



AS MANIFESTAÇÕES DE PROFISSIONAIS DA MEDICINA NO CONTEXTO DIGITAL E O EXERCÍCIO DA ÉTICA MÉDICA

Breno Gabriel Silva Cunha¹

Dener Cleiton Souza e Silva²

Giovanna Sant'Anna da Costa³

Igor Aguiar e Silva⁴

Yasmin Parreira Guimarães⁵

Carla Caroline Cunha Bastos⁶

O surgimento das redes sociais viabilizou a criação de novas formas de comunicação e também gerou a possibilidade de compartilhar experiências e momentos com pessoas de todo o mundo. Nesse ambiente digital é comum observar a divulgação de produtos e de serviços e, conseqüentemente, uma grande movimentação do mercado. De maneira análoga, no âmbito médico, nota-se a exposição maciça de pacientes com a finalidade publicitária. Porém, discute-se muito a respeito de até onde esse compartilhamento respeita as normas determinadas pelo Código de Ética Médica, tendo em vista o grande cuidado e respeito que os profissionais médicos devem ter com a privacidade de seus pacientes. Sendo assim, o objetivo desse trabalho foi correlacionar o contexto da publicidade médica e a legislação vigente, de modo a evidenciar a presença ou não da bioética principalmente nas manifestações digitais. Para isso, foi realizado uma pesquisa de artigos na base de dados do Google Acadêmico com os descritores: redes sociais, publicidade e ética médica. Com isso, de forma a concatenar as ideias encontradas, pode-se notar que os resultados apresentados trazem uma mudança no perfil das mídias que a princípio eram voltadas a fins didáticos e de interação entre os próprios profissionais, como partilha de conhecimento e aprendizagem o que, na atualidade, verifica-se, como elementos a mercantilização, obtenção de lucro e crescimento financeiro. Além disso, evidenciou-se a prevalência de uma exposição excessiva na área da estética para

¹ Acadêmico do 1º período de Medicina da UNIFIMES.
E-mail: brenogabrielcunha@academico.unifimes.edu.br

² Acadêmico do 1º período de Medicina da UNIFIMES.

³ Acadêmica do 1º período de Medicina da UNIFIMES.

⁴ Acadêmico do 1º período de Medicina da UNIFIMES.

⁵ Acadêmica do 1º período de Medicina da UNIFIMES.

⁶ Docente do curso de Medicina da UNIFIMES.

estabelecimento de parâmetros de resultados, em que o direito inalienável à privacidade se encontra constantemente violado. Estudos confrontam a irregularidade de postagens e veiculação de imagens no contexto das redes sociais em razão das vagas previsões legais que acarretariam implicações àqueles profissionais os quais não fomentam hábitos eticamente corretos no exercício de suas profissões. O Código de Ética Médica, também, apresenta lacunas em sua última resolução e mesmo com o Manual de publicidade médica proposto pelo Conselho Federal de Medicina, constata-se a baixa adesão por parte de profissionais médicos. Em conformidade aos estudos analisados foi possível concluir que é necessário o entendimento transversal do assunto de forma com que seja promovida a bioética e seu princípio fundamental de não maleficência. Por fim destaca-se a importância da indissociabilidade da privacidade, do sigilo e a publicidade médica, muitas vezes sucumbidos em prol da monetização da medicina, sendo, portanto, fiscalizados e regulamentados efetivamente pela parcela jurisdicional.

Palavras-chave: Ética. Privacidade. Redes Sociais.