

**Resolução CFM nº 2.336/2023 publicada hoje (13/09) no Diário Oficial da União entrará em vigor em 180 dias**

Na era da sociedade digital, ascensão do Marketing de Influência e a crescente atuação dos criadores de conteúdo, por não especialistas no mercado, ligados a segmentos de estética, dentre outros, o Conselho Federal de Medicina (CFM) atualizou suas regras para a publicidade médica.

“A norma traz maior liberdade de anúncio aos médicos, mas é fundamental agir com responsabilidade e em conformidade com demais legislações vigentes, inclusive à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD (13.709/2018)”, afirma Andrea Ferreira, gestora de Saúde do Peck Advogados.

De maneira geral, a publicidade médica visa informar e elucidar dúvidas dos pacientes e o ambiente digital, em especial, proporcionou maior acesso ao público. O novo texto permitirá que o médico divulgue seu trabalho nas redes sociais, faça publicidade dos equipamentos disponibilizados no seu local de trabalho e, em caráter educativo, use imagens de seus pacientes ou de banco de fotos.

Além de permitir ao médico mostrar o seu trabalho, a nova resolução também autoriza a divulgação dos preços das consultas, a realização de campanhas promocionais, o uso das imagens dos pacientes, investimentos em negócios não relacionados à área de prescrição do médico, além de outras permissões.

“Pela nova Resolução CFM nº 2.336/23, a imagem deve ter caráter educativo e obedecer os seguintes critérios: o material deve estar relacionado à especialidade registrada do médico e a foto deve vir acompanhada de texto educativo, contendo as indicações terapêuticas e fatores que possam influenciar negativamente o resultado”, ressalta a advogada.

Ainda segundo a regra, a imagem também não pode ser manipulada ou melhorada e o paciente não pode ser identificado. Demonstrações de antes e depois devem ser apresentadas em conjunto com imagens contendo indicações, evoluções satisfatórias, insatisfatórias e possíveis complicações decorrentes da intervenção. Quando for possível, deve ser mostrada a perspectiva de tratamento para diferentes biotipos e faixas etárias, bem como a evolução imediata, mediata e tardia.

Andréa destaca ainda que a importância de seguir algumas cautelas como: i) quando as imagens forem de banco de dados do próprio médico ou serviço ao qual pertença: 1. obter autorização do paciente para o uso de sua imagem; 2. respeitar o pudor e a privacidade do paciente que cedeu as imagens; 3. garantir o anonimato do paciente que cedeu as imagens, mesmo que tenha recebido autorização para divulgação.

Em muitos casos, o paciente publica em suas redes sociais agradecimento ao profissional que o atendeu. Agora, o médico poderá repostar, em suas redes, esses elogios e depoimentos, com a recomendação de que o depoimento seja sóbrio, sem adjetivos que denotem superioridade ou induzam a promessa de resultados.

Andrea lembra também que, quando o médico usar imagens de banco de imagens, deverá citar a origem e atender às regras de direitos autorais. Quando a fotografia for dos próprios arquivos do médico ou do estabelecimento onde atua, deve obter do paciente a autorização para publicação. A imagem deve garantir o anonimato do paciente, mesmo que este tenha autorizado o uso, e respeitar seu pudor e privacidade.

A Resolução contempla ainda o direito do médico que poderá também comprar espaços publicitários utilizando qualquer meio ou canal de comunicação de terceiros para dar entrevistas, publicar artigos sobre assuntos médicos, com finalidade educativa, de divulgação científica, de promoção da saúde e do bem-estar públicos, desde que respeitadas as regras definidas pelo CFM.

Outro direito assegurado ao médico é a divulgação de sua qualificação técnica e a utilização em trabalhos e eventos científicos, destinados exclusivamente a médicos e estudantes de medicina, de imagens com a aplicação de técnicas de abordagem, desde que obtenha prévia autorização do paciente ou de seu representante legal

**Fonte:** Peck Advogados, em 13.09.2023.