

O Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (Cremesp) participou, nesta quinta-feira (14), do 16º Congresso do Departamento de Ensino e Serviços Credenciados (DESC), realizado pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP). O evento, que acontece nos dias 14 e 15 de março, no World Trade Center – Centro de Convenções, em São Paulo, contou com cursos, conferências e palestras sobre diversos assuntos do exercício da Medicina, além da Prova de Residentes e Exame de Especialista da SBCP.

A abertura das apresentações foi feita pelo presidente da SBCP, Volney Pitombo, e pelo diretor do DESC, Miguel Sabino Neto.

A Autarquia foi representada pelo presidente, Angelo Vattimo, e pelo cirurgião plástico e coordenador do Departamento de Comunicação, Alexandre Kataoka, que estiveram presentes na mesa “Divulgação Médica: como me preparar e o que devo evitar”, com a apresentação da Resolução CFM nº 2336/23, de publicidade médica, que entrou em vigor no dia 11 de março. O procurador jurídico do Conselho, Carlos Michaelis, também participou do debate, apontando as ações positivas do Cremesp aos médicos do Estado de São Paulo, como em defesa do Ato Médico e das prerrogativas médicas, por exemplo.

Papel do Conselho

No início de seu discurso, o presidente falou sobre a importância do Cremesp e de seus pilares sendo eles o judicante, fiscalizatório e cartorial. “Nós estamos muito preocupados com o número de denúncias e conduta ética no Conselho”, destacou Vattimo.

Ele também exaltou a nova resolução de publicidade médica que, segundo ele, “é uma das mais importantes da Medicina”, mas citou que o equilíbrio é necessário quando o assunto é redes sociais.

Ética na divulgação médica

Kataoka apresentou a palestra “Os limites éticos e implicações legais”, na qual discorreu sobre a função da publicidade na Medicina, que é de “educar o paciente, e não puramente de exposição”. Também falou sobre as consequências do mau uso da divulgação, principal causador de desinformação ao consumidor; de como funciona a legislação brasileira; das restrições éticas que permaneceram com a normativa; e dos desafios na fiscalização desta prática.

Sobre a promessa de resultados e o Código de Defesa do Consumidor, o cirurgião plástico reitera: “Não foi tudo liberado no ‘antes e depois’. É preciso mostrar as possíveis complicações dos procedimentos aos pacientes, não só as imagens mais bonitas”.

A importância da publicidade, realizada de maneira ética e educativa aos pacientes, também foi abordada por Kataoka, que pontuou a influência positiva na população que o médico deve ter nas mídias sociais.

Encerramento da mesa

Por fim, todos os palestrantes se reuniram para um debate sobre os tópicos expostos, que tinha o objetivo de esclarecer as principais dúvidas da plateia sobre a Resolução CFM nº 2336/23 e a atuação do Cremesp a respeito da publicidade médica feita de maneira indevida.

Na discussão, Vattimo e Kataoka enfatizaram a responsabilidade das Sociedades de Especialidades em zelar pela conduta ética de seus associados, pois estas também têm como base o Código de Ética Médica.

“Acobertar e deixar de denunciar condutas irregulares dos médicos infringe os artigos 50 e 57 do

Legismap Roncarati

Cremsp debate a ética na publicidade médica no 16º Congresso do DESC da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP)

Código de Ética Médica. Neste caso, os presidentes das Sociedades podem responder perante ao Conselho Regional de Medicina”, completou o coordenador do Departamento de Comunicação do Cremsp.

Fonte: Cremsp, em 15.03.2024