



VII Colóquio Estadual de Pesquisa Multidisciplinar V Congresso Nacional de Pesquisa Multidisciplinar IV Feira de Empreendedorismo da UNIFIMES

2023

08 A 10 DE MAIO

A Pesquisa e o Desenvolvimento Regional Aliados ao Empreendedorismo



RELAÇÃO MÉDICO-PACIENTE NO SÉCULO XXI: UMA REFLEXÃO SOBRE A INTERFERÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NESSA INTERAÇÃO

João Edilson de Oliveira Filho ¹

Vinicius Vieira Costa ²

Alinne Adley de Moraes Souza ³

Juliana Batista Gomes ⁴

Tainara Cristina Godoy de Moraes ⁵

Laryssa Mickely dos Santos Nascimento ⁶

As mídias sociais se consolidaram como ferramentas importantes na comunicação e interação social da população, no Século XXI. Assim, percebe-se que modificações consideráveis ocorreram no que tange as relações, nas suas variadas possibilidades, incluindo a que ocorre entre médicos e pacientes no processo de consulta, tratamento e procedimentos, o que a teoria conceitua como relação médico-paciente. Sendo assim, este trabalho, que possui caráter exploratório e bibliográfico, objetiva refletir sobre os impactos das mídias sociais na relação médico-paciente. Para isso, foram consultadas as bases PubMed e Scielo, bem como publicações do Conselho Federal de Medicina (CFM) sobre do tema. Considerando as possibilidades apresentadas pelo contexto tecnológico das mídias sociais, torna-se necessário analisar a relação médico-paciente sob três óticas: o médico, o paciente e a construção gerada por esses dois atores. Pela ótica do médico, percebe-se deficiência nas normativas do CFM sobre a utilização das mídias sociais pelos profissionais. O Código de Ética Médica na Resolução CFM nº 2.217, de 27 de setembro de 2018, modificada pelas Resoluções CFM nº 2.222/2018 e 2.226/2019, traz o capítulo XIII, que trata da Publicidade Médica, sem determinar normativas específicas e claras acerca das várias mídias sociais. Trata-se de uma abordagem geral quanto à Publicidade, possibilitando brechas sobre a conduta esperada dos médicos no cenário digital. Analisando o paciente, é percebido que os aqueles que utilizam

¹ Acadêmico do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas - contato.joaofilho@hotmail.com.

² Acadêmico do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas.

³ Acadêmica do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas.

⁴ Acadêmica do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas.

⁵ Acadêmica do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas.

⁶ Acadêmica do curso de Medicina do Centro Universitário de Minas.



PESQUISA
UNIFIMES

UNIFIMES
Centro Universitário de Mineiros

VII Colóquio Estadual de Pesquisa Multidisciplinar V Congresso Nacional de Pesquisa Multidisciplinar IV Feira de Empreendedorismo da UNIFIMES

2023

08 A 10 DE MAIO

A Pesquisa e o Desenvolvimento Regional Aliados ao Empreendedorismo



mídias sociais no contexto de relacionamento com o médico, têm acesso a mais informações sobre a temática saúde, o que gera uma relação mais igualitária de diálogo, no sentido de que os pacientes conseguem se comunicar melhor e compreender mais facilmente o discurso médico. Além disso, o acesso a outros profissionais é facilitado, o que gera menor fidelização ao profissional. É possível compreender, também, que a presença do médico nas mídias sociais e a interação do paciente com o mesmo fornece possibilidade de relações mais harmônicas e de maior confiança, porém, com o maior acesso a informações, é possível que a relação construída seja conturbada e instável, especialmente pela maior informação por parte do paciente que, nem sempre é fidedigna ou se aplica ao seu caso. Compreendendo a interação que se dá entre médico e paciente, de maneira on-line e presencial, percebe-se que pontos positivos e negativos permeiam o relacionamento. É de suma importância que sejam mais claras as normativas sobre o comportamento médico nas mídias sociais e os conteúdos e formatos a serem trabalhados. Além disso, ainda no período de graduação, é essencial que o profissional esteja capacitado a utilizar tais meios de comunicação efetivamente. Do outro lado, é fundamental que os pacientes saibam filtrar as informações adquiridas e entender que a saúde é individualizada. Conclui-se, portanto, que se trata de um novo tempo, que ressignificou a relação entre médicos e seus pacientes, sendo de suma importância a adaptação, em especial da conduta médica, para que o relacionamento seja harmônico possibilitando um processo de cocriação, com responsabilidade e comprometimento conjuntos o que, comprovadamente, pelos estudos, demonstra maior sucesso na adesão ao tratamento e, consequentemente, êxito nos resultados.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Medicina. Marketing Médico. Publicidade.

