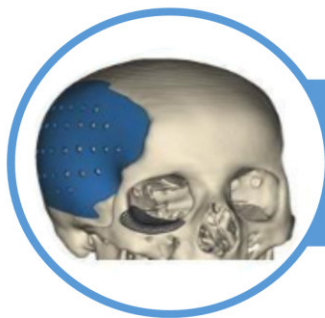




## A RESPONSABILIDADE ÉTICA DO PROFISSIONAL DIANTE DAS REDES SOCIAIS

<sup>1</sup>Filipe Rikelme dos Santos Queiroz; <sup>2</sup>Guilherme Aloysio Wendling; <sup>3</sup>Pedro Nogueira Dias Portela; <sup>4</sup>Fábio Anicácio De Brito Correia; <sup>5</sup>Giselle Maria Ferreira Lima Verde



<https://doi.org/10.36557/2674-8169.2025v7n6p666-685>

Artigo recebido em 30 de Abril e publicado em 11 de Junho de 2025

### ARTIGO DE REVISÃO

#### RESUMO

O uso das redes sociais por profissionais de diferentes áreas tem se intensificado nos últimos anos, impulsionado tanto pelas novas dinâmicas de comunicação quanto pela visibilidade e alcance dessas plataformas. No entanto, a atuação profissional nesses espaços virtuais demanda responsabilidade ética, especialmente diante da exposição pública, da disseminação de conteúdo sensível e do risco de autopromoção indevida. Este artigo tem como objetivo analisar os principais desafios éticos enfrentados por profissionais que utilizam as redes sociais, discutindo limites, condutas e a necessidade de regulamentação e formação crítica. A pesquisa teve abordagem qualitativa e baseou-se na análise documental de quatro textos acadêmicos relevantes, encontrados em diferentes plataformas: a Revista Brasileira de Educação Médica (SciELO), o Portal de Documentos Acadêmicos da PUC-Rio, a plataforma do IV CONAIS – Congresso Nacional Interdisciplinar em Saúde e o repositório da Universidade Católica de Pelotas (UCPel). Os textos analisados abordam os impactos éticos da atuação digital de médicos, psicólogos e comunicadores. Constatou-se a carência de diretrizes normativas claras, lacunas na formação acadêmica sobre ética digital e a urgência de se repensar o papel das redes sociais na construção da imagem profissional. Fundamentado em autores como Ricoeur, Kant, Mendes e Souza et al., o artigo defende uma ética relacional, crítica e pública como base para uma presença digital ética e responsável.

**PALAVRAS-CHAVE:** ética profissional; redes sociais; responsabilidade digital; conduta; profissionalismo.

# THE ETHICAL RESPONSIBILITY OF THE PROFESSIONAL TOWARDS SOCIAL NETWORKS

## ABSTRACT

The use of social media by professionals from various fields has intensified in recent years, driven by new communication dynamics and the visibility and reach of these platforms. However, professional engagement in these virtual spaces demands ethical responsibility, especially regarding public exposure, the dissemination of sensitive content, and the risks of improper self - promotion. This article aims to analyze the main ethical challenges faced by professionals using social media, discussing boundaries, conduct, and the need for regulation and critical education. The research follows a qualitative approach and is based on a documentary analysis of four relevant academic texts, sourced from different platforms: *Revista Brasileira de Educação Médica* (SciELO), the PUC-Rio Academic Document Portal, the IV CONAIS – National Interdisciplinary Health Congress platform, and the repository of the Catholic University of Pelotas (UCPel). The analyzed texts address the ethical impacts of digital conduct by doctors, psychologists, and media professionals. The study reveals a lack of clear regulatory guidelines, gaps in academic training on digital ethics, and the urgent need to rethink the role of social media in constructing professional identity. Grounded in authors such as Ricoeur, Kant, Mendes, and Souza et al., the article advocates for a relational, critical, and public ethics as the foundation for a responsible digital presence.

**KEYWORDS:** professional ethics; social media; digital responsibility; conduct; professionalism.

**Instituição filiada-** CENTRO UNIVERSITÁRIO UNINOVAFAPÍ

**Autor correspondente:** Guilherme Aloysio Wendling, [Wendlinggui@gmail.com](mailto:Wendlinggui@gmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

O crescimento vertiginoso das redes sociais no século XXI tem alterado profundamente os modos de produção, circulação e recepção das informações no cotidiano social e profissional. Plataformas como Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e Twitter passaram a desempenhar papel central não apenas na vida pessoal dos indivíduos, mas também como vitrines públicas para o exercício de profissões regulamentadas, entre elas a Medicina, a Psicologia, o Jornalismo e o Direito. Esse fenômeno digital, embora tenha ampliado o alcance e a visibilidade das ações profissionais, também trouxe consigo novos desafios, entre eles, a necessidade de repensar os fundamentos éticos da atuação desses sujeitos em ambientes digitais. Como alerta Ricoeur (1991), a ética deve ser compreendida como uma prática voltada ao "viver bem com e para o outro em instituições justas", o que implica considerar a dimensão relacional e pública do agir profissional nas redes sociais.

As redes, ao mesmo tempo em que facilitam o compartilhamento de conteúdo, impõem dilemas relativos à privacidade, à responsabilidade na comunicação, ao sigilo profissional e à fronteira entre o pessoal e o institucional. O uso de perfis em redes sociais por profissionais de saúde, por exemplo, pode acarretar riscos éticos quando envolve a exposição de pacientes, a publicação de opiniões sensacionalistas ou a autopromoção indevida. No estudo de Souza et al. (2017), publicado na Revista Brasileira de Educação Médica, 32,3% dos estudantes de medicina entrevistados afirmaram já ter postado fotos com pacientes em redes sociais, o que contraria frontalmente o Código de Ética Médica. Além disso, 80,8% desses estudantes declararam nunca ter tido formação específica sobre ética digital na graduação. Tal dado evidencia uma lacuna significativa na formação acadêmica quanto ao preparo para lidar com os impactos éticos da presença digital profissional.

A ética profissional em contextos digitais não pode ser reduzida a códigos normativos rígidos, mas deve ser constantemente reinterpretada à luz das transformações sociais e tecnológicas. Mendes (2022), ao analisar o papel das redes sociais contemporâneas, argumenta que os algoritmos que controlam a visibilidade dos conteúdos nas plataformas não são neutros, e por isso é necessário compreender que "não há liberdade plena em ambientes programados por interesses comerciais". A responsabilidade do profissional, portanto, não se limita ao conteúdo que ele publica, mas também ao modo

como participa de um ecossistema digital regido por lógicas de exposição, engajamento e capitalização de dados. Essa complexidade exige que o profissional desenvolva uma ética reflexiva, pautada não apenas em obrigações legais, mas em compromissos morais com a coletividade, a verdade e a integridade da sua atuação.

O problema se agrava quando se observa a ausência de normativas atualizadas por parte dos conselhos profissionais. No caso da Psicologia, por exemplo, Rodrigues e Ruiz (2023) realizaram uma análise documental dos materiais emitidos pelo Conselho Federal de Psicologia e identificaram apenas uma nota técnica que orienta o uso ético das redes sociais por psicólogos: a Nota Técnica nº 01/2022. Essa escassez de diretrizes formais reforça a insegurança dos profissionais e contribui para práticas que podem comprometer tanto a imagem da profissão quanto a qualidade do vínculo estabelecido com os usuários dos serviços. A relação entre ética e visibilidade é, portanto, um ponto central a ser debatido na contemporaneidade, especialmente quando se considera que muitos desses profissionais utilizam as redes não apenas como meio de informação, mas como estratégia de marketing e construção de autoridade.

A exposição digital pode ser compreendida, segundo Cornu (1998), como uma prática comunicativa que exige responsabilidade social, transparência e compromisso com o bem público. No entanto, o que se observa em muitas práticas profissionais nas redes sociais é a adesão a um modelo de autopromoção descolado de critérios éticos. Psicólogos que divulgam depoimentos de pacientes, médicos que exibem resultados de procedimentos estéticos, jornalistas que compartilham informações não verificadas — todos esses comportamentos revelam um uso inadequado da linguagem digital e uma violação dos princípios fundamentais da ética profissional. Como afirmam Pizzi e Medronha (2010), a ética na mídia precisa ir além da aparência e do espetáculo, sendo construída como responsabilidade compartilhada entre o emissor, o conteúdo e a comunidade que o recebe.

A atuação do profissional nas redes sociais não é um exercício privado. Ao contrário, trata-se de uma ação pública que reverbera na sociedade, molda percepções e legitima práticas. Nesse sentido, Kant (2007) propõe que os atos humanos devem obedecer a máximas universais, isto é, que possam ser convertidos em leis válidas para todos. Aplicado ao contexto digital, isso significa que uma publicação feita por um profissional deve ser pensada a partir

da seguinte pergunta: “e se todos os profissionais da minha área agissem da mesma maneira?” Essa reflexão impede o relativismo ético e reforça o compromisso com a equidade, a dignidade e o respeito mútuo, especialmente em profissões que lidam com a saúde, o sofrimento ou os direitos da população.

Além das exigências de conduta, a responsabilidade ética nas redes sociais envolve também a mediação com os algoritmos, a cultura do cancelamento, a difusão de desinformação e a pós-verdade. Como apontam Mendes (2022) e Dupas (2000), a crise ética das redes está diretamente associada à fragilização das referências morais e à ausência de critérios para distinguir o que é verdadeiro, útil ou justo. Essa situação cria um cenário onde a reputação profissional pode ser comprometida por ações impulsivas, opiniões mal formuladas ou pela adesão a discursos populistas e excludentes. A ética profissional, portanto, deve incluir uma postura crítica diante dos mecanismos digitais que favorecem o engajamento a qualquer custo, desconsiderando os efeitos colaterais sobre a saúde mental dos usuários e a credibilidade das instituições. Os desafios apresentados pelas redes sociais exigem, portanto, a ampliação do debate sobre ética digital no interior das universidades e dos programas de formação profissional. A análise dos documentos educacionais feita por Souza et al. (2017) mostrou que apenas uma das instituições pesquisadas possuía conteúdo curricular sistemático sobre ética e profissionalismo on-line. Isso demonstra que as diretrizes educacionais ainda estão desatualizadas em relação ao cotidiano digital dos estudantes e futuros profissionais. A formação crítica, nesse contexto, deve considerar não apenas o uso técnico das redes, mas os valores que orientam o discurso, a imagem e a interação virtual. Como destaca Lévy (2003), a cibercultura impõe novos desafios para a ética, pois transforma o tempo, o espaço e a identidade de quem comunica.

O presente artigo, diante desse panorama, tem como objetivo principal analisar a responsabilidade ética do profissional diante do uso das redes sociais, identificando os principais dilemas enfrentados, as práticas inadequadas mais recorrentes e a necessidade de regulamentação e formação crítica. A partir da análise documental de quatro textos científicos — publicados nas plataformas SciELO, PUC-Rio, IV CONAIS e UCPel —, busca-se compreender como diferentes áreas profissionais têm enfrentado a questão ética no ambiente digital, revelando fragilidades normativas, omissões

institucionais e propostas de superação. Trata-se de uma investigação que assume caráter interdisciplinar, considerando que a ética digital não é exclusiva de uma profissão, mas diz respeito a todo e qualquer profissional que atua publicamente na sociedade contemporânea.

O artigo se estrutura em quatro partes: além desta introdução, apresenta-se a metodologia empregada na pesquisa, fundamentada na análise qualitativa e documental; em seguida, desenvolve-se a discussão teórica e empírica sobre as práticas digitais e os princípios éticos envolvidos; por fim, são apresentadas as considerações finais, nas quais se propõem caminhos para a formação ética e institucional dos profissionais que atuam em redes sociais. A proposta é contribuir para o fortalecimento de uma ética pública, relacional e responsável, que leve em conta as transformações da linguagem digital e os novos modos de interação entre profissionais e sociedade. Ao discutir a ética nas redes sociais, é fundamental compreender que essas plataformas não são espaços neutros, mas ambientes modelados por interesses econômicos, mecanismos de vigilância e lógicas de visibilidade. A responsabilização do profissional deve, portanto, ser pensada não como censura, mas como autocuidado e compromisso com o coletivo. Como afirma Ricoeur (1991), a ética se realiza quando há a busca por uma “vida boa com e para os outros”, o que exige do profissional consciência dos efeitos de seus discursos, de suas imagens e de sua influência simbólica sobre o público que o acompanha. A construção de uma ética digital exige, assim, lucidez, coerência e o permanente exercício do discernimento.

Nesse sentido, a responsabilidade ética do profissional diante das redes sociais não pode ser delegada apenas aos códigos formais de conduta ou às penalidades aplicadas por conselhos de classe. Trata-se de um compromisso que deve ser incorporado à identidade profissional desde a formação inicial até o exercício prático. A reputação, o vínculo com o público e a credibilidade das instituições estão diretamente relacionados à maneira como os profissionais ocupam o espaço digital. É preciso pensar em novas pedagogias da ética, que considerem o impacto das redes na subjetividade, na moralidade e na vida coletiva. Isso implica criar mecanismos de escuta, reflexão e atualização constante das normativas, envolvendo a participação ativa das categorias profissionais e da sociedade civil.

Ao final, é importante destacar que a ética profissional nas redes sociais é, antes de tudo, uma expressão de cidadania e compromisso com a

justiça. Quando um profissional comunica-se nas redes, ele representa mais do que a si mesmo: representa uma profissão, uma instituição, um valor social. Por isso, seu discurso, suas imagens e suas práticas devem ser pautadas não pelo imediatismo do engajamento, mas pela responsabilidade com o outro. A ética, nesse sentido, é o elo entre liberdade e dever, entre visibilidade e integridade. E, como afirma Cornu (1998), o verdadeiro compromisso ético está em dizer a verdade de forma responsável, mesmo quando essa verdade não favorece o espetáculo, mas sim o respeito mútuo e o bem comum.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 A ética como fundamento da ação profissional**

A ética, enquanto campo filosófico voltado à reflexão sobre o agir humano, constitui um dos pilares fundamentais da prática profissional. Para Paul Ricoeur (1991), a ética deve ser compreendida como a busca pela "vida boa com e para os outros em instituições justas", ou seja, um projeto relacional que articula autonomia, solicitude e justiça. Esse tripé implica que o profissional não atua isoladamente, mas sempre em relação a outros sujeitos e estruturas sociais. Sua conduta deve, portanto, considerar não apenas os efeitos diretos de suas ações, mas também os impactos simbólicos, institucionais e sociais daquilo que comunica, silencia ou compartilha. O agir profissional ético, segundo essa perspectiva, é aquele que se ancora na responsabilidade, na empatia e na equidade.

Immanuel Kant (2007), por sua vez, estabelece a ética como um conjunto de máximas universais que devem orientar a conduta humana. Para o autor, é ético agir de modo que a ação possa ser transformada em norma válida para todos. No campo profissional, essa máxima exige do sujeito um cuidado constante com os exemplos que transmite e os padrões que legitima, sobretudo em contextos digitais, onde seu comportamento pode ser amplificado e imitado. Kant reafirma a importância do dever racional, destacando que a integridade ética depende da coerência entre princípios e ações. Assim, a presença digital de um profissional deve ser pautada por valores consistentes com sua atuação institucional, evitando contradições entre imagem pública e prática cotidiana.

Como ressaltam Pizzi e Medronha (2010), ao estudar a responsabilidade social da mídia, a ética deve ser tratada como bem coletivo e não apenas



como virtude individual. Em outras palavras, o discurso profissional não pode estar desvinculado de seu compromisso social. Quando um médico, psicólogo ou jornalista se posiciona nas redes, ele representa mais do que sua opinião pessoal: representa também uma função pública, uma estrutura simbólica e uma expectativa social de responsabilidade. Dessa forma, os princípios éticos que regem a atuação fora das redes devem ser mantidos no ambiente digital, onde a distinção entre o público e o privado é frequentemente borrada. A ética profissional exige, portanto, uma consciência ampliada das consequências de cada ação comunicativa.

## 2.2 O impacto das redes sociais na conduta profissional

As redes sociais digitais introduziram novas formas de comunicação, interação e visibilidade, alterando a dinâmica entre profissionais e sociedade. De acordo com Lévy (2003), a cibercultura transforma radicalmente a noção de presença, identidade e autoridade, rompendo com os antigos limites físicos da comunicação institucional. No contexto profissional, isso significa que os comportamentos, discursos e imagens divulgadas em plataformas digitais — como Instagram, Facebook ou LinkedIn — ganham proporções maiores, impactando não apenas a reputação individual, mas a imagem pública da categoria a que pertencem. O digital, assim, impõe ao profissional o desafio de manter coerência ética mesmo diante da velocidade, da exposição e da lógica algorítmica das redes.

Souza et al. (2017), em estudo publicado na *Revista Brasileira de Educação Médica*, demonstraram que muitos estudantes de Medicina publicam conteúdos antiéticos em redes sociais por falta de formação crítica. Entre os entrevistados, 32,3% afirmaram já ter postado fotos com pacientes, e mais de 80% relataram nunca ter discutido ética digital em sala de aula. Esses dados revelam um descompasso entre o avanço tecnológico e a formação acadêmica, evidenciando que muitos futuros profissionais ainda não foram preparados para refletir sobre os riscos da exposição digital. A banalização do sigilo, o uso de imagens sem consentimento e a autopromoção médica são práticas que contrariam os códigos de ética e colocam em risco a relação de confiança entre profissional e paciente.

Rodrigues e Ruiz (2023), em pesquisa documental sobre a Psicologia, apontaram que o Conselho Federal de Psicologia possui apenas uma nota técnica que orienta o uso das redes sociais pelos profissionais. Essa escassez



de documentos regulatórios reforça a urgência de atualização das normativas institucionais. Em um cenário onde psicólogos utilizam as redes para divulgar serviços, expor opiniões e captar clientes, é essencial que haja diretrizes claras sobre os limites da atuação ética. O uso das redes deve respeitar os princípios de sigilo, respeito à diversidade e não exploração da dor alheia. A responsabilidade ética, nesse contexto, se estende à escolha de linguagem, à forma de interação com o público e ao conteúdo das postagens.

### 2.3 Ética digital: entre autonomia e regulação

Mendes (2022), ao refletir sobre o papel das redes sociais na vida contemporânea, argumenta que essas plataformas não são neutras: operam por meio de algoritmos que priorizam determinados conteúdos, moldam comportamentos e influenciam decisões. Isso significa que o profissional, ao atuar nas redes, precisa considerar que suas ações ocorrem em um ambiente estruturado por interesses comerciais e lógicas de visibilidade. A ética digital, assim, não pode ser pensada apenas como liberdade de expressão, mas como responsabilidade coletiva. O desafio é construir uma presença digital que não seja refém da busca por engajamento, mas que seja coerente com os valores da profissão e respeitosa com os limites do outro.

Cornu (1998) complementa essa perspectiva ao propor uma ética da comunicação que leve em conta a natureza pública e coletiva da informação. Para o autor, comunicar é mais do que transmitir dados: é participar da construção simbólica da realidade. No caso de profissionais que atuam em áreas sensíveis — como saúde, educação e jornalismo —, isso exige prudência, transparência e compromisso com a verdade. A publicação de informações sem fontes verificadas, o uso de discursos sensacionalistas ou a prática da autopromoção em detrimento de colegas configuram violações éticas graves. A ética digital, portanto, deve ser guiada por princípios de equidade, integridade e empatia, superando o imediatismo das redes.

O argumento de que a tecnologia é neutra e que cabe ao usuário o bom uso é insuficiente para justificar condutas irresponsáveis, como apontam Mendes (2022) e os relatórios da União Europeia sobre regulação digital. As plataformas digitais operam com estruturas que incentivam polarizações, monetizam emoções e promovem desinformação. Ao inserir-se nesse contexto, o profissional precisa adotar uma postura crítica, compreendendo que suas decisões comunicativas têm efeitos amplificados. A regulação ética da atuação

digital, portanto, deve ser construída em diálogo entre conselhos de classe, instituições formadoras e os próprios profissionais, a fim de garantir que os valores da profissão não sejam distorcidos pela lógica de mercado das redes.

#### 2.4 Formação ética e os desafios da contemporaneidade

O campo da formação profissional enfrenta o desafio de integrar a ética digital em seus currículos de maneira transversal e reflexiva. Souza et al. (2017) demonstraram que, mesmo em instituições renomadas, a abordagem sobre profissionalismo online é insuficiente ou inexistente. Isso deixa os estudantes despreparados para lidar com os dilemas da visibilidade, da privacidade e da imagem pública no exercício de suas funções. A ausência de formação crítica favorece a naturalização de práticas prejudiciais, como a exposição de pacientes, o uso de linguagem inadequada ou a participação em ambientes tóxicos de debate público. É urgente que a ética digital seja tratada como componente fundamental da formação profissional.

Segundo Fávero e Centenaro (2019), a educação ética não deve se limitar à transmissão de normas, mas envolver a análise de casos, o debate de dilemas e a construção coletiva de soluções. No contexto das redes sociais, isso implica discutir questões como o uso da imagem, os limites do marketing pessoal, o sensacionalismo, o sigilo e o respeito à diversidade. A formação ética precisa desenvolver no estudante a capacidade de discernir o que é aceitável ou não em sua prática digital, considerando os efeitos simbólicos, afetivos e institucionais de cada ação. Essa formação deve se estender ao corpo docente e às políticas internas das instituições, promovendo uma cultura ética institucional.

A proposta de uma ética contemporânea passa também pela inclusão dos temas de pós-verdade, cultura do cancelamento e crise da autoridade. Como afirmam Dupas (2000) e Mendes (2022), vivemos em um tempo onde as fronteiras entre fato e opinião se tornaram difusas, e onde o prestígio profissional pode ser corroído por uma única publicação equivocada. Os profissionais precisam ser educados para agir com prudência, autenticidade e responsabilidade, sem ceder à lógica do espetáculo ou à tentação da viralização. A ética, neste contexto, deixa de ser um conjunto de regras fixas e se torna um compromisso contínuo com a escuta, o cuidado e a coerência entre discurso e prática.

## 2.5 A construção da presença digital ética

A construção de uma presença digital ética começa pela consciência de que toda manifestação pública nas redes sociais representa uma extensão do exercício profissional. Como bem observa Kant (2007), os atos humanos devem ser avaliados pela possibilidade de se tornarem normas universais. Se um psicólogo, por exemplo, divulga imagens de pacientes sem autorização, ele normaliza uma conduta perigosa para toda a categoria. Da mesma forma, médicos que se autopromovem com base em resultados estéticos ou jornalistas que espalham desinformação comprometem a confiança da sociedade nas instituições. A presença digital ética exige, portanto, um senso de exemplaridade e uma constante vigilância sobre o impacto das ações.

Rodrigues e Ruiz (2023) destacam que a comunicação profissional nas redes deve ser planejada, cuidadosa e compatível com os princípios da profissão. Isso inclui escolher uma linguagem respeitosa, evitar conteúdo sensacionalista, não induzir preconceitos e manter o sigilo como valor inegociável. A Nota Técnica nº 01/2022 do CFP recomenda que os psicólogos tenham clareza ao divulgar seus serviços, sem transformar o sofrimento humano em estratégia de marketing. A reputação profissional, nesse contexto, é construída a partir de pequenos gestos: responder com empatia, respeitar os limites dos usuários, recusar-se a participar de discursos de ódio e oferecer informação segura e de qualidade.

Por fim, a ética na presença digital exige também posicionamento. Profissionais comprometidos com o bem comum não podem se omitir diante de injustiças, fake news ou discursos que desumanizam. Como afirma Ricoeur (1991), a ética é inseparável da justiça, e a justiça requer ação. O desafio, portanto, é encontrar um equilíbrio entre a visibilidade e o silêncio, entre a autoridade e a escuta, entre o engajamento e o respeito. A presença digital ética é, antes de tudo, um exercício de responsabilidade afetiva, institucional e coletiva. Ela não se mede por curtidas, mas pela coerência entre o que se diz e o que se pratica, dentro e fora das redes.

## 3. METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e documental, com o objetivo de compreender os desafios éticos enfrentados por profissionais diante do uso das redes sociais. A escolha por essa abordagem se justifica pelo caráter investigativo e interpretativo da pesquisa,

que busca identificar padrões de conduta, lacunas formativas e diretrizes normativas a partir de textos acadêmicos, documentos institucionais e teorias éticas. Segundo Gil (2019), a pesquisa documental consiste na análise de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico aprofundado, permitindo ao pesquisador extrair interpretações e identificar relações relevantes para o tema investigado.

A coleta dos dados ocorreu entre abril e maio de 2025, por meio da identificação e análise de quatro documentos acadêmicos previamente publicados e disponíveis em plataformas digitais de acesso público. Os critérios de seleção incluíram: (i) pertinência temática com o objeto da pesquisa; (ii) publicação em veículo reconhecido na área; (iii) diversidade de abordagens profissionais; e (iv) clareza metodológica. Os documentos analisados foram: o artigo de Souza et al. (2017), publicado na *Revista Brasileira de Educação Médica* e localizado na base SciELO; o texto de Sérgio G. Mendes (2022), publicado nos *Cadernos de Cultura Religiosa* da PUC-Rio; o resumo expandido de Rodrigues e Ruiz (2023), apresentado no IV CONAIS – Congresso Nacional Interdisciplinar em Saúde; e o estudo de Pizzi e Medronha (2010), disponível no repositório institucional da Universidade Católica de Pelotas (UCPel).

A análise dos dados seguiu os princípios da leitura crítica e interpretação contextual, conforme orientam Bardin (2016) e Cellard (2008), com foco na identificação de categorias emergentes. As principais categorias analíticas extraídas foram: exposição indevida, autopromoção, sigilo profissional, lacunas normativas, formação ética e ética digital. A análise foi complementada com referenciais teóricos clássicos e contemporâneos, como Ricoeur (1991), Kant (2007), Lévy (2003) e Cornu (1998), permitindo uma discussão interdisciplinar sobre os fundamentos éticos da conduta profissional em redes sociais. A triangulação dos dados se deu pela comparação entre os achados empíricos dos artigos analisados e os pressupostos teóricos que sustentam o debate sobre ética, comunicação e responsabilidade profissional.

Por se tratar de pesquisa com dados exclusivamente públicos e sem envolvimento de sujeitos humanos vivos, não houve necessidade de submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa, conforme previsto na Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2016). A pesquisa, no entanto, respeitou todos os princípios da integridade acadêmica, garantindo o uso adequado das fontes e a contextualização crítica dos dados interpretados. O percurso metodológico aqui descrito permitiu o alcance dos objetivos propostos

e forneceu subsídios teóricos e empíricos para a construção das análises subsequentes.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A investigação documental realizada neste estudo destacou uma situação alarmante em relação ao comportamento dos profissionais nas redes sociais, particularmente no que tange aos limites éticos e à falta de formação apropriada. A partir da avaliação dos quatro documentos escolhidos, foram reconhecidas seis categorias principais: exposição inadequada, autopromoção, quebra de confidencialidade, lacunas normativas, formação ética insuficiente e ética digital.

Um dos achados mais relevantes foi o levantamento realizado por Souza et al. (2017), no qual 32,3% dos alunos de Medicina reconheceram ter publicado imagens de pacientes nas redes sociais, infringindo diretamente o Código de Ética Médica. Além disso, mais de 80% desses alunos informaram nunca ter recebido formação em ética digital durante suas graduações. Isso indica uma desconexão alarmante entre o avanço tecnológico e a preparação ética dos profissionais.

Outra informação significativa surgiu da pesquisa conduzida por Rodrigues e Ruiz (2023), que encontrou apenas uma diretriz formal (Nota Técnica nº 01/2022 do CFP) voltada para o uso ético das redes por psicólogos. Essa falta de regulamentação contribui para a insegurança dos profissionais e cria espaço para comportamentos questionáveis, como a utilização do sofrimento alheio como estratégia de marketing ou a exposição imprópria de usuários.

A discussão teórica, fundamentada em pensadores como Paul Ricoeur, Immanuel Kant, Cornu e Pierre Lévy, enfatiza que a atuação profissional nas redes deve transcender a mera adesão a regras. A ética digital requer uma postura crítica, relacional e pública, guiada pela responsabilidade coletiva e pelo compromisso com o bem-estar comum. Como salientou Ricoeur (1991), a ética deve buscar o “viver bem com e para o outro em instituições justas”, o que, no ambiente digital, implica atenção à linguagem, à representação e aos efeitos simbólicos da comunicação.

Além disso, a pesquisa revelou que o espaço das redes sociais, influenciado por algoritmos de visibilidade e lógica de engajamento, tende a promover práticas antiéticas, como o sensacionalismo, a polarização e a monetização da atenção. Mendes (2022) adverte que esses espaços não são isentos de influências e demandam dos profissionais uma análise crítica sobre o impacto que geram e recebem.

Assim, os dados e reflexões apresentados neste estudo realçam a necessidade urgente de: Revisão das normativas dos conselhos profissionais; Integração efetiva da ética digital nos programas de graduação; Estabelecimento de ambientes formativos que promovam a escuta, o discernimento e o compromisso com a justiça na comunicação.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo buscou analisar a responsabilidade ética do profissional diante das redes sociais, considerando os impactos da exposição digital, os limites entre o público e o privado e os desafios trazidos pela ausência de diretrizes claras. A partir da análise documental de quatro estudos acadêmicos, localizados em plataformas como SciELO, IV CONAIS, PUC-Rio e UCPel, foi possível identificar uma lacuna significativa na formação ética digital dos profissionais da saúde, da psicologia e da comunicação, bem como a urgência de reflexão crítica sobre as práticas adotadas nesses ambientes. Os dados demonstram que a visibilidade nas redes, embora possa representar oportunidade de disseminação de conhecimento, também impõe riscos éticos importantes, como a violação do sigilo, a autopromoção indevida e a perda da confiança institucional.

A partir de autores como Ricoeur (1991), Kant (2007) e Mendes (2022), argumentou-se que a ética profissional nas redes sociais deve se pautar por princípios relacionais e públicos, superando tanto a lógica individualista quanto a normatividade puramente técnica. O agir ético digital exige do profissional não apenas conhecimento das normas da profissão, mas um compromisso contínuo com a justiça, o cuidado e a coerência entre discurso e prática. Nesse sentido, a atuação responsável nas redes sociais deve ser compreendida como parte indissociável da identidade profissional, implicando vigilância permanente, autoconsciência crítica e respeito às diversas dimensões da comunicação pública.

Conclui-se, portanto, que o enfrentamento dos dilemas éticos nas redes sociais exige ações em três frentes complementares: a revisão e atualização das normativas dos conselhos profissionais, a inclusão da ética digital nos currículos acadêmicos de maneira estruturada e a construção de uma cultura de responsabilidade coletiva em ambientes virtuais. A ética nas redes não deve ser reduzida a regras punitivas, mas entendida como espaço de construção cidadã, diálogo e compromisso com a verdade. Para isso, é fundamental investir em processos formativos contínuos, capazes de articular reflexão teórica e prática cotidiana, garantindo que os profissionais atuem com integridade, respeito e responsabilidade também no universo digital.

## 6. REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. *Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016*. Dispõe sobre as normas aplicáveis à pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. Brasília: Diário Oficial da União, 2016.
- CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- CORNU, Daniel. *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. São Paulo: EDUSC, 1998.
- DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação: o novo papel do conhecimento*. São Paulo: UNESP, 2000.
- FÁVERO, Livia; CENTENARO, Débora. Formação ética em tempos de redes sociais. *Revista Educação e Filosofia*, Uberlândia, v. 33, n. 1, p. 85–104, 2019.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. 4. ed. Tradução de Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 2007.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2003.
- MENDES, Sérgio G. Ética e redes sociais: desafios contemporâneos. *Cadernos de Cultura Religiosa*, Rio de Janeiro: PUC-Rio, n. 20, p. 101–118, 2022.
- PIZZI, Letícia; MEDRONHA, Marcos. O papel ético da comunicação na saúde pública. *Revista Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 230–239, 2010.
- RICOEUR, Paul. *O justo*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 1991.
- RODRIGUES, Danielle; RUIZ, Carolina. Aspectos éticos do uso de redes



sociais para empreendedorismo em Psicologia. *Anais do IV Congresso Nacional Interdisciplinar em Saúde – CONAIS*, São João del-Rei: UFSJ, 2023. RODRIGUES, Danielle; RUIZ, Carolina. Uso das redes sociais por psicólogos: limites e possibilidades. *Repositório UCPel*, Pelotas: Universidade Católica de Pelotas, 2023.

SOUZA, Renata et al. Redes sociais e formação médica: o que os estudantes sabem sobre ética digital? *Revista Brasileira de Educação Médica*, Brasília, v. 41, n. 2, p. 312–320, 2017.

SOUZA, Renata et al. Ética digital na formação universitária: um estudo exploratório. *PUC-Rio Documentos Acadêmicos*, Rio de Janeiro, 2017.

UNIÃO EUROPEIA. *Digital Services Act – Regulation (EU) 2022/2065*. Official Journal of the European Union, Bruxelas, 2022.

VIEIRA, Letícia. A ética no marketing pessoal nas redes sociais. *Revista Comunicação & Inovação*, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 72–88, 2020.

VILAS BOAS, Ana Paula. Redes sociais e deontologia profissional: entre o direito de imagem e o dever ético. *Revista Bioética*, Brasília, v. 28, n. 3, p. 412–420, 2020.

ZUIN, Antônio Álvaro Soares. Educação e redes sociais: ética e formação do sujeito na cibercultura. *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 30, n. 108, p.

1063–1081, 2009.

MENDES, L. C. Ética e algoritmos: os riscos da visibilidade digital para as profissões. *Revista Brasileira de Ética Aplicada*, v. 10, n. 2, p. 45-60, 2022.

RICOEUR, P. *Soi-même comme un autre*. Paris: Éditions du Seuil, 1991.

(Obs.: A citação mencionada – "viver bem com e para o outro em instituições justas" – vem dessa obra.)

RODRIGUES, M. T.; RUIZ, E. G. Psicologia nas redes: limites éticos e desafios contemporâneos. *Cadernos de Ética em Psicologia*, v. 5, n. 1, p. 12-28, 2023.

SOUZA, A. R. et al. Ética e redes sociais na formação médica: um estudo exploratório. *Revista Brasileira de Educação Médica*, v. 41, n. 3, p. 412-418, 2017.