

CARTILHA INFORMATIVA

**PUBLICIDADE**

**MÉDICA**

ELABORADA PELA ASSESSORIA JURÍDICA DO SIMEPI

**43** **SIMEPI**  
*anos*  
Sindicato dos Médicos do Estado do Piauí

**RESOLUÇÃO CFM N° 2.336, de 13 de setembro de 2023**

Dispõe sobre publicidade e propaganda médica e entra em vigor a partir do dia 11 de março de 2024.



**SIMEPI**

Sindicato dos Médicos do Estado do Piauí

@simepi

(86) 99982-2784

(86) 3221-5624

R. Ver. Luís Vasconcelos, 550 – São Cristóvão

sindicatodosmedicos@gmail.com

# PUBLICIDADE E PROPAGANDA:



## O QUE SÃO? EXISTEM DIFERENÇAS ENTRE ELAS?

**Art. 1º** Define publicidade e propaganda.

**Publicidade médica:** é o ato de promover estruturas físicas, serviços e qualificações do médico ou dos estabelecimentos médicos (físicos ou virtuais).

**Propaganda médica:** é o ato de divulgar assuntos e ações de interesse da medicina.

## COMO O MÉDICO RESPONDE PELA INFRAÇÃO ÀS NORMAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA?

**Art. 3º** Responsabilização perante os CRMs.

**I** - responde o médico pela divulgação de matérias enquanto pessoa física;

**II** - responde o Diretor Técnico-Médico pela divulgação de matérias dos estabelecimentos de hospitalização e assistência médica de qualquer natureza, públicos e privados, em ambiente físico ou virtual, planos de saúde, seguradoras e afins;

**III** - responde o(a) Presidente pela divulgação dos entes sindicais e associativos médicos.

## **QUAIS SÃO OS DADOS OBRIGATÓRIOS NAS PEÇAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA MÉDICAS?**

**Art. 4º** Dados obrigatórios nas peças de publicidade e propaganda médicas.

**I** - nome, número(s) de registro(s) no(s) CRM(s) onde esteja exercendo a medicina, acompanhados da palavra MÉDICO;

**II** - especialidade e/ou área de atuação, quando registrada no CRM, seguida pelo número de Registro de Qualificação de Especialista (RQE), quando o for.

**Art. 5º** Dados obrigatórios nas peças de publicidade e propaganda de hospitais, clínicas, casas de saúde e outros estabelecimentos assistenciais à saúde, em ambiente físico ou virtual:

**I** – nos estabelecimentos públicos, privados e filantrópicos, em local visível:

a) o nome do estabelecimento com número de cadastro ou registro no CRM;

b) o nome do Diretor Técnico-Médico com o respectivo número de inscrição no CRM e, onde for exigível, a especialidade com o RQE.

**II** – as placas internas de sinalização, quando identificarem os médicos integrantes do corpo clínico:

a) deverão ser mantidas atualizadas; e

b) conter nome, número de registro no CRM, acompanhado da palavra MÉDICO, e número do Registro de Qualificação de Especialista (RQE), quando o for.

## COMO POSTAR ESSES DADOS OBRIGATÓRIOS?

**Art. 6º** Em redes sociais, blogs, sites e congêneres, onde ocorrer publicidade ou propaganda de assuntos médicos, as informações devem estar dispostas na página principal do perfil (pessoa física ou jurídica).

- Os conteúdos temporários estarão sujeitos às mesmas regras de publicidade estabelecidas.
- Quando o médico utilizar sua rede social para divulgar ao mesmo tempo matérias publicitárias e propagandísticas da profissão e passagens de sua vida privada, deve obedecer igualmente às regras já citadas.

**Art. 8º** Define que todos os meios ou canais de comunicação e divulgação de propriedade do médico e estabelecimentos assistenciais médicos são lícitos para a comunicação dos médicos com o público, devendo observar, dentre outros pontos:

- a publicação nas redes sociais de autorretrato (selfie), imagens e/ou áudios está permitida, desde que não tenham características de sensacionalismo ou concorrência desleal, conforme definição nesta Resolução.

§1º Para efeito de aplicação desta Resolução, são consideradas redes sociais próprias: sites, blogs, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, Telegram, Signal, TikTok, LinkedIn, Threads e quaisquer outros meios similares que vierem a ser criados.

§2º Nas redes próprias, a publicidade/propaganda poderá ter o objetivo de formação, manutenção ou ampliação de clientela, bem como dar conhecimento de informações para a sociedade.

§3º Publicações e postagens de terceiros e/ou pacientes que venham a ser compartilhadas ou repostadas pelo médico em suas próprias redes sociais passam a ser consideradas como publicações suas para fins de



aplicação das regras previstas nesta Resolução.

**§4º** Publicações e postagens de terceiros e/ou pacientes com elogios à técnica e ao resultado de procedimento, ainda que não compartilhadas em redes sociais do médico, devem ser investigadas pela Codame quando ocorrerem de modo reiterado e/ou sistemático.

## **O QUE É PERMITIDO AO MÉDICO USAR EM SUAS PEÇAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA?**

**Art. 9º** É permitido ao médico:

- Utilizar foto ou vídeo de seu ambiente de trabalho, sua própria imagem, de membros da equipe clínica e outros auxiliares;
- Anunciar aparelhos e recursos tecnológicos, sem, no entanto, atribuir capacidade privilegiada a aparelhagens;
- Anunciar serviços agregados a seu consultório ou clínica realizados por profissionais de área correlata à medicina com o objetivo de executar as prescrições de fármacos, materiais e insumos ou aplicação de técnicas e procedimentos, devendo tudo ser registrado no prontuário ou ficha clínica do paciente;
- Fazer referência à forma de marcação de suas consultas, horários de atendimento e a dinâmica de funcionamento de seu consultório, clínica ou instituição hospitalar;
- Orientar pacientes sobre características do local onde os serviços são oferecidos (estacionamento, segurança, privacidade, conforto e localização), bem como seu portfólio de atendimento (planos, seguros saúde, procedimentos, atos personalizados e outros);
- Informar sobre valores de consultas, meios e formas de pagamento;
- Anunciar abatimentos e descontos em campanhas promocionais, sendo proibido vincular as promoções a vendas casadas, premiações e outros;

- Apresentar seu ambiente de trabalho, incluindo equipamentos aprovados pela Anvisa, com as suas indicações de uso;
- Organizar cursos e grupos de trabalho com caráter educativo para leigos e anunciar seus valores, sendo proibido realizar consultas, bem como oferecer informação que leve a juízo de diagnóstico, de procedimentos e prognóstico, vedando o ensino de ato privativo do médico;
- Organizar e anunciar valores de cursos, consultorias e grupos de trabalho, com acesso restrito a médicos comprovadamente inscritos no CRM para discussão de casos clínicos e/ou atualizações em medicina de modo geral, respeitando-se a confidencialidade de tudo o que for discutido, sob pena de responsabilização;
- Autorizar estudantes de medicina a participarem de cursos, consultorias e grupos de trabalho para discussão de casos clínicos, desde que identificados e compromissados com o respeito ao sigilo e às normas gerais do grupo, ficando o organizador responsável pela observação desses critérios;
- Revelar resultados comprováveis de tratamentos e procedimentos desde que não identifique pacientes;
- Anunciar a aplicação de órteses e próteses, fármacos, insumos e afins quando da execução de procedimentos, desde que descreva as características e propriedades e não anuncie marcas comerciais e fabricantes.

# COMO O MÉDICO DEVE SE PORTAR EM ENTREVISTAS AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO?

## **Art. 10.** Da relação com veículos de comunicação

Ao conceder entrevistas bem como na publicação de artigos e informações ao público leigo, o médico deve se portar como representante da medicina, devendo abster-se de condutas que visem angariar clientela ou pleitear exclusividade de métodos diagnósticos e terapêuticos.

- Não pode divulgar endereço físico ou virtual, telefone e outros;
- Deve divulgar apenas o nome, número do CRM e RQE, se tiver;

# QUAIS SÃO AS PROIBIÇÕES?



## Art. 11. Das proibições

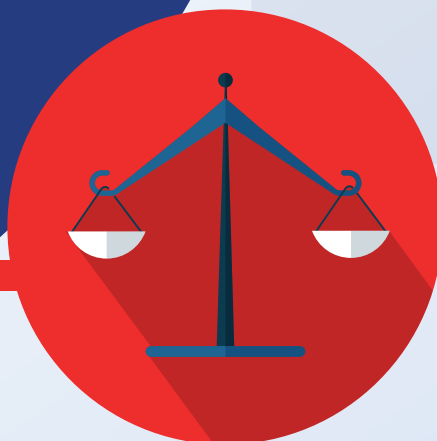
- Condutas que são vedadas aos médicos, às pessoas jurídicas, entes sindicais e associativos de natureza médica:
- Divulgar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas, por induzir à confusão com a divulgação de especialidades;
- Atribuir capacidade privilegiada a aparelhagens;
- Divulgar equipamento e/ou medicamento sem registro na Anvisa, ou agência que a suceda;
- Participar de propaganda/publicidade de medicamento, insumo médico, equipamento, alimento e quaisquer outros produtos, induzindo à garantia de resultados;
- Conferir selo de qualidade, ou qualquer outra chancela, a produtos alimentícios, de higiene pessoal ou de ambientes, material esportivo e outros por induzir a garantia de resultados;
- Participar de propaganda enganosa de qualquer natureza;
- Divulgar método ou técnica não reconhecido pelo CFM;
- Expor imagens de consultas e procedimentos transmitidas em tempo real, com técnicas ou métodos de abordagens, ainda que com autorização expressa do paciente, exceto se for utilizado em trabalhos e



eventos científicos, destinados exclusivamente a médicos e estudantes de medicina (desde que obtenha prévia autorização do paciente ou de seu representante legal) ou em partos, quando a parturiente e/ou familiares assim desejarem e houver anuência do médico;

- Anunciar a utilização de técnicas de forma a lhe atribuir capacidade privilegiada, mesmo que seja o único a fazê-la;
- Oferecer serviços por meio de consórcio e similares;
- Oferecer consultoria a pacientes e familiares como substituição da consulta médica presencial, excetuado o que for regulamentado em resolução específica para a telemedicina;
- Garantir, prometer ou insinuar bons resultados do tratamento;
- Permitir, autorizar ou não impedir que seu nome seja incluído em listas de premiações, homenagens, concursos ou similares com a finalidade de escolher ou indicar profissional para o recebimento de títulos como “médico do ano”, “destaque da especialidade”, “melhor médico” ou outras denominações com foco promocional ou de propaganda patrocinada;
- Fazer qualquer propaganda ou manter material publicitário nas dependências de seu consultório ou, pessoa jurídica da área médica a

# E OS DEVERES?



## **Art. 12. Dos deveres dos médicos**

- Solicitar retificação a qualquer meio de comunicação não próprio, bem como informar ao CRM, sem prejuízo de futuras apurações de responsabilidade, caso não concorde com o teor de declarações a si atribuídas;
- Adotar tom sóbrio, impessoal e verídico, sempre preservando o sigilo médico.

## **QUE DIREITOS DEVEM SER GARANTIDOS AOS MÉDICOS EM SUAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS E DE PROPAGANDA?**

### **Art. 13. Dos direitos dos médicos e estabelecimentos médicos**

- Utilizar qualquer meio ou canal de comunicação, quando convidado, para dar entrevistas e publicar artigos sobre assuntos médicos, com finalidade educativa, de divulgação científica, de promoção da saúde e do bem-estar, desde que respeitadas as proibições;
- Comprar espaço em qualquer dos veículos de comunicação para fazer propaganda/publicidade;
- Em suas redes sociais próprias fazer publicidade/propaganda para formar, manter ou aumentar a clientela, sendo permitido também dar informações de caráter acadêmico e/ou educativo para a comunidade;

- Consultar a CODAME dos CRMs, em caso de dúvida, visando atender às exigências e normas legais e éticas;
- Divulgar sua qualificação técnica, como diploma médico, especialidade (quando devidamente registrada no CRM em que atua) e respectivo número de RQE;
- Caso queira divulgar curso de pós-graduação lato sensu, este deve ser cadastrado no CRM e divulgado da seguinte forma: MÉDICO(A) com pós-graduação em (área da pós-graduação), seguido de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta;
- Caso queira divulgar curso de pós-graduação stricto sensu, este deve ser cadastrado no CRM e divulgado da seguinte forma: MÉDICO(A) com pós-graduação em (Mestre, Doutor em...), seguido de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta.

## **POSSO USAR A IMAGEM DE PACIENTES? COMO FAZER DA MANEIRA CORRETA?**

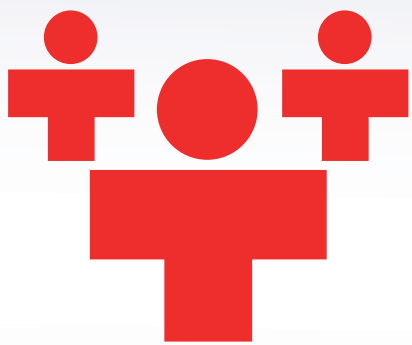
### **Art. 14. Do uso da imagem de pacientes**

- É permitido o uso da imagem de pacientes ou de banco de imagens com finalidade educativa, voltado a:
- Elaboração de material direcionado à população a respeito de doenças e procedimentos em medicina e/ou relacionados à especialidade com RQE, sendo permitido o uso de imagens, quando necessário, para informar sobre manifestações, sinais e sintomas que recomendem a procura de avaliação médica, podendo descrever soluções possíveis;
- A demonstração de resultados de técnicas e procedimentos, respeitados os seguintes princípios:
- **a)** A imagem deve ser acompanhada de texto educativo contendo as indicações terapêuticas, fatores que influenciam possíveis resultados

e descrição das possíveis complicações descritas na literatura;

- **b)** Demonstrações de antes e depois devem ser apresentadas em um conjunto de imagens contendo indicações, evoluções satisfatórias, insatisfatórias e complicações decorrentes da intervenção, sendo vedada a demonstração e ensino de técnicas que devem limitar-se ao ambiente médico;
- **c)** Quando aplicável, apresentar evolução para diferentes biotipos e faixas etárias, bem como evoluções imediatas, mediatas e tardias das intervenções demonstradas;
- **d)** A captura de imagens por equipes externas de filmagem, durante a realização de procedimentos, fica autorizada apenas para partos, quando a parturiente e/ou familiares assim desejarem e houver anuência do médico;
- **e)** Continua vedado o uso de imagens de procedimentos que identifique o paciente;
- **f)** É vedada qualquer edição, manipulação ou melhoramento das imagens;
- **g)** “Selfies” ou fotos repostadas dos pacientes e depoimentos sobre a atuação do médico devem ser sóbrios, sem adjetivos que denotem superioridade ou induzam a promessa de resultado;
- Quando o médico arquivar banco de imagens dos pacientes, deve: 1. obter autorização do paciente para o uso de sua imagem; 2. respeitar o pudor e a privacidade do paciente que cedeu as imagens; 3. garantir o anonimato do paciente que cedeu as imagens, mesmo que tenha recebido autorização para divulgação





**SIMEPI**

Sindicato dos Médicos do Estado do Piauí