



## COMPORTAMENTO ONLINE DE PROFISSIONAIS E ESTUDANTES DE FONOAUDIOLOGIA: USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Congresso Fonoaudiológico de Bauru, 28ª edição, de 18/08/2021 a 21/08/2021  
ISBN dos Anais: ISSN: 25952919

**MATOS; Keila Naiara de Sousa<sup>1</sup>, NASCIMENTO; Mariana Cristina Barbosa<sup>2</sup>, CORRÊA; Camila de Castro<sup>3</sup>, JOSÉ; Maria Renata<sup>4</sup>, FIDENCIO; VANESSA LUISA DESTRO<sup>5</sup>**

### RESUMO

**Introdução:** O número de usuários de mídias sociais no Brasil aumentou em 11 milhões entre abril de 2019 e janeiro de 2020, sendo esses recursos utilizados cada vez mais para disseminação de conteúdos da área de Fonoaudiologia. Acompanhando este dado, também houve crescente aumento da criação de perfis profissionais, inclusive gerenciados por estudantes que ainda não concluíram a graduação. O uso das mídias sociais para divulgação de perfis profissionais exige cautela, pois mesmo os profissionais podem infringir códigos e divulgar conteúdos não atualizados cientificamente. **Objetivo:** Caracterizar o acesso, produção e interação de profissionais e discentes com conteúdos online de mídias sociais, voltados à Fonoaudiologia. **Método:** O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisas (CAEE nº 34032820.1.0000.5058). Os critérios de inclusão foram: confirmar a participação voluntária na pesquisa, ser fonoaudiólogo ou discente de graduação em fonoaudiologia, possuir conta em uma mídia social, ter mais de 18 anos e preencher na íntegra o questionário online. O questionário foi elaborado pelas autoras, composto por 47 questões, dividido em três partes: identificação; formação acadêmica e acesso e produção de conteúdo em mídias sociais. Para comparação entre os grupos utilizou-se o teste exato de Fisher, para as variáveis qualitativas, e o Teste T de Student para as variáveis quantitativas, considerando  $p < 0,05$ . **Resultados:** A amostra foi composta por 242 participantes, divididos em dois grupos: Grupo de Discentes (GD), formado por 119 graduandos em Fonoaudiologia e Grupo de Fonoaudiólogos (GF), formado por 123 fonoaudiólogos. A plataforma mais utilizadas pelos participantes de ambos os grupos para o compartilhamento de conteúdo profissional foi o Instagram. No GD, 14,28% dos participantes afirmaram possuir perfil profissional nas mídias sociais e, destes, 47,06% afirmaram ter criado este perfil no início do curso. Já no GF, 56,10% afirmaram possuir perfil profissional nas mídias sociais. Dentre os participantes que relataram já

<sup>1</sup> Centro Universitário Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN),

<sup>2</sup> Centro Universitário Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN),

<sup>3</sup> Centro Universitário Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN),

<sup>4</sup> Centro Universitário Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN),

<sup>5</sup> Centro Universitário Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN),

terem observado posturas que consideram antiéticas nos perfis profissionais, houve relatos sobre: exibição de imagem de paciente; ensino de técnicas fonoaudiológicas; comentários depreciativos sobre outros profissionais; o não uso ou uso incorreto de Equipamentos de Proteção Individual; disponibilização gratuita de modelos de laudos; exposição da agenda com identificação dos pacientes; alunos de graduação respondendo a perguntas e dando dicas de terapias; propaganda de procedimentos que não possuem comprovação científica. No GF, 27,53% afirmaram já terem publicado fotos e/ou vídeos do paciente somente com sua autorização verbal. No GD, dos discentes que cursavam o último ano de graduação 12% alegaram ainda não terem lido o código de ética. No GF, 69,11% afirmaram terem lido o código de ética da profissão na íntegra. Observou-se diferença estatisticamente significativa entre os grupos quanto à observação de posturas antiéticas e de erros técnicos em postagens, tempo de uso diário das mídias sociais, em relação à seguir perfis “profissionais” de estudantes de fonoaudiologia e sobre a frequência com que conferem a referência da informação da postagem antes de compartilhá-la. **Conclusão:** Observou-se que a interação em mídias sociais voltados à temática da Fonoaudiologia por profissionais e estudantes é considerável, transparecendo reduzida aplicação do rigor ético em conteúdo online.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fonoaudiologia, Mídias Sociais, Ética Profissional, Comportamento