)



# TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICs) E A ÉTICA EM SAÚDE

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremona

Luiza Alves Batista

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2023 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2023 Os autores

Copyright da edição © 2023 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-Não-Derivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Biológicas e da Saúde**

Profª Drª Aline Silva da Fonte Santa Rosa de Oliveira – Hospital Federal de Bonsucesso

Profª Drª Ana Beatriz Duarte Vieira – Universidade de Brasília

Profª Drª Ana Paula Peron – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília

Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Camila Pereira – Universidade Estadual de Londrina

Prof. Dr. Cirênio de Almeida Barbosa – Universidade Federal de Ouro Preto

Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
 Profª Drª Danyelle Andrade Mota – Universidade Tiradentes  
 Prof. Dr. Davi Oliveira Bizerril – Universidade de Fortaleza  
 Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
 Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
 Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
 Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina  
 Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
 Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
 Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
 Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
 Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
 Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
 Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra  
 Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
 Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
 Prof. Dr. Guillermo Alberto López – Instituto Federal da Bahia  
 Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
 Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
 Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
 Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDP  
 Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
 Prof. Dr. José Aderval Aragão – Universidade Federal de Sergipe  
 Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
 Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
 Profª Drª Kelly Lopes de Araujo Appel – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal  
 Profª Drª Larissa Maranhão Dias – Instituto Federal do Amapá  
 Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
 Profª Drª Luciana Martins Zuliani – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
 Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
 Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
 Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
 Prof. Dr. Maurilio Antonio Varavallo – Universidade Federal do Tocantins  
 Prof. Dr. Max da Silva Ferreira – Universidade do Grande Rio  
 Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
 Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
 Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
 Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
 Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
 Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora  
 Profª Drª Sheyla Mara Silva de Oliveira – Universidade do Estado do Pará  
 Profª Drª Suely Lopes de Azevedo – Universidade Federal Fluminense  
 Profª Drª Taísa Ceratti Treptow – Universidade Federal de Santa Maria  
 Profª Drª Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí  
 Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
 Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
 Profª Drª Welma Emídio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

## Tecnologia da informação e comunicação (TICs) e a ética em saúde

**Diagramação:** Natália Sandrini de Azevedo

**Correção:** Maiara Ferreira

**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga

**Revisão:** Os autores

**Organizadoras:** Karine Siqueira Cabral Rocha  
Natália de Fátima Gonçalves Amâncio

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T255 Tecnologia da informação e comunicação (TICs) e a ética em saúde / Organizadoras Karine Siqueira Cabral Rocha, Natália de Fátima Gonçalves Amâncio. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0809-3

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.093231101>

1. Tecnologia da informação. 2. Comunicação. I. Rocha, Karine Siqueira Cabral (Organizadora). II. Amâncio, Natália de Fátima Gonçalves (Organizadora). III. Título.

CDD 658.4038

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

Este livro compreende uma coletânea de textos elaborados por diferentes autores acerca da *Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs)* e a *Ética em Saúde*. Os capítulos foram construídos a partir de um projeto científico elaborado para o Componente Curricular Habilidades de Informática III, do curso de Medicina do Centro Universitário de Patos de Minas –UNIPAM.

A coleção “Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs) e a Ética em Saúde” é uma obra que tem como foco principal a discussão teórica para construção do conhecimento e contribuição das tecnologias digitais universais para as ações em promoção da saúde, favorecendo assim às intervenções transformadoras neste campo.

Os avanços na área das TICs influenciam os mais diversos contextos sociais, inclusive o âmbito da saúde. Por consequência, há o desenvolvimento da discussão sobre a influência das TIC’s na ética e no profissionalismo médico. Esse cenário sugere uma atitude bioética reflexiva e cautelosa em relação às inovações tecnológicas que permeiam a saúde na contemporaneidade.

Elaborada com cuidado e sensibilidade, a coletânea aborda de forma clara e pontual questões delicadas e extremamente relevantes, vinculadas a temas éticos sob o contexto social; conflitos bioéticos e morais envolvidos na área da saúde e pesquisa; direitos humanos no campo social, político, econômico e cultural e habilidades para a comunicação e informação em saúde.

As tecnologias digitais oferecem possibilidades interessantes para as práticas em saúde, contribuindo assim para uma atuação inovadora, qualificada e humanizada nas ciências da saúde.

Uma ótima leitura a todos!

Natália de Fátima Gonçalves Amâncio

Karine Siqueira Cabral Rocha



A era digital trouxe grandes desafios. O primeiro é fazer com que pelo menos três gerações diferentes consiga comunicar-se entre si sem conflito, o que parece simples mas não é em essência: a geração dos nossos pais nascidos nas décadas de 40 a 60 conheceu o digital, nossa geração que nasceu de 70 a 80 se adaptou ao digital e as gerações em diante dominam e usam preferencialmente o digital, o que causa um conflito que vai além das diferenças das gerações e sim da diferença da compreensão do uso do digital, com mais uma barreira para a boa continuidade da história da humanidade.

Quando levanto tal hipótese lembro-lhes que temos de conviver com o digital em suas várias mídias e seus vários propósitos e limitações como os usuários do twitter que não gostam ou mesmo sabem ler, os usuários do Instagram que tem preguiça de se informar, mas pressa de se exhibir e os fiéis seguidores do Youtube que não gostam de estudar, mas são ávidos para conhecer de tudo (ainda que superficialmente...).

Em toda essa dificuldade, precisamos voltar a entender a diferença entre moral e ética. Sabendo que a moral pertence a um código de costumes de um grupo de pessoas em uma determinada época, como sincronizar a moral dos diversos grupos da sociedade frente a seus anseios sobre a medicina - que é um bem universal? Diante dessa impossibilidade, já que os grupos são muitos e as visões de mundo são muitas vezes diametralmente opostos, sobrecarregamos a ética, que versa justamente sobre a discussão que deve existir sobre valores morais. Exemplo: numa situação calamitosa, onde 10 pessoas estão num barco em que cabem 9 e que portanto, vai afundar e matar a todos, é moral sacrificar um dos ocupantes. Sem a ética, não haveria a discussão sobre quem deve viver e quem deve morrer e porque... Assim é a sociedade: uma discussão incessante sobre excludentes e excluídos, que no caso do acesso remoto que a telemedicina proporciona, diminui a distância entre os centros de excelência profissional e o paciente cujo diagnostico não foi obtido por falta de recursos humanos ou tecnológicos.

Quando falamos em COVID 19, é importante lembrar que não estávamos tão prontos assim para o EAD. Se a interface de ensino muda, tal qual os materiais e métodos devem mudar, bem como a didática e o formato: se conseguimos ficar uma noite longo em uma reunião entre amigos ouvindo histórias, temos dor nas costas em ficar mais de 90 minutos em um cinema, e assim é também o ensino a distância - depende de um modelo que se adeque desde a forma de prender atenção até o cuidado ergonômico de quem atende a este tipo de ensino deitado de lado em sua cama procurando mais conforto tentando compensar o desconforto cognitivo que é olhar para uma tela e que já era percebido desde que bravamente resistimos a leitura de e-books em favor do bom e velho livro

de capa dura.

Observando tudo isso, discutimos a nova medicina baseada em evidências, que agora precisa de verificação, checagem de dados e é sujeita a políticas acadêmicas que as vezes inadvertidamente transpiram políticas ideológicas - o que foi bom, pois fomos forçados a rever conceitos de estatística que deixamos no 2o semestre do primeiro ano de faculdade. Antes de tudo isso olhávamos brevemente o Abstract, hoje, olhamos suficientemente os Materiais e Métodos antes de formar nossa opinião ou ministrar uma aula.

Muitos não gostaram, mas médicos ficaram mais acessíveis a seus pacientes, menos intocáveis. Aos que não gostaram, reclamam de terem perdido o respeito a liturgia do cargo (quando na verdade alguns interpretavam como uma quase-divindade), aos que entenderam que estar próximo ao seu paciente como um ser humano que é cheio de empatia, foi concedido o caminho beneditino da santidade. Nunca a população precisou tanto de profissionais médicos. E nunca médicos tiveram tanta força individual quanto concedida pelas redes sociais e pelo digital. Contudo, é necessário discutir todas estas condições para que a classe tão desunida dos médicos, com muitos em posições executivas, prefere dividir ainda mais os profissionais do que uni-los em uma classe firme, coesa e que se expressa com vigor e atua com seriedade.

Recomendo a leitura cuidadosa: nosso futuro já está fora das nossas mãos e em telas a milhares de quilômetros de distância, e como a sabedoria diz: todo recurso que traz poder, encerra em si próprio pela mesma razão, uma imensa fraqueza.

O que faremos então: Exponenciaremos a separação que sempre existiu entre os médicos ou resolveremos essa insolvência em nossos comportamentos discordantes para nosso bem e por conseguinte o bem de todos aqueles que precisam de um médico? Todos aqueles que nascem, pensam, amam e morrem estarão atentos a esta decisão.

Sem mais delongas, desejo-lhes uma ótima leitura!

**Paulo Cavalcante Muzy**

Médico

6 milhões de seguidores no Instagram

2,5 milhões no Tik Tok

920 mil no Youtube


**CAPÍTULO 1 ..... 1****WHATSAPP NA PRÁTICA MÉDICA: FERRAMENTA AUXILIAR E ASPECTOS ÉTICOS**

Flávia Garcia Freitas

Arthur Anderson Silva

Lucas Ribeiro Marques Campos de Oliveira

Natália de Fátima Gonçalves Amâncio


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311011>**CAPÍTULO 2 ..... 10****ENSINO REMOTO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19 PARA FORMAÇÃO DE ESTUDANTES DE MEDICINA**

Alyne Maria de Brito Medeiros

Yasmine Cunha Farias

Bethânia Cristhine de Araújo

Vinicius de Paula Castro Silva


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311012>**CAPÍTULO 3 ..... 18****A UTILIZAÇÃO DAS TICS RESPEITANDO A ÉTICA PROFISSIONAL MÉDICA**

João Pedro Fernandes Marques

João Pedro Bicalho Borges de Andrade

Danyane Simão Gomes

Mariluce Ferreira Romão


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311013>**CAPÍTULO 4 .....26****O IMPACTO DO ACESSO À INFORMAÇÃO EM SAÚDE NAS MÍDIAS SOCIAIS SOBRE INDIVÍDUOS**

Maria Isadora Nogueira

Laura Cecília Silva Alves

Elisângela Aparecida Galdino Menezes

Lucas Ribeiro Marques Campos de Oliveira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311014>**CAPÍTULO 5 .....35****A INFLUÊNCIA DAS REDES DE COMUNICAÇÃO NA RELAÇÃO MÉDICO-PACIENTE**

Jordana Fernandes Pereira da Silva

Ana Flávia Eugênio Santos Mori

Meire de Deus Vieira Santos

Natália de Fatima Gonçalves Amâncio


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311015>

**CAPÍTULO 6 .....44****A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA EM SAÚDE VISANDO O APRIMORAMENTO E AVANÇO TECNOLÓGICO NA PRÁTICA MÉDICA**

Gabriele Coimbra de Souza

Maryana Cimetta de Oliveira

Luciana Mendonça Arantes


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311016>**CAPÍTULO 7 .....52****O AVANÇO DA MEDICINA DIANTE DA TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E SEU IMPACTO SOBRE ASPECTOS ÉTICOS**

Gustavo Henrich Pereira Nunes

Daniel Paulino Braga

Priscila Capelari Orsolin

Renato Ventura


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311017>**CAPÍTULO 8 .....58****ÉTICA E PUBLICIDADE MÉDICA**

Giovanna Ribeiro Amaral de Carvalho

Ana Carolina Nakao e Borges

Giselle Cunha Barbosa Safatle


Jonatha Cajado Menezes e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311018>**CAPÍTULO 9 .....64****ASPECTOS ÉTICOS DA TELEMEDICINA**

Ayrton Soares Melo Neto

Pedro Henrique Ribeiro

Mônica Soares de Araújo Guimarães


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0932311019>**CAPÍTULO 10 .....72****MEDICINA BASEADA EM EVIDÊNCIAS E A TECNOLOGIA**

Bárbara Emanuelle Mendes Magalhães

Gabrielly Gonçalves Vieira

Juliana Ribeiro Gouveia Reis

Everton Edjar Atadeu da Silva


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.09323110110>**CAPÍTULO 11 .....78****O USO DA TECNOLOGIA NO APRENDIZADO DA ANATOMIA E CIRURGIA**

Vitor Hugo Oliveira

Lucas Goulart de Queiroz

Mariluce Ferreira Romão

Dulcídio de Barros Moreira Júnior

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.09323110111>

**CAPÍTULO 12.....88**


**OS BENEFÍCIOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICS) NO MARKETING MÉDICO**

Jorge Vieira Mesquita

Pedro Eduardo Pereira Assunção

Henrique Hatanaka Lemos

Natália de Fátima Gonçalves Amâncio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.09323110112>

**CAPÍTULO 13.....97**


**SIGILO PROFISSIONAL EM SAÚDE**

Nayara Francielle de Castro

Natália Paniágua de Andrade

Bethânia Cristhine de Araújo

Rafaela Lara Silva Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.09323110113>

**SOBRE O PREFACIANTE ..... 104**

**SOBRE AS ORGANIZADORAS..... 106**

# ÉTICA E PUBLICIDADE MÉDICA

---

*Data de aceite: 17/11/2022*

### **Giovanna Ribeiro Amaral de Carvalho**

Discente do Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos de Minas - UNIPAM, MG-Brasil.

### **Ana Carolina Nakao e Borges**

Discente do Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos de Minas - UNIPAM, MG-Brasil.

### **Giselle Cunha Barbosa Safatle**

Docente do Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos de Minas- UNIPAM, MG-Brasil.

### **Jonatha Cajado Menezes e Silva**

Docente do Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos de Minas- UNIPAM, MG-Brasil.

No âmbito da Medicina, a publicidade iniciou-se na 3ª Assembleia Geral da Associação Médica Mundial, em 1949, realizada na Inglaterra (SCHMIDT et al., 2021). Desde então, os pacientes utilizam diversas ferramentas tecnológicas a fim de adquirir conhecimentos e os médicos contam com elas para divulgar informações

sobre aspectos da saúde, além de seu trabalho. Entretanto, deve-se atentar às questões que dizem respeito à privacidade e segurança das pessoas e que, se não observadas, podem levar a uma prática que fira os preceitos éticos da Medicina.

O médico pode, utilizando-se de qualquer meio de divulgação, prestar informações sobre saúde, dar entrevistas e publicar artigos sobre assuntos que concernem à sua especialidade para fins estritamente educativos. Com a democratização da informação, o uso das redes sociais influencia na boa relação entre médico e paciente, ajuda nas campanhas de prevenção a doenças, e promove o protagonismo do indivíduo na busca do conhecimento e zelo por sua própria saúde. (CASTRO et al., 2022). Soma-se a isso a enorme influência que a publicidade possui na formação da vontade do consumidor, fazendo assim, com que o paciente seja persuadido a aderir melhor as práticas saudáveis.

Por outro lado, o marketing não possui feição somente informativa, mas indutora do consumidor na eleição do produto a ser consumido. De acordo com a resolução nº 1.974/11 do Conselho Federal de Medicina, é proibida a divulgação de método ou técnica não aceitos pela comunidade científica, propagandas enganosas de qualquer natureza e a garantia de bons resultados do tratamento anunciado. Nesse contexto, é evidente que a publicidade deve ser condizente com a realidade e não dar falsas esperanças às pessoas, uma vez que existem grupos vulneráveis a determinados conteúdos das mensagens publicitárias. Além disso, a divulgação das taxas de sucesso obtidas nos procedimentos é considerada antiética porque, na maioria das vezes, esses resultados podem levar a uma ilusão taxa de conquista, que funciona apenas para alguns pacientes selecionados (SOLOMON et al., 2016).

Outro aspecto importante a respeito de procedimentos e os resultados divulgados na mídia e em redes sociais é o fato de que muitos profissionais utilizam a imagem do paciente para tal finalidade. Com o alcance crescente das mídias sociais, é cada vez mais frequente a divulgação de imagens de transformação do tipo “antes e depois” assim como vídeos que mostram a transmissão ao vivo de cirurgias e resultados imediatos (VIJAYAN et al., 2019). No entanto, a resolução nº 1.974/11 do CFM, veda a exposição da imagem do paciente como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento, independente da autorização da pessoa que se submeteu ao tratamento. A única exceção a essa regra seria a apresentação de imagens em trabalhos e eventos científicos em que a exposição de figura do paciente for imprescindível.

Portanto, é interessante entender os limites da legitimidade do uso das plataformas de mídias sociais por médicos pois isso possibilitará uma tentativa de humanização da profissão e promover a saúde respeitando a ética médica.

## **1 | COMPETITIVIDADE NO MERCADO DE TRABALHO, PUBLICIDADE MÉDICA E ÉTICA**

Na atualidade, surgiu um novo conceito denominado “saúde 2.0”, o qual é caracterizado por uma medicina em rede, em que a interação médico-paciente tem sido ampliada para o meio virtual e que os acessos aos dados sobre saúde têm se tornado mais fáceis. É um ambiente que permite aos usuários gerarem e publicarem conteúdos, partilharem ideias, formarem opiniões e praticarem diálogos (PESTANA, 2011).

Nesse contexto, os médicos têm utilizado tal meio para atrair o paciente ao seu consultório, devido ao fato de a grande competitividade gerada pelo mercado globalizado que leva a busca de meios de destaque. (SCHMIDT et al., 2021).

Segundo Castro (2022), o profissional médico entende que precisa utilizar veículos

publicitários para estar em vantagem e destacar-se no mercado de trabalho e a interação nas redes sociais ajuda nesse processo, pois tem se tornado um meio muito acessado pelas pessoas. Tal fato é descrito por Gheorghe (2018), o qual afirma que estudos mostraram que pessoas, muitas vezes, escolhem seus médicos com base na sua reputação nas mídias sociais.

Observou-se que as formas mais eficazes de promover tais os serviços médicos são as mídias online e off-line. Dentre as mídias online destacam-se: blogs, sites, Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, fóruns on-line, campanhas de marketing por e-mail direcionado e vídeos de marketing. Dentre as mídias off-line destacaram-se a TV, mídia impressa, outdoors, revistas e jornais (GHEORGHE, 2018).

Segundo Vijayan (2019), tem-se o exemplo dos cirurgiões plásticos que têm sua reputação associada à quantidade de seguidores nas redes sociais. Isso é observado, também, nas pesquisas no próprio Google, nas quais aparecem, primeiramente, os cirurgiões com mais seguidores e não os profissionais com maior experiência ou formação acadêmica mais consistente. O problema disso, é que a cirurgia é vista como acessível e de resultado instantâneo e vários procedimentos podem ser realizados influenciados por tais propagandas.

## **2 | ASPECTOS NÃO PERMITIDOS DENTRO DA PUBLICIDADE MÉDICA**

Os profissionais da área da saúde que se formam fazem um juramento que ressalta o direito do paciente em relação à privacidade e confidencialidade das informações fornecidas por ele. O sigilo é um direito do paciente e um dever do profissional que o assiste. (MARTORELL et al., 2016). É vedado ao médico realizar publicações em mídias sociais que tenham conteúdo sensacionalista, de autopromoção ou concorrência desleal. É dever do médico saber quais são as normas que demarcam tais condutas e estar atento às demandas do seu paciente, tornando favorável a relação médico-paciente e evitando possíveis ações judiciais (SANTOS et al., 2021).

No entanto, tal processo pode levar a autopromoção médica, o que acaba ferindo princípios éticos (CASTRO et al., 2022). Assim, o Conselho Federal de Medicina mostrou-se atento a tal mudança e busca assegurar que o ato médico continue de qualidade, evitando-se atos de sensacionalismo e autopromoção, tendo como ato a publicação do Manual de Publicidade Médica (SCHMIDT et al., 2021).

Segundo Martorell (2016) e Santos (2021) existe um grande aparato legal envolvendo aspectos da publicidade e da ética médicas, podendo-se citar alguns: Contribuição Federal, Código Civil Brasileiro, Código Penal, Declaração Universal dos Direitos Humanos, Declaração Universal Sobre Bioética e Direitos Humanos, Conselho Federal de Medicina,



Código de Proteção e Defesa do Consumidor, Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária, Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos, dentre outros.

Dentro desse âmbito, encontra-se o Conselho Federal de Medicina, o qual tem como objetivo zelar pelo perfeito desempenho ético dos profissionais médicos e bom conceito da profissão. Em sua Resolução nº 1.974/11 publicou um Manual de Publicidade Médica (2011), o qual determina vários aspectos com a finalidade de impedir o sensacionalismo, autopromoção e mercantilização da medicina e evitar prejuízos a quem depende dela, determinando aspectos permitidos e não permitidos nesse meio.

O Manual de Publicidade Médica (2011) destaca algumas condições vedadas aos médicos, podendo-se observar a seguinte: *“Expor a figura de seu paciente como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento, ainda que com autorização expressa do mesmo, ressalvado o disposto no art. 10 desta resolução”, sendo o art. 10º (2011) o seguinte: “Nos trabalhos e eventos científicos em que a exposição de figura de paciente for imprescindível, o médico deverá obter prévia autorização expressa do mesmo ou de seu representante legal”.* No entanto, também se refere a alguns atos que são permitidos e pertinentes à medicina, como o demonstrado no art. 8º (2011): *“O médico pode, utilizando qualquer meio de divulgação leiga, prestar informações, dar entrevistas e publicar artigos versando sobre assuntos médicos de fins estritamente educativos”.*

### 3 I CONSEQUÊNCIAS DA PUBLICIDADE MÉDICA

Existem contextos que contribuem com a quebra de sigilo profissional: acesso de prontuários, solicitação de exames e outros dados do paciente por muitas pessoas; informatização e popularização das redes sociais entre os profissionais de saúde (MARTORELL et al., 2016). Dentre os aspectos citados, as redes sociais favorecem os profissionais a postarem mais conteúdo, principalmente em novas plataformas online como o TikTok, devido ao fácil acesso a boas câmeras, busca por reconhecimento não profissional, saturação do mercado e inflação de egos (RODRIGUES et al., 2022). Tal fato leva a facilidade da quebra de sigilo profissional e proporciona um ambiente propício a publicidade e marketing.

Algumas consequências advindas da publicidade médica relacionadas aos pacientes são: danos advindos de medicamentos que foram pagos por empresas farmacêuticas para serem receitados por médicos. Um exemplo marcante disso, é o caso de Russell Portenoy que era conhecido como o “rei da dor” e afirmava que o risco de dependência de opióides eram mínimos, porém, hoje os Estados Unidos enfrentam uma séria epidemia desses medicamentos (GALE, 2019).

Um estudo realizado por Martorell (2016) avaliou outras consequências advindas

da publicidade que não observava padrões éticos. Ele buscou imagens postadas por profissionais da área médica no Facebook, as quais revelavam os procedimentos realizados, assim como a identificação das pessoas que se submeteram a ele. Exemplos das imagens divulgadas foram: indivíduos escalpados, fotografias do tipo “antes e depois”, fotografias de lesões dermatológicas, dentre outras. Também se observou, nesse estudo, que postagens nas redes sociais geram comentários desagradáveis e irônicos. Isso é agravado, ainda mais, pelo fato de que a maioria das pessoas que interagem com essas fotos são usuários leigos e que não possuem formação na área médica.

## 4 | CONCLUSÃO

Com a interação médico-paciente ampliada para o meio virtual, é evidente a necessidade do uso das tecnologias de informação e comunicação pelos profissionais de saúde para que esses alcancem o destaque na comunidade. Todavia, essa prática deve sempre estar aliada à conduta ética médica, uma vez que distante dela, podem ocorrer consequências que ferem os direitos humanos, como a quebra do sigilo profissional.

Nessa perspectiva, o Conselho Federal de Medicina publicou um Manual de Publicidade Médica evidenciando critérios sobre os limites das propagandas dessa área profissional. Assim, foi estabelecido normas que vedam a violação da vida privada e garantem o respeito e a honra à imagem pessoal. Logo, esse Manual oferece parâmetros seguros aos médicos sobre a postura ética e legal adequada em sua relação com os pacientes e com a sociedade para que seja possível o uso das redes sociais como forma de democratização da informação e busca pelo destaque do seu trabalho.

## REFERÊNCIAS

CASTRO, Gabriel Machado et al. A relevância e influência dos avanços das Tecnologias da Informação e Comunicação para o comportamento e a ética médica. **Brazilian Journal of Health Review**, v.5, n.1, p. 1921-1928, 2022.

Gale A. Advertising Increases Health Care Costs and Undermines Medical Ethics. *Mo Med*. 2019 Sep-Oct;116(5):344-346.

GHEORGHE, Consuela Madalina. Is it deontologically correct to promote your medical services? An ethical approach on medical marketing. **Romanian Journal of Ophthalmology**, v.62, p. 251-252, 2018.

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

PESTANA, Sandra Elisabete Figueiredo Soares da Câmara. *Saúde WEB 2.0—O papel das comunidades virtuais de doentes na área da saúde: um estudo de caso para Portugal*. 2011. Tese de Doutoramento. PESTANA, Sandra Elisabete Figueiredo Soares da Câmara. *Saúde WEB 2.0—O papel das comunidades virtuais de doentes na área da saúde: um estudo de caso para Portugal*. 2011. Tese de Doutoramento.

Resolução nº 1974 do Conselho Federal de Medicina, de 19 de agosto de 2011. Manual de publicidade médica. Diário Oficial da União. 19 Ago 2011.





RODRIGUES, Isabella Junqueira et al. Propaganda e marketing profissional: o que estamos fazendo errado?. *Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP*, v. 20, n. 1, 2022.

SANTOS, Emilli Cristina et al. Ética Médica e profissionalismo nas redes sociais. *Edifapes*, p. 18-22, 2021.

SCHMIDT, Ana Carolina, et al. Publicidade médica em tempos de medicina em rede. *Revista Bioética*, v. 29, n. 1, 2021.

SOLOMON, Maria et al. Questões éticas na publicidade e promoção de unidades médicas. *Romanian journal of ophthalmology*, v. 60, n. 4, 2016.

VIJAYAN, Roshan et al. Marketing, Propaganda, and the Plastic Surgeon. *Aesthetic Surgery Journal*, v 39, n 9, 2019.

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)







# TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICs) E A ÉTICA EM SAÚDE

  
**FEPAM**  
Fundação Educacional de Patos de Minas

 **UNIPAM**  
Educação que transforma

  
**medicina**  
UNIPAM

  
**Atena**  
Editora  
**Ano 2023**

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



# TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICs) E A ÉTICA EM SAÚDE