

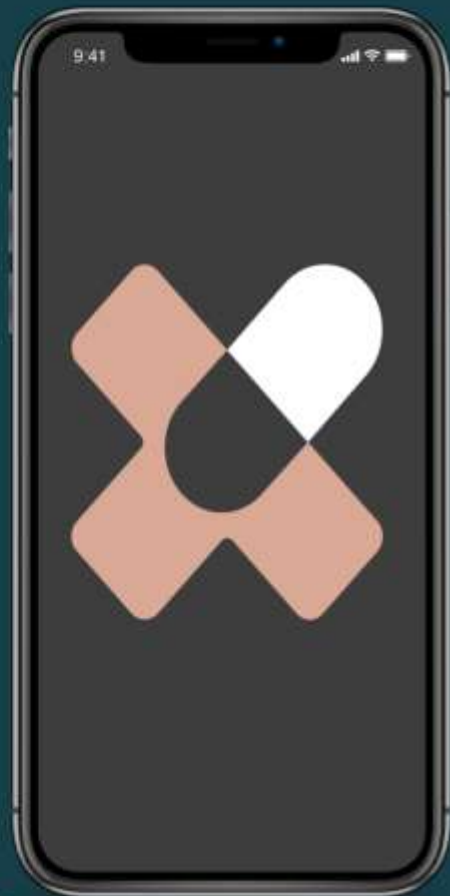
E-book 

MARKETING O QUE O CFM ACHA DISSO?

Uma visão rápida das normas do CFM e as boas práticas do mercado para estruturar o seu marketing. Com esse e-book você segue as recomendações e não erra a dose.

 **DOSE
CERTA** do mkt
médico

Ana Lo Gullo



Olá, meu nome é Ana Lo Gullo. Meu propósito é facilitar o desenvolvimento de médicos empreendedores de clínicas, hospitais e consultórios em como fazer marketing na saúde. Nos meus canais @ana.logullo eu compartilhar tudo o que sei com você.

Iniciei minha carreira já na área da saúde, trabalhando em um Hospital em Minas Gerais e me apaixonei pelo marketing de serviços e médico, há mais de 13 anos.

Tive a oportunidade de trabalhar com médicos, clínicas, equipe de atendimento ao cliente Hospitalar e call center, eventos científicos, eventos corporativos, treinamentos de equipes, pesquisa de mercado e satisfação. Hoje com grandes experiências em planejamento, criação e gestão de processos, endomarketing, marketing digital focado na área de saúde. E muito mais do que isso, eu conheço os processos da saúde, operadoras de saúde, dificuldades de mão de obra e as dores dos médicos.

Hoje atuo como consultora e mentora quando o assunto é marketing para médicos e tenho esse projeto que estou construindo com muito carinho junto com você!


Ana Lo Gullo





Mas antes do manual, vamos falar de 2 pontos importantes do marketing digital médico (a):

- Anúncios no Google
- Instagram



Sobre anúncios digitais, dê uma olhada nestas dicas que separei para você:

Respeitando as normas impostas pelas regras de publicidade médica, você pode usar e abusar de campanhas no Google Ads, por exemplo. Tendo isso em vista, elaboramos este conteúdo para apresentar três dicas de marketing médico que você pode adotar ao criar suas campanhas nesse serviço/plataforma de publicidade. Veja!

1. Ao criar suas campanhas, utilize expressões populares e sintomas dos seus pacientes;
2. Coloque seus dados profissionais nas campanhas;
3. Conheça o perfil dos seus clientes que busca alcançar.



Use o linktree, um site gratuito para você colocar seus contatos na bio do Instagram.

Olhe no exemplo ao lado. Você coloca o link na bio e abre seus vários contatos e demais conteúdos. Acesse o site e faça o seu. É free.

Essa é uma ótima estratégia para levar seus clientes onde você deseja!



<https://linktr.ee/>

Neste e-book você encontrará o Manual de Publicidade Médica do CFM, para leitura dinâmica.

EU GRIFEI O QUE VOCÊ REALMENTE PRECISA FICAR ATENTO.

- Existe diferença entre divulgação de médicos individuais autônomos e instituições de saúde. Ambos precisam do representante legal endossando o anúncio/divulgação.
- Com a internet e os avanços diários existem várias questões que não estão escritas neste manual, aqui estão as regras básicas do seu comportamento de marketing médico. Em caso de dúvidas o ideal é procurar auxílio de um especialista, ou recorrer ao próprio CFM através do contato: cfm@portalmedico.org.br
- O básico que você sempre deve seguir: colocar o seu nome, CRM e RQE em divulgações e páginas como site e redes sociais, nunca realizar anúncios divulgando seus serviços, associar os seus serviços SEMPRE através da informação/conteúdo. Está é a única forma de você vender sem "vender explicitamente", e de maneira legal.

No manual eu fiz marcações as marcações de **AZUL** que são para os profissionais autônomos e as de **VERDE** para as instituições de saúde, desde clínicas até Hospitais.

- Exemplos de anúncios na página 30 á 32.
- Regras básicas do CFM páginas de 10 á 14
- Critérios por mídia de 16 até 25

RESUMÃO GERAL QUE VOCÊ DEVE EVITAR PRINCIPALMENTE AQUI NO DIGITAL PARA MÉDICOS, CLÍNICAS E HOSPITAIS.

Práticas negativas/proibidas no marketing digital:

- Comprar seguidores nas redes sociais
- Ignorar comentários e mensagens nas redes sociais (comentários, direct, não responder as caixas de perguntas)
- Não confunda, perfil profissional não é álbum de família

O que não pode?

Perfil profissional X perfil pessoal → o próprio CFM condena uso de perfil pessoal com fins profissionais. Médicos tenham 2 perfis separados para deixar cada esfera delimitada.

Divulgação de fotos de Antes X Depois → Proibido mesmo em casos estéticos e mesmo que o paciente autorize. Nem o próprio paciente nem terceiros devem ser estimulados a fazer tais postagens. O CFM ou CRM pode investigar o médico.

Publicação de selfies → é vedadas selfies que caracterizem autopromoção segundo a resolução 2.126/2015. Não é toda selfie que é proibida é preciso ter cuidado nos ambientes em que as selfies são tiradas e o que está sendo mostrado além do seu rosto.

Consulta por chat/comentário → o Anexo I da Resolução 1.974/2011 afirma ser vedado ao profissional “consultar, diagnosticar ou prescrever por qualquer meio de comunicação de massa ou a distância.

Divulgação de preços e descontos → O Código de Ética Médica é bastante claro ao afirmar que a medicina não pode, em nenhuma circunstância ou forma, ser exercida como comércio e atribuir sua imagem a serviços com desconto ou promocionais é considerado concorrência desleal.

Anunciar especialização → desde que reconhecida e registrada no CRM, que são as RQEs. Não anuncie cursinhos de curto prazo, visitas técnicas, pós-graduações, é proibido. Nem seus clientes e colegas veem isso com bons olhos. Lembrando que um médico pode divulgar até duas especialidades, não mais do que isso.

Curtidas e compartilhamentos → permitido, mas cuidado quando for compartilhar alguma informação de outra conta profissional, coloque a referência de onde o conteúdo veio, pois ele não é de autoria sua. E médicos precisam estar ativamente trabalhando para evitar a disseminação de “fake News”.

Regras para publicidade médica

Resolução CFM nº 1.974/11



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Clique aqui e acesse o
manual direto do Canal
do CFM

Regras para publicidade médica - Resolução CFM nº 1.974/11



RESOLUÇÃO CFM nº 1.974/11

Estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina, conceituando os anúncios, a divulgação de assuntos médicos, o sensacionalismo, a autopromoção e as proibições referentes à matéria.

O **CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA**, 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, e pela Lei nº 11.000, de 15 de dezembro de 2004, e,

CONSIDERANDO que cabe ao Conselho Federal de Medicina trabalhar por todos os meios ao seu alcance e zelar pelo perfeito desempenho ético da Medicina e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente;

CONSIDERANDO a necessidade de uniformizar e atualizar os procedimentos para a divulgação de assuntos médicos em todo o território nacional;

CONSIDERANDO a necessidade de solucionar

os problemas que envolvem a divulgação de assuntos médicos, com vistas ao esclarecimento da opinião pública;

CONSIDERANDO que os anúncios médicos deverão obedecer à legislação vigente;

CONSIDERANDO o Decreto-lei nº 20.931/32, o Decreto-lei nº 4.113/42, o disposto no Código de Ética Médica e, notadamente, o art. 20 da Lei nº 3.268/57, 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 que a publicidade médica deve obedecer exclusivamente a princípios éticos de orientação educativa, não sendo comparável à publicidade de produtos e práticas meramente comerciais (Capítulo XIII, artigos 111 a 118 do Código de Ética Médica);

CONSIDERANDO que o atendimento a esses princípios é inquestionável pré-requisito para o estabelecimento de regras éticas de concorrência

entre médicos, serviços, clínicas, hospitais e demais empresas registradas nos Conselhos Regionais de Medicina;

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

CONSIDERANDO as diversas resoluções sobre o tema editadas por todos os Conselhos Regionais de Medicina;

CONSIDERANDO, finalmente, o decidido na sessão plenária de 14 de julho de 2011,

RESOLVE:

Art. 1º Entender-se-á por anúncio, publicidade ou propaganda a comunicação ao público, por qualquer meio de divulgação, de atividade profissional de iniciativa, participação e/ou anuência do médico.

Art. 2º Os anúncios médicos deverão conter, obrigatoriamente, os seguintes dados:

a) Nome do profissional;

- b) Especialidade e/ou área de atuação, quando registrada no Conselho Regional de Medicina;
- c) Número da inscrição no Conselho Regional de Medicina;
- d) Número de registro de qualificação de especialista (RQE), se o for.

Parágrafo único. As demais indicações dos anúncios deverão se limitar ao preceituado na legislação em vigor.

Art. 3º É vedado ao médico:

- a) Anunciar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas, por induzir a confusão com divulgação de especialidade;
- b) Anunciar aparelhagem de forma a lhe atribuir capacidade privilegiada;
- c) Participar de anúncios de empresas ou produtos ligados à Medicina, dispositivo este que alcança, inclusive, as entidades sindicais ou associativas médicas;
- d) Permitir que seu nome seja incluído em propaganda enganosa de qualquer natureza;
- e) Permitir que seu nome circule em qualquer mídia, inclusive na internet, em matérias desprovidas de rigor científico;

- f) Fazer propaganda de método ou técnica não aceito pela comunidade científica;
- g) Expor a figura de seu paciente como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento, ainda que com autorização expressa do mesmo, ressalvado o disposto no art. 10 desta resolução;
- h) Anunciar a utilização de técnicas exclusivas;
- i) Oferecer seus serviços por meio de consórcio e similares;
- j) Oferecer consultoria a pacientes e familiares como substituição da consulta médica presencial;
- k) Garantir, prometer ou insinuar bons resultados do tratamento;
- l) Fica expressamente vetado o anúncio de pós-graduação realizada para a capacitação pedagógica em especialidades médicas e suas áreas de atuação, mesmo que em instituições oficiais ou por estas credenciadas, exceto quando estiver relacionado à especialidade e área de atuação registrada no Conselho de Medicina.

Art. 4º Sempre que em dúvida, o médico deverá consultar a Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame) dos Conselhos Regionais de Medicina, visando enquadrar o anúncio aos dispositivos legais e éticos.

Parágrafo único. Pode também anunciar os cursos e atualizações realizados, desde que relacionados à sua especialidade ou área de atuação devidamente registrada no Conselho Regional de Medicina.

Art. 5º Nos anúncios de clínicas, hospitais, casas de saúde, entidades de prestação de assistência médica e outras instituições de saúde deverão constar, sempre, o nome do diretor técnico médico e sua correspondente inscrição no Conselho Regional em cuja jurisdição se localize o estabelecimento de saúde.

§ 1º Pelos anúncios dos estabelecimentos de hospitalização e assistência médica, planos de saúde, seguradoras e afins respondem, perante o Conselho Regional de Medicina, os seus diretores técnicos médicos.

§ 2º Os diretores técnicos médicos, os chefes de clínica e os médicos em geral estão obrigados a adotar, para cumprir o mandamento do *caput*, as regras contidas no Manual da Codame, anexo.

Art. 6º Nas placas internas ou externas, as indicações deverão se limitar ao previsto no art. 2º e seu parágrafo único.

Art. 7º Caso o médico não concorde com o teor das declarações a si atribuídas em matéria jornalística,

as quais firmam os ditames desta resolução, deve encaminhar ofício retificador ao órgão de imprensa que a divulgou e ao Conselho Regional de Medicina, sem prejuízo de futuras apurações de responsabilidade.

Art. 8º O médico pode, utilizando qualquer meio de divulgação leiga, prestar informações, dar entrevistas e publicar artigos versando sobre assuntos médicos de fins estritamente educativos.

Art. 9º Por ocasião das entrevistas, comunicações, publicações de artigos e informações ao público, o médico deve evitar sua autopromoção e sensacionalismo, preservando, sempre, o decoro da profissão.

§ 1º Entende-se por autopromoção a utilização de entrevistas, informações ao público e publicações de artigos com forma ou intenção de:

- a) Angariar clientela;
- b) Fazer concorrência desleal;
- c) Pleitear exclusividade de métodos diagnósticos e terapêuticos;
- d) Auferir lucros de qualquer espécie;
- e) Permitir a divulgação de endereço e telefone de consultório, clínica ou serviço.

§ 2º Entende-se por sensacionalismo:

- a) A divulgação publicitária, mesmo de procedimentos consagrados, feita de maneira exagerada e fugindo de conceitos técnicos, para individualizar e priorizar sua atuação ou a instituição onde atua ou tem interesse pessoal;
- b) Utilização da mídia, pelo médico, para divulgar métodos e meios que não tenham reconhecimento científico;
- c) A adulteração de dados estatísticos visando beneficiar-se individualmente ou à instituição que representa, integra ou o financia;
- d) A apresentação, em público, de técnicas e métodos científicos que devem limitar-se ao ambiente médico;
- e) A veiculação pública de informações que possam causar intranquilidade, pânico ou medo à sociedade;
- f) Usar de forma abusiva, enganosa ou sedutora representações visuais e informações que possam induzir a promessas de resultados.

Art. 10 Nos trabalhos e eventos científicos em que a exposição de figura de paciente for imprescindível, o médico deverá obter prévia autorização expressa do mesmo ou de seu representante legal.

Art. 11 Quando a emissão de documentos médicos, os mesmos devem ser elaborados de modo sóbrio, impessoal e verídico, preservando o segredo médico.

§ 1º Os documentos médicos poderão ser divulgados por intermédio do Conselho Regional de Medicina, quando o médico assim achar conveniente.

§ 2º Os documentos médicos, nos casos de pacientes internados em estabelecimentos de saúde, deverão, sempre, ser assinados pelo médico assistente e subscritos pelo diretor técnico médico da instituição ou, em sua falta, por seu substituto.

Art. 12 O médico não deve permitir que seu nome seja incluído em concursos ou similares, cuja finalidade seja escolher o “médico do ano”, “destaque”, “melhor médico” ou outras denominações que visam ao objetivo promocional ou de propaganda, individual ou coletivo.

Art. 13 Os sites para assuntos médicos deverão obedecer à lei, às resoluções normativas e ao Manual da Codame.

Art. 14 Os Conselhos Regionais de Medicina manterão, conforme os seus Regimentos Internos, uma Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame) composta, minimamente, por três membros.

Art. 15 A Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos terá como finalidade:

a) Responder a consultas ao Conselho Regional de Medicina a respeito de publicidade de assuntos médicos;

b) Convocar os médicos e pessoas jurídicas para esclarecimentos quando tomar conhecimento de descumprimento das normas éticas regulamentadoras, anexas, sobre a matéria, devendo orientar a imediata suspensão do anúncio;

c) Propor instauração de sindicância nos casos de inequívoco potencial de infração ao Código de Ética Médica;

d) Rastrear anúncios divulgados em qualquer mídia, inclusive na internet, adotando as medidas cabíveis sempre que houver desobediência a esta resolução;

e) Providenciar para que a matéria relativa a assunto médico, divulgado pela imprensa leiga, não ultrapasse, em sua tramitação na comissão, o prazo de 60 (sessenta) dias.

Art. 16 A presente resolução e o Manual da Codame entrarão em vigor no prazo de 180 dias, a partir de sua publicação, quando será revogada a Resolução CFM nº 1.701/03, publicada no DOU nº 187, Seção I, páginas 171-172, em 26 de setembro de 2003, e demais disposições em contrário.

Brasília, 14 de julho de 2011

Roberto Luiz d'Avila
Presidente

Henrique Batista e Silva
Secretário-geral

ANEXO I

1. Critérios gerais de publicidade e propaganda

1a. De profissional individual

A propaganda ou publicidade médica deve cumprir os seguintes requisitos gerais, sem prejuízo do que, particularmente, se estabeleça para determinadas situações, sendo exigido constar as seguintes informações em todas as peças publicitárias e papelaria produzidas pelo estabelecimento:

- I.- nome completo do médico;
- II. - registro do médico junto ao Conselho Regional de Medicina (CRM), contemplando a numeração e o estado relativo;
- III. - nome da(s) especialidade(s) para a(s) qual(is) o médico se encontra formalmente habilitado (no máximo duas), se considerado pertinente;
- IV. - o número de registro de qualificação de especialista (RQE), se o for.

1b. De empresa/estabelecimento de serviços médicos particulares

A propaganda ou publicidade médica deve cumprir os seguintes requisitos gerais, sem prejuízo do que, particularmente, se estabeleça para determinadas situações, sendo exigido constar as seguintes informações em todas as peças publicitárias e papelaria produzidas pelo estabelecimento:

- I. - nome completo do médico no cargo de diretor técnico médico;
- II. - registro do profissional junto ao Conselho Regional de Medicina (CRM), contemplando a numeração e o estado relativo;
- III. - nome do cargo para o qual o médico está oficialmente investido;
- IV. - o número de registro de qualificação de especialista (RQE), se o for.

1c. De serviços médicos oferecidos pelo Sistema Único de Saúde

A propaganda ou publicidade médica deve cumprir os seguintes requisitos gerais, sem prejuízo do que, particularmente, se estabeleça para determinadas situações, sendo exigido constar as seguintes informações em todas as peças publicitárias e papelaria produzidas pelo estabelecimento:

- I. - nome completo do médico no cargo de diretor técnico médico da unidade mencionada;
- II. - registro do médico junto ao Conselho Regional de Medicina (CRM), contemplando a numeração e o estado relativo;
- III. - nome do cargo para o qual o médico está oficialmente investido;
- IV. - o número de registro de qualificação de especialista (RQE), se o for.

As especificações técnicas para a inserção dos dados supracitados nas peças publicitárias em todas as mídias e na papelaria produzida (individual ou institucional, no caso de serviços públicos ou privados de saúde) estarão detalhadas a seguir.

2. Critérios específicos para anúncios publicitários e de propaganda

Nos anúncios veiculados pela mídia impressa (jornais, revistas, boletins etc.), em peças publicitárias (cartazes, *folders*, postais, folhetos, panfletos, *outdoors*, *busdoors*, *frontlights*, *backlights*, totens, *banners* etc.), e em peças de mobiliário urbano (letreiros, placas, instalações etc.) devem ser inseridos os dados de identificação do médico (se consultório particular) ou do diretor técnico médico (se estabelecimento/serviço de saúde) de forma a causar o mesmo impacto visual que as demais informações presentes na peça publicitária. Contudo, devem ser observados os seguintes critérios:

- I. - os dados de identificação do médico (se consultório particular) ou do diretor técnico médico (se estabelecimento/serviço de saúde) devem estar em local de destaque (ao lado da logomarca e das informações de identificação do estabelecimento/serviço de saúde), permitindo com facilidade sua leitura por observarem a perfeita legibilidade e visibilidade;
- II. - os dados devem ser apresentados em sentido de leitura da esquerda para a direita, sobre fundo neutro,

sendo que a **tipologia** utilizada deverá apresentar dimensão equivalente a, no mínimo, **35% do tamanho do maior corpo** empregado no referido **anúncio** ou peça;

III. - **nas peças, os dados do médico devem ser inseridos em retângulo de fundo branco, emoldurado por filete interno, em letras de cor preta ou que permita contraste adequado à leitura;**

IV. - é possível o uso de variações cromáticas na inserção dos dados, desde que mantidos os cuidados para a correta identificação dos mesmos, sem prejuízos de leitura ou visibilidade;

V. - a versão monocromática só pode ser usada nos casos em que não haja opção para uso de mais de uma cor, optando-se pelo preto ou branco ou outra cor padrão predominante;

VI. - **as proporções dos dados** inseridos devem ser observadas com critério para **assegurar sua leitura e identificação**, que são imprescindíveis ao trato ético em atividades relacionadas à publicidade, propaganda e divulgação médicas;

VII. - para que outros elementos não se confundam com os dados de identificação do médico, os mesmos

devem ser mantidos numa área, dentro da peça, que permita sua correta leitura e percepção. Deve-se observar o campo de proteção e reserva, conforme exemplificado no anexo III;

VIII. - utilizando como referência o espaço mantido entre a primeira e a segunda linha nas quais os dados foram inseridos ou entre a primeira e a segunda letra da primeira palavra, nenhum elemento gráfico ou de texto deve invadir essa área; e os dados devem ser mantidos no interior de uma área de respiro;

IX. - para preservar a legibilidade dos dados do médico nos mais diversos meios de reprodução, deve-se observar a correta percepção dos mesmos com relação ao contraste de fundo sobre o qual estão aplicados. Sobre cores claras e/ou neutras, a versão preferencial mostra-se, em positivo, eficiente. Sobre cores escuras e/ou vívidas, optar pela versão em negativo dos dados. Sobre fundos ruidosos e imagens, usar a versão com módulo de proteção;

X. - para aplicação dos dados sobre fundos em tons de cinza e preto, deve-se observar a seguinte escala de cor: até 30% de *benday* pode-se optar pela versão preferencial; a partir de 40%, pela versão em negativo do logotipo;

XI – a fim de preservar a boa leitura e visibilidade dos dados essenciais do médico, devem ser criteriosamente observadas sua integridade e consistência visual, evitando-se alterações ou interferências que gerem confusão ou visualização e/ou compreensão inadequadas.

3. Critérios específicos para material impresso de caráter institucional (receituários, formulários, guias etc.)

Em material impresso, de caráter institucional, usado para encaminhamentos clínicos ou administrativos, devem ser observados os seguintes critérios:

- I. - os dados de identificação do diretor técnico médico (se estabelecimento/serviço de saúde) devem constar em local de destaque na peça;
- II. - os dados devem vir ao lado ou abaixo da logomarca e das informações de identificação do estabelecimento/serviço de saúde, permitindo com facilidade sua leitura por observarem perfeita legibilidade e visibilidade;
- III. - os dados devem ser apresentados no sentido de leitura da esquerda para a direita, sobre fundo neutro,

sendo que a tipologia utilizada deverá apresentar dimensão equivalente a, no mínimo, 35% do tamanho do maior corpo empregado no referido anúncio;

- IV. - nas peças, os dados do médico devem ser inseridos em retângulo de fundo branco, emoldurado por filete interno, em letras de cor preta ou que permita contraste adequado à leitura;
- V. - no caso dos estabelecimentos/serviços de saúde, a inclusão dos dados do diretor técnico médico não elimina a necessidade de citar em campo específico o nome e CRM do médico responsável pelo atendimento direto do paciente. Tal inclusão deve ocupar espaço de destaque no formulário e também observar critérios de visibilidade e legibilidade;
- VI. - os dados não necessariamente necessitam estar impressos, mas podem ser disponíveis por meio de carimbos;
- VII. - é possível o uso de variações cromáticas na inserção dos dados, desde que mantidos os cuidados para a correta identificação dos mesmos, sem prejuízos de leitura ou visibilidade;

VIII. - a versão monocromática só pode ser usada em casos onde não haja opção para uso de mais de uma cor, optando-se pelo preto ou branco ou outra cor padrão predominante;

IX. - as proporções dos dados inseridos devem ser observadas com critério para assegurar sua leitura e identificação, imprescindíveis ao trato ético em atividades relacionadas à publicidade, propaganda e divulgação médicas;

X. - para que outros elementos não se confundam com os dados de identificação do médico, os mesmos devem ser mantidos numa área, dentro da peça, que permita sua correta leitura e percepção. Deve-se observar o campo de proteção e reserva, conforme exemplificado no anexo III;

XI. - utilizando como referência o espaço mantido entre a primeira e a segunda linha nas quais os dados foram inseridos ou entre a primeira e a segunda letra da primeira palavra, nenhum elemento gráfico ou de texto deve invadir essa área; e os dados devem ser mantidos no interior de uma área de respiro;

XII. - para preservar a legibilidade dos dados do médico nos mais diversos meios de reprodução, deve-se observar a correta percepção dos mesmos com relação ao contraste de fundo sobre o qual estão aplicados. Sobre cores claras e/ou neutras, a versão preferencial mostra-se, em positivo, eficiente. Sobre cores escuras e/ou vívidas, optar pela versão em negativo dos dados. Sobre fundos ruidosos e imagens, usar a versão com módulo de proteção;

XIII. - para aplicação dos dados sobre fundos em tons de cinza e preto, deve-se observar a seguinte escala de cor: até 30% de *banday*, pode-se optar pela versão preferencial; a partir de 40%, pela versão em negativo do logotipo;

XIV. - a fim de preservar a boa leitura e visibilidade dos dados essenciais do profissional, devem ser criteriosamente observadas sua integridade e consistência visual, evitando-se alterações ou interferências que gerem confusão ou visualização e/ou compreensão inadequadas.

4. Critérios específicos para publicidade e propaganda em TV, rádio e internet

Nos anúncios veiculados por emissoras de rádio, TV e internet, a empresa responsável pelo veículo de

comunicação, a partir da venda do espaço promocional, deve disponibilizar, à sociedade, as informações pertinentes ao médico e/ou diretor técnico médico, em se tratando de estabelecimento ou serviço de saúde;

A menção aos dados de identificação do médico/diretor técnico médico deve ser contextualizada na peça publicitária, de maneira que seja pronunciada pelo personagem/locutor principal; e quando veiculada no rádio ou na televisão, proferida pelo mesmo personagem/locutor.

Nos casos de mídia televisiva, radiofônica ou auditiva, a locução dos dados do médico deve ser cadenciada, pausada e perfeitamente audível.

Em peça veiculada pela televisão ou em formato de vídeo (mesmo que sobre plataforma on-line), devem ser observados os seguintes critérios:

I - após o término da mensagem publicitária, a identificação dos dados médicos (se consultório privado) ou do diretor técnico médico (se estabelecimento/serviço de saúde) deve ser exibida em cartela única, com fundo azul, em letras brancas, de forma a permitir a perfeita legibilidade e visibilidade, permanecendo imóvel no

vídeo, sendo que na mesma peça devem constar os dados de identificação da unidade de saúde em questão, quando for o caso;

II. - a cartela obedecerá ao gabarito RTV de filmagem no tamanho padrão de 36,5cmx27cm (trinta e seis e meio centímetros por vinte e sete centímetros);

III. - as letras apostas na cartela serão da família tipográfica *Humanist 777 Bold* ou *Frutiger 55 Bold*, corpo 38, caixa alta.

Nas peças exibidas pela internet, os dados do médico ou do diretor técnico médico devem ser exibidos permanentemente e de forma visível, inseridos em retângulo de fundo branco, emoldurado por filete interno, em letras de cor preta, padrão *Humanist 777 Bold* ou *Frutiger 55 Bold*, caixa alta, respeitando a proporção de dois décimos do total do espaço da propaganda.

5. Critérios para a relação dos médicos com a imprensa (programas de TV e rádio, jornais, revistas), no uso das redes sociais e na participação em eventos (congressos, conferências, fóruns, seminários etc.)

A participação do médico na divulgação de assuntos médicos, em qualquer meio de comunicação de massa, deve se pautar pelo caráter exclusivo de esclarecimento e educação da sociedade, não cabendo ao mesmo agir de forma a estimular o sensacionalismo, a autopromoção ou a promoção de outro(s), sempre assegurando a divulgação de conteúdo cientificamente comprovado, válido, pertinente e de interesse público.

Ao conceder entrevistas, repassar informações à sociedade ou participar de eventos públicos, o médico deve anunciar de imediato possíveis conflitos de interesse que, porventura, possam comprometer o entendimento de suas colocações, vindo a causar distorções com graves consequências para a saúde individual ou coletiva. Nestas participações, o médico deve ser identificado com nome completo, registro profissional e a especialidade junto ao Conselho Regional de Medicina, bem como cargo, se diretor técnico médico responsável pelo estabelecimento.

Em suas aparições o médico deve primar pela correção ética nas relações de trabalho, sendo recomendado que não busque a conquista de novos clientes, a obtenção de lucros de qualquer espécie, o estímulo à concorrência desleal ou o pleito à exclusividade de métodos diagnósticos e terapêuticos. Essas ações não são toleradas, quer em proveito próprio ou de outro(s).

É vedado ao médico, na relação com a imprensa, na participação em eventos e no uso das redes sociais:

a)divulgar endereço e telefone de consultório, clínica ou serviço;

b)se identificar inadequadamente, quando nas entrevistas;

c)realizar divulgação publicitária, mesmo de procedimentos consagrados, de maneira exagerada e fugindo de conceitos técnicos, para individualizar e priorizar sua atuação ou a instituição onde atua ou tem interesse pessoal;

d)divulgar especialidade ou área de atuação não reconhecida pelo Conselho Federal de Medicina ou pela Comissão Mista de Especialidades;

e)anunciar títulos científicos que não possa comprovar e especialidade ou área de atuação para a qual não esteja qualificado e registrado no Conselho Regional de Medicina;

f)) anunciar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas com indução à confusão com divulgação de especialidade;

g)utilizar sua profissão e o reconhecimento ético, humano, técnico, político e científico que esta lhe traz para participar de anúncios institucionais ou empresariais, salvo quando esta participação for de interesse público;

h)adulterar dados estatísticos visando beneficiar-se individualmente ou à instituição que representa, integra ou o financia;

i)veicular publicamente informações que causem intranquilidade à sociedade, mesmo que comprovadas cientificamente. Nestes casos, deve protocolar em caráter de urgência o motivo de sua preocupação às autoridades competentes e aos Conselhos Federal ou Regional de Medicina de seu estado para os devidos encaminhamentos;

j)divulgar, fora do meio científico, processo de tratamento ou descoberta cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido cientificamente por órgão competente;

k)garantir, prometer ou insinuar bons resultados de tratamento sem comprovação científica;

l)anunciar aparelhagem ou utilização de técnicas exclusivas como forma de se atribuir capacidade privilegiada;

m)divulgar anúncios profissionais, institucionais ou empresariais de qualquer ordem e em qualquer meio de comunicação nos quais, se o nome do médico for citado, não esteja presente o número de inscrição no Conselho Regional de Medicina (observando as regras de formato constantes deste documento). Nos casos em que o profissional ocupe o cargo de diretor técnico médico, o exercício da função deve ser explicitado;

n)consultar, diagnosticar ou prescrever por qualquer meio de comunicação de massa ou a distância;

o)expor a figura de paciente como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento;

p)realizar e/ou participar de demonstrações técnicas de procedimentos, tratamentos e equipamentos de forma a valorizar domínio do seu uso ou estimular a procura por determinado serviço, em qualquer meio de divulgação, inclusive em entrevistas. As demonstrações e orientações devem acontecer apenas a título de exemplo de medidas de prevenção em saúde ou de promoção de hábitos saudáveis, com o intuito de esclarecimento do cidadão e de utilidade pública;

q)ofertar serviços por meio de consórcios ou similares, bem como de formas de pagamento ou de uso de cartões/cupons de desconto.

6. Das proibições gerais

De modo geral, na propaganda ou publicidade de serviços médicos e na exposição na imprensa ao médico ou aos serviços médicos é vedado:

I - usar expressões tais como “o melhor”, “o mais eficiente”, “o único capacitado”, “resultado garantido” ou outras com o mesmo sentido;

II. - sugerir que o serviço médico ou o médico citado é o único capaz de proporcionar o tratamento para o problema de saúde;

III. - assegurar ao paciente ou a seus familiares a **garantia de resultados**;

IV. - apresentar nome, imagem e/ou voz de pessoa leiga em medicina, cujas características sejam facilmente reconhecidas pelo público em razão de sua celebridade, afirmando ou sugerindo que ela utiliza os serviços do médico ou do estabelecimento de saúde ou recomendando seu uso;

IV. - sugerir diagnósticos ou tratamentos de forma genérica, sem realizar consulta clínica individualizada e com base em parâmetros da ética médica e profissional;

V. - usar linguagem direta ou indireta relacionando a realização de consulta ou de tratamento à melhora do desempenho físico, intelectual, emocional, sexual ou à beleza de uma pessoa;

VI. - **apresentar de forma abusiva, enganosa ou assustadora representações visuais das alterações do corpo humano causadas por doenças ou lesões**; todo uso de imagem deve enfatizar apenas a assistência;

VII. - apresentar de forma abusiva, enganosa ou sedutora representações visuais das alterações do corpo humano causadas por supostos tratamento ou submissão a tratamento; todo uso de imagem deve enfatizar apenas a assistência;

VIII. – incluir mensagens, símbolos e imagens de qualquer natureza dirigidas a crianças ou adolescentes, conforme classificação do Estatuto da Criança e do Adolescente;

IX. - fazer uso de peças de propaganda e/ou publicidade médica – independentemente da mídia utilizada para sua veiculação – nas quais se apresentem designações, símbolos, figuras, desenhos, imagens, slogans e quaisquer argumentos que sugiram garantia de resultados e percepção de êxito/sucesso pessoal do paciente atreladas ao uso dos serviços de determinado médico ou unidade de saúde;

X. - fazer afirmações e citações ou exibir tabelas e ilustrações relacionadas a informações científicas que não tenham sido extraídas ou baseadas em estudos clínicos, veiculados em publicações científicas, preferencialmente com níveis de evidência I ou II;

XI. - utilizar gráficos, quadros, tabelas e ilustrações para transmitir informações que não estejam assim representadas nos estudos científicos e não expressem com rigor sua veracidade;

XII. - adotar gráficos, tabelas e ilustrações que não sejam verdadeiros, exatos, completos, não tendenciosos, e apresentá-los de forma a possibilitar o erro ou confusão ou induzir ao autodiagnóstico ou à autoprescrição;

XIII. - anunciar especialidades para as quais não possui título certificado ou informar posse de equipamentos, conhecimentos, técnicas ou procedimentos terapêuticos que induzam à percepção de diferenciação;

XIV. - divulgar preços de procedimentos, modalidades aceitas de pagamento/parcelamento ou eventuais concessões de descontos como forma de estabelecer diferencial na qualidade dos serviços;

XV. - não declarar possível conflito de interesse ao se apresentar como palestrante/expositor em quaisquer eventos (simpósios, congressos, reuniões, conferências e assemelhados, públicos ou privados), sendo obrigatório explicitar o recebimento de patrocínios/subvenções de empresas ou governos, sejam parciais ou totais;

XVI. - não informar potencial conflito de interesses aos organizadores dos congressos, com a devida indicação na programação oficial do evento e no início de sua palestra, bem como nos anais, quando estes existirem, no caso de médicos palestrantes de qualquer sessão científica que estabeleçam relações com laboratórios farmacêuticos ou tenham qualquer outro interesse financeiro ou comercial;

XVII.- participar de campanha social sem ter como único objetivo informar ações de responsabilidade social do profissional ou do estabelecimento de saúde, não podendo haver menção a especialidades ou outras características próprias dos serviços pelos quais são conhecidos;

XVIII.- fazer referência a ações ou campanhas de responsabilidade sociais às quais estão vinculados ou são apoiadores em peças de propaganda ou publicidade de médicos ou estabelecimentos de saúde.

Com relação ao uso da publicidade e propaganda, em diferentes mídias, estão disponíveis no Anexo 3 desta resolução os modelos que permitem a visualização do resultado decorrente da implementação de tais critérios, ressaltando-se, contudo, que os mesmos são apenas orientações e sugestões de adequação à norma.

Os modelos mencionados no Anexo III encontram-se disponíveis para consulta no sítio do Conselho Federal de Medicina: www.portalmédico.org.br.

Fica estabelecido o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data de publicação deste regulamento, para que os médicos e empresas de serviços médicos se adequem às suas disposições a respeito de propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção de atividades.

ANEXO II*

Lista de documentos que devem observar os critérios explicitados nesta resolução

- Atestado
- Atestado de amputação
- Atestado médico
- Atestado médico para licença-maternidade
- Aviso de cirurgia
- Aviso de óbito
- Boletim de anestesia
- Boletim de atendimento
- Boletim de sala – material e medicamentos de sala
- Cartão da família
- Cartão de agendamento
- Cartão índice
- Cartão saúde
- Carteira da gestante
- Declaração de comparecimento
- Demonstrativo de atendimento
- Ficha ambulatorial de procedimento (FAP)
- Ficha clínica de pré-natal

- Ficha de internação ou atendimento
- Ficha de acompanhamento
- Ficha de acompanhamento de pacientes para remoção
- Ficha de acompanhamento do hipertenso e/ou diabético
- Ficha de anamnese/exame físico
- Ficha de anestesia
- Ficha de arrolamento de valores/pertences – paciente
- Ficha de assistência ao paciente no pré, trans e pós-operatório imediato
- Ficha de atendimento
- Ficha de atendimento – pré-natal
- Ficha de atendimento diário – nível médio
- Ficha de avaliação/triagem de enfermagem
- Ficha de avaliação pré-anestésica
- Ficha de cadastramento de paciente
- Ficha de cadastro da família
- Ficha de cadastro da gestante
- Ficha de cadastro do hipertenso e/ou diabético
- Ficha de cadastro para fornecimento de preservativos
- Ficha de cadastro Programa Remédio em Casa
- Ficha de cronograma de visita do agente comunitário de saúde (ACS)

-
- Ficha de encaminhamento ao serviço social
 - Ficha de encaminhamento hospitalar
 - Ficha de evolução de morbidade
 - Ficha de evolução de paciente
 - Ficha de evolução médica
 - Ficha de evolução multidisciplinar para os demais profissionais
 - Ficha de exame coloscópico
 - Ficha de exame físico/evolução de enfermagem (clínica psiquiátrica)
 - Ficha de exames de emergência
 - Ficha de identificação de cadáver
 - Ficha de identificação do paciente
 - Ficha de identificação do recém-nascido
 - Ficha de notificação de casos suspeitos ou confirmados (Sistema de Informação para a Vigilância de Violências e Acidentes - Siva)
 - Ficha de preparo de ultrassom - abdome superior / hipocôndrio direito / vias biliares
 - Ficha de preparo de ultrassom - vias urinárias / pélvico / próstata
 - Ficha de procedimento com registro BPA individualizado
 - Ficha de procedimento para realização de exames Papanicolau (PCG) e coloscopia
 - Ficha de recursos hospitalares em urgência/emergência

-
- Ficha de referência/contrarreferência
 - Ficha de registro diário de atividades e procedimentos
 - Ficha de remoção domiciliar
 - Ficha de solicitação de antimicrobianos de uso controlado
 - Ficha para consolidação mensal de atividades, procedimentos e marcadores (auxiliar de enfermagem, ACS)
 - Ficha para registro de atividades educativas/práticas corporais/oficinas/grupos terapêuticos
 - Ficha para registro diário de atividades, procedimentos e marcadores (médico, enfermeiro, auxiliar de enfermagem, ACS)
 - Folha de enfermagem
 - Formulário da Comissão de Revisão de Óbito
 - Formulário de controle hídrico e TRP
 - Formulário de histórico de enfermagem
 - Formulário de prescrição
 - Formulário de prescrição médica
 - Formulário de solicitação de insumos
 - Guia de encaminhamento
 - Guia de encaminhamento de cadáver
 - Guia de internação hospitalar
 - Instrumento para classificação de paciente – adulto e pediátrico
 - Laudo médico para a emissão da AIH

-
- Laudo médico para a emissão de APAC
 - Laudo para solicitação/autorização de procedimento ambulatorial
 - Prontuário
 - Receituário
 - Receituário de controle especial
 - Receituário médico
 - Relatório de cirurgia
 - Relatório de lâminas
 - Relatório de visitas domiciliares
 - Requisição de carro de cadáver
 - Requisição de exames
 - Requisição de serviços de diagnose e terapia
 - Resumo de alta hospitalar
 - Solicitação de exame de apoio diagnóstico
 - Solicitação de exames de imagem
 - Solicitação de exames de raios X
 - Solicitação de exames de ultrassonografia
 - Solicitação de procedimento especializado
 - Solicitação de transporte
 - Termo de autorização de internação
 - Termo de autorização para encaminhamento de membro

-
- Termo de ciência e consentimento e responsabilização – procedimento
 - Termo de ciência e consentimento para procedimento anestésico
 - Termo de encaminhamento para alto risco
 - Termo final de utilização de prótese, órteses e outros pelas equipes médicas

** Outros documentos, formulários ou material de expediente que não estejam contemplados na relação constante do Anexo II, mas cujo uso esteja vinculado à atividade médica, também devem se adequar aos critérios estabelecidos pela Resolução CFM 1.974/11.*

ANEXO III*

1. Modelos de anúncios impressos já com as regras incorporadas

Anúncio para revista



LOREM IPSUM LAGEA
SIT AMET CONSECTETUER
ADIPISCING ELIT.

Dra. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-DF 56789/RQE0027

CLÍNICA
PEDIÁTRICA
BENDINELLI

Dra. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-DF 56789/RQE 0027

MODELO BASE PARA TODOS OS ANÚNCIOS E SUA PAPELARIA

Anúncio para jornal



LOREM IPSUM
LAGEA SIT AMET,
CONSECTETUER
ADIPISCING ELIT.

Dr. Leonardo Ramos
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ 56789/RQE0027

Logomarca
Hospital
Excellence always at the top

2. Modelos de anúncios em *busdoors* e *outdoors* já com as regras incorporadas

Busdoor



Dra. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-DF 56789/RQE 0027

Outdoor



Dr. Edmundo Barbosa
Diretor Técnico Médico
Posto de Saúde Conceição
CRM-DF 56789/RQE 0027

Dr. Edmundo Barbosa
Diretor Técnico Médico
Posto de Saúde Conceição
CRM-DF 56789/RQE 0027

3. Modelos de anúncios na internet já com as regras incorporadas

Banner para web



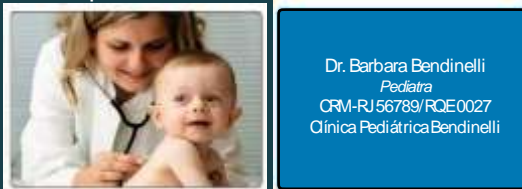
Dr. Leonardo Ramos
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ 56789/RQE 0027



Dr. Edmundo Barbosa
Diretor Técnico Médico
Posto de Saúde Conceição
CRM-DF 56789/RQE 0027

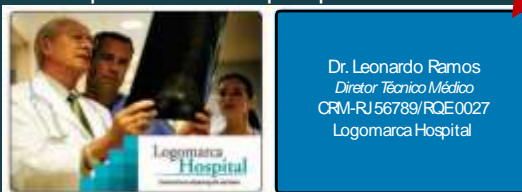
4. Modelos de assinatura para anúncio em TV já com as regras incorporadas (vídeos online)

Cartela para filme - consultório particular



Dr. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-RJ 56789/RQE0027
Clínica Pediátrica Bendinelli

Cartela para filme - hospital privado



Dr. Leonardo Ramos
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ 56789/RQE0027
Logomarca Hospital

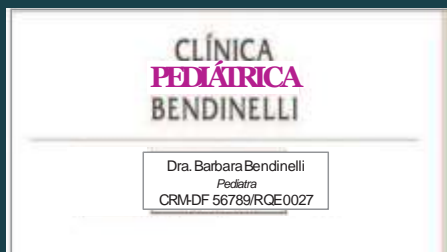
Cartela para filme - rede pública



DEPARTAMENTO DE SAÚDE
MARCA DO GOVERNO DO ESTADO
Dr. Leonardo Ramos
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ 56789/RQE0027

5. Modelos de adequação do cabeçalho da papelaria já com as regras incorporadas

Receituário - consultório particular



CLÍNICA
PEDIÁTRICA
BENDINELLI

Dra. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-DF 56789/RQE0027

Guia de encaminhamento - consultório particular



CLÍNICA
PEDIÁTRICA
BENDINELLI

Dra. Barbara Bendinelli
Pediatra
CRM-DF 56789/RQE0027

Data: Lorem ipsum	Idade: Lorem ipsum
Nº Prescrição: Lorem ipsum	Nº Atendimento: Lorem ipsum
Paciente: Lorem ipsum	
Sexo: Lorem ipsum	Data de Nascimento: Lorem ipsum
Mãe: Lorem ipsum	
Nome de Mãe: Lorem ipsum Seta Magis	
Setor: Lorem ipsum	Linha: Lorem ipsum
Médico responsável: Nummy Eiga Doloris	

Receituário - hospital privado



Consectetur adipiscing elit sed diam.

Dr. Leonardo Ramos Diretor Técnico Médico CRM-RJ 56789/RQE 0027

Guia de encaminhamento - hospital privado



Consectetur adipiscing elit sed diam.

Dr. Leonardo Ramos Diretor Técnico Médico CRM-RJ 56789/RQE 0027		
Data: Lorem ipsum	Nome: Lorem ipsum	
Nº Prescrição: Lorem ipsum	Nº Atendimento: Lorem ipsum	
Paciente: Lorem ipsum		
Sexo: Lorem ipsum	Data de Nascimento: Lorem ipsum	Idade: Lorem ipsum
Nome da Mãe: Lorem ipsum Seta Magna		
Setor: Lorem ipsum	Leito: Lorem ipsum	Médico responsável: Nuncumny Egea Dolortti

Receituário - rede pública



Secretaria Lorem ipsum setor

Dr. Edmundo Barbosa Diretor Técnico Médico Posto de Saúde Conceição CRM-DF 56789/RQE 0027
--

Guia de encaminhamento - rede pública



Secretaria Lorem ipsum setor

Dr. Edmundo Barbosa Diretor Técnico Médico Posto de Saúde Conceição CRM-DF 56789/RQE 0027		
Data: Lorem ipsum	Nome: Lorem ipsum	
Nº Prescrição: Lorem ipsum	Nº Atendimento: Lorem ipsum	
Paciente: Lorem ipsum		
Sexo: Lorem ipsum	Data de Nascimento: Lorem ipsum	Idade: Lorem ipsum
Nome da Mãe: Lorem ipsum Seta Magna		
Setor: Lorem ipsum	Leito: Lorem ipsum	Médico responsável: Nuncumny Egea Dolortti

Evolução Médica

* Os layouts apresentados no Anexo III são apenas sugestões do emprego das regras de publicidade médica explicitas na Resolução CFM 1.974/11. A criatividade é estimulada, desde que os critérios estabelecidos sejam observados.

ÍNDICE REMISSIVO

A	
Abuso	<i>Anexo I, item 6, inciso VI</i>
Adolescentes	<i>Anexo I, item 6, inciso VIII</i>
Adulteração de dados	<i>Art. 9º, § 2º, inciso c Anexo I, item 5, inciso h</i>
Alterações do corpo humano	<i>Anexo I, item 6, inciso VI , inciso VII</i>
Angariar clientela	<i>Art. 9º, § 1º, inciso a Anexo I, item 5</i>
Anúncios - critérios	<i>Anexo I, item 2</i>
Anúncio de aparelhagem	<i>Art. 3º, inciso b Anexo I, item 5, inciso I</i>
Anúncio de especialidade médica	<i>Art. 3º, inciso a, inciso I Art. 4º, parágrafo único Anexo I, item 1a, inciso III , item 1b, inciso IV , item 1c, inciso IV , item 5, inciso d , item 6, inciso XIII</i>
Anúncio em jornal	<i>Anexo I, item 2 Anexo III, item 1</i>
Anúncio em TV	<i>Anexo I, item 4 Anexo III, item 4</i>

Anúncio em revista	<i>Anexo I, item 2 Anexo III, item 1</i>
Anúncio em busdoors	<i>Anexo I, item 2 Anexo III</i>
Anúncios especificando a doença	<i>Art. 3º, inciso a</i>
Anúncios especificando o órgão	<i>Art. 3º, inciso a</i>
Anúncios impressos	<i>Anexo I, item 2 Anexo III</i>
Anúncios na internet	<i>Anexo I, item 4 Anexo III</i>
Anúncios por sistemas or- gânicos	<i>Art. 3º, inciso a</i>
Aparelhagem exclusiva	<i>Art. 3º, inciso b Anexo I, item 5, inciso I</i>
Apresentações públicas	<i>Art. 9º Art. 10 Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV</i>
Área de atuação	<i>Art. 3º, inciso a , inciso I Art. 4º, parágrafo único Anexo I, item 1a, inciso III , item 1b, inciso IV , item 1c, inciso IV , item 5, inciso d , item 6, inciso XIII</i>
Área de respiro	<i>Anexo I, item 2, inciso VIII Anexo I, item 3, inciso XI</i>

Artigos científicos	Art. 8º Art. 9º Anexo I, item 6, inciso X
Autodiagnóstico	Anexo I, item 6, inciso XII
Autoprescrição	Anexo I, item 6, inciso XII
Autopromoção	Art. 9º Art. 12 Anexo I, item 5 , inciso a , inciso c , inciso g , item 6, inciso I , inciso II , inciso XVII , inciso XVIII
B	
Backlights	Anexo I, item 2
Banner	Anexo I, item 2 Anexo III
Benday	Anexo I, item 3, inciso XIII
Benefício individual	Art. 3º, inciso g Anexo I, item 5, inciso h
Boletim médico	Art. 11 Anexo I, item 5
Busdoors	Anexo I, item 2 Anexo III
C	
Cabeçalho da papelaria (receituário, formulários, guias etc.)	Anexo I, item 3 Anexo III

Campanhas de responsabilidade social	Anexo I, item 6, inciso XVII , inciso XVIII
Campo de proteção	Anexo I, item 3, inciso X
Campo de reserva	Anexo I, item 3, inciso X
Capacidade privilegiada	Art. 3º, inciso b Anexo I, item 5, inciso I
Capacitação pedagógica	Art. 3º, inciso I
Cargo ou função do médico	Anexo I, item 1b, inciso III Anexo I, item 1c, inciso III
Carimbo	Anexo I, item 3, inciso VI
Cartazes	Anexo I, item 2
Cartela para filme	Anexo I, item 4, inciso III Anexo III
Cartela TV - letra	Anexo I, item 4, inciso III
Cartões de desconto	Anexo I, item 5, inciso q Anexo I, item 6, inciso IV
Casas de saúde	VER Estabelecimentos de saúde
Celebridade	Anexo I, item 6, inciso IV
Clínicas	VER Estabelecimentos de saúde
Codame	Art. 4º Art. 14 Art. 15
Código de Ética Médica	Art. 15, inciso c
Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos	Art. 4º Art. 14 Art. 15

Comissão Mista de Especialidades	<i>Anexo I, item 5, inciso d</i>
Conceito de publicidade médica	<i>Art. 1º</i>
Concorrência desleal	<i>Art. 9º, § 1º, inciso b Anexo I, item 5</i>
Conferências	<i>Art. 9º Art. 10 Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV</i>
Conflito de interesse	<i>Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV , item 6, inciso XVI</i>
Congressos	<i>Art. 9º Art. 10 Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV</i>
Conselho Regional de Medicina	<i>Art. 5º, § 1º Art. 7º Art. 11, § 1º Art. 14 Anexo I, item 1a , incisos I , item 1b , inciso II , item 1c , inciso II , item 5 , inciso V</i>
Consistência visual	<i>Anexo I, item 2, inciso I , inciso VI , inciso XI , item 3 , inciso XIV , item 4 , inciso I</i>

Consórcios	<i>Art. 3º, inciso i Anexo I, item 5, inciso q</i>
Consulta a distância	<i>Art. 3º, inciso j Anexo I, item 5, inciso n</i>
Consultoria	<i>Art. 3º, inciso j</i>
Consultório particular	<i>Anexo I, item 2 , item 4, inciso I</i>
Contraste de fundo	<i>Anexo I, item 2, inciso IX , item 3, inciso XII</i>
Cor	<i>Anexo I, item 2, inciso I , inciso IV , inciso V , inciso X , item 3, inciso IV , item 3, inciso VII , item 3, inciso VIII , item 3, inciso XII , item 4, inciso I</i>
Crianças	<i>Anexo I, item 6, inciso VIII</i>
Cupons de desconto	<i>Anexo I, item 5, inciso q</i>
D	
Declarações do médico	<i>Art. 7º Anexo I, item 5</i>
Demonstrações técnicas	<i>Anexo I, item 5, inciso p</i>
Desconto no valor da consulta	<i>Anexo I, item 5, inciso q Anexo I, item 6, inciso XIV</i>
Destaque (médico como)	<i>Art. 12 Anexo I, item 6, inciso I</i>

Diagnóstico a distância genérico sem consulta	<i>Anexo I, item 5, inciso n Anexo I, item 6, inciso IV Anexo I, item 6, inciso IV</i>
Dimensões anúncios publicitários material impresso cartela de filme para TV	<i>Anexo I, item 2, inciso II Anexo I, item 3, inciso III Anexo I, item 4, inciso II</i>
Diretor técnico	<i>Art. 5º Art. 11, § 2º Anexo I, item 1b Anexo I, item 1c Anexo I, item 2 Anexo I, item 3, inciso I, inciso V Anexo I, item 4, inciso I Anexo I, item 5, inciso m Anexo I, item 4, inciso I</i>
Documentos médicos	<i>Art. 11</i>
Doenças específicas	<i>Art. 3º, inciso a Anexo I, item 5, inciso f</i>
E	
Emissão de documentos médicos	<i>Art. 11</i>
Empresa particular	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Encaminhamentos clínicos - formulário	<i>Anexo I, item 3</i>
Encaminhamentos administrativos - formulário	<i>Anexo I, item 3</i>

Endereço do consultório	<i>Art. 9º, inciso e Anexo I, item 5, inciso a</i>
Ensino de atos médicos a não médicos	<i>Art. 9º, § 2º, inciso d</i>
Entrevista	<i>Art. 8º Art. 9º Anexo I, item 5</i>
Escala de cor	<i>Anexo I, item 2, inciso X Anexo I, item 3, inciso XIII</i>
Espaçamento gráfico	<i>Anexo I, item 2, inciso VIII, item 3, inciso XI</i>
Espaço promocional	<i>Anexo I, item 4</i>
Especialidade médica	<i>Art. 2º, inciso b Art. 3º, inciso a Art. 3º, inciso I Art. 4º, parágrafo único Anexo I, item 1a, inciso III Anexo I, item 1b, inciso IV Anexo I, item 1c, inciso IV Anexo I, item 5, inciso d, inciso e, item 6, inciso XIII</i>
Especificações técnicas para anúncios médicos	<i>Anexo I, item 2</i>
Especificações técnicas para receituários, formulários, guias etc.	<i>Anexo I, item 3</i>
Especificações técnicas para TV	<i>Anexo I, item 4, inciso I</i>

Estabelecimentos de saúde	Art. 5º Art. 11, § 2º Anexo I, item 1b , item 1c , item 2 , item 3 , item 4 , item 5, inciso m
Estatuto da Criança e do Adolescente	Anexo I, item 6, inciso VIII
Eventos científicos públicos	Art. 9º, § 2º, inciso d Art. 10 Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV , inciso XVI
Exagero na publicidade	Art. 9º, § 2º, inciso a Anexo I, item 5, inciso c , item 6
Exclusividade de métodos, técnicas, diagnósticos e tratamento	Art. 3º, inciso h Art. 9º, § 1º, inciso c Anexo I, item 5, inciso I , item 6, inciso II
Exposição de figura de paciente	Art. 10 Anexo I, item 5, inciso o , item 6, inciso IV , inciso VI , inciso VII
Expositor (em evento)	Art. 9º Art. 10 Anexo I, item 5 Anexo I, item 6, inciso XV

Expressão “o mais eficiente”, “o único capacitado”, “resultado garantido”, “o melhor”	Art. 12 Anexo I, item 6, inciso I
Expressões proibidas	Art. 12 Anexo I, item 6, inciso I
F	
Fiscalização	Art. 15
Folders e folhetos	Anexo I, item 2
Forma abusiva	Art. 9º, inciso f Anexo I, item 6, inciso VI , inciso VII
Formulários	Anexo I, item 3
Fóruns	Anexo I, item 5
Fotos	Art. 3º, inciso g Art. 9º, § 2º, inciso f Art. 10 Anexo I, item 5, inciso o , item 6, inciso VI , item 6, inciso VII , inciso VIII , inciso IX
Frontlights	Anexo I, item 2
G	
Gabarito RTV	Anexo I, item 4, inciso II
Garantia de resultado	Art. 3º, inciso k Art. 9º, inciso f Anexo I, item 5, inciso k Anexo I, item 6, inciso III , inciso IX

Guia de encaminhamento	<i>Anexo I, item 3 Anexo III</i>
Guia médico	<i>Anexo I, item 3</i>
H	
Honorário médico - des- conto	<i>Anexo I, item 5, inciso q Anexo I, item 6, inciso XIV</i>
Hospitais	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
I	
Identificação do médico	<i>Art. 2º Art. 5º Anexo I, item 2, item 5, item 3, item 4</i>
anúncios médicos entrevistas receituários, formulários, etc. TV, rádio, internet	
Imagem	<i>Art. 3º, inciso g Art. 9º, § 2º, inciso f Art. 10 Anexo I, item 3, inciso XII, item 5, inciso o, item 6, inciso VI, inciso VII, inciso VIII, inciso IX</i>
Imagens do antes e do depois	<i>Art. 9º, § 2º, inciso f Anexo I, item 6, inciso VI, inciso VII</i>
Indústria farmacêutica	<i>Art. 9º, § 2º, inciso c Anexo I, item 6, inciso XVI</i>
Informações científicas	<i>Anexo I, item 6, inciso X</i>

Informações educativas	<i>Art. 8º</i>
Instituições de saúde	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Internet	<i>Art. 3º, inciso e Art. 13 Art. 15, inciso d Anexo I, item 4 Anexo III</i>
Intranquilidade (causar)	<i>Art. 9º, § 2º, inciso e</i>
J	
Jornal	<i>Anexo I, item 2, item 5 Anexo III</i>
L	
Letreiros	<i>Anexo I, item 2</i>
Locução dos dados do mé- dico	<i>Anexo I, item 4</i>
Logomarca	<i>Anexo I, item 2, inciso I, item 3, inciso II</i>
Lucro excessivo	<i>Art. 9º, § 1º, inciso d</i>
M	
Manipulação de informação	<i>Art. 9º, § 2º, inciso c Anexo I, item 5, inciso h, item 6</i>
Manual da Codame	<i>Art. 13 Art. 5º</i>
Matéria jornalística	<i>Art. 7º</i>

Material impresso de caráter institucional - requisitos mínimos	<i>Anexo I, item 3</i>
Médico assistente	<i>Art. 11, § 2º</i>
Médico do ano	<i>Art. 12 Anexo I, item 6, inciso I</i>
Médico - identificação	<i>VER Identificação do médico</i>
Medidas de prevenção em saúde	<i>Art. 8º Anexo I, item 5, inciso p</i>
Melhor médico (concurso)	<i>Art. 12 Anexo I, item 6, inciso I</i>
Melhora do desempenho	<i>Anexo I, item 6, inciso V</i>
Mercantilismo	<i>Art. 3º, inciso c Art. 9º, § 1º, inciso d Anexo I, item 5, inciso p , item 6, inciso IV , inciso XV , inciso XVI , inciso XVIII</i>
Métodos científicos	<i>Art. 9º, § 2º, inciso d</i>
Mídia auditiva impressa a internet radiofônica a televisiva	<i>Art. 15, inciso d, Anexo I, item 4 Anexo I, item 2 Anexo I, item 4 Anexo I, item 4 Anexo I, item 4</i>
Módulo de proteção	<i>Anexo I, item 3, inciso XII</i>
Monocromática	<i>Anexo I, item 2, inciso V , item 3, inciso VIII</i>

N	
Nome do médico	<i>VER Identificação do médico</i>
Número de inscrição no CRM	<i>VER Identificação do médico</i>
O	
Ofício retificador	<i>Art. 7º</i>
Outdoor	<i>Art. 6º Anexo I, item 2 Anexo III</i>
P	
Paciente – exposição	<i>Art. 3º, inciso g Art. 9º, § 2º, inciso f Art. 10 Anexo I, item 3, inciso XII , item 5, inciso o , item 6, inciso VI , inciso VII , inciso VIII , inciso IX</i>
Pacientes internados	<i>Art. 11, § 2º</i>
Palestrante	<i>Anexo I, item 5</i>
Panfletos	<i>Anexo I, item 2</i>
Pânico (causar)	<i>Art. 9º, § 2º, inciso e</i>
Parcelamento do pagamento de honorários	<i>Anexo I, item 6, inciso XIV</i>
Participação em eventos	<i>Anexo I, item 5</i>
Patrocínios	<i>Anexo I, item 6, inciso XV , inciso XVI</i>
Percepção de êxito	<i>Anexo I, item 6, inciso IX</i>

R	
Rádio	<i>Anexo I, item 4</i>
Receituário	<i>Anexo I, item 3 Anexo III</i>
Recomendação de celebridade	<i>Anexo I, item 6, inciso IV</i>
Redes sociais - critérios técnicos	<i>Anexo I, item 5</i>
Regimento interno do CRM	<i>Art. 14</i>
Registro de especialidade médica	<i>Art. 2º, inciso b Art. 3º, inciso a Art. 3º, inciso l Art. 4º, parágrafo único Anexo I, item 1a, inciso III Anexo I, item 1b, inciso IV Anexo I, item 1c, inciso IV Anexo I, item 5, inciso d , inciso e , item 6, inciso XIII</i>
Registro do médico	<i>VER Identificação do médico</i>
Relação médicos/imprensa – critérios técnicos	<i>Anexo I, item 5</i>
Representações visuais	<i>Art. 9º, § 2º, inciso f Anexo I, item 6, inciso VI , item 6, inciso VII</i>
Requisitos básicos	<i>Art. 2º</i>
Requisitos mínimos para anúncios de profissional individual	<i>Anexo I, item 1a</i>

Requisitos mínimos para anúncio de empresas médicas	<i>Anexo I, item 1b</i>
Requisitos mínimos para anúncio de pessoa jurídica	<i>Anexo I, item 1b</i>
Requisitos mínimos para anúncio de serviços do SUS	<i>Anexo I, item 1c</i>
Responsabilidade do médico	<i>Art. 4º Art. 7º Anexo I, item 5 , item 6</i>
Responsabilidade social	<i>Anexo I, item 6, inciso XVII</i>
Resultados - garantia	<i>Art. 3º, inciso k Art. 9º, inciso f Anexo I, item 5, inciso k Anexo I, item 6, inciso III , inciso IX</i>
Revista	<i>Anexo I, item 2 , item 5 Anexo III</i>
Rigor científico	<i>Art. 3º, inciso e</i>
S	
Segredo médico	<i>Art. 11</i>
Seguro saúde	<i>Art. 5º, § 1º</i>

Seminários	<i>Anexo I, item 5</i>
Sensacionalismo	<i>Art. 9º Anexo I, item 5, inciso c</i>
Serviços de saúde	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Serviço médico particular	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Serviços médicos oferecidos pelo Sistema Único de Saúde	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Serviços privados de saúde	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Serviços públicos de saúde	<i>VER Estabelecimentos de saúde</i>
Simpósios	<i>Art. 9º, § 2º, inciso d Art. 10 Anexo I, item 5 , item 6, inciso XV, XVI</i>
Sindicância	<i>Art. 15, inciso c</i>
Sistema Único de Saúde	<i>Anexo I, item 1c</i>
Sites	<i>Art. 3º, inciso e Art. 13 Art. 15, inciso d Anexo I, item 4 Anexo III</i>
SUS	<i>Anexo I, item 1c</i>
Suspensão do anúncio	<i>Art. 15, inciso b</i>

T	
Técnica exclusiva	<i>Art. 3º, inciso h Art. 9º, § 1º, inciso c Anexo I, item 5, inciso l , item 6, inciso II</i>
Técnica não aprovada	<i>Art. 3º, inciso f Art. 9º, § 2º, inciso b Anexo I, item 5, inciso j</i>
Telefone de consultório	<i>Art. 9º, inciso e Anexo I, item 5, inciso a</i>
Televisão – especificações técnicas	<i>Anexo I, item 4, inciso I , inciso II Anexo III</i>
Título de especialista	<i>Art. 2º, inciso b Art. 3º, inciso a Art. 3º, inciso l Art. 4º, parágrafo único Anexo I, item 1a, inciso III Anexo I, item 1b, inciso IV Anexo I, item 1c, inciso IV Anexo I, item 5, inciso d , inciso e , item 6, inciso XIII</i>
Totens	<i>Anexo I, item 2</i>
Trabalhos científicos	<i>Art. 10</i>
Tramitação na Codame	<i>Art. 15, inciso e</i>
Tratamento não reconhecido	<i>Art. 3º, inciso f Art. 9º, § 2º, inciso b Anexo I, item 5, inciso j</i>
Tratamento sem consulta	<i>Anexo I, item 6, inciso IV</i>

TV - anúncio	<i>Anexo I, item 4, inciso I , inciso II Anexo III</i>
U	
Utilidade pública	<i>Anexo I, item 5, inciso p</i>
V	
Vedações	<i>Art. 3º Anexo I, item 6</i>
Vídeo	<i>Art. 9º, § 2º, inciso f Anexo I, item 4</i>

PERGUNTAS E RESPOSTAS

A Resolução 1.974/11 do Conselho Federal de Medicina (CFM), que trata da publicidade de assuntos médicos, aperfeiçoa as regras relacionadas à temática e aborda tópicos sobre os quais o Conselho ainda não havia se manifestado. Ao divulgá-la, objetiva valorizar o profissional, defender o decoro da profissão e oferecer mais segurança à sociedade.

Com vistas a auxiliá-lo a compreender o tema, a seguir são listadas 31 perguntas e respostas. Muitas resultam de pedidos apresentados diretamente ao CFM, ou seja, exprimem algumas das dúvidas mais comuns relacionadas ao assunto. Ante tal circunstância, sugerimos a atenta leitura deste material. Caso não encontre resposta às suas preocupações no mesmo ou na própria resolução, nos envie seu questionamento ou procure a Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame) de seu Conselho Regional de Medicina (CRM) para que possamos ajudá-lo.

1. O que o CFM entende por anúncio?

O primeiro artigo da resolução define anúncio, publicidade ou propaganda como “a comunicação ao público, por qualquer meio de divulgação, de atividade profissional de iniciativa, participação ou anuência do médico”. A resolução alcança, portanto, atestados, avisos, declarações, boletins, fichas, formulários, receituários etc.

2. Posso anunciar minha especialidade?

Sim. O médico pode anunciar os títulos de especialista que registrar no CRM local. Ressalte-se, porém, que o Decreto-lei 4.113/42 o proíbe de fazer referência a mais de duas especialidades. Assim, o profissional deve anunciar, no máximo, duas especialidades, mesmo que possua número maior.

3. O que é RQE?

RQE significa registro de qualificação de especialista. Você o obtém ao registrar seu título de especialista em um CRM.

4. Posso anunciar que sou membro de uma sociedade?

É possível se apresentar como membro de sociedades que tenham relação com sua especialidade.

5. Posso anunciar minha área de atuação?

Sim. Você pode anunciar a área de atuação registrada no CRM.

6. Sou cardiologista e fiz um mestrado em psiquiatria. Posso fazer referência a esse título no material de meu consultório de cardiologia, nos cartões de visita e em outras peças de publicidade e papelaria?

Não. A resolução o impede associar títulos acadêmicos à sua especialidade médica quando não são da mesma área. O CFM entende que o anúncio desse título confunde o

paciente. Esse tipo de anúncio induz o paciente a crer, por exemplo, que o mestrado torna o profissional um psiquiatra ou cardiologista mais habilitado, o que não é verdade. De qualquer modo, você pode anunciar todos os títulos que possui relacionados à sua especialidade. Eles só precisam ser previamente registrados no CRM local.

7. Fiz pós-graduação *lato sensu* em área que não é considerada especialidade médica pelo CFM. Posso anunciá-la?

Não. Por terem potencial para confundir o paciente, esses títulos não devem ser anunciados.

8. Tenho pós-graduação em geriatria, mas não possuo o título de especialista. Posso inserir a palavra “geriatria” em meu carimbo?

Não. Para se apresentar como geriatra ou profissional de geriatria é preciso ter o título de especialista em geriatria, adquirido por meio do programa de residência médica ou por avaliação de sociedade de especialidade reconhecida pelo CFM. O paciente deve ter absoluta clareza sobre a formação do médico que o atende.

9. Sou psiquiatra. A medicina do sono é uma área de atuação da psiquiatria. Não tenho título de sociedade relacionado a esta área, mas fiz pós-graduação *lato sensu* neste campo. Posso anunciá-la, já que esta área do conhecimento tem relação com a minha especialidade?

Não. Para anunciar-se como profissional de determinada área de atuação faz-se necessário ter título adquirido por meio do programa de residência médica ou por avaliação de sociedade de especialidade reconhecida pelo CFM. Adicionalmente, este título deve ser registrado no CRM local.

10. Na localidade onde atuo haveria melhor comunicação com os pacientes se eu pudesse dizer que sou especialista em coração, por exemplo, ao invés de simplesmente dizer que sou cardiologista. Isso é possível?

Sim. Se você é especialista, pode anunciar que cuida dos sistemas, órgãos e doenças relacionados à sua especialidade.

11. Os treinamentos que realizei, mas que não resultaram em título acadêmico, relacionados com minha especialidade, podem ser anunciados?

Sim. Antes de anunciá-los, no entanto, você deve registrá-los no CRM local.

12. Nos cartões de visita posso fazer referência ao endereço, na internet, do currículo que mantenho em plataformas científicas?

Sim. Os títulos indicados no currículo devem ser registrados no CRM local.

13.A clínica pode distribuir um catálogo no qual apresenta seu corpo clínico e o currículo de cada profissional?

Em um material desse tipo devem ser apresentadas apenas as informações relacionadas à especialidade de cada profissional. Títulos acadêmicos não relacionados à especialidade do médico podem confundir os pacientes quanto ao campo de atuação do profissional que o atenderá; portanto, não devem ser divulgados.

14.Para resguardar a privacidade, alguns pacientes preferem que eu não indique minha especialidade nos atestados médicos. Há alguma restrição quanto a isso?

Não. Não há qualquer problema em apresentar-se apenas como médico.

15.É permitido utilizar fotos de pacientes para demonstrar o resultado de tratamentos ou para algum outro fim promocional?

Não. O uso da imagem de pacientes é expressamente proibido, mesmo com autorização do paciente.

16.Vou apresentar um artigo em um congresso. Gostaria de usar fotos. A resolução permite?

Quando imprescindível, o uso da imagem em trabalhos e eventos científicos é permitido, desde que autorizado previamente pelo paciente.

17.Existe alguma orientação técnica sobre como a resolução deve ser aplicada?

Sim. O Anexo I da resolução estabelece critérios que permitem o perfeito cumprimento das regras. Há orientações, por exemplo, sobre cores, tipos e tamanhos de letras, e especificações para rádio e/ou televisão.

18.A partir da resolução deverei ajustar o material do consultório ou da clínica?

Documentos médicos devem conter o nome do profissional, a especialidade e/ou área de atuação registrada no CRM (quando for o caso), bem como o número de inscrição no CRM local e o número de registro de qualificação de especialista (RQE, quando for o caso). Pessoas jurídicas devem apresentar em seus documentos o nome e número de registro em CRM do diretor técnico médico da instituição. Se atualmente alguma dessas informações não pode ser encontrada no seu material, faz-se necessário incluí-la até 15 de fevereiro de 2012, data em que a resolução entra em vigor. As regras também valem para instituições vinculadas ao Sistema Único de Saúde (SUS). O CFM recomenda que todos os médicos leiam a resolução, cujos anexos trazem explicações, detalhamentos e exemplos. O documento está disponível em <http://www.cfm.org.br>.

19. Posso fazer referência, no material publicitário, aos aparelhos de que a clínica dispõe?

Sim. Não é permitido, entretanto, insinuar que o equipamento é a garantia de que determinado tratamento alcançará bom resultado ou que dê capacidade privilegiada à instituição ou ao profissional que o utiliza.

20. Posso contratar atores e outras pessoas célebres para atuar na publicidade dos meus serviços?

Sim, pessoas leigas em medicina podem participar dos anúncios, desde que não afirmem ou sugiram que utilizam os serviços ou recomendem seu uso. A peça publicitária deve se limitar a apresentar o serviço do profissional ou estabelecimento.

21. As regras alcançam os diretores-técnicos de estabelecimentos de saúde?

Sim. O diretor técnico deve zelar pelo cumprimento da resolução na instituição que dirige, fazendo constar em todas as peças de comunicação e papeleria seu nome e número de registro no CRM local.

22. Minha clínica pode agendar consultas por meio de e-mail e outros mecanismos de comunicação?

Sim. As restrições quanto ao uso desses mecanismos se aplicam apenas à orientação médica. A administração de clínicas e consultórios pode se valer dessas ferramentas.

23. O bloco de notas de minha empresa deve ter o nome e número de registro do diretor-técnico no CRM? E a placa que mantenho no interior da clínica?

Todo e qualquer material que apresente o nome da empresa deve indicar o nome e número de registro do diretor-técnico no CRM.

24. Em minha cidade há um evento anual em que são homenageados os profissionais mais destacados no ano, inclusive médicos. Posso receber a homenagem?

Não. A resolução veda ao médico a participação em concursos ou eventos cuja finalidade seja escolher, por exemplo, o “médico do ano” ou o “melhor médico”, ou conceder títulos de caráter promocional. As homenagens acadêmicas e aquelas oferecidas por entidades médicas e instituições públicas são permitidas. Dúvidas a esse respeito podem ser esclarecidas com a Codame do CRM local.

25. Trabalho em uma região que dispõe de poucos médicos. Eu poderia oferecer serviços a distância, prestando auxílio, por telefone, a pacientes que residem em municípios vizinhos?

Não. A resolução proíbe ao médico oferecer consultoria a pacientes e familiares em substituição à consulta médica presencial. O médico pode, porém, orientar por telefone pacientes que já conheça, aos quais já prestou atendimento presencial, para esclarecer dúvidas em relação a um medicamento prescrito, por exemplo.

26. Posso participar de anúncios que deem aval ao uso de determinados produtos?

Não. O médico não deve participar de ações publicitárias de empresas ou produtos ligados à medicina. Esta proibição se estende a entidades sindicais e associativas médicas.

27. De tempos em tempos sou procurado pela imprensa para dar entrevistas sobre assuntos médicos. Há alguma restrição a esse respeito?

O médico pode conceder entrevistas ou colaborar com a mídia somente para oferecer esclarecimentos à sociedade. Essas colaborações não podem ser usadas para autopromoção, aferição de lucro ou para angariar clientela – não é permitido, por exemplo, nessas oportunidades, a divulgação de endereço ou telefone de consultório. Na internet, as redes sociais também não devem ser utilizadas para angariar clientela, de modo que divulgar o endereço ou o telefone por meio desses instrumentos não é uma atitude permitida.

28. Como devo me portar nas entrevistas?

O médico deve ter uma postura de esclarecimento, que exclua o sensacionalismo, a autopromoção, a concorrência desleal, a sugestão de que trabalha com técnicas exclusivas e a defesa de interpretações ou procedimentos que não tenham respaldo científico.

29. Na resolução se lê que o médico não deve veicular informações que causem intranquilidade à sociedade. O que devo fazer se meus estudos me levam a crer que há razões para se chamar a atenção da sociedade para determinado problema de saúde pública (uma epidemia de doença grave e altamente contagiosa, por exemplo)?

Neste caso, o médico deve transmitir às autoridades competentes e aos conselhos regional e federal de medicina as razões de sua preocupação. Esse comunicado deve ser protocolado em caráter de urgência, para que sejam tomadas as devidas providências.

30. Tenho um blog. Posso disponibilizar informações sobre saúde por meio dele?

Sim. Não é permitido, porém, prestar consultoria por meio desta ferramenta.

31. Tenho dúvidas sobre a aplicação das regras. O que devo fazer?

Você pode contatar a Codame de seu CRM. Uma das atribuições desta comissão é responder consultas relacionadas à publicidade. Também é possível encaminhar dúvidas para o e-mail defis@portalmedico.org.br – as questões serão respondidas em bloco e as respostas ficarão disponíveis em <http://www.cfm.org.br>.

ENDEREÇOS DE REFERÊNCIA

Conselho Federal de Medicina (CFM)

SGAS, Quadra 915, Lote 72 – Asa Sul
70390-150 – Brasília/DF
Tel.: (061) 3445 5900 / Fax: (061) 3346 0231
e-mail: cfm@cfm.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Acre (CRM-AC)

Estrada Dias Martins, 933 – Distrito Industrial
69912-470 – Rio Branco/AC
Tel.: (68) 3227 5777 / Fax: (68) 3227 1313
e-mail: crmac@cfm.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Alagoas (Cremal)

Rua Fausto Correia Wanderley, 90 – Pinheiro
57055-540 – Maceió/AL
Tel.: (82) 3338 3030 / Fax: (82) 3338 2268
e-mail: cremal@cremal.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Amapá (Cremap)

Avenida Feliciano Coelho, 1060 – Trem
68900-260 – Macapá/AP
Tel.: (96) 3222 4120 / Fax: (96) 3222 4120
e-mail: secretaria@cremap.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Amazonas (Cremam)

Avenida Senador Raimundo Parente, 6
Praça Walter Góes – Flores
69043-000 – Manaus/AM
Tel.: (92) 3656 0531 / 0532 / 0536 / Fax: (92) 3656 0537
e-mail: crm.am@vivax.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado da Bahia (Cremeb)

Rua Guadalajara, 175 - Morro do Gato – Ondina
40140-461 – Salvador/BA
Tel.: (71) 3339 2800 / Fax: (71) 3245 5751
e-mail: cremeh@cremeh.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Ceará (Cremec)

Rua Floriano Peixoto, 2021 – José Bonifácio
60025-131 – Fortaleza/CE
Tel.: (85) 3221 6607 / Fax: (85) 3221 6929
e-mail: cremec@fortalnet.com.br

Conselho Regional de Medicina do Distrito Federal (CRM-DF)

SRTVS, Quadra 701, Centro Empresarial Assis Chateaubriand
Bloco II - Salas 301/14 – Asa Sul
70340-906 – Brasília/DF
Tel.: (61) 3322 0001 / Fax: (61) 3226 1312
e-mail: crmdf@crmdf.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Espírito Santo (CRM-ES)

Rua Professora Emília Franklin Mululo, 228 – Bento Ferreira
29050-730 – Vitória/ES
Tel.: (27) 2122 0100 / Fax: (27) 2122 0117
e-mail: crmes@crm-es.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Goiás (Cremego)

Rua T - 28 - nº 245 - Quadra 24 - Lote 19-E – Setor Bueno
74210-040 – Goiânia/GO
Tel.: (62) 3250 4944 / Fax: (62) 3250 4949
e-mail: crmgo@cultura.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Maranhão (CRM-MA)

Rua Carutapera, 2 - Quadra 37-B – Jardim Renascença
65075-690 – São Luís/MA
Tel.: (98) 3227 7206 / 0856 / 0709 / Fax: (98) 3227 0856
e-mail: crmma@cfm.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Mato Grosso (CRM-MT)

Rua 8, s/nº - Centro Político Administrativo
Caixa Postal 10.020
78055-020 – Cuiabá/MT
Tel.: (65) 3644 1094 / Fax: (65) 3644 1895
e-mail: crmmt@crmmt.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Mato Grosso do Sul (CRM-MS)

Rua Desembargador Leão Neto do Carmo, 305 – Jardim Veraneio
79037-100 – Campo Grande/MS
Tel.: (67) 3320 7700 / Fax: (67) 3320 7795
e-mail: crmms@terra.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais (CRM-MG)

Avenida Afonso Pena, 1500 - 8º andar – Centro
30130-921 – Belo Horizonte/MG
Tel.: (31) 3248 7700 / Fax: (31) 3248 7701
e-mail: crmmg@crmmg.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Pará (Cremepa)

Avenida Generalíssimo Deodoro, 223 – Umarizal
66050-160 – Belém/PA
Tel.: (91) 3204 4000 / Fax: (91) 3204 4012
e-mail: administrativo@cremepa.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado da Paraíba (CRM-PB)

Avenida Dom Pedro II, 1335 – Centro
58040-440 – João Pessoa/PB
Tel.: (83) 2108 7200 / 7228 / Fax: (83) 2108 7215
e-mail: crmpb@crmpb.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Pernambuco (Cremepe)

Rua Conselheiro Portela, 203 – Espinheiro
52020-030 – Recife/PE
Tel.: (81) 4108 0409 / Fax: (81) 2123 5770
e-mail: cremepe@cremepe.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR)

Rua Victório Viezzer, 84 – Vista Alegre
80810 - 340 – Curitiba/PR
Tel.: (41) 3240 4033 / Fax: (41) 3240 4061
e-mail: protocolo@cmpr.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí (CRM-PI)

Rua Goiás, 991 – Ilhotas
64014-140 – Teresina/PI
Tel.: (86) 3222 9327 / Fax: (86) 3223 0264
e-mail: cremepi@veloxmail.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio de Janeiro (Cremerj)

Praia de Botafogo, 228 - Loja 119-B – Botafogo
22359-900 – Rio de Janeiro/RJ
Tel.: (21) 3184 7050 / Fax: (21) 3184 7068 / 7120 (Diretoria)
e-mail: cremerj@cremerj.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Norte (Cremern)

Avenida Rio Branco, 398 – Cidade Alta
59010-000 – Natal/RN
Tel.: (84) 4006 5333 / 5354 / Fax: (84) 4006 5308
e-mail: cremern@click21.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul (Cremers)

Avenida Princesa Isabel, 921 – Santana
90620-001 – Porto Alegre/RS
Tel.: (51) 3219 7544 / Fax: (51) 3217 1968
e-mail: cremers@cremers.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Rondônia (Cremero)

Avenida dos Imigrantes, 3414 – Liberdade
76904-115 – Porto Velho/RO
Tel.: (69) 3217 0500 / Fax: (69) 3217 0505
e-mail: cremero@bol.com.br / cremero@gmail.com

Conselho Regional de Medicina do Estado de Roraima (CRM-RR)

Avenida Ville Roy, 4153 – Canarinho
69306-000 – Boa Vista/RR
Tel.: (95) 3623 1554 / 1542 / Fax: (95) 3623 1554
e-mail: crmrr@uze.com.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de Santa Catarina (Cremesc)

Avenida Rio Branco, 533 - 2º andar - Conjuntos 201/202 – Centro
88010-970 – Florianópolis/SC
Tel.: (48) 3952 5000 / Fax: (48) 3225 5337
e-mail: protocolo@cremesc.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (Cremesp)

Rua da Consolação, 753 – Centro
01301-910 – São Paulo/SP
Tel.: (11) 3017 9300 (PABX) / Fax: (11) 3231 1745 / 3255 1524
e-mail: sap@cremesp.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Sergipe (Cremese)

Rua Boquim, 589 – Centro
49010-280 – Aracaju/SE
Tel.: (79) 3212 0700 / 0722 / 0701 / Fax: (79) 3212 0703
e-mail: protocolocremese@cfm.org.br / infocremese@cfm.org.br

Conselho Regional de Medicina do Estado do Tocantins (CRM-TO)

Avenida Joaquim Teotônio Segurado, Quadra 702 Sul,
Conjunto 1- Lote 1 – Plano Diretor Sul
77022-306 – Palmas/TO
Tel.: (63) 2111 8100 / Fax: (63) 2111 8108
e-mail: crmto@uol.com.br

A integra deste manual também
pode ser encontrada no site
www.portalmedico.org.br