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 firam 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 da 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-DF, 14 de julho de 2011

ROBERTO LUIZ D'AVILA
Presidente

HENRIQUE BATISTA E SILVA
Secretário-geral

ANEXO I – RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/11

CRITÉRIOS GERAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

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.

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.

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.

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 ao lado;

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 escala ao lado. 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;

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 ao lado.

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 escala ao lado. Até 30% de *benday* 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.

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) devem ser exibidos 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.

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 estimulo 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.

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 3, encontram-se disponíveis para consulta no sitio do Conselho Federal de Medicina: www.portalmedico.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 adéquem às suas disposições a respeito de propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção de atividades.

ANEXO II – RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/11

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 colposcópico
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 - SIVVA)
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 colposcopia

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

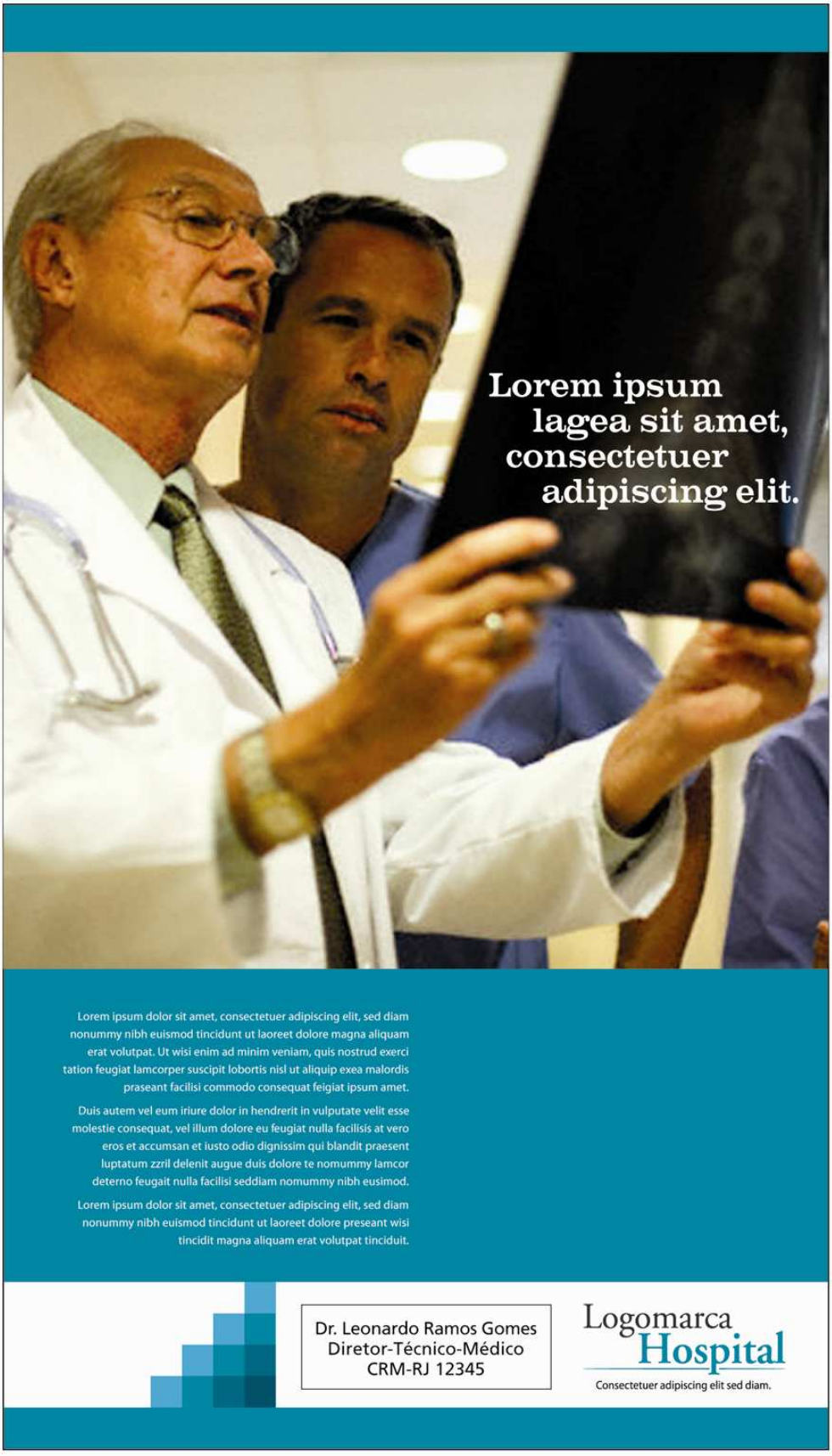
ANEXO III – RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/11

MODELOS DE ANÚNCIOS IMPRESSOS JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

Anúncio Revista

Anúncio Revista

Anúncio Jornal



Anúncio Jornal

Lorem ipsum lagea amet, consectetuer adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation feugiat lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea malordis.
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril praseant agea delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

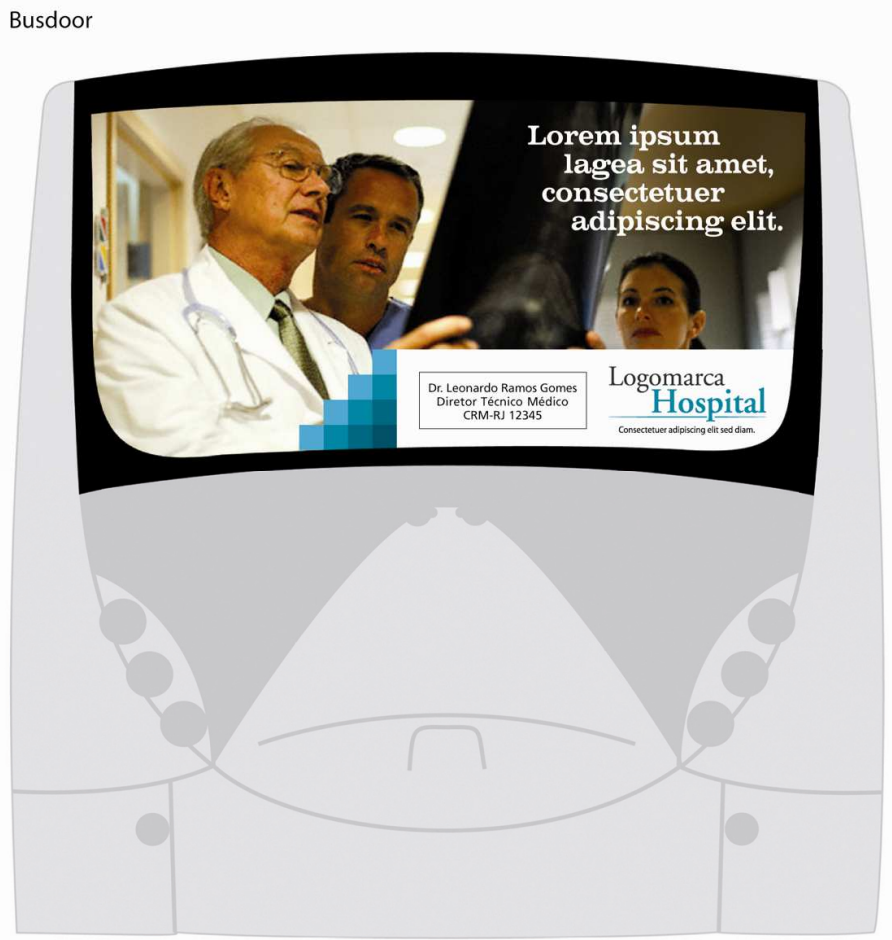
Dr. Edmundo Barbosa
Diretor-Técnico-Médico do
Posto de Saúde Conceição
CRM-SP 22335

Secretaria Lorem ipsum seter

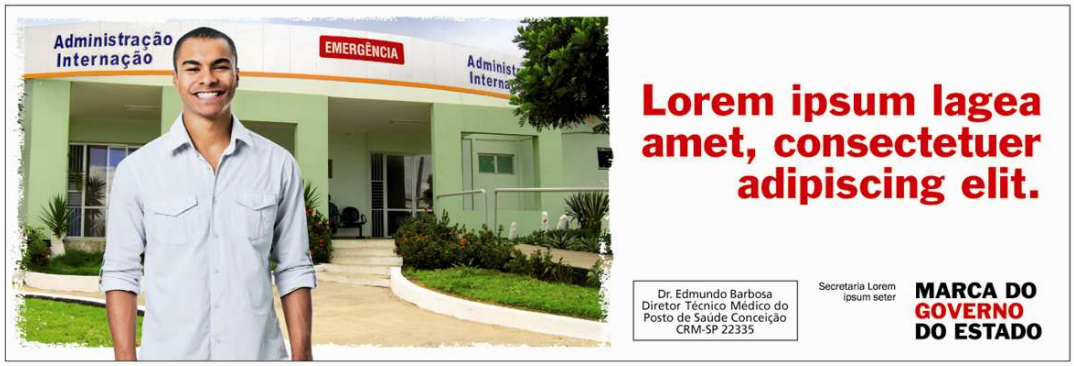
MARCA DO GOVERNO DO ESTADO

MODELOS DE ANÚNCIOS EM *BUSDOORS* E *OUTDOORS* JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

Busdoor

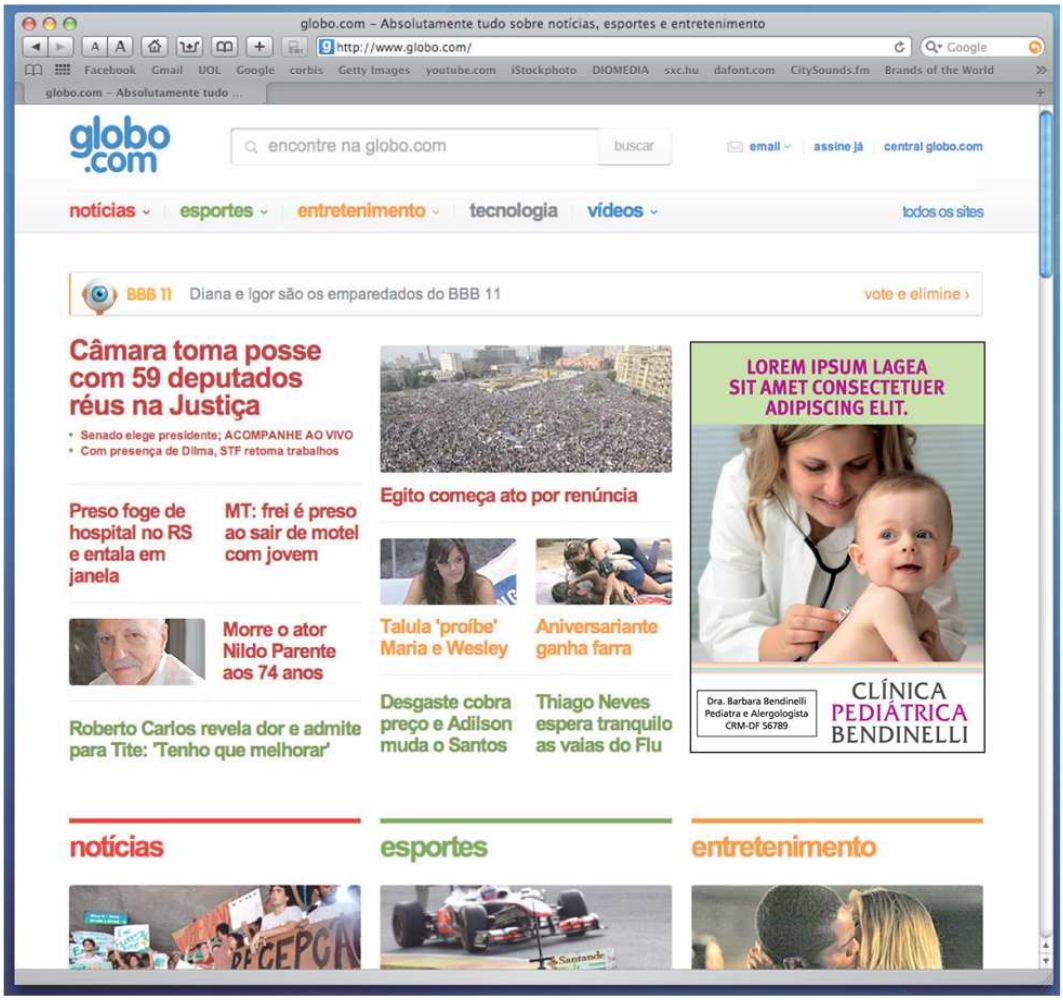


Outdoor

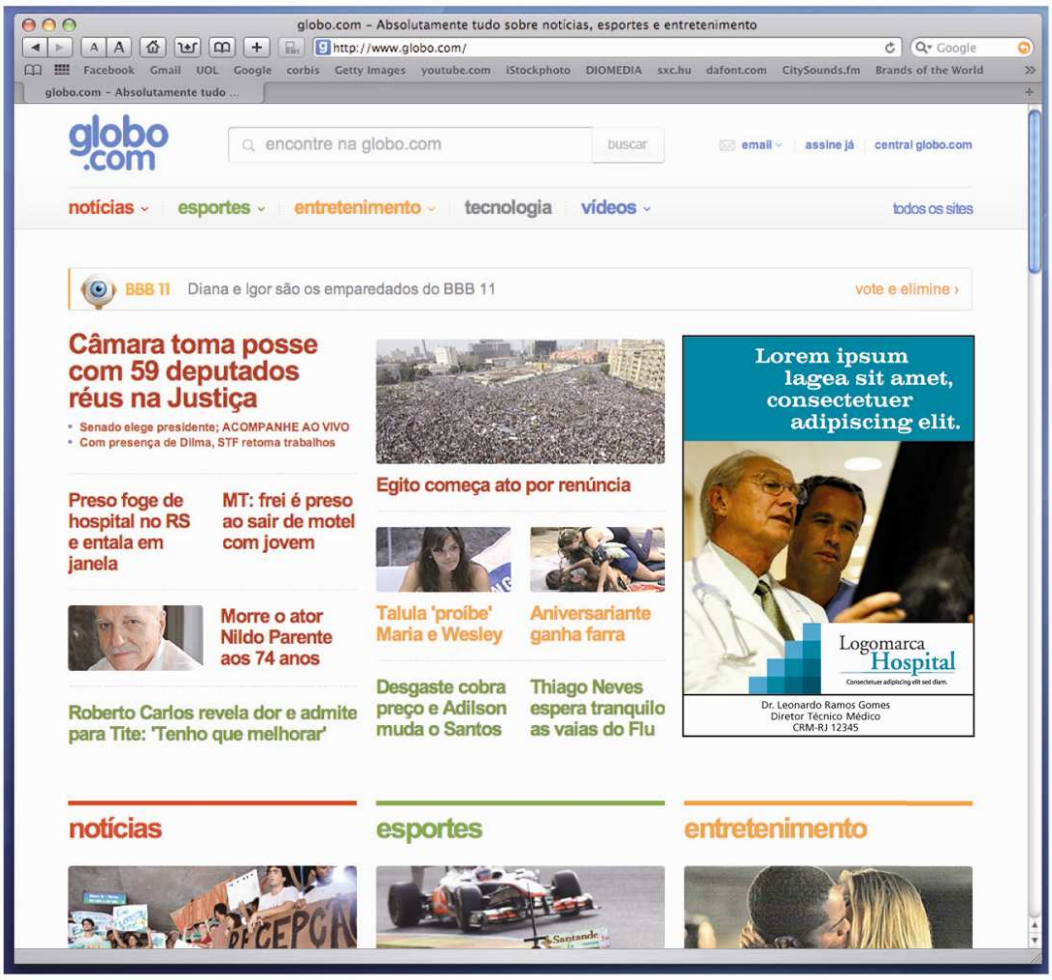


MODELOS DE ANÚNCIOS NA INTERNET JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

Banner Web



Banner Web


globo.com – Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento
http://www.globo.com/
globo.com – Absolutamente tudo ...
globo .com
encontre na globo.com
buscar
email
assine já
central globo.com
notícias
esportes
entretenimento
tecnologia
vídeos
todos os sites
BBB 11
Diana e Igor são os emparedados do BBB 11
vote e elimine ›
Câmara toma posse com 59 deputados réus na Justiça
Senado elege presidente; ACOMPANHE AO VIVO
Com presença de Dilma, STF retoma trabalhos
Egito começa ato por renúncia
Preso foge de hospital no RS e entala em janela
MT: frei é preso ao sair de motel com jovem
Talula 'proíbe' Maria e Wesley
Aniversariante ganha farra
Morre o ator Nildo Parente aos 74 anos
Roberto Carlos revela dor e admite para Tite: 'Tenho que melhorar'
Desgaste cobra preço e Adílson muda o Santos
Thiago Neves espera tranquilo as vaias do Flu
Lorem ipsum lagea sit amet, consectetuer adipiscing elit.
Logomarca Hospital
Dr. Leonardo Ramos Gomes
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ 12345
notícias
esportes
entretenimento

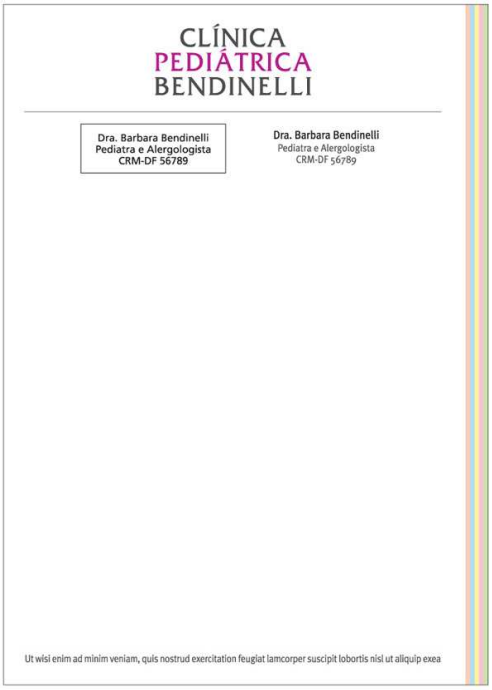
MODELOS DE ASSINATURA PARA ANÚNCIO EM TV JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

Cartela para filme

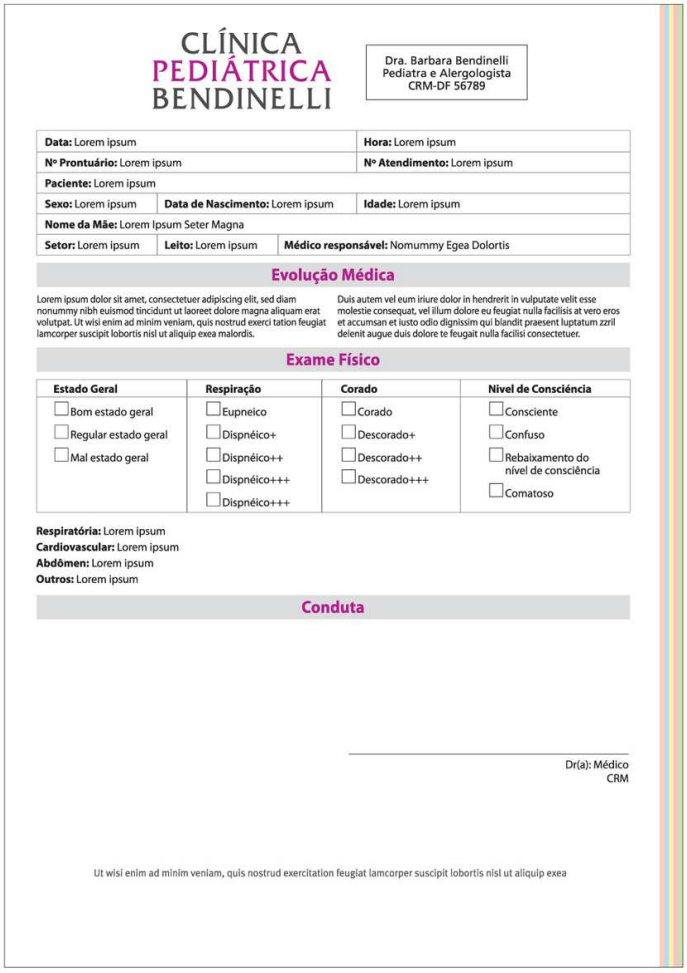
Cartela para filme

MODELOS DE ADEQUAÇÃO DO CABEÇALHO DA PAPELARIA JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

Receituário



Guia encaminhamento



Receituário

Logomarca
Hospital
Consectetuer adipiscing elit sed diam.

Dr. Leonardo Ramos Gomes
Diretor Técnico Médico
CRM-SP12345

Dr. Marcos Antonio da Silva
Ortopedista
CRM-RJ 23564

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation feugiat lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea malordis.

Guia encaminhamento

Logomarca
Hospital
Consectetuer adipiscing elit sed diam.

Dr. Leonardo Ramos Gomes
Diretor Técnico Médico
CRM-SP12345

Data: Lorem ipsum		**Hora:** Lorem ipsum
Nº Prontuário: 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 Seter Magna		
Setor: Lorem ipsum	**Leito:** Lorem ipsum	**Médico responsável:** Nomummy Egea Dolortis

Evolução Médica

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation feugiat lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea malordis.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi consectetuer.

Exame Físico

Estado Geral	Respiração	Corado	Nivel de Consciência
☐ Bom estado geral	☐ Eupneico	☐ Corado	☐ Consciente
☐ Regular estado geral	☐ Dispnéico+	☐ Descorado+	☐ Confuso
☐ Mal estado geral	☐ Dispnéico++	☐ Descorado++	☐ Rebaixamento do nível de consciência
	☐ Dispnéico+++	☐ Descorado+++	☐ Comatoso
	☐ Dispnéico+++		

Respiratória: Lorem ipsum
Cardiovascular: Lorem ipsum
Abdômen: Lorem ipsum
Outros: Lorem ipsum

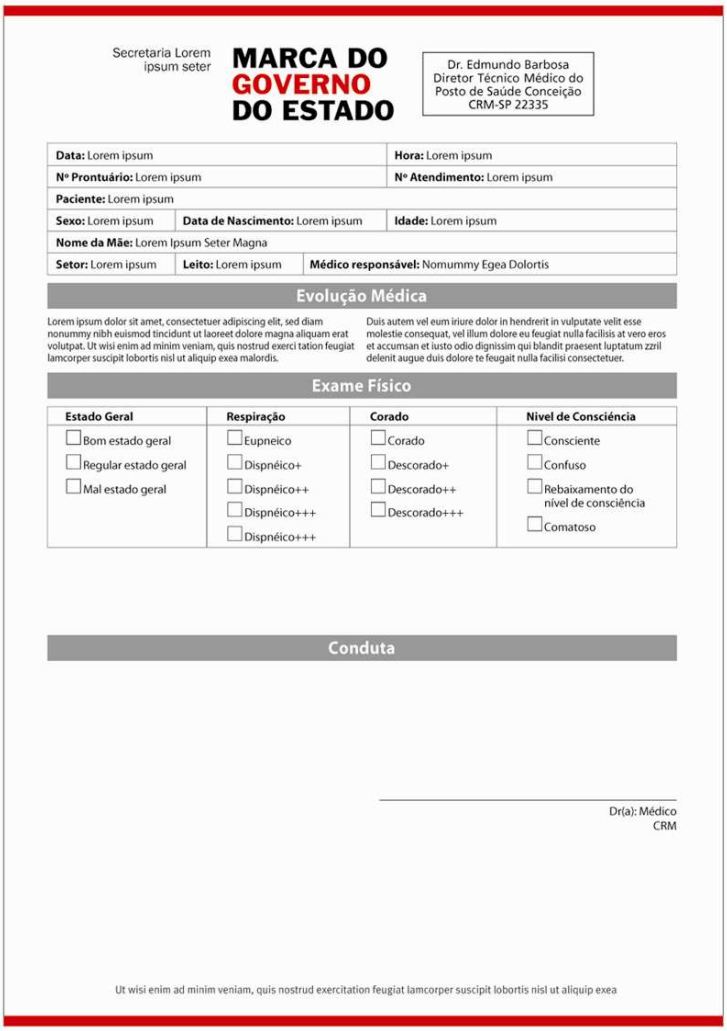
Conduta

Dr(a): Médico
CRM

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation feugiat lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea malordis.

Receituário

Guia encaminhamento



EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS DA RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/11

Tendo sido autorizado pela Codame Nacional, em Santa Catarina, durante reunião ordinária para apreciação de diversos assuntos, a promover alterações na Resolução CFM nº 1.701/03, em virtude de lacunas no controle da divulgação de assuntos médicos e visando ajustar alguns itens à contemporaneidade, bem como tornar objetiva a forma de aplicar seus fundamentos, retirando o caráter subjetivo do apenas escrito, passamos a apresentar as razões das modificações e o manual para aplicação e controle da propaganda e publicidade médica.

A Lei nº 4.113/42 estabelece critérios de controle sobre a informação a ser dada pelos médicos quando da divulgação do tratamento de órgãos ou sistemas, ou ainda doenças específicas, obrigando a que estejam sempre relacionadas à sua especialidade, bem como, em seu material propagandístico de apresentação como médico, os títulos *lato sensu*, que só poderão aparecer quando vinculados à especialidade registrada no Conselho Regional de Medicina (CRM) ─ impedindo que os cursos ministrados para fins pedagógicos sejam equiparados à Residência Médica ─ ou a prova de títulos da Associação Médica Brasileira, únicas duas formas de reconhecimento, pelo CFM, para fins de registro em especialidade. Também é introduzida a obrigatoriedade do registro dos certificados de atualização, em obediência ao art. 17 da Lei nº 3.268/57, quando o médico pretender anunciar sua perene preocupação em se manter atualizado com a medicina, sua especialidade ou área de atuação. Mesmo considerando não ser obrigatório que os médicos se submetam involuntariamente a qualquer curso ou capacitação, aqueles que o fizerem devem, sim, informar ao CRM esta atualização por força do estabelecido em nossos preceitos legais.

Também se abre a perspectiva de alcançar as sociedades de especialidade e os sindicatos médicos, como organismos essencialmente médicos, para que não se vinculem às empresas farmacêuticas, de órteses e próteses ou qualquer outro organismo, mesmo governamental, quando de

manifestações que colidam com as proibições expressas neste instrumento normativo.

Por último, para cumprir o decidido no fórum da Codame, em 2009, e na reunião em Santa Catarina, em 2010.

Emmanuel Fortes Silveira Cavalcanti

Relator