

Por Maria Júlia Vantroba

A publicidade médica deve possuir viés educativo, esclarecedor e informativo, sem caráter comercial, pois trata-se de assunto vinculado à saúde

A era digital proporcionou diversas oportunidades para a medicina, facilitando, inclusive, a publicidade da área. No entanto, essa faceta pode se tornar um obstáculo profissional, de modo que se questiona: como os médicos poderão realizar a publicidade médica sem desrespeitar os preceitos éticos da profissão?

O novo Código de Ética Médica trata sobre o tema, assim como o Conselho Federal de Medicina que dispõe de três resoluções¹ principais, todas abordando regras e limites da publicidade para médicos, clínicas e hospitais.

Posto isso, a publicidade médica deve possuir viés educativo, esclarecedor e informativo, sem caráter comercial, pois trata-se de assunto vinculado à saúde. Não suficiente, entende-se por publicidade médica "*a comunicação feita ao público, por qualquer meio de divulgação, de atividade profissional de iniciativa, participação e/ou anuência do médico*", como por exemplo, o uso de redes sociais, participação em TV e rádio e uso de arte em outdoors.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Migalhas, em 18.08.2023