

PUBLICIDADE MÉDICA SEM DESESPERO



DESCUBRA O QUE O CFM NÃO PERMITE FAZER

ESSE CHECKLIST FOI PENSADO
PARA QUE VOCÊ MÉDICO
EVITE AQUELA DOR DE
CABEÇA INDESEJADA.



A publicidade médica é um campo delicado e altamente regulado. As diretrizes estabelecidas pelo Conselho Federal de Medicina (CFM) visam assegurar que a divulgação de serviços e profissionais de saúde ocorra de maneira ética, responsável e informativa, sem induzir o público a expectativas irreais ou explorar a vulnerabilidade dos pacientes.

Nos últimos anos, com o avanço das tecnologias e o crescimento das plataformas digitais, tornou-se cada vez mais importante atualizar e reforçar essas regras. As novas normativas do CFM refletem essa necessidade, trazendo regulamentações específicas para o uso de redes sociais, sites, blogs e outras formas de comunicação digital.

Neste ebook, iremos explorar detalhadamente o que não se pode fazer na publicidade médica conforme as novas regras do CFM. Abordaremos os principais pontos de atenção, exemplificando práticas proibidas e explicando os motivos por trás dessas restrições. Nosso objetivo é oferecer um guia claro e acessível para que médicos e profissionais da saúde possam promover seus serviços de forma ética e dentro dos parâmetros legais, preservando a integridade da profissão e a confiança do público.

O que não pode ser feito:

- 1) Agir de forma sensacionalista ou autopromocional, praticar concorrência desleal ou divulgar informações falsas.
- 2) Ter ou manter consultório dentro de estabelecimentos farmacêuticos, óticas, lojas de órteses e próteses ou fornecedoras de insumos médicos.
- 3) Realizar propaganda ou manter material publicitário em seu consultório, ou na entidade médica a que está associado, de empresas farmacêuticas, óticas, de órteses e próteses, ou de insumos médicos, caso seja investidor em alguma delas.
- 4) Permitir ou não impedir que seu nome seja incluído em listas de premiações, homenagens ou concursos com o intuito de indicar ou escolher um profissional para receber títulos como “médico do ano”, “destaque da especialidade”, “melhor médico” ou outras designações promocionais ou patrocinadas.
- 5) Garantir, prometer ou sugerir bons resultados de tratamentos.
- 6) Oferecer serviços através de consórcios ou similares.
- 7) Anunciar o uso de técnicas de forma a se atribuir uma capacidade excepcional, mesmo que seja o único a utilizá-las.
- 8) Divulgar métodos ou técnicas não reconhecidas pelo CFM.



9) Participar de propaganda enganosa de qualquer tipo.

10) Atribuir selos de qualidade ou outras garantias a produtos alimentícios, de higiene pessoal, produtos para ambientes, material esportivo, implicando garantia de resultados.

11) Participar de propaganda/publicidade de medicamentos, insumos médicos, equipamentos, alimentos e outros produtos, sugerindo garantia de resultados.

12) Divulgar equipamentos e/ou medicamentos que não possuam registro na Anvisa ou em agência sucessora.

13) Atribuir capacidade excepcional a aparelhos.

14) Divulgar tratamentos de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas quando não for especialista, podendo induzir a confusão com a divulgação de especialidades médicas.

15) Exibir imagens de consultas e procedimentos em tempo real, com técnicas ou métodos de abordagem, mesmo com autorização expressa do paciente, exceto em:

- Trabalhos e eventos científicos, destinados exclusivamente a médicos e estudantes de medicina, com imagens transmitidas em tempo real e autorização prévia do paciente ou seu representante legal.

- Captura de imagens por equipes externas durante procedimentos, permitida apenas para partos, com o desejo da parturiente e/ou familiares e anuência do médico.

16) Oferecer consultoria a pacientes e familiares como substituição da consulta médica presencial, exceto o que for regulamentado em resolução específica para telemedicina.



Raffael Cavalheiro

Agradeço por dedicarem seu tempo à leitura deste eBook. Espero que as informações apresentadas tenham sido úteis e inspiradoras para melhorar a gestão e o sucesso de suas clínicas e consultórios.

Estou à disposição para esclarecer dúvidas, oferecer orientações adicionais e ajudar a implementar as melhores práticas de marketing médico. Se você deseja discutir mais sobre como essas estratégias podem ser aplicadas especificamente à sua clínica ou consultório, não hesite em entrar em contato.

raffael.cavalheiro@ceodasaude.com.br