CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023

Publicado em: 13/09/2023 | Edição: 175 | Seção: 1 | Página: 312

Dispõe sobre publicidade e propaganda médicas.

O **CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM)**, no uso das atribuições conferidas pela Lei nº 3.268, de 30 de setembro de 1957, regulamentada pelo Decreto nº 44.045, de 19 de julho de 1958;

CONSIDERANDO o disposto no Decreto-Lei nº 20.931, de 11 de janeiro de 1932, que regula e fiscaliza o exercício da medicina e outras profissões, e seu Decreto regulamentador nº 24.492, de 28 de junho de 1934; o Decreto-Lei nº 4.113, de 14 de fevereiro de 1942, que regula a propaganda de médicos e outros profissionais; e a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (alterada pela Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019), Lei Geral de Proteção de Dados;

CONSIDERANDO que cabe ao Conselho Federal de Medicina *"zelar e trabalhar por todos os meios ao seu alcance*, *pelo perfeito desempenho ético da medicina e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente*", conforme a Lei nº 3.268/1957;

CONSIDERANDO a necessidade de revisar periodicamente as regras de publicidade e propaganda médica;

CONSIDERANDO a necessidade de estabelecer marco diferencial entre *"redes sociais próprias do médico e de seus estabelecimentos assistenciais (pessoas jurídicas)"* e *"empresas jornalísticas, televisivas, radiofônicas e na modernidade, plataformas comerciais ancoradas na Internet como Blogs e outros"*, para adequar-se na modernidade aos termos do Decreto-lei nº 4.113/1942;

CONSIDERANDO ser necessário estabelecer distinção entre as matérias propagandísticas/publicitárias para divulgação do perfil de médicos e seus estabelecimentos assistenciais em suas redes sociais e aquelas veiculadas por empresas jornalística e outras, como artigos, crônicas, entrevistas, debates, sabatinas etc., para divulgação de *"conselhos de higiene e assuntos de medicina ou de ordem doutrinária*, *sem caráter de terapêutica individual*", de acordo com o Decreto-Lei nº 4.113/1942;

CONSIDERANDO especificamente o disposto no art. 17 da Lei nº 3.268/1957, que determina: "*Os médicos só poderão exercer legalmente a medicina, em qualquer de seus ramos ou especialidades, após o prévio registro de seus títulos, diplomas, certificados ou cartas no Ministério da Educação e Cultura e de sua inscrição no Conselho Regional de Medicina, sob cuja jurisdição se achar o local de sua atividade*";

CONSIDERANDO o disposto no Decreto nº 8.516/2015, que regulamenta o Cadastro Nacional de Especialidades em seu art. 4º, parágrafos e incisos, que estabelece "*a Comissão Mista de Especialidades, vinculada ao CFM, a qual compete definir, por consenso, as especialidades médicas no País"*;

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

CONSIDERANDO especificamente o art. 20 da Lei nº 3.268/1957, que determina: *"Todo aquele que mediante anúncios, placas, cartões ou outros meios quaisquer, se propuser ao exercício da medicina, em qualquer dos ramos ou especialidades, fica sujeito às penalidades aplicáveis ao exercício ilegal da profissão, se não estiver devidamente registrado".*

CONSIDERANDO o disposto no Código de Ética Médica, notadamente o que consta no capítulo sobre publicidade médica;

CONSIDERANDO o disposto na Resolução CFM nº 2.147/2016, que estabelece normas sobre a responsabilidade, atribuições e direitos de diretores técnicos, diretores clínicos e chefias de serviço em ambientes médicos (físico e virtual);

CONSIDERANDO o disposto na Resolução CFM nº 1.718/2004, que veda o ensino do ato médico a não médicos;

CONSIDERANDO o disposto na Resolução CFM nº 2.321/2022, que determina a obrigatoriedade de um Diretor Técnico-Médico responsável por eventos científicos em medicina para fazer cumprir o determinado sobre ensino de matérias privativas a médicos;

CONSIDERANDO que o atendimento a esses princípios é inquestionável pré-requisito para o estabelecimento de regras éticas da relação entre médicos e ambientes médicos físicos ou virtuais e a população em geral;

CONSIDERANDO os princípios constitucionais da livre iniciativa, da livre concorrência e da liberdade econômica;

CONSIDERANDO os artigos 12 e 16 do Decreto nº 24.492/1934, que regulamenta a aplicação do Decreto-Lei nº 20.931/1932, o qual restringe a comercialização de produtos por médico somente na localidade de seu consultório;

CONSIDERANDO ainda que os entes sindicais e associativos médicos estão sujeitos a este mesmo regramento quando da veiculação de publicidade ou propaganda;

CONSIDERANDO, finalmente, o decidido na sessão plenária de 13 de julho de 2023,

RESOLVE:

CAPÍTULO I

DAS DEFINIÇÕES E RESPONSABILIZAÇÕES

Art. 1º Para fins desta Resolução, entende-se por publicidade ou propaganda médica a comunicação ao público, por qualquer meio de divulgação da atividade profissional, com iniciativa, participação e/ou anuência do médico, nos segmentos público, privado e filantrópico.

§1º Entende-se por **publicidade** médica o ato de promover estruturas físicas, serviços e qualificações do médico ou dos estabelecimentos médicos (físicos ou virtuais).

§2º Entende-se por **propaganda** médica o ato de divulgar assuntos e ações de interesse da medicina.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

Art. 2º Os médicos estão obrigados a cumprir as regras contidas nesta Resolução e no Manual de Divulgação de Assuntos Médicos dela decorrente.

Art. 3º Quanto à responsabilização perante os Conselhos Regionais de Medicina (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 pela divulgação dos entes sindicais e associativos médicos seu presidente.

CAPÍTULO II
DAS OBRIGAÇÕES

Art. 4º As peças de publicidade/propaganda médica deverão conter, obrigatoriamente, os seguintes dados:

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 Nas peças de publicidade/propaganda de hospitais, clínicas, casas de saúde e outros estabelecimentos assistenciais à saúde, em ambiente físico ou virtual, deverá constar:
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 os itens previstos nos incisos I e II do art. 4º.

Parágrafo único. Em todo material utilizado na divulgação, física e virtual, devem constar os itens apresentados acima, estando o rol descrito no Manual da Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame) do CFM.

Art. 6º Em redes sociais, blogs, sites e congêneres, onde ocorrer publicidade ou propaganda de assuntos médicos, as informações descritas no art. 4º devem estar dispostas na página principal do perfil (pessoa física ou jurídica) ou equivalente.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

§1º Os conteúdos temporários estarão sujeitos às mesmas regras de publicidade estabelecidas nesta Resolução.
§2º As orientações para cumprimento deste dispositivo constam do Manual da Codame.
§3º 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 ao disposto no caput deste artigo.

CAPÍTULO III

DOS MEIOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NAS REDES SOCIAIS PRÓPRIAS DE MÉDICOS E ESTABELECIMENTOS MÉDICOS

Art. 7º A publicidade, em redes próprias do médico e de estabelecimentos de natureza médica, tem por objetivo dar ciência à comunidade em geral das competências e qualificações dos médicos e dos ambientes, físicos ou virtuais, onde exercem sua profissão.

Art. 8º 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 e, salvo prova em contrário, idôneos, devendo-se observar que:

I– as publicações deverão estar em meio físico ou virtual, conforme definido nesta Resolução e Manual da Codame;

II– os perfis de médicos e de ambientes médicos, físicos ou virtuais, em canais de redes sociais deverão obedecer aos critérios definidos em lei, resoluções normativas e Manual da Codame;

III– 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, Sygnal, 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, conforme definido no Manual.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

CAPÍTULO IV
DAS PERMISSÕES

Art. 9º É permitido ao médico:

I– utilizar fotografia ou vídeo com detalhes de seu ambiente de trabalho, sua própria imagem, de membros da equipe clínica e de outros auxiliares;

II– anunciar os aparelhos e recursos tecnológicos, utilizando as informações, indicações e propriedades presentes em seu portfólio, conforme aprovado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), ou sucedânea, e autorizado pelo CFM para uso médico privativo e/ou compartilhado com outras profissões, respeitando a vedação estabelecida no inciso II do art. 11 desta Resolução;

III– anunciar os serviços agregados a seu consultório ou clínica realizados por profissionais de área correlata à medicina objetivando a execução das prescrições de fármacos, materiais e insumos ou a aplicação de técnicas e procedimentos, supervisionando a aplicação e, obrigatoriamente, fazendo registro da prescrição em prontuário ou ficha clínica de cada paciente;

IV– incluir referência em textos, imagens ou áudios quanto à forma de marcação de consulta, horários de atendimento e a dinâmica de funcionamento de seu consultório, instituição hospitalar e de assistência médica (física ou virtual);

V– 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);

VI– informar sobre valores de consultas, meios e formas de pagamento;

VII– informar que o valor de procedimentos particulares poderá ser acordado entre as partes previamente ao atendimento e sua execução;

VIII– anunciar abatimentos e descontos em campanhas promocionais, sendo proibido vincular as promoções a vendas casadas, premiações e outros que desvirtuem o objetivo final da medicina como atividade-meio, conforme definido no Manual da Codame;

IX– apresentar seu ambiente de trabalho, incluindo equipamentos com indicações de uso, conforme informações do portfólio da Anvisa, ou agência governamental que a suceda, e autorizado pelo CFM para uso médico privativo e/ou compartilhado com outras profissões;

X– participar de peças de divulgação, físicas ou virtuais, como membro do corpo técnico/clínico de instituições públicas, privadas, filantrópicas ou outras, desde que concordem, sendo obrigatório observar os critérios dispostos no art. 4º desta Resolução;

XI– participar de peças de divulgação, físicas ou virtuais, de planos e seguros saúde, autogestões e outros, desde que preste serviços a esses planos e tenha autorizado o uso de

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

sua imagem, à semelhança de membros do corpo clínico de qualquer instituição médica, sendo obrigatório observar os critérios dispostos no art. 4º desta Resolução;

XII– organizar cursos e grupos de trabalho com caráter educativo para leigos e anunciar seus valores, sendo terminantemente 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, conforme dispõe a Resolução CFM nº 1.718/2004;

XIII– organizar e anunciar valores de cursos, consultorias e grupos de trabalho, com acesso restrito a médicos para discussão de casos clínicos e/ou atualizações em medicina de modo geral, desde que:

a) essas atividades sejam restritas a médicos inscritos no CRM;

b) o organizador confirme os dados dos inscritos, sob pena de responsabilização ética;

c) seja garantido que os participantes respeitarão os critérios de confidencialidade em torno dos assuntos e casos discutidos, bem como o ensino do que for vedado pelo CFM, sob pena de responsabilização ética;

XIV– 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;

XV– emitir comentário genérico sobre o prazer com o trabalho, alegria em receber seus pacientes e acompanhantes, motivações com os desafios do dia-a-dia de sua profissão, gerando corrente positiva para a boa imagem da medicina, desde que:

a) não identifique pacientes ou terceiros;

b) não adote tom pejorativo, desrespeitoso, ofensivo, sensacionalista ou incompatível com os compromissos éticos exigidos pela medicina para com suas instituições, outros colegas, especialidades ou técnicas e procedimentos;

XVI– revelar resultados comprováveis de tratamentos e procedimentos desde que não identifique pacientes;

XVII– emitir observações críticas quanto ao ambiente e condições de trabalho, sendo vedado o uso de tom ofensivo ou desrespeitoso a qualquer pessoa ou superior hierárquico;

XVIII– anunciar a aplicação de órteses e próteses, fármacos, insumos e afins quando da execução de procedimentos nos termos do inciso III deste artigo, desde que:

a) descreva características e propriedades de insumos, órteses e próteses, de acordo com a Resolução CFM nº 2.318/2022;

b) quando criador ou desenvolvedor da órtese ou insumo, aprovados pela Anvisa e pelo CFM, nos termos no inciso III, ao fazer divulgação e aplicar nos ambientes previstos nessa resolução, esclareça seus conflitos de interesse;

c) não anuncie marcas comerciais e fabricantes.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

CAPÍTULO V

DA RELAÇÃO COM VEÍCULOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Art. 10. Ao conceder entrevistas a qualquer veículo ou canal de comunicação, 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.

§1º Nas ocasiões descritas no caput, é vedada a divulgação de endereço físico ou virtual, telefone e outros, exceto aqueles dados previstos no art. 4º desta Resolução.

§2º Em entrevistas, debates ou qualquer exposição para público leigo a respeito da medicina, fica o médico obrigado a declarar seus conflitos de interesse.

CAPÍTULO VI

DAS PROIBIÇÕES

Art. 11. É vedado ao médico e, naquilo que couber, às pessoas jurídicas, entes sindicais e associativos de natureza médica:

I– divulgar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas, por induzir à confusão com a divulgação de especialidades;

II– atribuir capacidade privilegiada a aparelhagens;

III– divulgar equipamento e/ou medicamento sem registro na Anvisa, ou agência que a suceda;

IV– participar de propaganda/publicidade de medicamento, insumo médico, equipamento, alimento e quaisquer outros produtos, induzindo à garantia de resultados;

V– 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;

VI– participar de propaganda enganosa de qualquer natureza;

VII– divulgar método ou técnica não reconhecido pelo CFM;

VIII– expor imagens de consultas e procedimentos transmitidas em tempo real, com técnicas ou métodos de abordagens, ainda que com autorização expressa do paciente, ressalvado o disposto no inciso IV do art. 13 e no inciso II, alínea d, do art. 14 desta Resolução;

IX– anunciar a utilização de técnicas de forma a lhe atribuir capacidade privilegiada, mesmo que seja o único a fazê-la;

X– oferecer serviços por meio de consórcio e similares;

XI– oferecer consultoria a pacientes e familiares como substituição da consulta médica presencial, excetuado o que for regulamentado em resolução específica para a telemedicina;

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

XII– garantir, prometer ou insinuar bons resultados do tratamento;

XIII– 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;

XIV– fazer qualquer propaganda ou manter material publicitário nas dependências de seu consultório ou, pessoa jurídica da área médica a que pertença, de empresas dos ramos farmacêuticos, óticos, de órteses e próteses ou insumos médicos de qualquer natureza, quando investidor em qualquer delas;

XV– ter ou manter consultório no interior de estabelecimentos dos ramos farmacêuticos, óticos, de órteses e próteses ou insumos de uso médico;

XVI– portar-se de forma sensacionalista ou autopromocional, praticar concorrência desleal ou divulgar conteúdo inverídico.

§ 1º As vedações elencadas nos incisos IV e V alcançam as entidades associativas e sindicais, não se aplicando aos casos previstos na Resolução CFM nº 1.595/2000.

§ 2º Entende-se por sensacionalismo:

a) divulgar procedimento com o objetivo de enaltecer e priorizar sua atuação como médico ou do local onde atua;

b) utilizar veículos e canais de comunicação para divulgar abordagem clínica e/ou terapêutica médica que ainda não tenha reconhecimento pelo CFM;

c) adulterar e/ou manipular dado estatístico e científico para se beneficiar individualmente ou à instituição que integra, representa ou o financia;

d) apresentar em público técnica, abordagem ou método científico que deva ser limitado ao ambiente médico, inclusive a execução de procedimentos clínicos ou cirúrgicos;

e) veicular em público informação que possa causar intranquilidade, insegurança, pânico ou medo de forma coletiva ou individual, mesmo que para fatos conhecidos;

f) usar de forma abusiva, enganosa ou sedutora representações visuais e informações que induzam à percepção de garantia de resultados.

§3º Entende-se por promocional referir-se a si próprio, a serviço onde atue ou a técnicas e procedimentos de modo a conferir-se propriedades e qualidades privilegiadas.

§4º Entende-se por concorrência desleal:

a) reportar em suas redes próprias, ou na de terceiros, insinuações de haver feito descobertas milagrosas ou extraordinárias cujo acesso é condicionado à abertura sucessiva de novas abas, fornecimento de informações pessoais ou pagamento;

b) dirigir-se em suas redes próprias a outros médicos, especialidades ou técnicas e procedimentos de forma desrespeitosa, com palavras ou imagens ofensivas à honra, à decência ou à dignidade dos que pretende atingir;

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

c) anunciar a prestação de serviços médicos gratuitos em seu consultório privado, aplicando-se este mesmo princípio a empresas de qualquer ramo que contrate médico para prestação de serviços em medicina;

d) não anunciar, enquanto estabelecimento assistencial, ente associativo ou sindical médico, campanhas preventivas, curativas e de reabilitação sem identificar o patrocinador da ação.

§5º Entende-se por conteúdo inverídico toda propaganda ou publicidade com o anúncio de práticas revolucionárias ou milagrosas, ou novos procedimentos que não tenham sido aprovados para uso médico pelo CFM.

CAPÍTULO VII

DOS DEVERES

Art. 12. É dever do médico, inclusive os ocupantes de cargos diretivos:

I– 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 em textos ou peças (gráficas ou audiovisuais) divulgadas de forma a transgredir os critérios definidos nesta Resolução;

II– adotar tom sóbrio, impessoal e verídico na emissão de boletins médicos, sempre preservando o sigilo médico.

§ 1º A divulgação dos boletins médicos caberá ao médico assistente ou seu substituto, ao diretor técnico da instituição ou ao CRM, quando o médico considerar pertinente.

§ 2º O boletim médico, em caso de pacientes internados em estabelecimentos assistenciais, deverá, sempre, ser assinado pelo médico assistente e subscrito pelo Diretor Técnico-Médico da instituição ou, em sua falta, por seu substituto.

CAPÍTULO VIII

DOS DIREITOS

Art. 13. É direito do médico e de estabelecimentos de natureza médica:

I– utilizar qualquer meio ou canal de comunicação não próprio, 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 públicos, desde que respeitadas as proibições previstas nesta Resolução;

II– comprar espaço em qualquer dos veículos de comunicação descritos acima para fazer propaganda/publicidade;

III– 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;

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

IV– utilizar em trabalhos e eventos científicos, destinados exclusivamente a médicos e estudantes de medicina, imagens, transmitidas em tempo real, com a aplicação de técnicas de abordagem, desde que obtenha prévia autorização do paciente ou de seu representante legal;

V– consultar a Codame dos CRMs, em caso de dúvida, visando atender às exigências e normas legais e éticas sobre publicidade/propaganda em medicina;

VI– divulgar sua qualificação técnica.

§1º A divulgação da qualificação técnica do médico será feita da seguinte forma:

a) diploma médico: o próprio diploma e, se desejar, outros dados que considere relevante sobre a instituição onde se formou, mais a data de formatura, acompanhados da palavra MÉDICO(A);

b) diploma médico revalidado, com indicação da instituição de ensino superior pela qual colou grau, a data de formatura e o país sede da instituição, acompanhados da instituição de ensino superior que revalidou seu diploma, acompanhados da palavra MÉDICO(A);

c) especialista: a especialidade, devidamente **registrada** no CRM, acompanhada do número de RQE, devendo proceder da mesma forma quanto às áreas de atuação, sendo seu direito também anunciar outros títulos, como pós-graduações *lato sensu* ou *stricto sensu* em áreas relacionadas à especialidade;

d) curso de pós-gradução *lato sensu* devidamente **cadastrado** no CRM: MÉDICO(A) com pós-graduação em (*área da pós-graduação*), seguido de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta;

e) curso de pós-graduação *stricto sensu* devidamente **cadastrado** no CRM: MÉDICO(A) com pós-graduação em (*Mestre, Doutor em*…), seguido de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta;

f) ao médico detentor de título de especialidade, é permitida a divulgação de até 2 (duas) especialidades e as áreas de atuação relacionadas à especialidade.

§2º Para os efeitos da aplicação desse artigo, é considerado especialista e detentor de título em área de atuação todo aquele que apresentar RQE.

§3º Os títulos sujeitos a **cadastramento** de que tratam as alíneas *d* e *e* não terão número de ordem na declaração que será fornecida; haverá apenas a indicação de que obedece ao disposto nesta Resolução.

CAPÍTULO IX

DO USO DA IMAGEM DE PACIENTES OU DE BANCO DE IMAGENS

Art. 14. Fica permitido o uso da imagem de pacientes ou de bancos de imagens com finalidade educativa, voltado a:

SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

I– 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 as soluções técnicas possíveis para o caso;

II– a demonstração de resultados de técnicas e procedimentos, respeitados os seguintes princípios:

a) qualquer uso de imagem deve ser acompanhado de texto educativo contendo as indicações terapêuticas, fatores que influenciam possíveis resultados e descrição das complicações descritas em literatura científica;

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) é vedado o uso de imagens de procedimentos que identifique o paciente;

f) é vedada qualquer edição, manipulação ou melhoramento das imagens;

g) autorretratos repostados dos pacientes e depoimentos sobre a atuação do médico devem ser sóbrios, sem adjetivos que denotem superioridade ou induzam a promessa de resultado;

h) quando são apresentadas imagens obtidas de banco de imagens, deve ser citada sua origem conforme regras de direitos autorais;

i) quando as imagens forem de banco de dados do próprio médico ou serviço ao qual pertença:

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.

CAPÍTULO X

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 15. Os CRMs devem manter, conforme seus Regimentos Internos, uma Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame), composta, minimamente, por três membros.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

Art. 16. A Codame tem como finalidade:

I – responder a consultas ao CRM a respeito de publicidade/propaganda de assuntos médicos;

II– organizar campanhas educativas sobre propaganda/publicidade médica, orientar sua divulgação pelos meios disponíveis no sistema CFM/CRMs, inclusive o Programa de Educação Médica Continuada apoiado e financiado pelo CFM;

III– convocar médico e Diretor Técnico-Médico, quando se tratar de pessoa jurídica, para esclarecer sobre potencial descumprimento de normas contidas nesta Resolução e seu Manual, orientando a imediata suspensão do anúncio e, para dar validade, registrar em ata as orientações, que será assinada por membro da Codame e o interessado (médico, quando pessoa física, e Diretor Técnico-Médico ou preposto médico devidamente identificado e autorizado, quando pessoa jurídica), sem prejuízo de outras medidas;

IV**–** orientar sociedades científicas, entidades sindicais e instituições médicas em geral na organização de evento de natureza multiprofissional, para respeitar a vedação do ensino de matéria privativa do médico a não médicos, esclarecendo que o respeito a esta determinação está sob a responsabilidade do Diretor Técnico-Médico do evento em cumprimento ao que determina a Resolução CFM nº 2.321/2022;

V– encaminhar à Corregedoria do Conselho Regional de Medicina matérias com potencial de infração ao Código de Ética Médica para a instauração de sindicância;

VI– rastrear divulgações em qualquer mídia, inclusive na internet, adotando as medidas cabíveis sempre que houver desobediência a esta Resolução;

VII– receber material publicitário, mesmo que de origem anônima, para apuração, podendo ser por canal próprio para esse fim;

VIII– providenciar que matéria relativa à publicidade/propaganda que chegue ao seu conhecimento não ultrapasse, em sua tramitação na Comissão, o prazo de 60 (sessenta) dias.

Art. 17. A presente Resolução e o respectivo Manual da Codame entrarão em vigor no prazo de 180 dias, a partir de sua publicação, quando serão **revogadas** a Resolução CFM nº 1.974/2011, publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 19 de agosto de 2011, Seção I, p. 241-244; a Resolução CFM nº 2.126/2015, publicada no DOU de 1º de outubro de 2015, Seção I, p. 131; e a Resolução CFM nº 2.133/2015, publicada no DOU de 15 de dezembro de 2015.

Brasília- DF, 13 de julho de 2023.

JOSÉ HIRAN DA SILVA GALLO
Presidente

DILZA TERESINHA AMBRÓS RIBEIRO
Secretária-geral

SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS DA RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023

Na etimologia, “moral” vem do latim *mores*, que significa costumes; e “ética” vem do grego *ethos*, que tem o mesmo sentido. A moral e a ética decorrem de costumes da sociedade, que evoluem com o passar do tempo, levando em consideração o aparecimento de novas tecnologias, técnicas, vivências e realidades fáticas.

Nesse contexto, é necessário revisar periodicamente as leis, as regras e as normas, já que todas estas devem acompanhar, obrigatoriamente, a mudança e evolução dos costumes da sociedade ao longo da história sob pena de existir uma dissociação com a verdade real que evolui dia a dia na sociedade e, assim, haver uma defasagem sociológica e ética entre o mundo normativo e o mundo real.

Sob esse prisma, a revisão periódica das regras de publicidade/propaganda médica se faz necessária em virtude da evolução dos meios de comunicação, notadamente com a incorporação de métodos de divulgação que tornaram instantâneas a veiculação de matérias de divulgação da profissão, sem a exigência da mobilização de equipamentos e pessoal para sua construção. Ademais, a telemedicina e a geração de conteúdos publicitários e propagandísticos já são predominantes no exercício da medicina moderna, não podendo as normas éticas ficarem numa estagnação histórica irremediável.

Passados 11 anos da vigência Resolução CFM nº 1.974/2011, esta revisão se tornou imperativa para que a boa medicina continue sendo exercida de forma ética e sua divulgação adaptada à modernidade física e digital. As regras de propaganda e publicidade devem ajustar seu conteúdo e incorporar as novas tecnologias e conceitos oriundos das lacunas criadas com o distanciamento entre as regras antigas e a evolução digital que ocorreu na sociedade depois de 2011.

Vários conceitos foram alterados, e o dia a dia, mesclado entre o físico e o virtual, impulsiona profissionais liberais, entre os quais os médicos, a utilizar ferramentas de divulgação pessoal ou institucional que não estão inseridos nos antigos conceitos da publicidade/propaganda médica e meios de comunicação tradicionais.

Assim, é impossível exigir que os que trabalham com propaganda/publicidade médica – entre os quais publicitários, profissionais de marketing, jornalismo e direito, entre tantos outros – atuem sob um prisma analógico, quando a realidade de hoje é digital.

Essa revisão também se fez necessária pelo subjetivismo que continuou presente mesmo com todos os avanços da Resolução CFM nº 1.974/2011, persistindo uma explícita discrepância entre a norma escrita e sua interpretação, notadamente nos tópicos relacionados a sensacionalismo, concorrência desleal, autopromoção e mercantilização da medicina, que geram entendimentos díspares quando da avaliação das peças publicitárias nas consultas à Codame nos CRMs e nos julgados oriundos dos CRMs em grau de recurso ao CFM.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

Essa revisão resultou de um grande esforço de médicos, sociedades de especialidades, entidades sindicais e operadores do direito, todos enviando suas contribuições na consulta pública realizada de 1º de fevereiro a 20 de março de 2020, com 2.656 sugestões, além da contribuição dos CRMs e conselheiros federais, nos diversos encontros sobre o tema, todos imbuídos dos bons propósitos de modernizar o entendimento da publicidade/propaganda e incorporar instrumentos de aprimoramento para conferir às mídias tradicionais e às novas mídias a segurança necessária para que a comunicação seja ágil, moderna e honesta.

Também foram feitas mudanças na organização e apresentação do texto, seccionando-o em capítulos e títulos para possibilitar uma apresentação didática e facilitar a leitura por grupo de interesse, como obrigações, direitos, deveres, permissões e proibições. Além disso, buscou-se corrigir com essa divisão a distorção histórica de tratar da mesma forma matéria direcionada a veículos de comunicação de massa, como jornais, revistas ou TV leiga, daquelas elaboradas para as redes sociais de propriedade dos médicos ou suas instituições, como Instagram, TikTok, Facebook, entre outros, que são instrumentos de comunicação personalizados, como um *outdoor* ou uma peça publicitária veiculada num meio de comunicação de massa depois que o médico ou os estabelecimentos médicos compram espaços publicitários.

As redes sociais de propriedade ou domínio de médico ou de empresas médicas (físicas ou virtuais) direcionam sua publicidade/propaganda para dar ciência ao público das qualificações que possuem, dos locais onde trabalham como proprietários ou empregados e apresentam até matérias de cunho científico/educativo para educar a população. Nestas deve constar o previsto no art. 4º, além de endereço, telefone, e-mail, endereços eletrônicos e tudo que possa identificar o médico ou seu serviço para que forme, mantenha ou até expanda sua clientela, ou associados e filiados. Os responsáveis pelo cumprimento desta obrigação são os médicos, os Diretores Técnicos Médicos e os presidentes de entes associativos ou sindicais.

Importa salientar que esta resolução estabelece fronteiras claras entre os atos relacionados a veiculação de publicidade/propaganda com os objetivos descritos acima e aqueles que tratam de vida privada do médico e outras que não objetivam a formação de clientela.

No entanto, se o médico desejar utilizar sua rede social para tratar concomitantemente de aspectos de sua vida privada e profissional, deverá obedecer ao disposto nesta Resolução nos termos previstos para as redes sociais destinadas exclusivamente a publicidade/propaganda.

Quanto aos meios de comunicação jornalística, radiofônica, televisiva e outros de cunho comercial, como previsto no Decreto-Lei nº 4.113/1942, permanece a vedação de fornecer endereço e telefone ou endereços eletrônicos. Aqui há de se respeitar a proibição para angariar clientela restando o previsto em lei quanto a divulgar *“conselhos de higiene e assuntos de medicina ou de ordem doutrinária, sem caráter de terapêutica individual”.* Nessas aparições existe a obrigação de apresentar suas credenciais como médico e/ou especialista.

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

Acrescentou-se a obrigação de declarar conflitos de interesse quando da participação em eventos e debates ou em qualquer veículo de comunicação, notadamente em webinários e mesas redondas organizados por leigos e abertos ao público geral pelas plataformas de difusão de informações pela internet. Esta regra segue os moldes do que se aplica para os *speakers* de laboratórios nos congressos e outros eventos médicos, com o fito de proteger a medicina e a população de médicos com interesses particulares na divulgação de procedimentos, fármacos, insumos médicos e aparelhagem em geral.

A divulgação dos títulos acadêmicos sofreu um ajuste decorrente da análise do disposto no art. 17 da Lei nº 3.268/1957, que permite aos CRMs **registrar** os títulos de especialistas conforme disposto em lei e formar **cadastro** dos demais títulos e certificados de cunho acadêmico, como pós-graduações *lato sensu ou stricto sensu*, no prontuário do médico. Os títulos registrados nos CRMs (títulos de especialidade e área de atuação) recebem numeração crescente (RQE), que deve ser utilizada na publicidade médica. Os demais serão assentados em forma de cadastro no prontuário do médico, não sendo fornecido número de ordem. Ficará autorizado ao(à) médico(a) detentor(a) de certificados de pós-graduação *lato sensu*, de cunho pedagógico, publicar em forma de currículo suas pós-graduações, seguido da expressão NÃO ESPECIALISTA em caixa alta. Para os títulos de mestrado e doutorado há permissão para que apareçam em sua publicidade, mesmo que não relacionados a sua especialidade.

Outra mudança relevante é a consignação do que é permitido e do que é vedado, na tentativa de reduzir ao mínimo as interpretações subjetivas da norma.

A resolução também inova ao permitir que o médico apareça em redes próprias ou de serviços onde exerça a medicina, e concorde em participar, quebrando um entendimento quase secular de que o médico não poderia aparecer em matéria publicitária dos serviços onde trabalha ou aos quais esteja conveniado.

Também é inovadora a permissão para fazer publicidade dos equipamentos de que dispõe seu serviço, como apoio à execução do ato médico, utilizando para tal o portfólio da Anvisa com os dados de segurança, indicações e precauções no uso.

A inovação normativa também alcança a divulgação do apoio de outras profissões que atuam no consultório ou clínica do médico, pessoa física ou jurídica (MEI ou EI), desde que esses profissionais estejam relacionados à linha de prescrição médica a ser executada nos âmbitos farmacológicos, de insumos médicos, aplicação de procedimentos e realização de exames complementares, e tudo seja registrado em ficha clínica ou prontuário provando a hierarquia da prescrição, aplicação e supervisão do procedimento.

Também foram abordados assuntos anteriormente conceituados como controversos, como a publicação de valores das consultas, parcelamentos e outras formas de pagamento com os atuais meios de transação, em respeito aos fundamentos e princípios da ordem econômica.

Com esses fundamentos, ficam os médicos e empresas médicas (físicas ou virtuais) autorizados a anunciar valor da consulta, procedimentos e exames **(desde que estes não dependam de diagnóstico e avaliação prévia)**, bem como a aceitação de planos de saúde,

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

seguro saúde, cartão de crédito, parcelamentos e abatimento nos valores de consultas, exames complementares e procedimentos, vetando a oferta casada, como “faça a consulta e ganhe o exame”, “faça o procedimento e ganhe desconto em exames e materiais” ou “concorra a prêmio se se submeter a tal procedimento”, por isso caracterizar mercantilismo, ou seja, mau uso para formar clientela, instituindo concorrência desleal com os outros médicos. Vale a máxima da clínica médica de que exames complementares nem sempre são necessários, visto que decorrem da avaliação propedêutica que por si só pode definir diagnóstico e conduta.

As Codames têm não somente o papel de fiscalizar a publicidade/propaganda médica, mas a incumbência de elaborar nacional e localmente campanhas educativas com o objetivo de esclarecer a aplicação das regras desta Resolução. Outro ponto destacado diz respeito à forma como médicos e suas empresas devem ser convocados para receber orientação caso estejam divulgando a profissão em desacordo com essas normas. No capítulo sobre eventos na área médica (jornadas, congressos, webnários, entre outros), indica-se como orientar os responsáveis em casos de obediência à Resolução CFM nº 1.718/2004, que veta o ensino de atos privativos de médicos a não médicos, de forma que a supervisão de sua aplicação ocorra por meio dos responsáveis técnicos dos eventos, conforme Resolução CFM nº 2.321/2022.

Como se pode aquilatar, é uma verdadeira reescrita utilizando os mesmos elementos que os Decretos-lei nº 20.931/1932, nº 4.113/1942, nº 3.268/1957 e nº 12.842/2013 trazem em seu espírito. Podemos afirmar que, com base num entendimento expansivo, lastreado na experiência da modernidade, o médico pode ser investidor em ramos correlatos à medicina, desde que não exerça a medicina ou tenha consultório nesse local, bem como qualquer tipo de interação entre sua atuação profissional e tais estabelecimentos.

Não se pode admitir que o médico seja impedido de investir em qualquer ramo empresarial; para tanto, faz-se necessária uma revisão de interpretação do termo “localidade” para “local de atividade profissional”, de acordo com uma interpretação literal e sistemática dos decretos acima indicados. Nesse sentido, devem ser levados em consideração o princípio da boa-fé objetiva do médico e os princípios constitucionais da livre iniciativa, da livre concorrência e da liberdade econômica.

Continua a vedação quanto a médico ser diretor técnico de farmácia, ter consultório nas dependências de farmácias e óticas, ou fazer vendas casadas, indicando esses estabelecimentos para seus pacientes e familiares. Também fica vedada a publicidade desses estabelecimentos por parte de médicos quando neles forem investidores, por se configurar a condenada interação entre médicos e tais estabelecimentos.

No capítulo sobre a utilização de imagem por médicos e seus estabelecimentos assistenciais, autoriza-se o uso de imagem de paciente, inclusive com o antes e o depois, mas exclusivamente em caráter educativo, situação em que o médico expõe quando uma pessoa deve procurar ajuda médica, as intervenções possíveis, a intervenção em si, a resultante e resultados insatisfatórios, gerando para a sociedade um ciclo virtuoso com ênfase no bom nome da medicina, no que faz e como faz. Em respeito à verdade, o profissional também expõe os não desejados resultados insatisfatórios. Para tanto, pode

CFM | CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br

utilizar banco de imagens de terceiros (declarando a fonte em respeito aos direitos autorais) ou próprio ou do estabelecimento ao qual pertença, relatando os termos de consentimento para seu uso.

Com tais fundamentos, espera-se contribuir para que a publicidade/propaganda médica seja honesta e apresente o médico e os serviços em que atua de modo claro, conciso e respeitável, fazendo jus a pertencer à nobre profissão dos discípulos de Esculápio.

EMMANUEL FORTES SILVEIRA CAVALCANTI

Relator

SGAS 915 Lote 72, Asa Sul | Fone: (61) 3445-5900
CEP: 70390-150 Brasília DF |
http://www.portalmedico.org.br