

A ética na educação profissional: representações no Instagram

Ethics in professional education: representations on Instagram

Recebido: 05/10/2024 | **Revisado:**
07/10/2024 | **Aceito:** 14/10/2024 |
Publicado: 05/08/2025

**Yraguacyara Santos Mascarenhas
Oliveira**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5320-7804>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

E-mail:

yraguacyara_mascarenhas@hotmail.com

Thainá Jácome Andrade de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1289-8842>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

E-mail:

thainajacome@hotmail.com

Perla Silva Rodrigues

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1782-0596>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

E-mail:

perla_nx@hotmail.com

Kalyane Kelly Duarte Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7713-3264>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

E-mail:

kenfoliveira@gmail.com

Como citar: OLIVEIRA, Y. S. M.; et al.,. A ética na educação profissional: representações no Instagram. **Revista Brasileira da Educação Profissional e Tecnológica**, [S.l.], v. 3, n. 25, p. 1-11, e17849, Ago. 2025.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumo

O estudo objetivou investigar como a ética na educação profissional em saúde é retratada no Instagram. Trata-se de uma pesquisa documental e descritiva. A população foi composta pelas publicações de imagens ou vídeos, utilizando hastags sobre ética. Obteve-se um compilado de 95 mídias. Entre os principais resultados encontrados 65,3% das publicações são vídeos e 34,7% são fotos. As postagens atingiram o ápice das publicações em 2021. O levantamento das questões éticas profissionais parte da área da educação com 34% das postagens e em menor parte são iniciativas governamentais, com apenas 3%. Todas as postagens se referiam a ética na educação de nível superior. Infere-se a necessidade de uma educação profissional pautada por uma ética que atenda as perspectivas de mercado, mas também do ser humano.

Palavras-chave: Ética; Ética Profissional; Rede Social; Educação em Saúde; Profissionalismo.

Abstract

The study aimed to investigate how ethics in professional health education is portrayed on Instagram. This is a documentary and descriptive study. The population was composed of image or video posts using hashtags about ethics. A compilation of 95 media was obtained. Among the main results found, 65.3% of the posts were videos and 34.7% were photos. The posts reached their peak in 2021. The survey of professional ethics issues starts from the education area with 34% of the posts and, to a lesser extent, from government initiatives, with only 3%. All posts referred to ethics in higher education. It is inferred that there is a need for professional education guided by ethics that meet market perspectives, but also human beings.

Keywords: Ethics; Professional Ethics; Social Network; Health Education; Professionalism.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Botti e Rego (2024), a formação profissional na área da saúde está alicerçada na integração de diferentes saberes, conhecimentos e habilidades, bem como na aquisição de competências técnicas e ético-relacionais. Esse processo é uma prática social complexa, onde se estabelece uma relação de parceria entre o aprendiz e o mentor, envolvendo tanto o ensino, quanto o aprendizado. Sob uma perspectiva dialética, trata-se de um processo de mão dupla, no qual ocorre uma troca constante entre indivíduos e conhecimentos.

Dessa maneira, a educação é uma atividade mediadora inserida na prática social, com a função de influenciar os indivíduos para que eles se integrem na sociedade. Essa função requer uma constante articulação entre ética e política, ou seja, entre a "razão moral" e a "razão de Estado". Destarte, a educação desempenha um papel essencial na formação de cidadãos críticos, conscientes e ativos, capazes de transformar a realidade em direção a uma sociedade mais justa, solidária e democrática. A ética na educação profissional em saúde, portanto, envolve o respeito pelos valores universais da dignidade humana, liberdade, igualdade e fraternidade, assim como o reconhecimento das diferenças culturais, históricas e individuais que representam a diversidade humana (Lima; Da Rocha Aride, 2024).

Do mesmo modo que as atividades sociais precisam ser frequentemente avaliadas e adaptadas aos contextos sociais, culturais e históricos, as variadas profissões que compõem a sociedade também devem revisar seus valores éticos e códigos morais, para que possam atender de forma eficiente aos objetivos coletivos. Tendo em vista que a ética é um processo contínuo de reflexão, construção e revisão de conceitos e valores que orientam a vida em sociedade, seja por meio de normas morais estabelecidas ou culturalmente aceitas. Dada a complexidade e a natureza abrangente do tema, abordá-lo sempre será fundamental, pois os desafios da convivência social tornam a reflexão ética indispensável (Do Nascimento; Araújo; Da Costa, 2024).

A internet revolucionou as perspectivas sociais e culturais, além de transformar a forma como nos comunicamos, trazendo inúmeros benefícios para nossas vidas. Nesse sentido, as redes sociais têm se mostrado relevantes, pois vão além dos relacionamentos e da comunicação. Elas ampliaram seu escopo e agora são utilizadas como ferramentas no processo de ensino e aprendizagem, devido ao seu caráter dinâmico que facilita a troca de informações. Assim, é fundamental explorar as potencialidades das redes sociais como plataformas para o compartilhamento de informações e a construção coletiva de conhecimento (Lisbôa; Silva, 2024).

De acordo com Tokumoto e colaboradores (2024), o Instagram é uma plataforma voltada para o compartilhamento de fotos e vídeos, reconhecida por sua simplicidade e eficácia na apresentação de informações visuais atrativas. Ademais, sua natureza interativa permite que os usuários façam perguntas, compartilhem suas experiências e se comuniquem diretamente com a equipe responsável pelo estudo. Esse engajamento e a participação ativa dos usuários são elementos que contribuem de forma significativa para a aprendizagem e propagação de informações. A

disseminação de informações em formato digital tornou-se indispensável, especialmente por meio do Instagram, que desde seu lançamento em 2010, tem crescido de forma exponencial e hoje é uma ferramenta estratégica para o compartilhamento de informações e aprendizado entre seus usuários.

Dessa forma, é imprescindível refletir à luz da ética e da moral retratadas nas mídias sociais. A palavra ética, oriunda do grego *éthos*, refere-se a costumes, hábitos, caráter e ao modo de ser de uma pessoa, enquanto moral, derivada do latim *mos*, diz respeito às normas e leis que regem o cotidiano. Esses dois conceitos estão intrinsecamente ligados, e é recomendado manter um equilíbrio entre ambos, já que devem estar ancorados na razão e no conhecimento dos indivíduos (Almeida *et al.*, 2021).

Diante desse cenário, este trabalho buscou responder à seguinte questão de pesquisa: Como a ética na educação profissional é representada e percebida nas postagens no Instagram? Neste sentido, objetivou-se investigar como a ética na educação profissional em saúde é retratada no Instagram.

O estudo torna-se relevante, pois o Instagram é uma plataforma amplamente utilizada por profissionais de saúde. Compreender como os conceitos éticos são retratados e debatidos é primordial para avaliar o impacto das redes na formação de profissionais de saúde. A ética profissional é uma base indispensável na área da saúde. Assim, analisar como essa questão é abordada pode evidenciar se os valores de responsabilidade, respeito ao paciente, sigilo profissional e outras práticas éticas estão sendo transmitidos adequadamente ao público, particularmente aos futuros profissionais.

2 MÉTODO

Trata-se de uma pesquisa documental descritiva com abordagem quantitativa. O cenário da pesquisa foi o Instagram por ser um ambiente em que integram fluxos de informação e é aberto para ao acesso e compartilhamento de informações de diversas áreas como: informação educativa, entretenimento, entre outras.

O Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos. Em 9 de abril de 2012, o Facebook adquiriu o Instagram por aproximadamente 1 bilhão de dólares. A rede social online permite o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. Os vídeos foram permitidos na rede em junho de 2013, com um limite de 15 segundos, pode-se também publicar gravações de até 60 segundos, desde janeiro de 2016 (Exame, 2020).

O Instagram é bastante popular entre os brasileiros que têm acesso à internet. Desde 2015, a presença de brasileiros na plataforma é maior do que a média global. Em 2016, esse número subiu para 75%, mais do que os 42% da média global do mesmo ano. Em 2019 os brasileiros estão em terceiro lugar no ranking de uso, ficando

atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia. Segundo especialistas, um dos motivos para a grande presença de brasileiros em mídias sociais e aplicativos como o Instagram é a combinação de um país bastante social com uma crescente penetração de smartphones no Brasil. Curiosamente, não se trata apenas de uma rede social utilizada pelos jovens - 57% dos usuários brasileiros de internet na faixa dos 55 aos 65 anos também usam o Instagram (Exame, 2020).

A população deste estudo foi composta pelas publicações do Instagram, seja imagens ou vídeos. A amostra foi definida considerando como critério de inclusão na pesquisa hashtags utilizadas conforme orienta a busca na rede social: #eticaesaude, #eticaprofissionalnasredessociais, #eticaprofissional, #eticaeeducacao, #saudeeetica; publicações em língua portuguesa, que no título do grupo apresentem intenção de fazer referência a ética na formação profissional. Como critério de exclusão: páginas repetidas, páginas privadas, sem imagem no perfil, postagem de gifts, boomerang e em língua estrangeira.

Os dados foram coletados em formulário elaborado para o estudo. O formulário busca informações como: postagem em foto ou vídeo, ano de fundação da página, número de seguidores, ano e categoria da postagem, entre outros. A coleta aconteceu nos meses de agosto e setembro de 2024, através de duas contas do Instagram, pessoais das pesquisadoras. O formulário era respondido logo após a visualização do vídeo ou imagem, sendo preenchidos os dados e as impressões das publicações.

Durante a pesquisa com a hashtag #eticaesaude, encontrou-se 138 publicações, com a #eticaprofissionalnasredessociais, 2, #eticaprofissional 12 publicações, #eticaeeducacao, 40, #saudeeetica 6, totalizando 198 postagens que tem relação com o objetivo da pesquisa.

Os dados foram analisados através de estatística descritiva simples, utilizando como suporte o Microsoft Excel 365 e discutidos a partir de referencial teórico pertinente.

O estudo não requer aprovação do comitê de ética, uma vez que os dados utilizados são de domínio público, expostos no Instagram, porém, os autores atestam que todos os princípios éticos foram seguidos conforme a resolução 466/2012.

3 RESULTADOS

Das Hashtags utilizadas na coleta dos dados, obteve-se um compilado de 95 mídias, entre elas, fotos e vídeos. Entre os principais resultados encontrados 65,3% das publicações são vídeos e 34,7% são em fotos. Os vídeos possuem uma duração variável de acordo com a forma de publicação, sendo no feed apenas de 60 segundos e no IGTV, que pode vir a ter até 10 minutos de vídeo. As postagens atingiram o ápice das publicações em 2021, acredita-se que pelas questões éticas levantadas pela pandemia da COVID-19, decretada no Brasil em março de 2020.

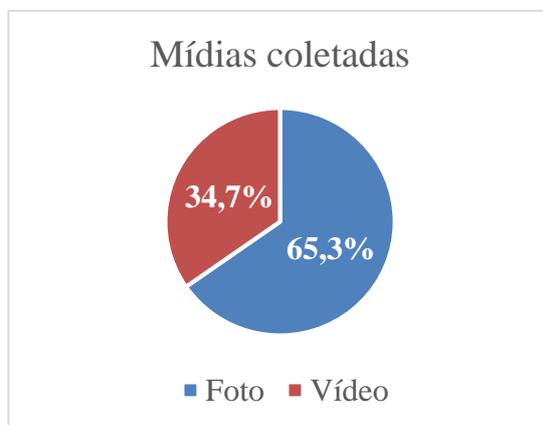
O levantamento das questões éticas profissionais parte da área da educação com 34% das postagens e em menor parte são iniciativas governamentais, com apenas 3%. Todas as postagens se referiam a ética na educação de nível superior.

Quadro 1: Hashtags utilizadas na coleta de dados.

Hashtag	n	%
#éticaeeducação	4	4,2
#eticaesaude	78	82,1
#éticaprofissional	6	6,3
#éticaprofissionalnasredessociais	2	2,1
#saudeeetica	5	5,3
Total	95	100,0

Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

Gráfico 1: Mídias Coletadas.



Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

Gráfico 2: Duração dos vídeos analisados



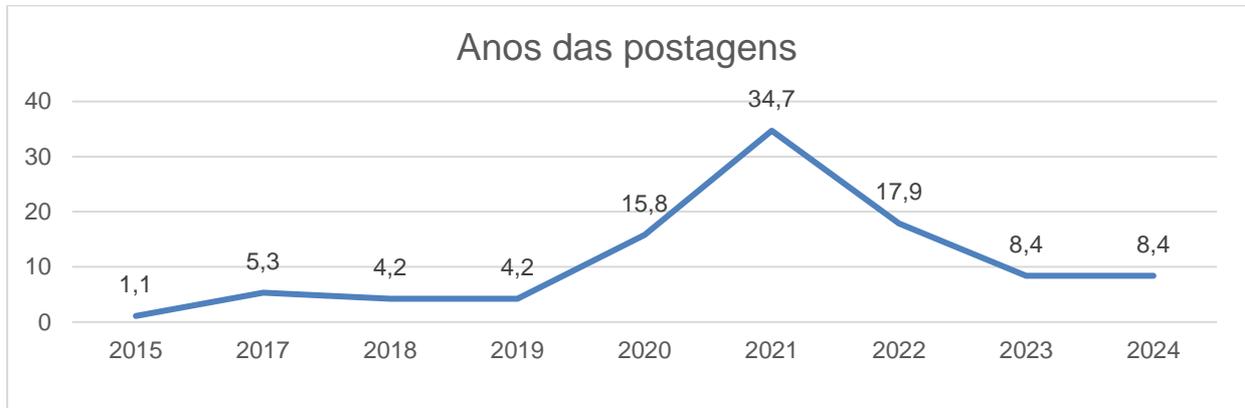
Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

Tabela 1: Distribuição de autores e categorias das publicações: números e percentuais, 2024.

Autor da Publicação	N	%
Empresa	31	32,6
Organização Não Governamental	33	34,7
Órgão Governamental	3	3,2
Pessoa Física	28	29,5
Categoria da publicação	N	%
Ciência e tecnologia	3	3,2
Educação	64	67,4
Notícias e política	7	7,4
Pessoas e blogs	21	22,1
Total	95	100,0

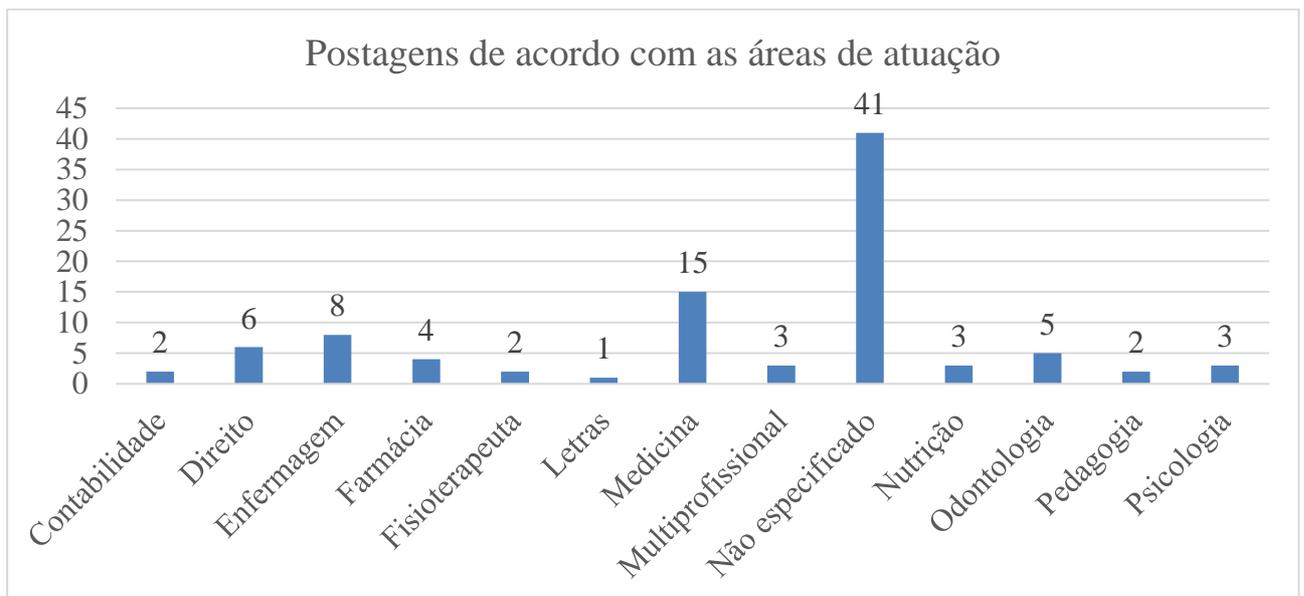
Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

Gráfico 3: Anos das postagens



Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

Gráfico 4: Áreas de atuação profissional



Fonte: Autoras da pesquisa, Mossoró, 2024.

4 DISCUSSÕES

A formação ética é parte integrante fundamental da formação profissional ou para a atuação profissional. A função da ética é a de integrar o currículo dos profissionais que irão da escola para o mercado de trabalho. A formação ética, nesse caso, teria a função de balizar as relações laborais, de conduzir a comportamentos adequados e desejados pelo mercado de trabalho, contribuindo para a formação do perfil profissional mais alinhado às expectativas sociais no que tange ao bom desenvolvimento dos negócios (Nunes e Souza, 2018). Nesse sentido a ética é

disciplina/formação transversal em todas as áreas de formação, cabendo também a educação superior fornecer elementos éticos sem distinção de cursos.

Os resultados obtidos evidenciam um maior número de postagens com vídeos, de forma a facilitar a expressão do comunicador e a mensagem que este quer expressar, enquanto as postagens com imagens podem deixar margens para o leitor de rede social interpretar como convém. A duração dos vídeos é uma estratégia para chamar a atenção, de forma que consigam transmitir uma mensagem em tempo curto, mas de maneira hábil.

É importante deixar claro que com o surgimento das redes sociais, o fluxo de informações e o modo como as pessoas se relacionam também mudaram. Portanto, a forma de se comunicar com o público-alvo, seja esse denominado cliente, consumidor, paciente, entre outros também acompanha essas mudanças. Os resultados encontrados (gráfico 4) mostram que as redes sociais voltadas para a comunicação da ética na educação permeiam muitas profissões.

O fato é que com o grande fluxo de informações, a mudança na comunicação sobressai a imagem de uma ética que privilegia a dimensão profissional, evidenciando o enfoque no atendimento às demandas do mercado de trabalho. Portanto, é possível identificar nas retratações do Instagram, a representação da formação ética como algo, cujo propósito principal é transmitir a linguagem corporativa, publicitária, como um termo que agrega valor a um negócio, ou seja, uma ética distante da visão humanitária e que caminha *pari passu* ao mercado de trabalho neoliberal.

Os resultados mostram que organizações não governamentais, empresas e pessoas físicas são as grandes responsáveis pelas postagens sobre a ética na educação profissional. As redes sociais são utilizadas para vender produtos, para realizar educação em várias áreas de conhecimento, para os profissionais apresentarem o seu trabalho ao público, de forma que são uma importante ferramenta de marketing por causa da rapidez da propagação da informação, do grande número de pessoas que essas redes sociais conseguem atingir e do baixo custo, deixando sua marca conhecida por meio de interações com o público-alvo. Além disso, as redes sociais ajudam as empresas a obter informações de seus clientes e, assim, proporcionar um serviço mais individualizado de acordo com suas preferências (Silva et al, 2021).

Os resultados deixam claro, pelo expressivo aumento das postagens em 2021, que a pandemia foi combustível para expandir as relações de mercado através das redes sociais. Quando foca nas categorias das publicações, a educação é a que mais aparece, ou seja, vender um curso novo, um saber novo, ou até mesmo os elementares, travestidos de uma lógica de mercado ganhou espaço, demonstrado a roupagem que vestiram em uma ética do mercado.

Em relação aos recursos que as redes sociais oferecem para a divulgação, o Instagram tem disponibilizado a opção de post patrocinado, como uma forma de impulsionar e, conseqüentemente, potencializar os anúncios realizados nas páginas empresariais ou pessoais para que mais pessoas possam ser alcançadas.

Por exemplo, a empresa ou pessoa física pode medir se o anúncio está atingindo o público-alvo e progressos em relação à visualização do produto oferecido. Com isso, o interessado pode mensurar os resultados da campanha mediante dados fornecidos pelo próprio Instagram. Portanto, é de suma importância o uso das redes sociais seja para a venda de produtos, fornecimento de serviços e manutenção da interação com o público.

Nesse contexto, a utilização das redes sociais, pelas diversas profissões deve ser regida pelos princípios éticos como o da não maleficência, ou seja, que a empresa ou pessoa física não atue de forma a ocasionar consequências negativas para os consumidores. Outro ponto importante do uso da internet como ferramenta de marketing, de maneira especial as redes sociais, é o dano extensivo dessas informações inseridas nas redes, que podem ser acessadas e disseminadas por outras pessoas, fugindo do controle de empresas ou do profissional (Silva, et al, 2016).

Essas situações despertaram discussões sobre os limites da presença digital de empresas e profissionais, inclusive vive-se hoje sobre uma vigilância virtual que muitas vezes determina parâmetros para contratação, pois é sabido que muitas empresas analisam os perfis nas redes sociais antes de decidir pela aprovação. Não publicar ou engajar postagens antiéticas e/ou de ódio deveria ser algo óbvio em qualquer profissão.

Mas o volume de ocorrências desse tipo evidencia que falta a consciência plena de que a digitalização do cotidiano fundiu a vida online e a offline. Essas duas dimensões não se separam mais, ao contrário: elas se retroalimentam e o que acontece em uma tem impacto direto na outra, inclusive na educação e no trabalho. A linha tênue que as dividia não existe mais (Mandelli, 2022).

Segundo Paulo Freire (1996, p. 9) nós, “[...] educadores e educandos, não podemos, na verdade, escapar à rigorosidade ética. Mas, é preciso deixar claro que a ética de que falo não é a ética menor, restrita, do mercado, que se curva obediente aos interesses do lucro”. O pensamento de Paulo Freire com toda a sua atualidade explicita a convivência de duas éticas antagônicas: uma neoliberal e, outra, a ética universal do ser humano (Freire, 1996).

Diante das ideias de Freire afirma-se a importância e a necessidade da interação nas redes sociais para a interação, valorização profissional, difusão de informações, serviços e conhecimento, mas é urgente o entendimento do papel e, conseqüentemente, da responsabilidade nas redes sociais, compreendendo que as ações nesses ambientes devem sempre ser norteadas por questões éticas. E quando trata-se das questões profissionais, por uma ética que atenda não somente as perspectivas de mercado, mas também do ser humano.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidenciou a formação ética para o mercado de trabalho, utilizando-se do termo para melhorar a imagem, a linguagem profissional e obter maior destaque no Instagram. Diante do exposto afirma-se a necessidade de refletir e discutir a

ética como disciplina fundamental na educação profissional, permeando uma formação ética que atenda não apenas os interesses do mercado, mas respeitando-se a ética humana.

Aponta-se como limitação do estudo a coleta de dados em apenas uma rede social. Dessa forma, pode-se sugerir a replicação do estudo em outras redes sociais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, André Oliveira de; ALVES JUNIOR, Adauto; CANATO, Roni Lúcio Costa; ALBARDEIRO, Sandro Tadeu; MARQUES, Vinícius Carlos. Ética, segurança e privacidade na educação à distância durante a pandemia no Brasil. **Revista InovaEduc**, Campinas, SP, n. 7, p. 1–28, 2021. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/inovaeduc/article/view/15210>. Acesso em: 15 ago. 2024.

ABBOTT SILVA, Eduardo; TEIXEIRA SILVA, Felipe; SONODA, Thiago Bocchi; GAVA PIZI, Eliane Cristina; PRADO, Rosana Leal do; MARSICANO, Juliane Avansini. Uso das redes sociais como ferramentas de marketing nos consultórios odontológicos. **Revista Sul-Brasileira de Odontologia**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 243–51, 2021. DOI: 10.21726/rsbo.v18i2.1604. Disponível em: <https://periodicos.univille.br/RSBO/article/view/1604>. Acesso em: 4 out. 2024.

BOTTI, Simone Helena de Oliveira; REGO, Samuel Tavares de Almeida. Preceptor: o profissional de saúde-educador do século XXI. **Revista Brasileira de Educação Médica**, v. 48, n. 2, p. e030, 2024.

DO NASCIMENTO, Ana Lúcia; ARAÚJO, Carlos Otávio Vieira; DA COSTA, Tiago Gomes. Contribuições da ética no cotidiano das profissões e da educação. **RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber**, v. 1, n. 1, 2024.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 25. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

LIMA, Edson S.; DA ROCHA ARIDE, Priscila Helena. Uma revisão sistemática sobre a ética do cuidado na formação humana integral dos estudantes de EPT no Brasil. In: JUNIOR, José Carlos Lima; DE SOUSA, João Miguel; SALAZAR, Daniel Martins (orgs.). **Revisões Sistemáticas na EPT: múltiplos olhares**. Belo Horizonte: Editora Poisson, 2024, p. 70. Disponível em: https://www.poisson.com.br/livros/individuais/Revisoes_Sistematicas_EPT/Revisoes_Sistematicas_EPT.pdf#page=70. Acesso em: 15 ago. 2024.

LISBÔA, Elizangela Silva; SILVA, Luan Kley da. As redes sociais como ferramenta pedagógica: uma revisão sistemática da literatura sobre suas potencialidades. **TICs & EaD em Foco**, São Luís, v. 10, n. 1, p. 97–115, 2024. DOI: 10.18817/ticsead.v10i1.670. Disponível em: <http://45.71.6.16/index.php/ticseadfoco/article/view/670>. Acesso em: 15 ago. 2024.

NUNES, Valéria Beatriz; SOUZA, Leandro Lopes de. Formação ética na educação profissional, científica e tecnológica. **Educ Real**, [Internet]. 2018 abr; n. 43, v. 2, p. 711–26. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2175-623667554>. Acesso em: 4 out. 2024.

MANDELLI, Mariana. Ética profissional não pode ignorar as redes sociais. Disponível em: <https://educamidia.org.br/etica-profissional-nao-pode-ignorar-as-redes-sociais/>. Acesso em: 4 out. 2024.

TOKUMOTO, Thiago; FERREIRA, João Vitor Nascimento; GUIMARÃES, Gabriele Maria de Moraes; CARDOSO, José Francisco Rodrigues; REDONDO, Paulo A. Guimarães; MOREIRA, Lúcio; LIMA, Lúcia Maria. Instagram como ferramenta de disseminação de conteúdo em patologia geral. **Journal of Media Critiques**, [S. l.], v. 10, n. 26, p. e35, 2024. DOI: 10.17349/jmcv10n26-001. Disponível em: <https://journalmediacritiques.com/index.php/jmc/article/view/35>. Acesso em: 15 ago. 2024.