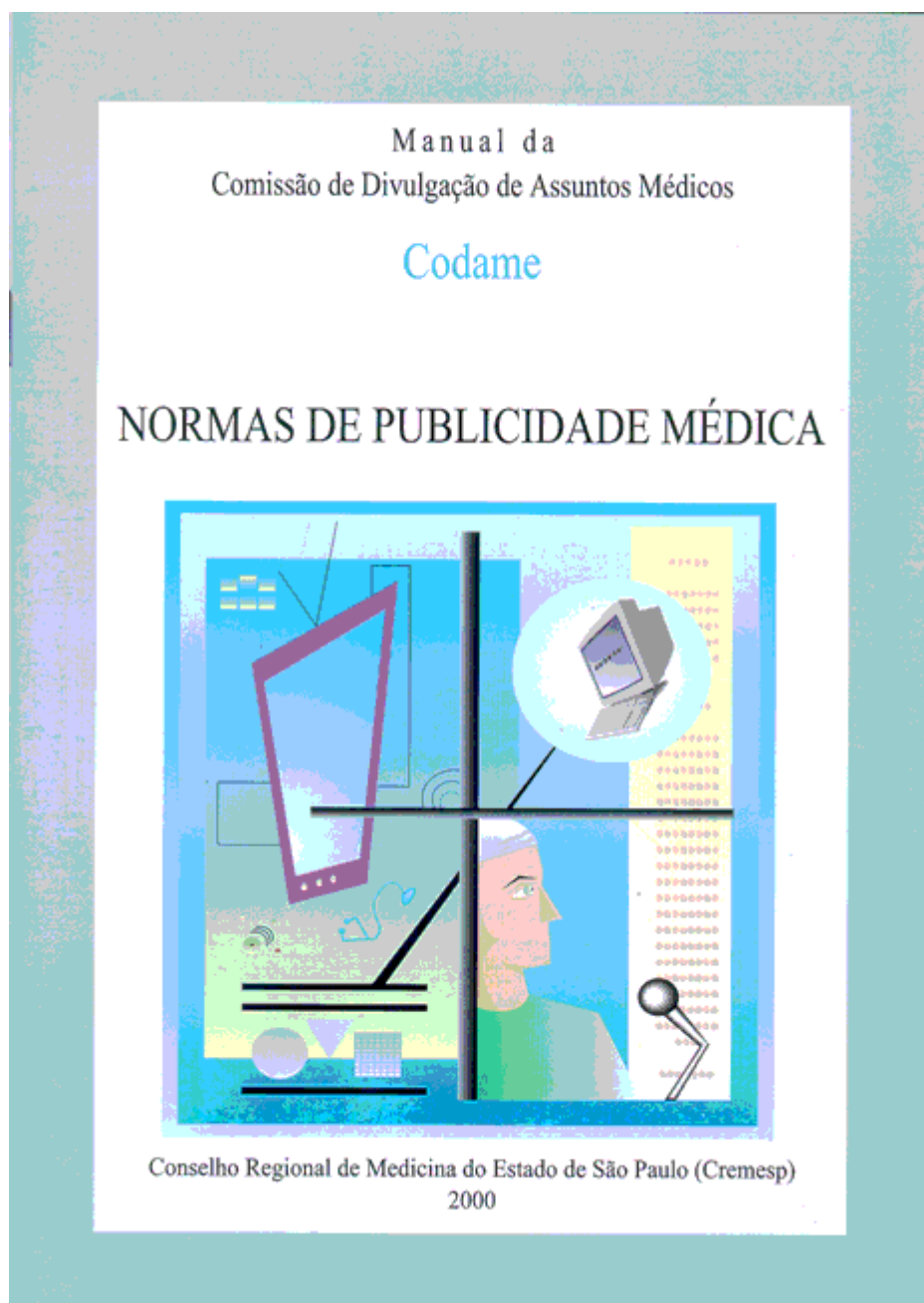


MANUAL DA CODAME

(COMISSÃO DE DIVULGAÇÃO DE ASSUNTOS MÉDICOS)

Normas de Publicidade Médica

CREMESP 2000



ÍNDICE

Resolução CFM 1.036

Divulgação de Assuntos Médicos

- Dos anúncios pág. 4
- Das entrevistas, comunicações e trabalhos científicos pág. 5
- Boletins médicos pág. 6
- Da comissão de divulgação pág. 6
- Das disposições gerais pág. 7

Resolução CFM 1.246

Aprova o Código de Ética Médica

- Segredo Médico - cap. IX pág. 7
- Publicidade e Trabalhos Científicos - cap. XIII pág. 7

Legislação Básica Profissional

- Do exercício da medicina pág. 8

Publicidade Médica (normas)

- Decreto-Lei 4.113 pág. 9
- Código Brasileiro de
Auto-regulamentação Publicitária (Conar) pág. 10

Propaganda Comercial

- Lei 9.294 pág. 11
- Resolução CFM 788
Instauração de processo ético disciplinar pág. 11
- Regulamentação sobre licenciamento
e dimensões dos anúncios pág. 11

- Pareceres do CFM pág. 12
- Resolução CFM 1.499 pág. 13
- Pareceres do CRM-SP pág. 13
- Resolução CRM-SP 81/97 pág. 16

APRESENTAÇÃO

A adequada comunicação entre médicos, seus pacientes, a mídia e a população em geral tem recebido especial atenção do Cremesp. Neste sentido, apresentamos a nova edição reformulada do Manual da Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame), que traz compilações de leis, normas, pareceres e resoluções que regulamentam o assunto. Trata-se de um instrumento de consulta rápida e acessível, que irá auxiliar o médico em suas dúvidas cotidianas, desde a colocação de uma placa no seu consultório até a publicação de trabalhos científicos.

O cumprimento das normas aqui elencadas certamente irá garantir a comunicação fluída, competente e compromissada com a ética.

*Pedro Paulo Roque Monteleone
Presidente do Cremesp*

**RESOLUÇÃO CFM nº 1.036, de 19 de dezembro de 1980
(DOU, 27.1.81)**

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

considerando a necessidade de que sejam uniformizados e atualizados os procedimentos para divulgação de assuntos médicos em todo o território nacional;

considerando a necessidade de solução dos problemas que envolvem a divulgação de assuntos médicos visando aos esclarecimentos da opinião pública; e;

considerando, finalmente, o que ficou decidido na sessão plenária deste Conselho, realizada em 21 de novembro de 1980, resolve:

DOS ANÚNCIOS

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

Art. 2º - Os anúncios médicos deverão conter, obrigatoriamente, dados referentes à inscrição no Conselho Regional de Medicina da jurisdição do anunciante.

Parágrafo único – As demais indicações dos anúncios deverão limitar-se ao preceituado na legislação em vigor: Decreto nº 20.931/32, Decreto-lei nº 4.113/42 e Código de Ética Médica.

Art. 3º- Somente poderão ser anunciadas especialidades reconhecidas pelo Conselho Federal de Medicina.

Art. 4º- O médico somente poderá anunciar especialidades quando estiver registrado no Quadro de Especialistas do Conselho Regional de Medicina em que estiver inscrito.

Parágrafo único – A exigência constante deste artigo só se tornará efetiva a partir de 180 (cento e oitenta) dias da publicação da presente Resolução.

Art. 5º- Sempre que em dúvida, deverá o médico consultar a Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos dos Conselhos Regionais de Medicina, visando enquadrar os anúncios nos dispositivos legais e éticos.

Art. 6º- Nos anúncios de clínicas, hospitais, casas de saúde, entidades de prestação de assistência médica e outros estabelecimentos de saúde, deverão constar, sempre, o nome do Médico Diretor Técnico e sua inscrição principal no Conselho Regional em cuja jurisdição se achar o estabelecimento de saúde.

Parágrafo único - Pelos anúncios dos estabelecimentos de saúde, respondem perante os Conselhos Regionais de Medicina, os seus Diretores Técnicos.

Especialidades Reconhecidas
Resolução CFM n° 1.441/94 e Resolução CFM 1.455/95

Acupuntura, Administração Hospitalar, Alergia e Imunologia, Anestesiologia, Angiologia, Broncoesofagologia, Cancerologia, Cardiologia, Cirurgia Cardiovascular, Cirurgia de Cabeça e Pescoço, Cirurgia da Mão, Cirurgia do Aparelho Digestivo, Cirurgia Geral, Cirurgia Pediátrica, Cirurgia Plástica, Cirurgia Torácica, Cirurgia Vascular, Citopatologia, Dermatologia, Eletroencefalografia, Endocrinologia e Metabologia, Endoscopia Digestiva, Fisiatria, Foniatria, Gastroenterologia, Genética Clínica, Geriatria, Ginecologia, Hansenologia, Hematologia, Hemoterapia, Homeopatia, Infectologia, Mastologia, Medicina do Trabalho, Medicina do Tráfego, Medicina Esportiva, Medicina Geral Comunitária, Medicina Intensiva, Medicina Interna ou Clínica Médica, Medicina Legal, Medicina Nuclear, Medicina Sanitária, Nefrologia, Neurocirurgia, Neurofisiologia Clínica, Neurologia, Neurologia Pediátrica, Nutrologia, Obstetrícia, Oftalmologia, Ortopedia e Traumatologia, Otorrinolaringologia, Patologia, Patologia Clínica, Pediatria, Pneumologia, Proctologia, Psiquiatria, Radiologia, Radioterapia, Reumatologia, Sexologia, Terapia Intensiva, Tisiologia, Urologia.

DAS ENTREVISTAS, COMUNICAÇÕES E TRABALHOS CIENTÍFICOS

Art. 7º - O médico pode, usando qualquer meio de divulgação leiga, prestar informações, dar entrevistas e publicar artigos versando sobre assuntos médicos que sejam estritamente de fins educativos.

§ 1º Em tais casos deverá ater-se aos postulados éticos contidos no Código de Ética Médica em vigor e nas Resoluções do Conselho Federal de Medicina.

§ 2º Sempre que em dúvida sobre como abordar assunto médico para o público, deverá o profissional solicitar pronunciamento prévio do Conselho Regional de Medicina.

Art. 8º - Por ocasião de entrevistas, comunicações, publicações de artigos e informações ao público, deve o médico evitar autopromoção e sensacionalismo, preservando, sempre, o decoro da profissão.

§ 1º Entende-se por autopromoção quando o médico, por meio de entrevistas, comunicações, publicações de artigos e informações, procura beneficiar-se, no sentido de angariar clientela, fazer concorrência desleal, pleitear exclusividade de métodos diagnósticos e terapêuticos e auferir lucros.

§ 2º Entende-se por sensacionalismo:

a) a utilização pelo médico de meios de comunicação para divulgar métodos e meios que não tenham reconhecimento científico para ampla utilização;

b) modificação de dados estatísticos, visando beneficiar a Instituição que representa ou integra;

c) apresentação, em público, de técnicas e métodos científicos que devem limitar-se ao ambiente médico;

d) participação em anúncios de empresas comerciais de qualquer natureza;

e) trazer a público informações que causem intranqüilidade.

Art. 9º - Nas placas internas ou externas, as indicações deverão limitar-se ao previsto no art. 2º e seu parágrafo único desta Resolução.

Art. 10 - Logotipos e cartazes somente serão permitidos após prévia autorização do respectivo Conselho Regional de Medicina.

Art. 11- Nas folhas de receituário médico, além das exigências legais, deverá o médico ater-se às disposições da presente Resolução.

Art. 12 - Nos anúncios e divulgações feitos por médico ou estabelecimento de saúde no rádio e na televisão, deverão ser observadas a legislação em vigor e as normas da presente Resolução.

Art. 13 - As publicações de trabalhos científicos deverão ater-se, rigorosamente, ao preceituado no Código de Ética Médica.

BOLETINS MÉDICOS

Art. 14 - Quando da emissão de Boletins Médicos, devem os mesmos ser elaborados de modo sóbrio, impessoal e verídico, rigorosamente fiéis ao segredo médico.

§ 1º Os Boletins Médicos poderão ser divulgados através do Conselho Regional de Medicina, quando o médico assim achar conveniente.

§ 2º Os Boletins Médicos, nos casos de pacientes internados em estabelecimentos de saúde, deverão, sempre, ser assinados por médico responsável e subscritos pelo Diretor Técnico da Instituição ou, em sua falta, pelo substituto.

DA COMISSÃO DE DIVULGAÇÃO

Art. 15 - Os Conselhos Regionais de Medicina manterão Comissão Permanente de Divulgação de Assuntos Médicos (CODAME) composta, no mínimo, de 3 (três) membros.

Art. 16 - A Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos terá como finalidade:

a) dar parecer a consultas feitas ao Conselho Regional de Medicina a respeito de publicidade de assuntos médicos, interpretando pontos duvidosos, conflitos e omissões;

b) emitir parecer sobre matéria que envolva divulgação médica, inclusive publicações de trabalhos científicos, sempre que a ela for submetida;

c) quando necessário, observar os médicos primariamente envolvidos em publicidade, nos casos por ela analisados;

d) propor ao Conselho Regional de Medicina a instauração de Processo Ético-Profissional nos casos que tenham características de infração ao Código de Ética Médica;

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.

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 17 - A presente Resolução aplicar-se-á a toda forma de publicidade ou propaganda, quer realizada por médico, individual ou coletivamente, quer por estabelecimento de saúde.

Art. 18 - Ficam, pela presente, revogadas a Resolução CFM nº 417/70 e todas as Resoluções dos Conselhos Regionais de Medicina relativas à publicidade médica.

Art. 19 - A inobservância aos artigos da presente Resolução, para fins de instauração de Processo Ético-Profissional, será capitulada na alínea d do art. 5º, do Código de Ética Médica. (*)

CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA

RESOLUÇÃO CFM nº 1.246, de 8 de janeiro de 1988
Aprova o Código de Ética Médica
(DOU, 26.1.88)

Capítulo IX **SEGREDO MÉDICO**

É vedado ao médico:

Art. 104 - Fazer referência a casos clínicos identificáveis, exibir pacientes ou seus retratos em anúncios profissionais ou na divulgação de assuntos médicos em programas de rádio, televisão ou cinema, em artigos, entrevistas, ou reportagens em jornais, revistas ou outras publicações leigas.

Capítulo XIII **PUBLICIDADE E TRABALHOS CIENTÍFICOS**

É vedado ao médico:

Art. 131 - Permitir que sua participação na divulgação de assuntos médicos, em qualquer veículo de comunicação de massa, deixe de ter caráter de esclarecimento e educação da coletividade.

Art. 132 - Divulgar informações sobre assunto médico de forma sensacionalista, promocional ou de conteúdo inverídico.

Art. 133 - Divulgar, fora do meio científico, processo de tratamento ou descoberta cujo valor não esteja expressamente reconhecido por órgão competente.

Art. 134 - Dar consulta, diagnóstico ou prescrição por intermédio de qualquer veículo de comunicação de massa.

Art. 135 - Anunciar títulos científicos que não possa comprovar ou especialidade para a qual não esteja qualificado.

Art. 136 - Participar de anúncios de empresas comerciais de qualquer natureza, valendo-se de sua profissão.

Art. 137 - Publicar em seu nome trabalho científico do qual não tenha participado; atribuir-se autoria exclusiva de trabalho realizado por seus subordinados ou outros profissionais, mesmo quando executados sob sua orientação.

Art. 138 - Utilizar-se, sem referência ou sem autorização expressa do autor, de dados, informações, ou opiniões ainda não publicados.

Art. 139 - Apresentar como originais quaisquer idéias, descobertas ou ilustrações que na realidade não o sejam.

Art. 140 - Falsear dados estatísticos ou deturpar sua interpretação científica.

DECRETO nº 20.931, de 11 de janeiro de 1932

*Regula e fiscaliza o exercício da Medicina,
da Odontologia, da Medicina Veterinária
e das profissões de farmacêutico, parteira
e enfermeira, no Brasil, e estabelece penas
(Parte: art. 1º a 29; 38 a 44)
(DOU, 15.1.32)*

I – LEGISLAÇÃO BÁSICA PROFISSIONAL

Art. 10 - Os que, mediante anúncios ou outro qualquer meio, se propuserem ao exercício da Medicina ou de qualquer dos seus ramos, sem título devidamente registrado, ficam sujeitos, ainda que se entreguem excepcionalmente a essa atividade, às penalidades aplicáveis ao exercício ilegal da Medicina.

DO EXERCÍCIO DA MEDICINA

Art. 15 - São deveres dos médicos:

b) escrever as receitas por extenso, legivelmente, em vernáculo, nelas indicando o uso interno ou externo dos medicamentos, o nome e a residência do doente, bem como a própria residência ou consultório;

f) mencionar em seus anúncios somente os títulos científicos e a especialidade.

Art. 16 - É vedado ao médico:

b) receitar sob forma secreta, como a de código ou número;

c) indicar, nas receitas, determinado estabelecimento farmacêutico, para as aviar, ou dar consulta em local contíguo a estabelecimento farmacêutico, em circunstâncias que induzam, a juízo do Departamento Nacional de Saúde, à existência de quaisquer ligações com o mesmo;

g) fazer parte, quando exerça a clínica, de empresa que explore a indústria farmacêutica ou seu comércio. Aos médicos autores de fórmulas de especialidades farmacêuticas, serão, porém, assegurados os respectivos direitos, embora não as possam explorar comercialmente desde que exerçam a clínica;

j) anunciar a cura de doenças consideradas incuráveis segundo os atuais conhecimentos científicos;

m) manter a publicação de conselhos e receitas a consulentes por correspondência ou pela imprensa.

PUBLICIDADE MÉDICA (Normas)

DECRETO-LEI nº 4.113, de 14 de fevereiro de 1942

Regula a propaganda de médicos, cirurgiões dentista, parteiras, massagistas, enfermeiros, de casas de saúde e de estabelecimentos congêneres, e a de preparados farmacêuticos.

Dos Médicos e Cirurgiões Dentistas

Art. 1º - É proibido aos médicos anunciar:

I – cura de determinadas doenças, para as quais não haja tratamento próprio, segundo os atuais conhecimentos científicos;

II – tratamento para evitar a gravidez, ou interromper a gestação, claramente ou em termos que induzam a esses fins;

III – exercício de mais de duas especialidades, sendo facultada a enumeração de doenças, órgão ou sistemas compreendidos na especialização;

IV – consultas por meio de correspondência, pela imprensa, caixa postal, rádio ou processos análogos;

V – especialidade ainda não admitida pelo ensino médico, ou que não tenha tido a sanção das sociedades médicas;

VI – prestação de serviços gratuitos, em consultórios particulares;

VII – sistematicamente, agradecimentos manifestados por clientes e que atentem contra a ética médica;

VIII – com alusões detratoras a escolas médicas e a processos terapêuticos admitidos pela legislação do país;

IX – com referência a cura de determinadas doenças, para as quais não haja tratamento estabelecido, por meio de preparados farmacêuticos;

§ 2º Não se compreende nas proibições deste artigo anunciar o médico ou o cirurgião dentista seus títulos científicos, o preço da consulta, referências genéricas à aparelhagem (raio X, rádio, aparelhos de eletricidade médica, de fisioterapia e outros semelhantes); ou divulgar, pela imprensa ou pelo rádio, conselhos de higiene e assuntos de Medicina ou de ordem doutrinária, sem caráter de terapêutica individual.

CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR)

O III Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em São Paulo, em 1978, aprovou por aclamação o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, cujo Anexo G refere-se aos Médicos.

1. A publicidade a que se refere este capítulo não poderá anunciar:

a) cura de doenças para as quais ainda não exista tratamento próprio, de acordo com os conhecimentos científicos comprovados;

b) métodos de tratamento e diagnósticos ainda não consagrados cientificamente;

c) especialidade ainda não admitida pelo respectivo ensino profissional;

d) a oferta de diagnóstico e/ou tratamento através de serviço postal;

e) produtos protéticos que requeiram exames e diagnósticos de médicos especialistas.

2. A propaganda dos profissionais a que se refere este Capítulo não pode anunciar:

a) o exercício de mais de duas especialidades;

b) atividades proibidas nos respectivos códigos de ética profissional.

3. A propaganda de serviços hospitalares e assemelhados deve, obrigatoriamente, mencionar a direção médica responsável.

4. A propaganda de tratamentos médicos e de dietas será regida pelos seguintes princípios:

a) deve, antes de mais nada, estar de acordo com a disciplina dos órgãos profissionais e governamentais sobre o assunto;

b) precisa mencionar a direção médica responsável;

c) dar uma descrição clara e adequada do caráter do tratamento ou da dieta;

d) não pode conter testemunhais fornecidos por leigos;

e) não pode conter promessas de cura ou de recompensa àqueles que não obtiverem êxito com a utilização do tratamento ou da dieta.

PROPAGANDA COMERCIAL

LEI n° 9.294, de 15 de julho de 1996

Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do artigo 220 da Constituição Federal.

(DOU, 16.7.96)

Art. 7º - A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

RESOLUÇÃO CFM n° 788, de 13 de maio de 1977 **Instauração de Processo Ético-Disciplinar**

Considerando haver publicidade, em todo o País, de clínicas ditas especializadas para diferentes tipos de tratamento;

considerando que, de acordo com a legislação em vigor, qualquer organização hospitalar ou de assistência médica só pode funcionar no território nacional tendo um diretor-técnico e principal responsável habilitado para o exercício da Medicina;

considerando, ainda, que esse diretor-técnico, nos termos da legislação em vigor, deve enviar regularmente à autoridade sanitária a relação dos profissionais que nele desempenham a atividade médica,

resolve:

Determinar aos Conselhos Regionais de Medicina que, em todos os casos, verificada a existência de publicidade de organização ou pessoa jurídica, sem obedecer às Resoluções do Conselho Federal de Medicina e a legislação em vigor, seja instaurado processo ético-profissional contra o respectivo diretor-técnico e principal responsável.

REGULAMENTAÇÃO SOBRE LICENCIAMENTO **E DIMENSÕES DOS ANÚNCIOS**

Compete às Prefeituras o licenciamento do anúncio. No Município de São Paulo, este é realizado pelo CADAN – Cadastro de Anúncios, criado pela Lei n. 8.730, de 7 de junho de 1978.

Deve-se ressaltar, entretanto, que o registro do anúncio no CADAN não implica no reconhecimento da regularidade do mesmo.

Os anúncios de qualquer natureza são disciplinados por Decreto Municipal, o qual estabelece suas dimensões máximas, normas técnicas sobre segurança e

construção, conjunto de formas e cores, localização no imóvel, penalidades em caso de infringência, e outras normas pertinentes.

Não é prerrogativa, portanto, do Conselho Regional de Medicina, legislar sobre o licenciamento e características físicas dos anúncios.

PARECERES DO CFM

2ª Edição – 1998

Conselho Federal de Medicina
Janeiro/85 – Dezembro/97

PUBLICIDADE MÉDICA

PARECER CFM nº 28/88, aprovado em 09/12/88. Analisa propaganda que menciona patologias que são de objeto de tratamento por profissional não-especialista na área.

PARECER CFM nº 44/90, aprovado em 08/12/90. Não existe limite máximo de especialidades para cada médico, porém esclarece que existe impedimento legal de anunciar o exercício de mais de duas especialidades.

PARECER CFM nº 26/94, aprovado em 29/09/94. O médico contratado como Psiquiatra deverá ter o registro de título de especialista no CRM de sua jurisdição.

PARECER CFM nº 18/95, aprovado em 06/04/95. Publicação de “Guia Médico de Especialidade”, respeitando as normas vigentes, não fere a ética médica.

PARECER CFM nº 27/96, aprovado em 13/09/96. Configura procedimento anti-ético o oferecimento de serviço de informação ao público sobre planejamento familiar em reprodução humana ou qualquer assunto de natureza médica, através do serviço telefônico “900” ou “0900”, por ferir os artigos 62 e 134 do Código de Ética Médica.

É vedado ao Médico:

Art. 62 Prescrever tratamento ou outros procedimentos sem exame direto do paciente, salvo em casos de urgência e impossibilidade comprovada de realizá-lo, devendo, nesse caso, fazê-lo imediatamente cessado o impedimento.

Art. 134 Dar consulta, diagnóstico ou prescrição por intermédio de qualquer veículo de comunicação de massa.

PARECER CFM nº 23/97, aprovado em 12/06/97. Não comete ilícito ético o autor de trabalho científico que investiga as causas de êxodo e adesão dos pacientes ao tratamento ambulatorial, mesmo que a sua divulgação seja feita por meio de assistentes de laboratório farmacêutico.

**Proibição da prática de terapias
não comprovadas cientificamente**

(DOU, 03.09.98)

Considerando o surgimento e a proliferação de práticas pretensamente terapêuticas, à margem do conhecimento científico aceito pela comunidade acadêmica;

considerando que tais práticas, quando inseridas na atividade médica, atentam contra a dignidade profissional;

considerando os riscos à saúde das pessoas submetidas a procedimentos destituídos de embasamento científico;

considerando que os médicos são obrigados ao cumprimento da legislação sanitária do país;

considerando que o art. 124 do CEM veda ao médico “usar experimentalmente qualquer tipo de terapêutica ainda não liberada para uso no país, sem a devida autorização dos órgãos competentes e sem consentimento do paciente ou de seu responsável legal, devidamente informados da situação e das possíveis consequências”;

considerando que cabe ao Conselho Federal de Medicina disciplinar o exercício profissional médico e zelar pela boa prática médica no país; resolve:

Art. 1º - É proibida aos médicos a utilização de práticas terapêuticas não reconhecidas pela comunidade científica.

Art. 2º - O reconhecimento científico, quando ocorrer, ensejará Resolução do Conselho Federal de Medicina oficializando sua prática pelos médicos no país.

Art. 3º - Fica proibida qualquer vinculação de médicos a anúncios referentes a tais métodos e práticas.

PARECERES DO CRM-SP

Conselho Regional de Medicina
do Estado de São Paulo
1987 - 1998

PARECER nº 20.662/87

Assunto: Médico inscrito neste Regional indaga acerca da publicidade que pretende adotar na policlínica de sua propriedade. A indagação refere-se, basicamente, quanto à fachada da policlínica, isto é, se é permitida a colocação de alumínio e letras que tenham aproximadamente 60cm cada, totalizando seis metros, com a denominação Clínica Médica X.

Parecer. Em princípio, temos que na publicidade médica deve constar, sempre, o nome do médico Diretor Técnico e sua inscrição principal no Conselho Regional em cuja jurisdição se achar o estabelecimento de saúde. Ademais, é de esclarecer que a regulamentação das dimensões e do formato do letreiro foge à competência deste Conselho emitir posicionamento.

PARECER nº 21.496/92

Assunto: *Quanto à realização de vídeos-home sobre temas diversos relacionados à Medicina, com profissionais selecionados, sendo esses vídeos distribuídos, gratuitamente, nas locadoras, em caráter educativo, para consumidores em geral, incluindo-se aí médicos interessados em informações a respeito de determinada área.*

Parecer. A produção da matéria solicitada enseja, a nosso ver, várias infringências ao Código de Ética; além disso, entendemos que, atrás dos objetivos de “educação da população”, vislumbra-se situação de potencial sensacionalismo e autopromoção pessoal ou institucional de desrespeito aos mais elementares princípios do direito da privacidade dos pacientes e, principalmente, dos aspectos que envolvem segredo profissional, pois, eventualmente, poderão trazer a público matérias que devam ser limitadas ao âmbito médico. Entendemos que a equipe médica responsável pelo paciente não pode nem deve autorizar a filmagem dentro do centro cirúrgico.

No mérito desta Consulta, mesmo que as famílias envolvidas ou o paciente assim o autorizem. Filmagens de atos médicos só têm justificativa quando tenham precípua finalidade educativa para divulgação em ambiente profissional restrito. Para o público leigo podem ser feitas divulgações baseadas em recursos tecnológicos e de efeitos especiais.

PARECER nº 28.448/92

Assunto: *Sobre propostas veiculadas no rádio, por empresas comerciais, para realizarem exames em pacientes com defeitos visuais, e não por oftalmologistas.*

Parecer. O exame oftalmológico assim como a prescrição de lentes de grau são atos de exclusiva competência do médico, levando-se, na devida consideração, que esses atos são vedados ao ótico e ao optometrista, pois essa profissão não está regulamentada no Brasil. Assim sendo, entende-se, no caso presente, há infração de ordem ética e legal.

CONSULTA nº 34.262/93

Assunto: *Maneira adequada de divulgação de serviço médico na mídia eletrônica.*

Parecer. Publicação de Especialidade: O profissional poderá denominar-se especialista, caso possua título de especialista no CRM. Ex.: Neurologista, Pediatra, Endocrinologista. Caso o profissional não possua título de especialista na área em que atua, poderá somente divulgar o nome da especialidade. Ex.: Neurologia, Pediatria, Endocrinologia. Inverídico ou Autopromoção: O profissional não poderá chamar para si a autoria ou responsabilidade de método ou técnica da qual não for autor. Caráter Promocional: No caso de divulgação com caráter profissional, sempre deverá ser divulgado o nome do médico e o número do seu CRM.

CONSULTA nº 17.913/95

Assunto: *Limites éticos à participação do médico em programas de televisão, similares àquele denominado “Porta da Esperança”.*

Parecer. Há um “merchandising” bastante explícito nesse programa, que consiste numa filmagem do estabelecimento comercial benfeitor, quase sempre se mencionando o endereço, etc. Ora, a prática da Medicina, na forma descrita, viola, simultaneamente, vários preceitos do Código de Ética Médica, notadamente o artigo 6º. E, nesse caso, qual seria o sofrimento daqueles que não pudessem ser atendidos? Caso o profissional não se dê por satisfeito, apenas pelo prazer da arte da explicação, citamos os artigos 10, 132 e 134 do CEM. Lembro, ainda, que, caso haja anúncio da clínica com nome e endereço, incorrer-se-á na violação a regra do artigo 132, que, como já lembrado, veda a propaganda imoderada. Esclareço, por último, que o

médico, ao se utilizar de meio de comunicação, deve “evitar autopromoção e sensacionalismo, preservando sempre o decoro da profissão”.

CONSULTA nº 23.011/95

Assunto: *Formula consulta sobre anúncio para divulgação de clínica de Cirurgia Plástica.*

Parecer. Baseado nas normas que regulam a publicidade médica, devemos sugerir que não sejam divulgados valores do tratamento, pois isso poderá ser visto como sensacionalismo; também não devem ser publicadas fotos de pacientes e, no texto em que existe o nome da Clínica, deve vir referido o nome do profissional técnico responsável pela mesma, com o respectivo número do CRM.

CONSULTA nº 24.924/95

Assunto: *Informações a respeito da solicitação por uma emissora local para que a clínica particular seja cedida para a realização de exames clínicos de prevenção de diabetes e hipertensão. Tais exames serão realizados a título gratuito e a propaganda será veiculada pela emissora de rádio local.*

Parecer. O médico deve evitar que sua participação na divulgação de assuntos profissionais, nos meios de comunicação mais diversos, deixe de ter a conotação eminentemente de esclarecer e educar a comunidade. Essas divulgações para o público não devem visar, portanto, à propaganda pessoal e aos interesses sensacionalistas, mas limitar-se à revelação dos conhecimentos necessários para a população naquilo que é importante em favor da saúde pública. Na presente consulta, o que causa estranheza é que uma clínica particular possa atender, a título gratuito, todos os indivíduos que ouvem a emissora. Deve-se, na verdade, evitar que a referida propaganda acabe por constituir benefício à clínica fazendo, desse modo, concorrência desleal aos colegas.

CONSULTA nº 26.671/95

Assunto: *Referente à veiculação de propaganda de um indicador médico pela televisão, por meio de uma Sociedade representativa da classe médica, citando nome do profissional, especialidade, tipo de atendimento, particular e/ou convênio e endereço.*

Parecer. A consulta refere-se a indicador médico pela TV, processo totalmente aceito desde que dentro das normas de publicidade dos órgãos competentes. As demais indicações dos anúncios deverão limitar-se ao preceituado na legislação em vigor. Portanto, a veiculação de indicador médico em jornais, televisão, Internet e outros meios de comunicação é totalmente possível e viável, desde que respeitadas as leis e normas existentes e constantes no Manual da CODAME.

PARECER nº 40.159/95

Assunto: *Quanto à divulgação de curso de Homeopatia para leigos por meio de folhetos contendo o endereço e o nome de uma farmácia homeopática.*

Parecer: Como comentado com propriedade pela Assessoria Jurídica, somos de parecer que tais folhetos infringiram os ditames éticos no que tange à participação de profissional médico na divulgação de anúncios de empresas comerciais de qualquer natureza.

CONSULTA nº 2.367/96

Assunto: *Permissão para emitir mala direta divulgando nova unidade junto à comunidade médica.*

Parecer. A remessa de mala direta que o proponente deseja encaminhar à classe médica está dentro das normas que regem a publicidade e o relacionamento entre colegas médicos. Nos dados referentes à clínica, além das informações já contidas, devem também constar o nome do médico responsável técnico, bem como o

número de sua inscrição neste CRM.

PARECER n° 25.593/96

Assunto: *Quanto à possibilidade de o médico fazer anúncio em jornais e revistas de preços de vacinas contra doenças infecto-contagiosas, que são aplicadas em consultórios.*

Parecer: Considerando que um anúncio desse tipo, dirigido a leigos e veiculado em jornais e revistas, caracteriza a atividade como comércio, podendo até ensejar uma conotação de concorrência desleal, recomendamos a não realização dessa veiculação.

PARECER n° 6.595/97

Assunto: *Crêterios a serem utilizados para definir quais técnicas e métodos científicos devem limitar-se ao ambiente médico.*

Parecer. Concluimos que é possível a divulgação de Programas pelo rádio e/ou TV sobre saúde. Porém é muito importante nos atermos a alguns detalhes interessantes:

a) primeiramente, os assuntos divulgados não deverão ser polêmicos no meio científico pois, sendo assim, poderão causar insegurança e mesmo medo à população;

b) dados estatísticos ou mesmo técnicas e termos científicos de difícil compreensão pelo leigo também devem ser evitados;

c) a publicação de técnicas cirúrgicas só poderão ser divulgadas se realmente aceitas pelas Sociedades de Especialidades específicas.

É importante observarmos que a divulgação de assunto médico ao leigo com a finalidade de esclarecimento, prevenção, educação etc, será sempre bem vista pelas Instituições médicas e muito útil para a coletividade.

RESOLUÇÃO CREMESP n° 81/97

**Trata da conduta ética do médico especialista
em cirurgia plástica**

(DOE, 19.6.97)

Considerando que a Cirurgia Plástica é especialidade médica reconhecida pelo Conselho Federal de Medicina e pela Associação Médica Brasileira, sem incorrer em subdivisões topográficas, diagnósticas ou de finalidade;

Considerando que a Cirurgia Plástica tem o conjunto de conhecimento regulamentado no ensino de graduação, na pós-graduação "lato sensu" (residência e especialização) e na pós-graduação "stricto sensu" (mestrado e doutorado);

Considerando que a Cirurgia Plástica tem a prática profissional regulamentada pelo Conselho Federal de Medicina, registrando o título de especialista, obtido pela Residência Médica, credenciada pela Comissão Nacional de Residência Médica e por meio da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica;

Considerando que a Cirurgia Plástica trata de doenças e deformidades congênitas, adquiridas, traumáticas, degenerativas e oncológicas, assim como das conseqüências, visando beneficiar os pacientes do ponto de vista funcional, psicológico e social, objetivando a melhoria da qualidade de vida;

Considerando a necessidade de informar a Sociedade Civil da real função da Cirurgia Plástica, como especialidade médica;

Resolve:

Art. 1º - A Cirurgia Plástica é especialidade única, indivisível e, como tal, deve ser exercida por médicos devidamente qualificados, utilizando técnicas habituais, reconhecidas cientificamente.

Art. 2º - O tratamento pela Cirurgia Plástica constitui ato médico que deve ter como finalidade trazer benefício à saúde do paciente, seja física, psicológica ou social.

Art. 3º - O cirurgião plástico, como todos os médicos, deve manter, em sua prática, conduta ética, não utilizar procedimentos experimentais, a não ser em circunstâncias especificamente consideradas como pesquisa clínica, sempre com prévia autorização do paciente, utilizando as normas da Convenção de Helsinki e do Conselho Nacional de Saúde, subseqüentemente, sem ônus para o paciente.

Art. 4º - Na Cirurgia Plástica, como em qualquer especialidade médica, o médico não deve prometer resultado ou garantia do tratamento. O médico deverá informar ao paciente, de forma clara, sobre os benefícios e riscos do procedimento.

Art. 5º - O objetivo do ato médico, na Cirurgia Plástica, como em toda a prática médica, constitui obrigação de meio e não obrigação de fim ou de resultado.