brazilian medical students journal

ARTIGO ORIGINAL

DOI: 10.53843/bms.v7i10.342

O USO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA INSERÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA CARREIRA MÉDICA NO MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO TRANSVERSAL

Amanda Souza Ávila Pessoa[1], ORCID ID: 0000-0001-5870-2839; Ana Carolina de Godoy Araújo[1], ORCID ID: 0000-0002-1119-0247; Arthur Danzi Friedheim Tenório[2], ORCID ID: 0000-0003-1327-7474; Anderson Felipe Cavalcante Amorim[3], ORCID ID: 0000-0003-2448-8031; Suélem Barros de Lorena[4], ORCID ID: 0000-0001-8664-9967

FILIAÇÃO

(1) Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), Doutoranda de Medicina.

(2) Universidade de Pernambuco (UPE), Acadêmico de Medicina.

(3) Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), Médico generalista.

(4) Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), Tutora do Laboratório de Recursos Digitais e do curso de fisioterapia.

AUTOR CORRESPONDENTE

Amanda Souza Ávila Pessoa; amandaavilapessoa@gmail.com. Endereço: Rua Vicente Zirpoli, 164. Faculdade Pernambucana de Saúde.

MENSAGENS-CHAVE

Mais da metade população mundial já utiliza redes sociais e estas têm uma relevância cada vez maior no âmbito da saúde

A falta de conhecimento dos limites e uso das redes sociais no contexto da saúde gera consequências para profissionais e pacientes

O mau uso das redes sociais por médicos é uma falta grave que pode resultar em processos ético-disciplinares.

Estudantes de medicina consideram o uso profissional das mídias sociais importante, mas não sabem como melhor utilizá-las.

O ensino dos recursos disponibilizados pelas redes sociais deve ser integrado na formação de médicos e profissionais de saúde

RESUMO

INTRODUÇÃO: As mídias sociais representam uma nova tecnologia de comunicação cujo uso tem-se mostrado promissor na medicina, mas pode expor profissionais e pacientes a riscos, como violação de confidencialidade e transmissão leviana de informações imprecisas. Em todo caso, tal é a penetração dessa tecnologia nos diversos âmbitos da vida social e profissional que futuros médicos já pressentem a necessidade de utilizá-la para impulsionar a própria carreira. **METODOLOGIA:** Estudo transversal quantitativo-qualitativo. Os dados foram coletados através de questionário online (dividido em perguntas diretas e Likert) com estudantes do último ano de medicina e entrevistas com coordenadores de tecnologia de informação (TI), marketing e laboratório de comunicação da faculdade de medicina. **RESULTADO:** Entre os 115 estudantes que aceitaram participar da pesquisa, 94,7% declararam ter redes sociais, especialmente o Instagram (99,1%), passando em média 1-4

horas/dia (81,5%). Nos questionários, 95,6% consideravam que as redes sociais são importantes na medicina e 73% acompanham perfis de médicos. Entre as respostas do questionário Likert, a sentença mais defendida foi: "Já vi médicos veicularem informações imprecisas ou sensacionalistas para atrair seguidores", obtendo valor de ranking médio de 4,18. **DISCUSSÃO:** Os assuntos abordados pelos núcleos de Marketing, TI e comunicação frisaram a importância da ética no uso das redes sociais na carreira médica. Cada núcleo também comentou sobre pontos positivos e negativos das redes sociais, pontuando possíveis estratégias para evitar o mau uso. **CONCLUSÃO:** Os estudantes de medicina usam as redes sociais e acreditam que elas têm um papel importante na saúde. Entretanto, apesar do interesse, não possuem habilidades para desenvolver um perfil social de valor e afirmam já ter visto médicos veicularem informações imprecisas ou sensacionalistas em seus perfis. Fato constatado pelos profissionais de TI, comunicação e marketing, que alegam a necessidade da eticidade e cuidado com as informações passadas.

PALAVRAS-CHAVE: *Faculdades de medicina, Mídias sociais, Medicina, Mercantilização, Marketing de Serviços de Saúde.*

ABSTRACT

INTRODUCTION: Social media represents a new communication technology whose use has shown promise in medicine, but it can expose professionals and patients to risks, such as breach of confidentiality and reckless transmission of inaccurate information. In any case, such is the penetration of this technology in the various spheres of social and professional life that future doctors already feel the need to use it to boost their own careers. **METHODOLOGY**: Quantitative-qualitative cross-sectional study. Data was collected through an online questionnaire (divided into direct and Likert questions) with final year medical students and interviews with coordinators of information technology (IT), marketing and communication laboratory at the medical school. **RESULTS**: Among the 115 students who agreed to participate in the survey, 94.7% reported having social networks, especially Instagram (99.1%), spending an average of 1-4 hours/day (81.5%). In the questionnaires, 95.6% considered that social networks are important in medicine and 73% follow the profiles of doctors. Among the responses to the Likert questionnaire, the most defended sentence was: "I have seen doctors convey inaccurate or sensationalist information to attract followers", obtaining an average ranking value of 4.18. **DISCUSSION**: The issues addressed by the Marketing, IT and Communication centers highlighted the importance of ethics in the use of social networks in the medical career. Each nucleus also commented on the positive and negative aspects of social networks, pointing out possible strategies to avoid misuse. **CONCLUSION**: Medical students use social networks and believe that they play an important role in health. However, despite the interest, they do not have the skills to develop a valuable social profile and claim to have seen doctors convey inaccurate or sensationalist information on their profiles. This fact was verified by IT, communication and marketing professionals, who claim the need for ethics and care with the information passed.

KEYWORDS*: Medical Schools, Social Media, Medicine, Commodification, Marketing of Health Services*

INTRODUÇÃO

No início do novo milênio, as chamadas "mídias sociais" se apresentam como a mais importante inovação na tecnologia das comunicações e têm-se mostrado uma ferramenta de interesse para institutos e profissionais de saúde, além de pacientes e familiares. O termo "mídia social" descreve um conjunto de ferramentas tecnológicas que constituem oportunidades mediadas para aproximar as pessoas e encorajar o estabelecimento de redes sociais e comunicação dialógica.(1)

Dada a relevância cada vez maior dessas mídias – que já contam com 4,5 bilhões de usuários e crescem à taxa de 9% ao ano – e todas as possibilidades que reservam, é natural que elas exerçam influência sobre os serviços de saúde. (2) Assim, nunca foi tão necessário que os profissionais de saúde compreendam o que são mídias sociais, quem as utiliza, quais as suas finalidades e o que têm a oferecer à sua atividade profissional, e aprendam a utilizá-las para se comunicar de forma positiva com seus pacientes.(3)

Para os profissionais de saúde, sites e aplicativos de redes sociais são um meio eficaz para divulgação do seu trabalho em comunidades leigas ou médicas. De fato, as mídias sociais podem substituir a antiga prática de referência "boca a boca": agora um médico pode se tornar um "seguidor" ou ser "seguido" nessas plataformas e atingir diretamente clientes em potencial. O paciente, por sua vez, pode obter muitas informações – tanto profissionais quanto pessoais – a respeito do médico, o que pode ajudá-lo a economizar tempo na busca do "profissional ideal". (3,4)

Consequentemente, o médico deve criar uma imagem atrativa e uma "marca pessoal" para que, através delas, o seu trabalho se ponha em evidência diante da sociedade. A principal razão disso é a crescente competitividade de mercado, decorrente do aumento anual do número de formandos e, portanto, da maior concorrência por vagas bem remuneradas. Por isso, os médicos têm de se atualizar constantemente e recorrer a novas ferramentas de comunicação: nos dias de hoje, contentar-se com os saberes adquiridos, sem divulgação pessoal e profissional, pode ser danoso para a sua carreira. (5)

Ademais, a utilidade dos recursos digitais no âmbito da saúde já foi amplamente observada. Eles possibilitam maior eficiência na transmissão da mensagem, maior precisão no direcionamento da informação, maior alcance e maior engajamento dos pacientes. (3,6) No entanto, a implementação de mídias sociais nesse âmbito tem o potencial de expor profissionais e pacientes a certos riscos, dentre os quais já foram observados: escolha de profissionais com base em critérios não técnicos, como número de "curtidas" e "seguidores"; violação da privacidade de pacientes e profissionais; confiança excessiva dos pacientes nas mídias sociais, negligenciando-se canais tradicionais e, em geral, mais seguros (e.g., visitas de escritório e ligações). (7)

Outra questão ética importante diz respeito à confidencialidade da relação médico-paciente. Um estudo de 2016 investigou a exposição de imagens de pacientes publicadas por médicos no Facebook e constatou muitos casos de quebra de confidencialidade e/ou privacidade. Tal expediente – isto é, a exibição pública dos "resultados" de seu trabalho – se configura, segundo os autores, como uma forma de promoção de imagem profissional para fins comerciais. (8)

Tudo isso põe em evidência uma tendência da medicina à mercantilização, a qual se reflete, por exemplo, no marketing da saúde, que tem se popularizado em redes sociais como Instagram e Facebook, onde médicos e outros profissionais promovem o seu trabalho apresentando "estilos de vida", terapias alternativas e, às vezes, informações duvidosas com ares de verdade científica. E, segundo o artigo 48, presente na atualização de 2018 do Código de Ética Médica, essa prática é caracterizada como ilegal ao ato médico. (9)

É possível que as mídias sociais estejam influenciando a escolha de serviços e profissionais de saúde por parte dos pacientes, até mesmo obscurecendo currículos e credenciais, que ainda são indicadores muito mais seguros de competência profissional.(8) Nesse contexto, os futuros médicos já veem a necessidade de utilizar as novas ferramentas de comunicação, especialmente as redes sociais, para ampliar o seu mercado e ter maior sucesso na formação da sua carreira. Desse modo, a presente pesquisa visou analisar a opinião de atores-chave da comunidade acadêmica de uma faculdade privada de medicina a respeito do uso das mídias sociais para inserção e consolidação do profissional de medicina no mercado de trabalho.

Também se objetivou descrever a opinião dos profissionais de Tecnologia da Informação (TI), marketing e comunicação quanto a necessidade de trazer aos estudantes meios e ferramentas para utilizar as mídias sociais de uma forma ética e profissional. Além de analisar a opinião discente do último ano de medicina da faculdade estudada com relação ao uso das mídias sociais na sua futura inserção no mercado de trabalho.

METODOLOGIA

Realizou-se um estudo de corte transversal quantitativo-qualitativo, com o objetivo de analisar a opinião de atores-chave da comunidade acadêmica de uma faculdade de medicina a respeito do uso das mídias sociais para inserção e consolidação do profissional de medicina no mercado de trabalho. O estudo foi realizado entre 2019 e 2021, sendo a coleta realizada em uma faculdade privada de medicina do Recife entre 2019 a 2020, através de entrevistas áudio gravadas com os coordenadores de TI, marketing e laboratório de comunicação e questionário online com os estudantes.

A população do estudo consistiu em 115 estudantes do último ano de medicina e 3 coordenadores de diferentes núcleos (01 do marketing, 01 da Tecnologia da Informação (TI) e 01 do laboratório de comunicação) que assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), concordando em participar da pesquisa. Os critérios de inclusão adotados foram: Estudantes do sexto ano do curso de medicina, coordenadores de TI, marketing e laboratório de comunicação da faculdade que estejam regularmente ativos na instituição.

A captação dos participantes foi realizada nos períodos de intervalo de suas atividades profissionais e estudantis. A abordagem foi distinta para os seguintes grupos: os estudantes foram abordados via e-mail com questionário online personalizado; já os coordenadores de TI, Marketing e laboratório de comunicação foram entrevistados através de videoconferências individuais áudio gravadas.

Os grupos de variáveis estudados foram: perfil demográfico e estudantil, perfil das redes sociais para o estudante, perfil de trabalho dos coordenadores e posição das esferas de marketing, TI e comunicação. Dentre as variáveis dos estudantes, incluem-se: idade, sexo, graduação, redes sociais em uso, tempo de uso das redes sociais, opinião sobre o uso de mídias sociais enquanto paciente, opinião sobre o uso de mídias sociais enquanto futuro médico. Dentre as variáveis dos coordenadores, incluem-se: tempo de formação, tempo de trabalho, tempo de cargo, função de trabalho, opinião sobre a importância do perfil social, opinião sobre a interferência das redes sociais na carreira, técnicas de marketing na saúde, opinião sobre o uso das mídias sociais pelo médico, opinião sobre o apoio da instituição de ensino em relação às mídias sociais para com os estudantes.

As entrevistas com os coordenadores foram transcritas e, em seguida, analisadas e interpretadas, que, dentro de uma perspectiva de pesquisa qualitativa, não tem a finalidade de contar opiniões ou pessoas. Seu foco explorou o conjunto de opiniões e representações sociais sobre o tema. A transcrição não tem por objetivo ser uma reprodução exata das gravações, mas um filtro que exclui frases interrompidas ou sinais da oralidade, por exemplo, sem perder o conteúdo do discurso. As comparações das respostas das entrevistas foram analisadas através da metodologia de Bardin, buscando-se os sentidos das falas para se chegar a uma compreensão ou explicação que vai além do descrito. Para preservar a identidade dos coordenadores, estes foram referidos como A, B e C; assim categorizados de forma randômica.

Para armazenamento e organização dos dados quantitativos coletados, utilizou-se o programa Excel 2010 versão 14.0, com garantia de anonimato dos estudantes. Para o processamento e análise dos dados foi utilizado o programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) na versão 21.

Os dados e suas variáveis foram analisados descritivamente através de frequências absolutas e percentuais para as variáveis categóricas e as medidas estatísticas: média e desvio padrão para as variáveis numéricas ou na escala ordinal e inferencialmente através do Teste F, utilizado para comparar simultaneamente a igualdade das médias para mais de dois grupos. Para avaliar a probabilidade de se obter uma estatística de teste igual ou maior que aquela observada em uma amostra, sob a hipótese nula, foi obtido o valor-p. A margem de erro utilizada nas decisões dos testes estatísticos foi de 5% e os intervalos foram obtidos com 95,0% de confiança. Os resultados e comparações de respostas foram apresentados na forma de tabelas de frequências absolutas e relativas, além de medidas de tendência central e suas dispersões.

O presente estudo atende às normas da Resolução 510/16 do Conselho Nacional de Saúde, foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da instituição onde foi realizada a coleta de dados, sob o número do CAAE: 14671219.9.0000.5569 e não possui nenhum conflito de interesse.

RESULTADOS

Do total de 157 estudantes do 12º período de medicina, 115 (73,2%) aceitaram participar da pesquisa. Também participaram 3 coordenadores de diferentes núcleos (Marketing, TI e laboratório de comunicação) de uma faculdade privada de medicina.

Conforme Tabela 1, a idade média dos estudantes no período da coleta foi de 25,7 anos, sendo 90 (78,2%) do sexo feminino e 25 (21,7%) do sexo masculino. Do total, 13 estudantes declararam possuir outra graduação, sendo os principais cursos Odontologia (4), Enfermagem (3) e Tecnologia (2).

Tabela 1. Características dos estudantes do 12º período de Medicina de Faculdade Privada do Recife – Dados coletados no período de 2019-2020

Características	***X* (média)**	**DP**
Idade	25,71	3,51
Sexo	N	%
Feminino	90	78,26
Masculino	25	21,74
Possui outra graduação	13	100
Odontologia	4	30,75
Enfermagem	3	23,07
Tecnologia	2	15,38
Direito	1	7,7
Fisioterapia	1	7,7
Biomedicina	1	7,7
Administração	1	7,7

Fonte: Própria, 2021

Quando perguntados sobre a utilização das redes sociais, 94,7% declararam ter redes sociais. Das mais citadas, observou-se o Instagram (99,1%), Facebook (57,8%) e Twitter (7,3%). Em relação ao tempo de uso, 45,8% passam entre 1 e 2 horas por dia nas redes sociais, 35,7% passam entre 2 e 4 horas, 11% passam entre 4 e 6 horas. Em relação ao uso por menos de 1 hora ou mais de 6 horas/dia, 5,5% e 1,8% declararam utilizar por esse período de tempo, respectivamente.

Em relação às respostas dos questionários de perguntas diretas, conforme Tabela 2, 95,6% dos estudantes consideravam que as redes sociais têm um papel importante na área da saúde atualmente. 60,8% já formaram opinião sobre um médico baseando-se, principalmente, em seu perfil online. 51,3% utilizaram rede social para ver o perfil de um médico antes da consulta. 73% já acompanharam o perfil social de um médico para obter conselhos e dicas de saúde. 58,2% consideram importante que o médico tenha um perfil social bonito e interessante para divulgar o seu trabalho. Já 40,4% negaram considerar o perfil social um fator mais determinante na escolha de um médico do que a recomendação de conhecidos.

Para medir a consistência/validade interna das sentenças da parte do questionário do tipo escala Likert, foi calculado o valor do Alpha de Cronbach. O valor encontrado foi de 0.857. Conforme a Tabela 3, as respostas das sentenças da parte do questionário tiveram ranking médio entre 2,39 e 4,18. A sentença “Já vi médicos veicularem informações imprecisas ou sensacionalistas para atrair seguidores.” obteve maior valor de ranking médio (4,18), de modo que a resposta da maioria dos alunos se aproximou mais do “concordo totalmente” para a sentença.

Na comparação entre cada sentença do questionário e o questionário Likert, encontrou-se relação de tendência direta entre o uso de redes sociais ($p<0.001$), principalmente o Instagram ($p<0.01$). A sentença “Acompanha ou já acompanhou o perfil social de um médico para obter conselhos e dicas de saúde?” também apresentou relevância estatisticamente significativa ($p<0.001$).

No que se refere às sentenças “Já utilizou rede social para ver o perfil de um médico antes da consulta?” e “Considera importante que o médico tenha um perfil social bonito e interessante para divulgar o seu trabalho?” observou-se relação de tendência direta (com $p<0.01$ e $p<0.00001$, respectivamente).

Os núcleos de comunicação, TI e marketing foram abordados através de entrevistas áudio gravadas. Cada núcleo apontou trabalhar na faculdade há, pelo menos, sete anos, com formação há mais de 10 anos no grupo que trabalha. As respostas das entrevistas estão presentes na Tabela 4.

O núcleo de comunicação é responsável por preparar conteúdo, orientar em comunicação e em pesquisa os cursos disponíveis na faculdade, incluindo o de medicina. O núcleo de TI cria estratégias tecnológicas para o momento atual e para os anos futuros de acordo com o que a instituição precisa, apoiando não só estudantes de medicina, mas todos os estudantes de saúde. Já o núcleo de marketing é responsável pelo processo digital em redes sociais e relacionamento com o mercado, planejando os processos e estratégias de divulgação.

De acordo com os entrevistados, as redes sociais são um marco da contemporaneidade e, atualmente, fazem parte do cotidiano de toda a população. A forma que são usadas influenciará no resultado e nas consequências pessoais e profissionais. Assim, sabendo-se comunicar, tendo um perfil bem estruturado, com conteúdo de valor e seguindo as normas éticas impostas pelo Conselho Regional de Medicina, o profissional poderá influenciar positivamente as pessoas que o acompanham e poderá não só proteger o paciente, mas a si mesmo.

Existem diversos pontos que as mídias sociais podem interferir de modo positivo ou negativo na carreira de um profissional. Em relação aos pontos positivos, foram citados o aumento da influência do médico e da aproximação com o paciente, além da divulgação de informações que levem ao bem-estar populacional. Os pontos negativos normalmente estão associados ao mau uso das redes pelos profissionais, seja através da divulgação de polêmicas ou a busca exclusivamente monetária.

Para evitar esse mau uso, o profissional pode obter assessorias digitais e de comunicação ou empresas especializadas em marketing que irão lhe instruir no mundo digital. Entretanto, os estudantes já podem criar desenvoltura e desenvolver habilidades como a boa oratória, aprender a gerir páginas e criar conteúdo durante a graduação.

Tabela 2. Respostas do questionário sobre uso de redes sociais na carreira médica aplicado em estudantes do 12º período de Medicina de Faculdade Privada do Recife – Dados coletados no período de 2019-2020

Perguntas e Respostas	N	%	Valor de p
Possui rede social?			
Sim	109	94,78	0,0009*
Se sim, qual(is)? **			
Instagram	108	99,08	0,0032*
Facebook	63	57,79	0,3305
Twitter	8	7,33	0,3686
Duração média diária nas redes sociais			
Menos de 1 hora	6	5,5	
1-2 horas	50	45,87	
2-4 horas	39	35,77	
4-6 horas	12	11	
Mais de 6 horas	2	1,83	
Você acha que as redes sociais têm um papel importante na área da saúde atualmente?			
Sim	110	95,65	0,305
Não	2	1,74	
Não sei/Não se aplica	3	2,61	
Já formou opinião sobre um médico baseando-se, principalmente, em seu perfil online?			
Sim	70	60,87	0,0565
Não	42	36,52	
Não sei/Não se aplica	3	2,61	
Já utilizou rede social para ver o perfil de um médico antes da consulta?			
Sim	59	51,3	0,0013*
Não	55	47,83	
Não sei/Não se aplica	1	0,87	
Acompanha ou já acompanhou o perfil social de um médico para obter conselhos e dicas de saúde?			
Sim	84	73,04	0,0003*
Não	31	26,96	
Considera importante que o médico tenha um perfil social bonito e interessante para divulgar o seu trabalho?			
Sim	67	58,26	0,00001*
Não	36	31,3	
Não sei/Não se aplica	12	10,44	
O perfil social pode ser um fator mais determinante na escolha de um médico do que a recomendação de conhecidos?			
Sim	28	24,35	0,1920
Não	81	70,43	
Não sei/Não se aplica	6	5,22	

Fonte: Própria, 2021

(*) Diferença estatisticamente significativa ao nível de 5,0%.

(**) O Participante poderia assinalar mais de uma alternativa.

Tabela 3. Respostas do questionário Likert sobre uso de redes sociais na carreira médica aplicado em estudantes do 12º período de Medicina de Privada do Recife – Dados coletados no período de 2019-2020

Sentenças	Ranking médio	DP
1. Profissionais de saúde deveriam utilizar as redes sociais para divulgar informações acerca de seu trabalho.	3,75	0,87
2. Pretendo ter um perfil em rede social para fins profissionais.	3,62	1,11
3. Sei como utilizar ferramentas das redes sociais para desenvolver uma apresentação atraente.	2,39	1,09
4. É válido ter aulas com os profissionais de Tecnologia da Informação (TI), marketing e comunicação durante a graduação para auxiliar no uso profissional de redes sociais.	3,94	0,92
5. Já vi médicos divulgarem informações pessoais de pacientes de forma antiética, para promover o seu trabalho.	3,77	1,48
6. Já vi médicos veicularem informações imprecisas ou sensacionalistas para atrair seguidores.	4,18	0,45
7. Sempre questiono e confirmo as informações obtidas nas redes sociais.	3,89	1,07
8. A faculdade trabalha, em tutoria, as questões éticas envolvidas no processo de implementação das redes sociais no contexto da saúde.	4,01	0,76

Fonte: Própria, 2021

Tabela 4. Entrevistas com núcleos de TI, Marketing e Comunicação à Luz da Metodologia de Bardin – Dados coletados no período de 2019-2020

Perguntas	Respostas de cada núcleo*
1- Qual a importância de um perfil bem estruturado para uso profissional?	**A:** "Rede social faz parte da vida de todo mundo e a forma como as redes sociais vão ser usadas é o importante". **B:** "Um perfil social bem estruturado é essencial se criado com cautela, pois o usuário que recebe a informação do médico será influenciado pelo que vê. É um mundo que não vai mudar, cada perfil espelha o que você é e faz, mesmo que não completamente verdadeiro". **C:** "Rede social é um ótimo instrumento que, sabendo fazer, se consegue ter autoridade e notoriedade. O médico precisa ter um canal de comunicação ou ficará para trás".
2- Como as mídias sociais podem interferir positiva e negativamente sobre a carreira de um profissional?	**A:** "É muito positivo se for usado como forma de mostrar o bem-estar da população. Negativamente, o profissional pode usar essa ferramenta para benefício somente monetário". **B:** "Após postar alguma informação nas redes sociais, há um 'rastro digital' que nunca deixará de existir. Assim, deve-se ter muita cautela ao colocar algo e evitar polêmicas. Em relação aos pontos positivos, os serviços de contato com o paciente através das mídias sociais podem trazer empatia e aproximar o paciente do médico. A empatia é a tecnologia mais eficaz". **C:** "O perfil deve refletir o que o médico é e, se for bem gerido, pode gerar inúmeros benefícios: ganhar seguidores adeptos, visualizações, influência etc. O perfil pode fazer o médico crescer profissionalmente ou prejudicá-lo e, na maioria das vezes, os pontos negativos estão relacionados ao mau uso das redes sociais pelos mesmos".

3- Quais as técnicas de marketing e TI empregadas atualmente pelos profissionais de saúde nas redes sociais?	**A:** "Os profissionais fazem uso de lives para explicação e desmistificação de doenças. De uma forma geral, os médicos não usam (e não devem usar) as redes sociais de forma comercial, expondo o paciente". **B:** "O melhor exemplo são as assessorias digitais e de comunicação, empresas especializadas em marketing que vão zelar pela imagem do profissional. Exemplos de técnicas negativas são os "robôs" que mandam mensagens automaticamente para tentar responder os comentários dos usuários. As pessoas querem ouvir o profissional falando e não uma resposta automática". **C:** "Não se faz marketing sem números. Com o Google Analytics há a estratégia para conhecer seu público, de onde ele é e o que procura, sempre fazendo a mensuração e análise de dados. Ter uma marca/logo atrativa é importante, assim como o visual e a simbologia, mas acima de tudo, ter uma identidade própria. O jeito de se comunicar é associado ao profissional. Uma pessoa interage com mais de 5000 marcas/comunicações diariamente, seja por propagandas ou logos de celulares, carros, empresas…, mas apenas 0,5% serão lembradas no fim do dia. Os profissionais precisam se comunicar de modo que fique gravado na memória de quem visualizou. 'A marca é aquilo que marca, não somente um logotipo'".
4- Como você acha que o médico deve operar as novas tecnologias de comunicação, como as mídias sociais, para atingir os seus futuros pacientes de forma mais eficaz?	**A:** "O protagonista é o médico e não a rede social, assim o profissional pode usar lives, interagir com o público, colocar telefones para contato no perfil, produzir conteúdo bom etc. Mas, como profissional, deve-se tomar cuidado com os limites da ética". **B**: "As redes sociais devem ser usadas para tirar dúvidas, manter um contato mais próximo ao se comunicar, com o paciente e não para atendimento. Além disso, o profissional não deve usar as redes sociais como extensão do consultório e torna-se escravo delas, se submetendo a atender e estar disponível 100% do tempo". **C:** "As redes sociais são importantes na profissão médica, mas ela não compõe todos os meios para crescer na carreira. Outras opções que podem agregar valor e conhecimento são as palestras, o domínio da oratória, ministrar cursos online, interagir com o público e colegas de trabalho, participar de discussões construtivas etc. Tudo isso, consequentemente, torna o médico mais interessante e agregará autoridade e influência na rede social. 'O médico que só sabe medicina, sabe muito pouco'".
5- Como as habilidades necessárias para utilizar profissionalmente as mídias sociais devem ser ensinadas aos estudantes durante a graduação?	**A:** "A faculdade aborda esse tema nos laboratórios. O futuro médico precisa de bom senso e entender bem o Código de Ética, para proteger não só o paciente, mas a si mesmo em entrevistas e/ou nas redes sociais. É fundamental, ter autocrítica, conhecer as ferramentas e ter transparência". **B:** "É uma habilidade social mais do que tecnológica em si: saber se comunicar com outras pessoas. Mas o estudante também precisa entender que essa é a hora certa de montar sua identidade como profissional. Tudo que ele faz será lembrado, por professores ou colegas, seja nas redes sociais ou na vida real". **C:** "O aluno pode aprender já de agora a se envolver nas redes sociais, criar desenvoltura, ter uma boa oratória, saber os recursos de comunicação que podem lhe beneficiar para construir conteúdos bons e relevantes, sabendo gerir uma página com profissionalismo e ética. Para isso, deve-se buscar cursos, treinos, estudos etc".

Fonte: Própria, 2021

(*) Os núcleos foram codificados aleatoriamente em A, B e C, de modo a garantir o anonimato.

DISCUSSÃO

Analisando a opinião de coordenadores e estudantes a respeito das mídias sociais no contexto da medicina, foi evidenciado que sua utilização profissional é vista de maneira positiva na instituição de ensino pesquisada, além de ser um assunto emergente no período atual. Devido ao tema inovador, poucos estudos que abordassem a temática do uso de redes sociais na formação da carreira médica foram encontrados. Os mais próximos ao tema se tratam de pesquisas com estudantes de outros países que abordam a frequência, meio para adquirir conhecimento e atitudes positivas e negativas em relação ao uso das mídias sociais na medicina. (10,11)

Encontrou-se uma predominância do sexo feminino entre os estudantes de medicina que participaram (78,2%), além de uma faixa etária de 25,7 anos, dados corroborados por estudos que abordaram o fenômeno da feminilização no curso de medicina e a entrada mais precoce no curso. (12)

Em relação ao uso de mídias sociais pelos estudantes de medicina no presente estudo, observou-se uma expressiva quantidade de alunos que fazem uso (95%), sendo a principal ferramenta usada o Instagram (99%), seguida pelo Facebook (57,8%). Essa realidade é presente tanto no Brasil quanto em outros países, em estudo na Turquia com 482 estudantes, 97.3% utilizavam redes sociais, sendo o Facebook (95,3%) a plataforma mais utilizada. (13) Em estudo brasileiro com 169 estudantes de medicina em Sergipe, 98,8% declaram fazer uso das mídias sociais. Com essas informações, pode-se observar que o uso das redes sociais por estudantes de medicina, principalmente jovens entre 20-25 anos, é um fato atual. (14)

Sobre o tempo de uso, 45% passam entre 1 e 2 horas por dia nas redes sociais, 35% passam entre 2 e 4 horas. Em comparação ao mesmo estudo de Sergipe, 34% dos estudantes declararam usar as redes sociais entre 3-5 horas por dia e 28% usavam entre 1-3 horas por dia. Assim, pode-se presumir que os participantes desse estudo passam quantidade equivalente de tempo em comparação a alunos de outras faculdades de saúde no Brasil. (14) Estudos observaram que quanto maior o nível de formação do indivíduo, maior a tendência a usar as redes sociais. Pessoas com ensino superior completo usam cerca de 20% mais a internet do que aqueles com diploma de ensino médio. (15)

O uso de mídias sociais tornou-se parte da vida moderna e isso se reflete na importância que as pessoas dão às redes sociais para obter informações de saúde. Os estudantes de saúde são o maior exemplo, uma vez que acompanham perfis de médicos e de conteúdos de saúde para fins educativos. No nosso estudo, 95% acreditavam que as redes sociais possuem um papel importante na área de saúde e 73% seguiam esses perfis para receber conselhos e dicas em medicina. Comparando os dados com uma pesquisa com 284 estudantes de medicina no Paraná, os estudantes utilizavam o Facebook para tirar dúvidas de saúde (91,6%) e discutir casos clínicos (31,9%). (16)

Apesar da importância dada às mídias sociais no contexto da saúde, não houve um número expressivo de estudantes que a usaram para formar opinião sobre um médico (61%) ou para conhecê-lo antes da consulta (51%). Apesar de a população utilizar as redes sociais para buscar informações sobre doenças e saúde, (17) não foram encontrados estudos que abordassem a formação de opinião sobre o médico baseando-se em suas redes sociais.

Segundo estudo nos EUA, 90% dos médicos estão vinculados às mídias sociais. Para esses profissionais, possuir um perfil apresentável e interessante do seu trabalho é de extrema importância para seu crescimento como médico. (18) Esse fato é corroborado por outro estudo americano, que afirma que um profissional de saúde deve desenvolver e manter um perfil social de sucesso, uma vez que isso influencia na percepção dos pacientes sobre ele. (19) Todavia, somente 58% dos estudantes de medicina da presente pesquisa consideraram esse fator como importante e 70% acreditavam que a recomendação de conhecidos era mais importante que somente conhecer o médico pelo seu perfil social. Acreditamos que essa divergência ocorreu devido a maior credibilidade dada à opinião de terceiros que já conhecem o profissional e/ou já se consultaram do que uma imagem transmitida através das redes sociais.

Não foram encontrados estudos anteriores que abordassem a temática em questionário Likert de uso de redes sociais e a sua influência na formação da carreira médica. Assim, o presente estudo mostra-se inovador e, como o valor do Alpha de Cronbach obtido (0,857) foi expressivo, aponta confiabilidade e validade à parte do questionário do tipo escala Likert aplicado.

No questionário tipo Likert, observou-se que a maioria dos estudantes não sabe utilizar ferramentas das redes sociais para desenvolver uma apresentação atraente. Devido a essa falta de conhecimento, os estudantes mostraram vontade de participar de aulas com profissionais de TI, marketing e comunicação durante a graduação para suprir essa

necessidade. Esse fato aponta um desejo crescente dos futuros médicos em saber como melhor se inserir nas redes sociais, tornando seu uso mais profissional.

Em estudo realizado em Pernambuco em três faculdades de medicina, observou-se que 32,3% do total dos estudantes afirmou apresentar ou ter apresentado comportamento antiético ao postar fotos/vídeos com pacientes em redes sociais. (20) Essa realidade também é encontrada entre os médicos. Na presente pesquisa, a maior parte dos estudantes afirmou já ter visto médicos veicularem informações imprecisas/sensacionalistas para atrair seguidores. Apesar disso, um grande número afirmou questionar e confirmar essas informações obtidas nas redes. Isso pode ser explicado pela temática ser abordada em tutorias na faculdade pesquisada.

Em relação ao que foi abordado durante as entrevistas com os núcleos de comunicação, TI e Marketing da faculdade pesquisada, observou-se que os temas abordados sofreram influência da conjuntura atual da pandemia da COVID-19, uma vez que as entrevistas aconteceram durante esse período, no qual as redes sociais ganharam destaque ainda maior. O mesmo não aconteceu com as respostas dos estudantes, uma vez que os questionários foram coletados antes do período de pandemia, sendo um possível viés para a pesquisa.

Os temas mais recorrentes abordados pelos entrevistados sobre as redes sociais foram: a presença das redes sociais na vida da população é uma realidade inquestionável, por isso é um tema que deve ser abordado durante o curso de graduação; os estudantes devem saber como desenvolver um perfil social profissional com cautela, evitando polêmicas e atitudes antiéticas.

Como principais pontos positivos proporcionados pelas mídias sociais, foram citados durante as entrevistas: contato e aproximação com o paciente, empatia, crescimento profissional, transmissão de conhecimento e orientação populacional. Já em relação aos pontos negativos, comentou-se sobre os riscos da quebra do sigilo médico-paciente, a mercantilização da medicina, sensacionalismo e falta de disponibilidade do médico.

Pontuando as singularidades dos discursos de cada núcleo, falou-se sobre a importância de o médico seguir à risca o Código de Ética nas suas redes sociais, de criar uma identidade pessoal no seu perfil (através do domínio da oratória e comunicação com o público) e de poder utilizar ferramentas de tecnologia para interagir com o usuário. Não houve controvérsias e/ou pontos de divergências entre as respostas.

Em suma, ressalta-se que a presente pesquisa foi afetada pela pandemia da COVID-19, uma vez que alguns estudantes não puderam participar pela pandemia ou por estarem de férias/afastados no período do estudo. Além disso, a coleta de dados foi iniciada em momentos diferentes com cada grupo estudado: no período pré-pandemia, parte dos estudantes já havia respondido ao questionário; já na fase pandêmica, as entrevistas com as coordenações de comunicação, TI e marketing na faculdade estudada foram realizadas por videoconferência. Desse modo é possůel observar certa diferença nas opiniões apresentadas entre os grupos, uma vez que a temática do uso das redes sociais na carreira médica foi ainda mais abordada durante o período.

CONCLUSÃO

De acordo com os resultados obtidos, pode-se concluir que a maioria dos estudantes de medicina utiliza as redes sociais, especialmente o Instagram, e acredita que elas têm um papel importante na área da saúde atualmente. Apesar dessa importância dada às mídias sociais no contexto da saúde, não houve um número expressivo de estudantes que as usaram para formar opinião sobre um médico ou para conhecê-lo antes da consulta. Apesar de a população utilizar as redes sociais para buscar informações sobre doenças e saúde. Percebeu-se que os estudantes não possuem as habilidades necessárias para desenvolver um perfil social de valor voltado à medicina, apesar de um percentual significativo acompanhar perfis médicos e mostrar interesse em participar de aulas com especialistas sobre o tema durante a graduação. A maior parte da população estudada afirmou já ter visto médicos veicularem informações imprecisas ou sensacionalistas em seus perfis sociais. Fato corroborado por profissionais de TI, comunicação e marketing, que afirmam a necessidade de ter um cuidado com as informações veiculadas nas redes sociais, sobretudo no âmbito ético. Nesse sentido, novos trabalhos sobre o uso de redes sociais para formação e consolidação da carreira médica podem trazer maior riqueza de informações, de modo a formar médicos capazes de utilizar as ferramentas das mídias sociais de modo consciente.

CONFLITOS DE INTERESSE

Os pesquisadores afirmam que não há conflitos de interesse nesta pesquisa.

FINANCIAMENTO

O financiamento deste trabalho foi realizado por meios próprios dos autores.

REFERÊNCIAS

1. Drumond JGF. Ética e inovação tecnológica em medicina. Rev. Bioethikos - Centro Universitário de São Camilo. 2007; 1(1):24-33.

2. DataReportal. Digital Report: Brazil. Estados Unidos: Hootsuite; 2020. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil

3. Lin SH, Lin TMY. Demand for online platforms for medical word-of-mouth. Journal Int Med Res. 2018; 46(5): 1910–18.

4. Subbiah IM, et al. A Big World Made Small:Using Social Media to Optimize Patient Care. Am Soc Clin Oncol Educ Book. 2019; 39:212-18.

5. Fernandes JAT, Silva PMO. O marketing aplicado ao meio digital. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales. 2018. Disponível em: http://www.eumed.net/rev/cccss/2018/01/marketing-meio-digital.html

6. Househ M, Borycki E, Kushniruk A. Empowering patients through social media: The benefits and challenges. Health Informatics Journal. 2014; 20(1) 50–8.

7. Moorhead SA, et al. A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. J Med Internet Res. 2013; 15(4):85.

8. Martorell LB, Nascimento WF, Garrafa V. Redes sociais, privacidade, confidencialidade e ética: a exposição de imagens de pacientes no facebook. Interface - Botucatu. 2016; 20(56):13-23.

9. Conselho Federal de Medicina (Brasil). Resolução CFM nº 2.217, de 1 de novembro de 2018. Aprova o Código de Ética Médica. Brasília. Art. 48º.

10. Kitsis EA, et al. Who's misbehaving? Perceptions of unprofessional social media use by medical students and faculty. BMC Med Educ. 2016. 16:67

11. Bickerdike A, et al. Learning strategies, study habits and social networking activity of undergraduate medical students. Int J Med Educ. 2016; 17; 7:230-6.

12. Scheffer M, et al. Demografia Médica 2018: número de médicos aumenta e persistem desigualdades de distribuição e problemas na assistência. Conselho Federal de Medicina (Brasil). 2018.

13. Avcı K, Çelikden SG, et al. Assessment of medical students' attitudes on social media use in medicine: a cross-sectional study. BMC Med Educ. 2015; 15:18.

14. Moromizato MS, et al. O Uso de Internet e Redes Sociais e a Relação com Indícios de Ansiedade e Depressão em Estudantes de Medicina. Revista Brasileira de Educação Médica. 2017; 41(4): 497-504

15. Pew Research Center. 2021 - Survey data on social media. Social Media Use. 2021 Disponível em: https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/

16. Purim, KSM, Tizzot, ELA. Protagonismo dos Estudantes de Medicina no Uso do Facebook na Graduação. Revista Brasileira de Educação Médica. 2019; 43(1):187-196

17. Pereira Neto A, et al. O paciente informado e os saberes médicos: um estudo de etnografia virtual em comunidades de doentes no Facebook. Hist. cienc. saude - Manguinhos. 2015; 22(Suppl):1653-71.

18. Harris JM, Ciorciari J, Gountas J. Consumer Neuroscience and Digital/Social Media Health/Social Cause Advertisement Effectiveness. Behav Sci (Basel). 2019; 9(4).

19. Jorgensen G. Social media basics for orthodontists. American journal of orthodontics and dentofacial orthopedics: official publication of the American Association of Orthodontists, its constituent societies, and the American Board of Orthodontics. 2012; 141. 510-5.

20. Souza ES, Lorena SB, et al. Ética e Profissionalismo nas Redes Sociais: Comportamentos On-Line de Estudantes de Medicina. Revista Brasileira de Educação Médica. 2017; 41(3): 412-23