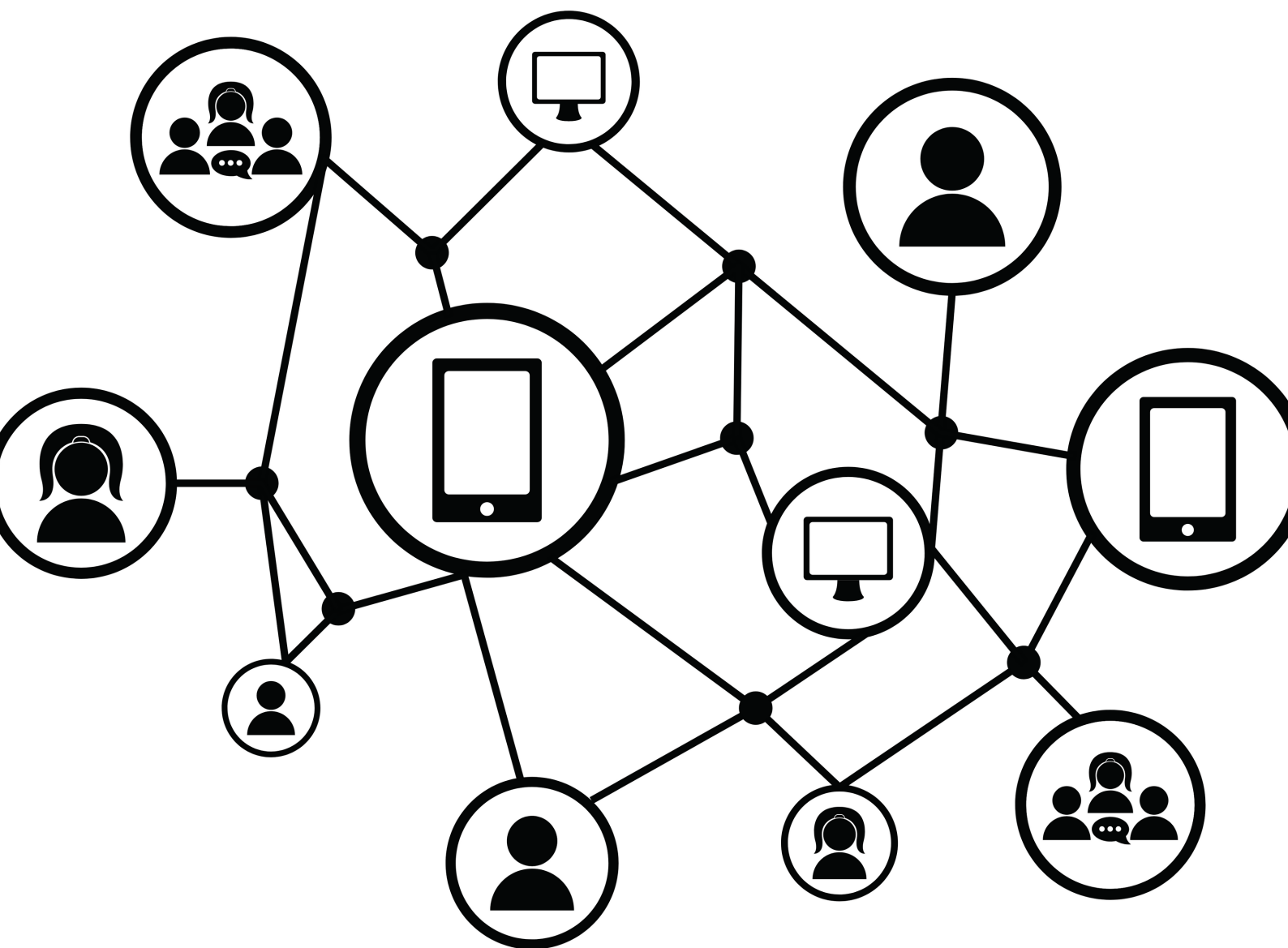




GUIA DE CONDUTA ÉTICA DO FONOAUDIÓLOGO NAS MÍDIAS SOCIAIS

2022



Sistema de Conselhos
de Fonoaudiologia

SISTEMA DE CONSELHOS DE FONOAUDIOLOGIA GESTÃO 2019- 2022

Elaboração: Comissão de Ética

Presidente - Márcia Regina Salomão

Membros- Rosângela Alves de Mendonça

Cristina Pereira Moreira

Marcia Cristiane de Freitas Mendes Civitella

Franciso Pletsch



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	pág 02
REDES SOCIAIS.....	pág 03
PARA QUE SERVE CADA REDE	pág 05
BENEFÍCIOS PARA O FONOAUDIÓLOGO....	pág 14
PASSO A PASSO O QUE FAZER.....	pág 15
BOAS PRÁTICAS NAS REDES.....	pág 22
O QUE NÃO FAZER.....	pág 25
CONCLUSÃO.....	pág 28

INTRODUÇÃO

O Sistema de Conselhos de Fonoaudiologia entende que as redes sociais tornaram-se uma realidade como ferramentas de comunicação entre os fonoaudiólogos e a sociedade. Hoje é possível utilizar o meio digital para vários fins, desde educação e conscientização das pessoas até a captação de pacientes.

**NO ENTANTO, ATENÇÃO DEVE SER
DISPENSADA À POSTURA E USO
CONSIDERADO PRÓPRIO E IMPRÓPRIO PARA
CADA FERRAMENTA ON-LINE.**

A utilização das redes sociais constitui um direito do Fonoaudiólogo e deve ser realizado respeitando os Preceitos Éticos e Legais, descritos no Código de Ética da Fonoaudiologia. São infinitas as possibilidades, se com regras e etiqueta forem utilizadas as redes.

REDES SOCIAIS

No mundo digital, as redes sociais estão dispostas nas formas de sites e aplicativos que facilitam o relacionamento entre pessoas e/ou organizações, não importa em que parte do globo eles estejam.

OU SEJA, REDES SOCIAIS EXISTEM PARA PROPORCIONAR MEIOS DIFERENTES DE INTERAÇÃO SOCIAL EM COMUNIDADES E REDES DE RELACIONAMENTOS.

Até as últimas décadas, pouca gente imaginava como o mundo digital teria um impacto tão grande na vida em sociedade. O desejo em estar presente no virtual e as facilidades que a tecnologia trouxeram tornaram esta uma realidade que veio para ficar e, por isso, profissionais e empresas precisam se adaptar.

Atualmente, existem diferentes redes sociais, cada uma com um propósito específico. O Youtube, por exemplo, é famoso pelo seu compartilhamento de vídeos longos e curtos.



Já o Facebook e Instagram são conhecidos tanto pelo compartilhamento de imagens como vídeos e textos, o Twitter, apesar de permitir também o uso de imagens, tem como objetivo maior a troca de pequenos textos entre os usuários.

É preciso entender bem a rede em que se pretende estar para atuar de maneira correta. Veja os exemplos abaixo:

REDES SOCIAIS MAIS FAMOSAS NO BRASIL E SUAS CARACTERÍSTICAS:

1. **Facebook** - *Interação e expansão de contatos.*
2. **WhatsApp** - *Envio de mensagens instantâneas e chamadas de voz.*
3. **YouTube** - *Compartilhamento de vídeos.*
4. **Instagram** - *Compartilhamento de fotos e vídeos.*
5. **TikTok** - *Compartilhamento de vídeos curtos.*
6. **LinkedIn** - *Interação e expansão de contatos profissionais.*
7. **Twitter** - *Compartilhamento de pequenas publicações de texto.*
8. **Pinterest** - *Compartilhamento de ideias de temas variados.*
9. **Zoom e Skype** - *Chamada de voz e vídeo.*
10. **Telegram** - *Troca de mensagens instantâneas entre usuários.*

PRA QUE SERVE CADA REDE

Há, basicamente, quatro tipos de redes sociais: para relacionamento, entretenimento, network e de nicho. A seguir, entenda melhor as diversas possibilidades do mundo digital:

- *Estabelecer contatos pessoais;*
- *Realizar networking, compartilhar e buscar conhecimentos profissionais;*
- *Procurar emprego e preencher vagas.*
- *Compartilhar e buscar imagens e vídeos;*
- *Compartilhar e buscar informações sobre temas variados;*
- *Divulgar produtos e serviços para compra e venda;*
- *Jogos e entretenimento.*

Agora que você já sabe da importância das redes na vida em sociedade e algumas de suas funções, vamos aprender na prática como podemos utilizá-las no âmbito profissional com ética e discernimento.

CONHECENDO AS REDES

FACEBOOK

Número de usuários: + 2,6 bilhões

O Facebook é a maior rede social do mundo. E não é à toa: nenhuma outra na história da Internet conseguiu reunir tão bem, em um lugar só, tudo que seu usuário precisa. Além de ser focada em seus usuários, ela é uma das maiores formas de geração de oportunidades e aquisição de clientes para qualquer empresa.

Os principais benefícios do Facebook:

- Maior rede social do mundo: todas as marcas e grande parte das pessoas do mundo estão lá e, apesar da concorrência por atenção, o volume de procura é gigantesco;
- Oportunidade de fazer diferente: a rede pode ser considerada uma possibilidade de entregar conteúdo relevante e de forma inovadora. Uma estratégia interessante é por meio do uso personalizado do Messenger, um aplicativo de mensagens integrado à plataforma, e que conta com mais de 1,3 bilhão de usuários ativos;

- Vender é mais fácil no Facebook. A rede reúne marcas e compradores na maior plataforma online do mundo. Quer maior oportunidade de vendas que essa?

YouTube

Número de usuários: + 2 bilhões

Estamos vivenciando o auge do YouTube. Muito disso se deve à crescente presença de conteúdos audiovisuais no Marketing Digital.

A plataforma de compartilhamento de vídeos permite a disseminação em massa desses materiais, em que atualmente existem verdadeiras comunidades. Sejam eles influenciadores, sejam profissionais tentando transmitir seu conteúdo, o YouTube se tornou uma mídia imprescindível para qualquer indivíduo.

Os principais benefícios do YouTube:

- Potencial do conteúdo audiovisual: 5 bilhões de vídeos são assistidos no YouTube todos os dias, e esse número tende a crescer ainda mais. Estima-se que 86% dos brasileiros assistem vídeo na web, o que faz do Brasil o segundo país com mais horas de vídeo assistidas no YouTube.
- Conteúdo diferenciado: assim como algumas outras mídias, o YouTube permite uma gama de conteúdos e dinâmicas diferenciadas. Sabemos como é possível diversificar o que você mostra para o seu público por meio de vídeos;
- Monetização: atualmente, sabemos que existem profissionais que vivem apenas de seus vídeos no YouTube, e a mídia social já criou verdadeiras celebridades. Muito disso é devido à possibilidade de você ganhar dinheiro com seus vídeos e garantir uma grande receita.

WhatsApp

Número de usuários: + 2 bilhões

Talvez a rede social mais popular do Brasil, o WhatsApp está conosco todos os dias e em todos os momentos.

Afinal, ele é nossa maneira mais fácil de nos comunicarmos com outras pessoas, e pode ser um grande facilitador para seus pacientes fazerem o mesmo.

Baseado na troca de mensagens instantâneas, é a maior plataforma do mundo com essa função, e é uma ótima maneira de manter o relacionamento com seus pacientes.

O principal benefício do WhatsApp:

- Praticidade: ele já é onipresente em nossas vidas e é, talvez, a porta mais fácil para um usuário ter contato com sua marca. Principalmente, para pequenas empresas locais, ele é uma forma de Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC, assim como o Messenger, mas é também um grande aliado para a compra de produtos, sendo um facilitador para essas transações.

Além disso, com a chegada do *WhatsApp Business*, a relação entre o consumidor e a marca na plataforma se concretizou ainda mais, e deve começar a atingir outros níveis mais profissionais. Podemos ver novidades, como o pagamento pelo aplicativo, chegando para potencializar ainda mais essa rede social como espaço de compra e venda.

Instagram

Número de usuários: + 1 bilhão

Falar de redes sociais e não dar o devido destaque ao Instagram é um grande erro. Uma das mídias sociais com maior crescimento nos últimos anos, a previsão é de uma expansão ainda maior para o futuro, considerando as funcionalidades que surgem a todo momento e o crescente número de usuários.

Os milhões de instagramers aproveitam as inúmeras possibilidades que o aplicativo de compartilhamento de fotografias oferece, desde apresentar momentos diários, com o Instagram Stories, até interagir e comentar nas postagens de amigos e profissionais, criando uma verdadeira rede social nessa plataforma.

Como o Instagram é a maior rede social com foco em conteúdo visual, ela apresenta grandes oportunidades, tanto para empresas quanto para profissionais.

Os principais benefícios do Instagram:

- Oportunidades infinitas: com tantas funcionalidades, o Instagram oferece inúmeras oportunidades para qualquer profissional. As postagens no feed e nos Stories funcionam como possibilidade de expor produtos e serviços;
- Inovações constantes: por que isso é vantajoso para você? Pense comigo: cada inovação é uma nova chance de relacionar com seu público consumidor de forma interativa e de dinamizar seu conteúdo, potencializando seus resultados dentro dessa rede social;
- Visibilidade: nós sabemos o quanto conteúdos visuais são atrativos, e oportunidades imperdíveis de mostrar um pouco mais do seu trabalho e seus serviços.

Existem várias dicas para conseguir utilizar todo o potencial dessa ferramenta, como fazer Lives para trazer autoridade, utilizar os Stories para mostrar o dia a dia na clínica, saber aproveitar as tendências do Instagram, entre outras maneiras de crescer nessa rede.

#Dica: contratar um profissional para auxiliar você neste processo de migração profissional para a rede é o ideal

TikTok

Número de usuários: + 800 milhões

O TikTok é reconhecido como um dos aplicativos sociais de maior crescimento nos últimos anos. Essa rede de vídeos rápidos, lançada em 2016, realmente teve uma grande difusão a partir da fusão com o aplicativo de músicas, chamado Musical-ly, em 2018.

Além de vídeos com fundos musicais, a rede já conta com uma ampla gama de conteúdos que vão do modelo educacional ao de entretenimento.

Os principais benefícios do TikTok:

- Rede social em pleno crescimento, principalmente, entre os mais jovens;
- Múltiplas opções e estilos de anúncios;
- Alta visibilidade para profissionais iniciantes na internet.

#Atenção: Escolha bem o seu conteúdo de forma criativa, mas também ética e profissional.

LinkedIn

Número de usuários: + 675 milhões

A maior rede social profissional do mundo foi criada em 2002 e vive, assim como o YouTube, tempos áureos de sua jornada. Imprescindível para qualquer profissional, é também essencial para toda empresa.

Além de ser um grande hub de conexões profissionais, é utilizado por muitas marcas como principal plataforma de recrutamento de talentos e grande potencializador de carreiras. Tudo do mundo dos negócios está nessa rede, e ela tem cada vez mais influência e relevância nesse meio.

Os principais benefícios do LinkedIn:

- Carreiras e vagas: o LinkedIn é uma verdadeira rede entre profissionais e, lá, muitos deles estão à procura de colocação profissional. Por isso, é uma ótima oportunidade para sua marca encontrar os melhores candidatos;
- Oportunidades de negócio: por ter um perfil empresarial, essa rede centraliza os tomadores de decisões dentro das empresas. Por isso, é uma ferramenta para a geração de possibilidades.

BENEFÍCIOS PARA O FONOAUDIÓLOGO

Como os potenciais clientes e suas famílias estão nas redes sociais, ter perfis profissionais nelas tornou-se quase uma obrigação para os profissionais e empresas da saúde, principalmente quando se busca mais divulgação, resultados de crescimento e financeiros.

Os fonoaudiólogos e empresas de fonoaudiologia podem utilizar as redes sociais de maneira estratégica, usando o espaço digital para tornar a empresa conhecida, divulgar seus serviços, criar relacionamentos com os clientes e potenciais pacientes, bem como gerar vendas.

MAS, COMO UTILIZAR AS REDES SOCIAIS DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL PARA CONQUISTAR OBJETIVOS?

PASSO A PASSO O QUE FAZER

Para começar a escolher em quais redes sociais estar presente, é essencial identificar onde o seu público ideal está e como você e/ou sua empresa podem compartilhar conteúdo relevante. Para um fonoaudiólogo que pretende seguir a carreira acadêmica, por exemplo, pode fazer mais sentido estar presente no Youtube com videoaulas para outros profissionais da área, enquanto o fonoaudiólogo que possui uma clínica pode se interessar mais pelas ferramentas do Instagram para atingir um público específico na sua cidade. Leve tudo isso em consideração na hora de escolher.

DEPOIS QUE FIZER A ESCOLHA, É HORA DE CRIAR OS PERFIS.

Já sabemos que milhões de pessoas acessam as redes sociais diariamente, e isso representa uma grande visibilidade para profissionais que têm seus serviços expostos nessas plataformas. Aparecer é importante, ser visto ainda mais, mas nada se compara a ter visibilidade para as pessoas certas.

#1 Faça Um Planejamento

Criados os perfis, está na hora de traçar um planejamento. O primeiro aspecto a levar em consideração é o objetivo de estar em determinada rede social.

Basicamente, podemos dividir os objetivos em:

- *Divulgação;*
- *Ser um canal de comunicação com os clientes;*
- *Criar uma comunidade para o seu negócio/empresa;*
- *Educação através da divulgação de conteúdo;*
- *Vendas.*

O essencial é que apenas um objetivo seja o carro chefe da sua estratégia, para ter foco, e que o objetivo esteja atrelado com seu momento profissional.

O mais importante: essa estratégia pode – e deve – variar conforme o tempo. Se você constatar que chegou ao objetivo inicial e que a divulgação não é mais tão importante, o próximo passo pode ser começar a focar em vendas, por exemplo.

#2 O Que Postar?

De nada adianta somente ter um perfil em redes sociais, se não criar e publicar conteúdo de qualidade, relevante e original. É o conteúdo que atrai usuários, possibilita que a marca tenha visibilidade e ganhe autoridade. Como consequência disso, os usuários começarão a acompanhar o perfil naturalmente, para consumir o conteúdo que a marca divulga, o que possibilitará criar um relacionamento e estimular o desejo de compra.

Por isso, nunca deixe de criar conteúdo para seus perfis. O primeiro passo para isso é desenhar o seu cliente ideal, identificar suas dúvidas e elaborar conteúdos para sanar esses problemas.

Por fim, é importante lembrar que as redes sociais são multimídia, e, quanto maior for a diversidade de formatos que você utilizar, mais sua empresa e seu público se beneficiarão dos conteúdos. Produza textos, infográficos, montagens, vídeos, transmissões ao vivo, fotografias, vídeos e que mais sua criatividade permitir.

O que postar é uma das maiores dúvidas, mas a verdade é que não há resposta certa pois o conteúdo das publicações pode (e deve) variar de acordo com a rede social e objetivos escolhidos.

Alguns exemplos do que postar são vídeos institucionais; posts relacionados a datas comemorativas e da área da saúde; diferenciais dos serviços ofertados e conteúdos educativos da área.

#3 Interaja Com o Público

Muitos empreendedores não sabem porque seus perfis profissionais não têm alcance e não geram engajamento junto a seu público-alvo. Na grande maioria dos casos, esses problemas são causados pela falta de interação com os seguidores nas redes sociais.

A lógica vigente nesses ambientes é a da visibilidade, portanto, cada curtida, comentário ou compartilhamento deve ser valorizado e respondido. É preciso dar atenção e interagir a todo momento com os seguidores, isso ajudará a melhorar a performance nas redes.

Portanto, atitudes como retribuir quem segue e responder comentários e mensagens é essencial, principalmente quando se tratarem de dúvidas e/ou sugestões.

ATENDA CADA PERGUNTA COMO SE FOSSE A ÚLTIMA E A MAIS IMPORTANTE, POIS ATRÁS DE UMA SIMPLES RESPOSTA A UM COMENTÁRIO PODE ESTAR SEU PRÓXIMO CLIENTE.

#Atenção: responder reclamações também é importante, seja sempre paciente e educado(a), buscando entender a causa por trás da insatisfação do cliente e jamais apague aquele comentário.

#4 Invista em Anúncios

As vezes só produzir conteúdo nas redes sociais com frequência não é uma garantia de que você vai atingir todas as pessoas que estão conectadas.

Isso ocorre pois as principais redes sociais do mundo utilizam algoritmos para filtrar o que o usuário terá acesso na linha do tempo, entregando conteúdo de forma orgânica para apenas uma parte dos usuários que seguem a sua empresa.

Por isso, você pode até ter sucesso, mas é por meio de anúncios pagos que você consegue potencializar suas ações e pode escalar seus resultados. A partir de mídias pagas você aumenta o número de usuários conectados, garantindo também a melhora nos resultados orgânicos não pagos.

#5 Não Tente Vender o Seu Produto o Tempo Todo

Sabemos que esse é o objetivo final de muitos profissionais e empresas na internet, mas voltar todo o seu perfil para vendas torna o conteúdo não só cansativo e enfadonho como também afasta você do cliente final.

Embora essa estratégia pareça paradoxal, é fundamental que você entenda a lógica das redes sociais: se o perfil do seu empreendimento apenas oferece serviços ou produtos, ela corre o sério risco de cair no esquecimento e muitas vezes não ser nem seguida. Isso porque os usuários têm mais afinidade com as marcas que oferecem benefícios e conteúdos interessantes, sem que isso implique em comprar alguma coisa.

Obviamente, usar estratégias que melhorem a performance nas redes sociais têm como objetivo final aumentar as vendas, mas isso é feito de maneira sutil.

Lembre-se: antes de tentar negociar algo, ofereça algo. Seja um bom conteúdo, dicas úteis ou as principais tendências atuais em seu nicho, por exemplo. Mostre na prática seus conhecimentos como profissional e divida resultados alcançados compartilhando depoimentos pacientes satisfeitos (de forma consensual) e crie um vínculo de confiança com seus seguidores.

Esse é o segredo para um profissional ser bem visto no mundo digital e ficar guardado na memória dos usuários. Seguindo as dicas presentes neste guia certamente você será lembrada quando clientes tiverem alguma demanda na área em que você atua, além de indicar o serviço para familiares e amigos.

BOAS PRÁTICAS NAS REDES

Princípios Éticos:

- **Respeito**
- **Honestidade**
- **Legalidade**

1. Em caso de publicação envolvendo pacientes, sempre solicite o consentimento por escrito dos mesmos ou do(s) seu(s) representante(s) legal(is);
2. Ao publicar a divulgação de cursos e eventos, insira sempre o número de inscrição do(s) profissional(is) no Conselho Regional de Fonoaudiologia correspondente;
3. Para publicação de vídeos, imagens e áudios é necessária autorização por escrito de seus clientes;
4. Verifique a veracidade do conteúdo das informações antes de curtir, comentar, compartilhar e reencaminhar mensagens, mesmo em grupos restritos de discussão. Fonoaudiólogos precisam combater à disseminação das chamadas *fake news* (notícias falsas), pois levam ao sensacionalismo e desinformação;

5. Sempre fazer referência às fontes que publica;
6. Pode-se separar o perfil pessoal do profissional, mas a tendência do mercado é usar um só perfil para ambas as opções, atrelando o profissional ao pessoal e tornando o conteúdo profissional mais humanizado.
7. A troca de informações, mesmo em grupos de discussão restritos, deve ser feita com cautela;
8. Cuide para não se expor publicamente, expor colegas de trabalho e de profissão e clientes, em situações vexatórias ou constrangedoras. A vida pessoal e a profissional não devem se misturar de forma a gerar transtornos para você e para as pessoas envolvidas;
9. Expresse suas opiniões com cautela, respeito e fundamento;
10. Leia com atenção as suas mensagens e textos antes de publicá-los. Os conteúdos permanecem nas redes sociais por um longo tempo e podem ser reencaminhados e compartilhados por outros usuários e mesmo que apague um post do qual tenha se arrependido, ele provavelmente já terá sido indexado pelo Google e por outros sites, se perpetuando na Internet e ao alcance de outros usuários;

11. Não discuta casos ou esclareça dúvidas relativas à prestação de serviço ao cliente quando este for exposto ou facilmente identificável; convide-o a conversar no ambiente privado buscando resolver as questões;

12. Evite prolongar interações e diálogos quando perceber que há *haters* (usuários com comportamento voltado a desestabilizar uma discussão e provocar os demais usuários).

É importante que sejam consideradas as sugestões em consonância com o atual Código de Ética da Fonoaudiologia.

O QUE NÃO FAZER

Existem também algumas desvantagens e riscos que as redes sociais - e a internet como um todo - oferecem. Porém, conhecendo-as e sabendo como lidar é possível minimizá-las, sempre seguindo as instruções presentes neste guia e levando em consideração o Código de Ética da Fonoaudiologia.

Na intenção de prever alguns dos possíveis problemas, trouxemos aqui as principais dificuldades do uso das redes sociais.

Vazamento de Informações

Uma má gestão nas redes pode prejudicar a sua empresa. Se você não contar com boas soluções de segurança e senhas fortes, por exemplo, é possível ocorrer vazamento de dados sensíveis da organização ou dos clientes. Portanto, vale a pena investir e garantir profissionalismo a fim de mitigar os potenciais riscos que possam existir.

Conduta Inadequada

Fazer uma administração imatura das redes tem potencial para prejudicar o seu trabalho. Regras são a base da interação social em qualquer sociedade e as leis também são válidas na internet. Por isso, seja sempre educado, não ofenda os usuários (por mais rudes que forem) e fique atento às normas que também regem o meio virtual.

Postar Sem Responsabilidade

É o seu nome ou o nome da sua empresa que está sendo associado ao conteúdo daquela postagem, portanto, tenha responsabilidade e muito cuidado com cada conteúdo compartilhado. Busque fontes oficiais, cheque os dados e tenha muita atenção ao compartilhar textos e informações.

Conteúdos polêmicos

Se sua empresa não tiver um viés religioso ou político, por exemplo, não existe razão para expressar esse tipo de opinião. Esses temas geram muitas polêmicas e discussões e, com certeza, você não vai querer que isso envolva a sua empresa.

**LEMBRE-SE DE QUE OPINIÕES SOBRE
POLÍTICA E RELIGIÃO NÃO TEM A VER COM O
CONTEÚDO PROFISSIONAL QUE QUEREMOS
PASSAR.**

Caso tenha muita necessidade de expor opinião relativas a esses assuntos, o faça no seu perfil pessoal e não no perfil da empresa e saiba que, mesmo assim, podem haver consequências. É preciso entender que algumas pessoas podem achar o conteúdo ofensivo e isso pode acarretar na perda de clientes que não compactuam com a mesma visão que você.

Procure compartilhar em seus canais de interação notícias e assuntos pertinentes ao seu ramo de atuação, mercado de trabalho, atividades da sua clínica, descrição dos seus serviços, entre outros. Ou seja, tudo que seja relevante para o seu público.

Evite piadas e brincadeiras de mau gosto que podem ofender alguém e manchar a sua reputação.

CONCLUSÃO

As redes sociais são um meio a mais de comunicação e devem ser usadas para se obter uma Fonoaudiologia de excelência. Ao utilizá-las, lembre-se de divulgar sua profissão e de auxiliar a população com seu conhecimento na área. Não esqueça da sua responsabilidade e consequências sobre as informações postadas on-line.

As diretrizes do Conselho Federal de Fonoaudiologia te ajudarão a guiar sua vida no mundo digital.

