

Nº 16 - DOU – 23/01/2025 - Seção 1 – p.129

Entidades de Fiscalização do Exercício das Profissões Liberais
CONSELHO FEDERAL DE FONOAUDIOLOGIA

RESOLUÇÃO CFFA Nº 756, DE 25 DE OUTUBRO DE 2024

Dispõe sobre a aprovação do Guia de Conduta nas Mídias Sociais para Profissionais.

O Conselho Federal de Fonoaudiologia, no uso de suas atribuições legais e regimentais, na forma da Lei nº 6.965, de 9 de dezembro de 1981, regulamentada pelo Decreto Federal nº 87.218, de 31 de maio de 1982; Considerando a decisão do Plenário do Conselho Federal de Fonoaudiologia, durante a 196ª Sessão Plenária Ordinária, realizada no dia 25 de outubro de 2024; resolve:

Art. 1º Aprovar Guia de Conduta nas Mídias Sociais para Profissionais.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor na data da sua publicação.

ANDRÉA CINTRA LOPES

Presidente do Conselho

NEYLA ARROYO LARA MOURÃO

Diretora-Secretária

ANEXO

Guia de Conduta nas Mídias Sociais para Profissionais

CONSELHO FEDERAL DE FONOAUDIOLOGIA 14º.

Colegiado Gestão 2022-2025 Conselheiros Efetivos Andréa Cintra Lopes - CRFa 2-5766 - Presidente Maria Esther de Araújo - CRFa 1-8177 Ana Léia Safro Berenstein - CRFa 2-3979 Jozélia Duarte Borges de Paula Ribas - CRFa 3-2831 Wagner Teobaldo Lopes de Andrade - CRFa 4-7832 Danilo Alves Mantovani - CRFa 5-15231-2 Raimundo de Oliveira neto - CRFa 6-1361 Léa Travi Lamonato - CRFa 7-7604 Charleston Teixeira Palmeira - CRFa 8-4367 Neyla Arroyo Lara Mourão - CRFa 9-0020-5 Conselheiros Suplentes Mariete Pires da Silva Barbosa - CRFa 1-9282 Patrícia Monteiro de Barros Lopes - CRFa 2-5112 Cristiana Beatrice Lykouropoulos - CRFa 2-5829 Jaqueline Maria Oliani Ijuim - CRFa 3-4662-2 Daniel de Carvalho Vaz - CRFa 4-10244 Lílian de Moura Borges Cintra - CRFa 5-0824 Carla Aparecida Vasconcelos - 6-6464 Cristina Martins Bastos Schneider - CRFa 7-7604 Ana Karoline Furtado Dutra - CRFa 8-9712 Karla Geovanna Moraes Crispim - CRFa 9-6553-5

Este Guia de Conduta nas Mídias Sociais aprovado pela Resolução nº 756 de 25 de outubro de 2024, representa uma contribuição significativa para as Comissões de Ética e de Orientação e de Fiscalização dos Conselhos Regionais de Fonoaudiologia.

O Guia de Conduta nas Mídias Sociais tem por objetivo apresentar ao fonoaudiólogo um as boas práticas para publicações nas diferentes mídias eletrônicas para que o fonoaudiólogo possa fazer suas publicações considerando a fiel observância dos princípios de ética e legais.

O Guia de Conduta nas Mídias Sociais, baseado em todo conjunto de regramentos que alcançam e regulam, direta ou indiretamente, essa matéria, seja no âmbito do Sistema de Conselhos de Fonoaudiologia, com destaque ao Código de Ética da Fonoaudiologia, sobre a Lei nº 9.610/1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais, e a Lei nº 13.709/2018, que dispõe sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a Lei no. 9610/1998 Lei que trata sobre os Direitos Autorais (Lei), a Lei nº 8.078/1990, que dispõe sobre o Código do Direito do Consumidor.

A publicação desse Guia partiu das constantes consultas e questionamentos feitos tanto ao CFFa, como aos CRFa sobre o tema. Por sua vez, a elaboração e sistematização do conteúdo apresentado neste Guia

tiveram por base as contribuições das comissões de ética do Sistema de Conselhos de Fonoaudiologia. Com este Guia, espera-se estabelecer os princípios e as recomendações necessárias para as boas práticas no campo das mídias sociais, propiciando a fiel observância dos princípios de ética, bem como a transparência e harmonia das relações de publicidade.

O Guia de Conduta nas Mídias Sociais é mais uma realização do 14º. Colegiado - a Gestão 2022-2025 em que reafirmamos que é altamente necessário assegurar que este compromisso com a nossa missão dos conselhos de fiscalização profissional seja realizada de maneira ética, segura e com qualidade. Andréa Cintra Lopes - CRFa 2-5766 Presidente do 14º. Colegiado do CFFa.

SISTEMA DE CONSELHOS DE FONOAUDIOLOGIA Elaboração da 1ª Edição: Comissão de Ética GESTÃO 2019 - 2022 Márcia Regina Salomão - Presidente Cristina Pereira Moreira Franciso Pletsch Marcia Cristiane de Freitas Mendes Civitella Rosângela Alves de Mendonça Elaboração 2ª Edição: Comissão de Ética GESTÃO 2022 - 2025 Ana Léia Safro Berenstein Presidente Daniel de Carvalho Vaz Danilo Alves Mantovani Mariete Pires da Silva Barbosa Raimundo de Oliveira Neto

1. Introdução O Sistema de Conselhos de Fonoaudiologia entende que as mídias sociais se tornaram realidade como ferramentas de comunicação entre os fonoaudiólogos e a sociedade. Hoje é possível utilizar o meio digital para vários fins, desde educação e sensibilização das pessoas até a captação de clientes. A primeira edição deste guia foi elaborada e publicada pelo 13º Colegiado do Conselho Federal de Fonoaudiologia (CFFa). No entanto, as mídias sociais estão em constante evolução. Novas plataformas, recursos e estratégias surgem regularmente. Atualizar o guia de mídias sociais da Fonoaudiologia permite que os profissionais e acadêmicos se adaptem mais facilmente a essas mudanças., respeitando os preceitos éticos e legais descritos no Código de Ética da Fonoaudiologia. É importante ressaltar que há autonomia do usuário na escolha dos meios de divulgação, mas sempre considerando a ética e a responsabilidade. Na hora de divulgar os serviços nas mídias sociais, os profissionais precisam seguir os princípios do Código de Ética da Fonoaudiologia, do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD. Avalie bem as mídias sociais e plataformas que melhor se adequem à sua atividade e ao público que você quer atingir. Assumir essa responsabilidade é essencial para manter a integridade profissional e respeitar os direitos dos consumidores.

2. Princípios Gerais • Profissionalismo: manter sempre uma postura que reflita os valores da profissão, evitando conteúdos ofensivos, polêmicos ou que possam prejudicar a reputação do profissional. • Ética: seguir o código de ética da profissão nas interações online, evitando conflitos de interesse, declarações difamatórias, e preservando a confidencialidade de informações.

3. Separação entre Perfil Pessoal e Profissional É possível separar o perfil pessoal do profissional, como também usar um só perfil para ambas as opções, lembrando-se sempre de se identificar conforme determina o art. 36 do Código de Ética da Fonoaudiologia. É importante que os perfis profissionais sejam sempre atualizados com informações relevantes sobre a carreira e a área de atuação.

3.1. Identificação Profissional É dever do fonoaudiólogo usar em suas postagens seu nome civil ou social, profissão e número de inscrição no Conselho Regional de Fonoaudiologia de sua jurisdição, de acordo com o art. 36 do Código de Ética de Fonoaudiologia. É um direito do fonoaudiólogo informar e divulgar que é especialista em uma ou mais áreas específicas da Fonoaudiologia. É importante ser claro e objetivo, destacando suas qualificações e experiência de maneira profissional ATENTE-SE: na fonoaudiologia os títulos de Especialista são emitidos exclusivamente pelo Conselho Federal de Fonoaudiologia e apenas nas áreas com especialidades reconhecidas por este conselho. Se você possui títulos reconhecidos, como pós-graduação *latu sensu* (ter cursado alguma especialização) ou *stricto sensu*, mestrado ou doutorado, não deixe de incluir essas informações, por exemplo: "Especialização em Linguística e mestrado em Ciências da Saúde."

4. Diretrizes de Publicação • Conteúdos Permitidos: compartilhar artigos, eventos, conquistas profissionais, insights da área e conteúdo educativo. • Conteúdos a Evitar: opiniões polêmicas, informações pessoais de pacientes ou clientes, reclamações sobre empregadores, e linguagem inapropriada. • Uso de Imagens e Vídeos: garantir que não haja violações de direitos autorais e que as pessoas retratadas tenham dado consentimento para a publicação.

5. Boas Práticas O conteúdo das publicações deve ser original, de qualidade e apresente informações relevantes. Ressalta-se que é obrigatório que o material produzido tenha veracidade e comprovação científica com as devidas citações da fonte dos textos, materiais ou conteúdo de outra pessoa ou instituições. A qualidade do conteúdo do texto é o que atrai o leitor e possibilita que o perfil tenha visibilidade e relevância. Nas mídias sociais existem riscos e desvantagens. Para evitá-los ou minimizá-los é importante seguir as instruções presentes neste guia e levar em consideração o que está disposto no Código de Ética da Fonoaudiologia e na legislação vigente. Desta forma, deve-se:

1. Solicitar o consentimento por escrito do cliente ou do(s) seu(s) representante(s) legal(is), em caso de publicação, seja ela na forma de vídeo, imagem ou áudio;

2. Inserir o número de inscrição do Conselho Regional de Fonoaudiologia correspondente do(s) profissional(is) envolvido(s), ao publicar a divulgação de cursos, eventos e demais materiais, bem como em transmissões de entrevistas, lives e afins;

3. Verificar a veracidade do conteúdo das informações antes de curtir, comentar, compartilhar e reencaminhar mensagens, mesmo em grupos restritos de discussão;

4. Combater a disseminação das chamadas fakenews, pois levam ao sensacionalismo e à desinformação;

5. Fazer referência às fontes da publicação. Visando não incorrer em prática de plágio e tal atitude também aumenta a credibilidade das postagens;

6. Manter o cuidado para não se expor publicamente, assim como não expor colegas de trabalho, de profissão e clientes, em situações vexatórias ou constrangedoras. A expressão de opiniões deve ser realizada com cautela, respeito e fundamentação;

7. Trocar informações, mesmo em grupos de discussão restritos, com cautela, responsabilidade e ética;

8. Ler com atenção as suas mensagens e seus textos antes de publicá-los. Os conteúdos nas mídias sociais podem ser reencaminhados e compartilhados por outros usuários. Mesmo que apague um post, ele pode já ter sido compartilhado estar se perpetuando na internet e ao alcance de outros usuários;

9. Verificar, ao compartilhar mensagens de terceiros, se não infringem o Código de Ética da Fonoaudiologia. Afinal, ao divulgar, o profissional torna-se responsável pela mensagem;

10. Evitar participar de discussões ou realizar orientações, quando o cliente puder ser identificado, evitando sua exposição. Neste caso, convide-o a conversar no ambiente privado;

11. Evitar debates ou diálogos na presença de haters (pessoas que visam provocar os usuários e perturbar a discussão);

12. Utilizar sempre procedimentos de segurança do sigilo das informações e senhas fortes para evitar vazamento de dados sensíveis, tanto do profissional como dos clientes. Procure fazer uma gestão eficiente das mídias para evitar problemas. Fique Atento! Postagens com cunho de discriminação social, regional, de gênero, racial, religiosa, dentre outras, e assuntos que incitem a violência, comentários depreciativos sobre pessoas ou instituições, discursos de ódio e imagens impróprias não devem ser feitas pois podem configurar infração dos Art. 4, 39 e 40 do Código de Ética da Fonoaudiologia.

6. Anúncios Os anúncios podem auxiliar a alcançar os resultados pretendidos. No entanto, ao produzir anúncios, o fonoaudiólogo deve estar atento às determinações do Código de Ética vigente. É importante ressaltar que, conforme o artigo 37 do Código de Ética da Fonoaudiologia, configura-se uma infração ética anunciar produtos ou procedimentos por meios capazes de induzir o seu uso indiscriminado. De acordo com a Resolução CFFa Nº 587/2020, os responsáveis técnicos serão responsabilizados pelas postagens referentes aos locais de sua atuação.

7. Repercussões de Conduta Inadequada Toda ação em mídias sociais deve estar em consonância com o atual Código de Ética da Fonoaudiologia e com a legislação vigente. Sendo assim, o fonoaudiólogo deve estar atento sobre as normativas, podendo incorrer em sanções no caso de não conformidade. Em casos de dúvida entre em contato com o Conselho Federal de Fonoaudiologia ou o Conselho Regional de Fonoaudiologia de sua jurisdição pelos meios de comunicação oficiais.