

E-BOOK



Ética Médica
Compliance



Publicidade
Transparência



Segurança
Paciente

ABYS
MARKETING
MÉDICO

Manual de Boas Práticas de Publicidade Médica

Diretrizes da Resolução CFM
nº 2.336/2023

 Guia Prático para Médicos e Clínicas
 Atualizado e Conforme Normas Vigentes

Introdução

Na era digital, a **publicidade médica** deve ser um pilar de integridade, pautada pela **ética e transparência**. Com a expansão das redes sociais, torna-se essencial comunicar-se de forma alinhada às normas do **Conselho Federal de Medicina (CFM)**.

Este manual apresenta as principais diretrizes da Resolução CFM nº 2.336/2023, que regula a publicidade médica no Brasil, garantindo a dignidade da profissão e a segurança dos pacientes contra promessas irreais.

Objetivo Principal

Orientar médicos e estabelecimentos de saúde na construção de uma comunicação responsável, clara e educativa em mídias sociais e materiais institucionais.

#



Ética & Segurança

Protegendo o paciente e valorizando a medicina através da informação correta.



Identificação do Médico

Para garantir transparência e conformidade com o CFM, toda peça publicitária deve conter as seguintes informações obrigatórias:

Identificação do Médico



- **Nome Completo:** Deve estar visível.
- **CRM:** Número de registro acompanhado da palavra "MÉDICO". Ex: CRM-RS 00.000.
- **RQE:** Registro de Qualificação de Especialista (se anunciar especialidade).

EXEMPLO PRÁTICO



Dra. Júlia Dutra Araújo

MÉDICA CRM-RS 00.000

Pediatra RQE-RS 000

i Atenção:

É proibido divulgar especialidade que não esteja devidamente registrada no Conselho Regional de Medicina (RQE).

Identificação de Estabelecimentos Médicos

Hospitais, clínicas e casas de saúde devem apresentar identificação clara em seus anúncios, contendo obrigatoriamente:

Identificação do Estabelecimento



- **Nome:** Nome fantasia do estabelecimento.
- **Registro:** Número de cadastro no CRM.
- **Diretor Técnico:** Nome do médico responsável e seu CRM.

EXEMPLO INSTITUCIONAL



CLÍNICA VITTA

Excelência em Cardiologia

CRM-SP 12.345

Agende sua consulta e cuide do seu coração com nossa equipe especializada.

RESPONSÁVEL TÉCNICO



Dr. Roberto Almeida

CRM-SP 55.678 Cardiologista RQE 1234

Publicidade em Redes Sociais

As redes sociais são ferramentas poderosas, mas exigem cautela. O médico pode divulgar seu trabalho, mas sem sensacionalismo.



Publicidade em Redes Sociais

✓ O QUE É PERMITIDO



Selfies e Áudios

É permitido publicar autorretratos e mensagens de voz, desde que não sejam sensacionalistas ou promovam concorrência desleal.



Repostar Elogios

Permitido repostar depoimentos de pacientes de forma consciente (máximo de duas vezes por semestre).



Ambiente de Trabalho

Divulgar instalações, aparelhos e tecnologias disponíveis, desde que alinhados às normas da Anvisa e CFM.

⊘ O QUE É PROIBIDO



Garantir Resultados

É vedado prometer cura ou resultados específicos, induzindo o paciente a acreditar em um desfecho certo.



"Antes e Depois" Irregular

Proibido divulgar comparativos sem seguir estritamente as etapas educativas e critérios científicos obrigatórios.



Expor Pacientes

Divulgar imagens que identifiquem pacientes sem autorização expressa ou de forma vexatória/sensacionalista.

Permissões Gerais

i A Resolução CFM nº 2.336/2023 modernizou as regras, permitindo maior transparência administrativa, desde que mantida a ética e a não mercantilização da medicina.



Divulgação de Valores

É permitido informar valores de consultas e meios de pagamento aceitos. **Atenção:** Venda de "pacotes" ou consórcios continua proibida.



Campanhas e Descontos

Autorizado anunciar abatimentos em campanhas promocionais. É vedado condicionar descontos a vendas casadas, indicações premiadas ou sorteios.



Publicidade em Estabelecimentos

O médico pode participar de peças publicitárias de clínicas, hospitais e planos de saúde, desde que sua identificação profissional siga as regras.



Proibições



Limites Éticos

A publicidade médica não pode visar o lucro acima da segurança do paciente. Evite práticas que desvalorizem a profissão.



Métodos Não Reconhecidos

Proibido divulgar ou aplicar técnicas e tratamentos que não possuam reconhecimento científico pelo CFM.



Propaganda Enganosa

Vedado o uso de sensacionalismo, autopromoção exagerada ou promessa de resultados impossíveis.



Consórcios e Sorteios

É proibido oferecer serviços médicos através de consórcios, sorteios ou sistemas de financiamento similares.



Indústria Farmacêutica/Ótica

O médico não pode fazer publicidade de marcas comerciais de remédios, órteses, próteses ou óticas.



Consultórios em Comércio

Proibido manter consultório no interior de estabelecimentos como farmácias, óticas e lojas de produtos médicos, para evitar conflito de interesses.

Uso de imagens

Etapas Educativas Obrigatórias: Para divulgar "Antes e Depois", é necessário seguir uma sequência educativa:



Proibições na divulgação de imagens



Manipular ou editar imagens para melhorar resultados.



Imagens explícitas (mamas, glúteos ou região íntima).



Oferecer vantagens pelo uso da imagem.

Relação com a imprensa

✓ O QUE É PERMITIDO



Entrevistas

Participar de entrevistas nos meios de comunicação com propósito estritamente educativo e jornalístico.



Artigos Científicos

Publicar artigos informativos e educativos sobre temas médicos, esclarecendo dúvidas da sociedade.



Conflitos de Interesse

Declarar obrigatoriamente vínculos com indústria ou empresas ao participar de eventos e debates.

⊘ O QUE É PROIBIDO



Dados de Contato

Divulgar endereço físico ou virtual, telefone de consultório ou outros dados comerciais em matérias jornalísticas.



Pleitear Exclusividade

Afirmar ser o único a realizar determinado método ou terapêutico, ferindo a ética profissional.

Direitos dos Médico

A nova resolução assegura ao médico o direito de divulgar seu trabalho e qualificações, promovendo o crescimento profissional ético.



Uso de Redes Sociais

É direito do médico utilizar as redes sociais para formação, manutenção e aumento da sua clientela, desde que o conteúdo respeite as normas éticas do CFM.



Qualificação Técnica

O profissional pode divulgar suas competências técnicas, incluindo especialidades, pós-graduações, mestrados e doutorados, observando as regras de identificação (RQE).

i Atenção:

A publicidade deve ser vista como uma ferramenta de acesso à informação de qualidade para a sociedade.

O QUE É PERMITIDO



Divulgação Ética



Conteúdo educativo que atrai e fideliza pacientes.



Títulos Acamêmicos

- Mestrado em Cardiologia
- Doutorado em Ciências da Saúde

Deveres do Médico

Além das normas técnicas, o médico possui deveres éticos inegociáveis que devem guiar toda sua comunicação pública:



Tom Sóbrio e Verídico

Adotar tom sóbrio e verídico em boletins médicos e entrevistas, sempre preservando o sigilo da relação médico-paciente.



Retificação de Informações

Solicitar a imediata retificação de informações divulgadas incorretamente por veículos de comunicação ou terceiros.



Responsabilidade Ética

Garantir que toda publicidade, própria ou contratada, seja ética e respeite rigorosamente as normas do CFM.

PONTOS DE ATENÇÃO



Sigilo Médico Absoluto

O dever de sigilo prevalece sobre qualquer interesse de publicidade. A exposição de pacientes em situações vexatórias ou sensacionalistas é infração grave.



Responsabilidade Solidária

O médico responde eticamente pelo conteúdo divulgado em seu nome, mesmo que a gestão das redes sociais seja realizada por agências de marketing.



CONFORMIDADE COM O CFM

Conclusão



Publicidade como Instrumento de Educação e Saúde

A publicidade médica deve ir além da promoção: seu papel fundamental é educar a sociedade, garantindo que a informação chegue de forma ética, verídica e transparente ao paciente.

Objetivos deste Manual

Este guia foi elaborado para simplificar as diretrizes da Resolução CFM nº 2.336/2023, assegurando:

- Promoção de serviços com responsabilidade social.
- Alinhamento total às normas éticas do CFM.
- Proteção da integridade profissional e do paciente.
- Transparência na relação médico-paciente.