



**CFM**  
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

## **RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/2011**

(Publicada no [D.O.U. 19 de agosto de 2011, n. 160, Seção I, p. 241-4](#))

[\(Alterada pela Resolução CFM 2.126/2015\)](#)

[\(Alterada pela Resolução CFM 2.133/2015\)](#)

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 comerciais ou de seus produtos, qualquer que seja sua natureza, dispositivo este que alcança, inclusive, as entidades médicas sindicais ou associativas; (alterado pela [Resolução CFM n. 2.126/2015](#))

**Redação anterior:**

- ~~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 reconhecida pelo Conselho Federal de Medicina como válido para a prática médica; (alterado pela [Resolução CFM n. 2.126/2015](#))

**Redação anterior:**

- ~~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 firmam 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** As mídias sociais dos médicos e dos estabelecimentos assistenciais em Medicina deverão obedecer à lei, às resoluções normativas e ao Manual da Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame).

§1º Para efeitos de aplicação desta Resolução, são consideradas mídias sociais: *sites, blogs, Facebook, Twiter, Instagram, YouTube, WhatsApp* e similares.

§2º É vedada a publicação nas mídias sociais de autorretrato (*selfie*), imagens e/ou áudios que caracterizem sensacionalismo, autopromoção ou concorrência desleal.

§ 3º É vedado ao médico e aos estabelecimentos de assistência médica a publicação de imagens do “antes e depois” de procedimentos, conforme previsto na alínea “g” do artigo 3º da Resolução CFM nº 1.974/11.

§4º A publicação por pacientes ou terceiros, de modo reiterado e/ou sistemático, de imagens mostrando o “antes e depois” ou de elogios a técnicas e resultados de procedimentos nas mídias sociais deve ser investigada pelos Conselhos Regionais de Medicina. (alterado pela [Resolução CFM n. 2.126/2015](#))

**Redação anterior:**

~~**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 1.974/2011**

### **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 *banday* 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 *bandwidth* 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 estímulo 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 em matéria jornalística nas redes sociais:** (alterado pela [Resolução CFM n. 2.133/2015](#))

**Redação anterior:**

~~**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 sítio do Conselho Federal de Medicina: [www.portalmedico.org.br](http://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 1.974/2011**

(Nova redação - Alterado pela Resolução CFM 2.126/2015)

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 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 hospitalar  
Ficha de evolução de morbidade  
Ficha de evolução de paciente  
Ficha de evolução médica  
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 referência/contrarreferência  
Ficha de registro diário de atividades e procedimentos  
Ficha de remoção domiciliar  
Ficha de solicitação de antimicrobianos de uso controlado  
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  
Laudo médico para a emissão da AIH  
Laudo médico para a emissão de APAC  
Laudo para solicitação/autorização de procedimento ambulatorial  
Prontuário  
Receituário médico

Relatório de cirurgia

Relatório de visitas domiciliares

Resumo de alta hospitalar

Solicitação de procedimento especializado

Termo de autorização de internação

Termo de autorização para encaminhamento de membro

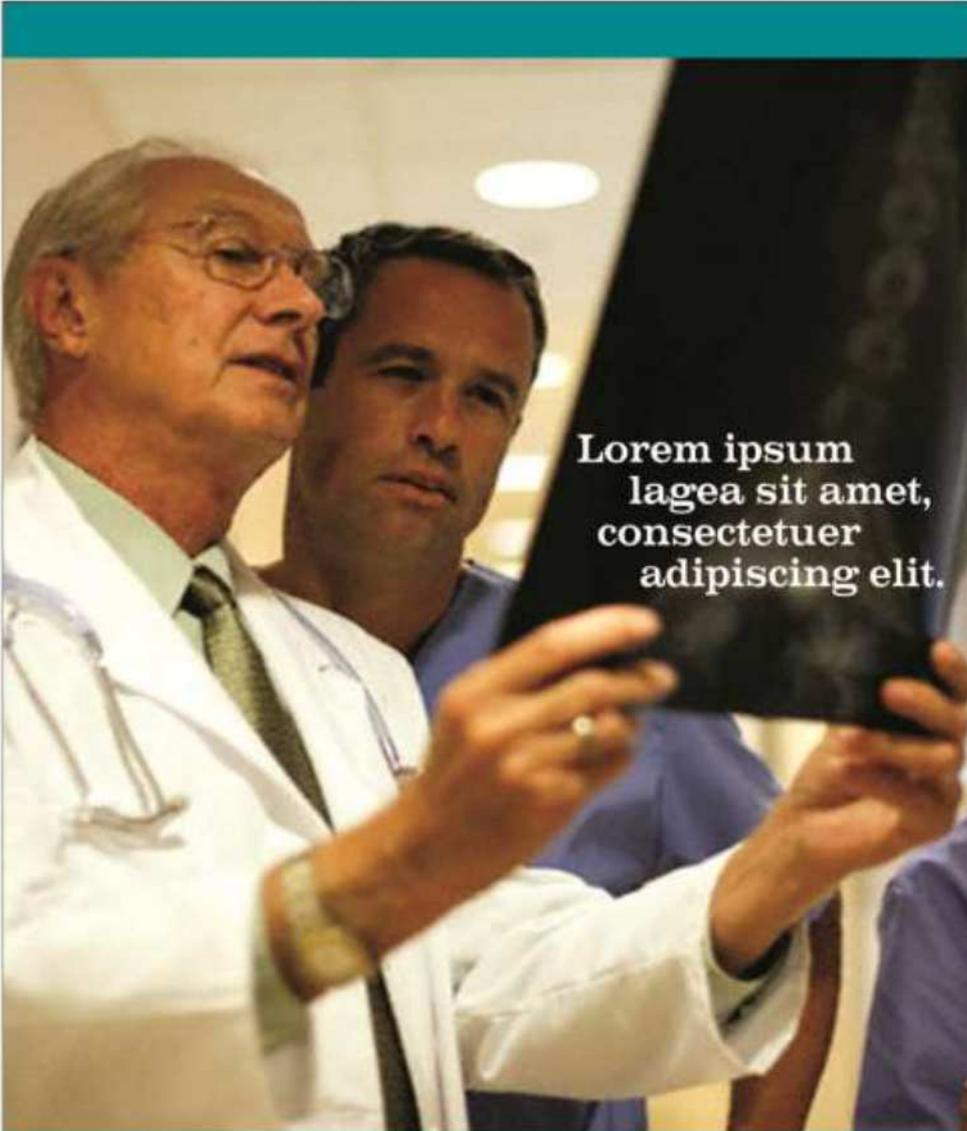
Termo de consentimento informado

Termo de consentimento para procedimento anestésico

Termo de encaminhamento para alto risco

Termo final de utilização de próteses, órteses e outros materiais pelas equipes médicas.





Lorem ipsum  
lagea sit 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 tempus nascipit lobortis nisi ut aliquip ex ea malorib  
prossant facilisi conmodo consequat feugiat ipsum amet.

Duis autem vel eum luee dolor in hendrerit in vulputate velit esse  
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero  
eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent  
luptatum zzril delenit augue dui dolore te nonummy laoreet  
deterno feugiat nulla facilisi sed diam nonummy nibh euismod.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam  
nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore praesent wisi  
tincidunt magna aliquam erat volutpat tincidunt.

Dr. Leonardo Ramos Gomes  
Diretor-Técnico-Médico  
CRM-RJ 12345

Logomarca  
**Hospital**  
Consectetuer adipiscing elit sed diam.

# Lorem ipsum lagea amet, consectetuer adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur 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 lacuscorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea maoribus.

Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel  
 illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui  
 blandit praesent luptatum zzril neaeanit aegaei delent augue duis dolore te feugait nulla facilis.



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

Secretaria Lorem  
ipsum seter

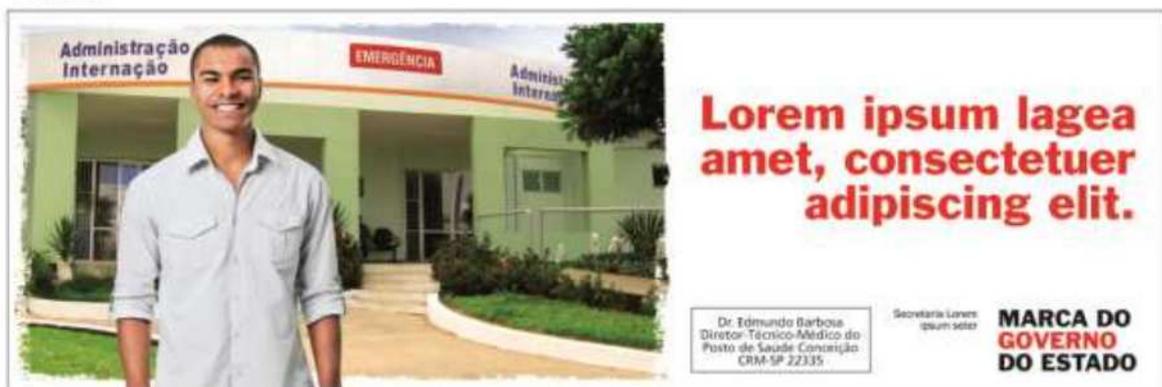
**MARCA DO  
GOVERNO  
DO ESTADO**

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

Busdoor

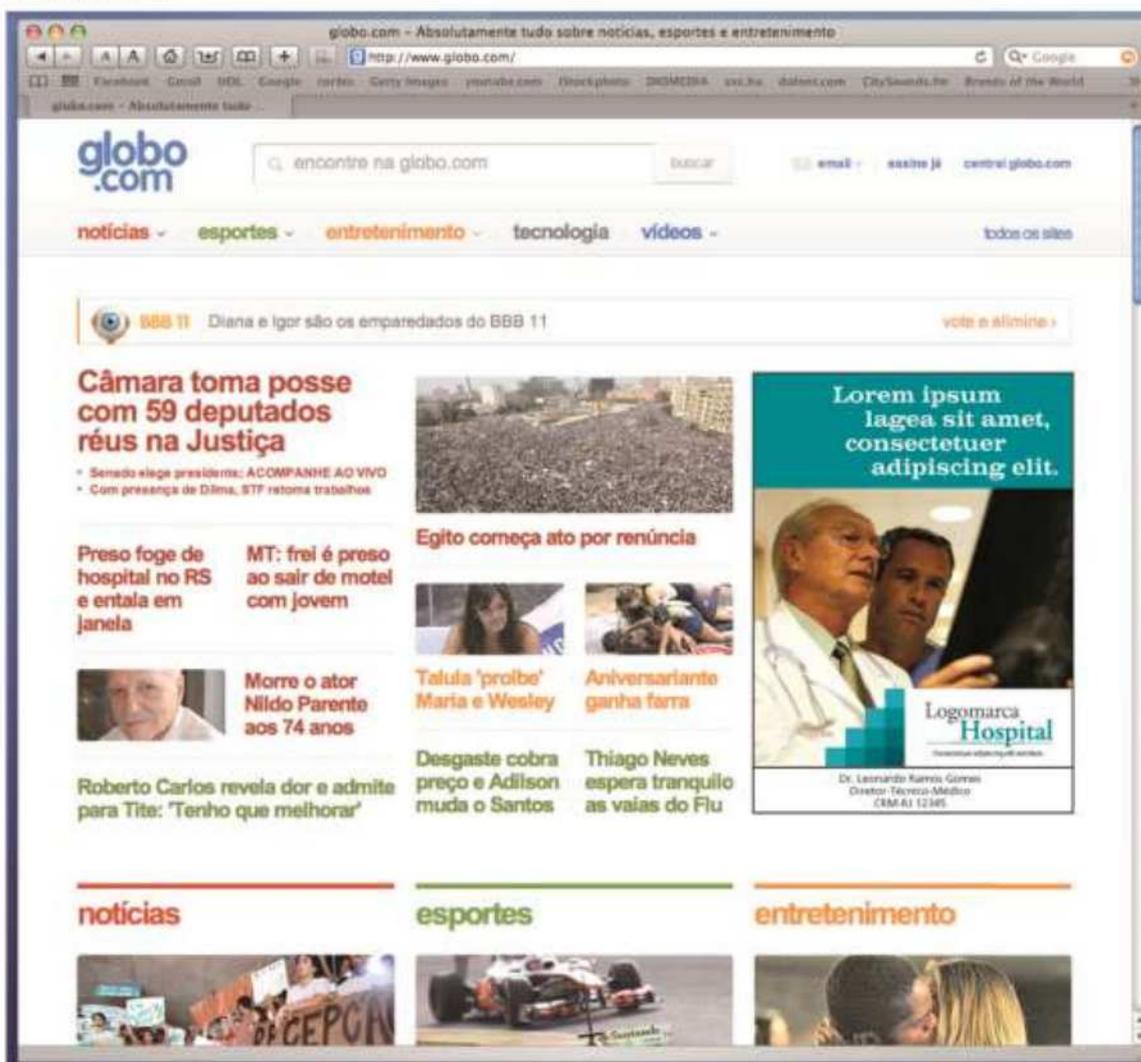


Outdoor



# MODELOS DE ANÚNCIOS NA INTERNET JÁ COM AS REGRAS INCORPORADAS

## Banner Web



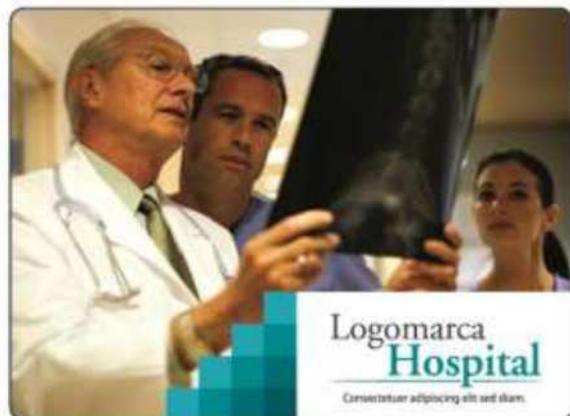
The image shows a screenshot of the globo.com website. At the top, there is a browser address bar with the URL 'http://www.globo.com/'. Below the browser, the website header features the 'globo.com' logo, a search bar with the text 'encontre na globo.com', and navigation links for 'noticias', 'esportes', 'entretenimento', 'tecnologia', and 'vídeos'. A secondary navigation bar includes 'BBB 11', 'Diana e Igor são os emparelhados do BBB 11', and 'voto e elimine'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a large article titled 'Câmara toma posse com 59 deputados réus na Justiça' with sub-points: 'Senado eleger presidente; ACOMPANHE AO VIVO' and 'Com presença de Dilma, STF retoma trabalhos'. Below this are smaller articles: 'Preso foge de hospital no RS e entala em janela', 'MT: frei é preso ao sair de motel com jovem', 'Morre o ator Nildo Parente aos 74 anos', 'Talula 'proibe' Maria e Wesley', 'Aniversariante ganha farra', 'Desgaste cobra preço e Adilson muda o Santos', and 'Thiago Neves espera tranquilo as vaias do Flu'. On the right, there is a large banner for 'MARCA DO GOVERNO DO ESTADO' featuring a man in a light blue shirt and the text 'Lorem ipsum lagea amet, consectetur adipiscing elit.' Below the banner, it identifies 'Dr. Edmundo Barbona' as 'Diretor Técnico-Médico do Posto de Saúde Conceição (RM-SP 22275)'. At the bottom, there are three horizontal sections labeled 'noticias', 'esportes', and 'entretenimento', each with a corresponding image: a protest, a Formula 1 car, and a couple embracing.

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

Cartela para filme



Cartela para filme



Cartela para filme



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

Receituário

## CLÍNICA PEDIÁTRICA BENDINELLI

Dr. Barbara Bendinelli  
Pediatra e Alergologista  
CRM-DF 56789

Dr. Barbara Bendinelli  
Pediatra e Alergologista  
CRM-DF 56789

© 2024 Todos os direitos reservados. Este formulário é propriedade intelectual da Clínica Pediátrica Bendinelli e não pode ser reproduzido sem a devida autorização.

Guia encaminhamento

## CLÍNICA PEDIÁTRICA BENDINELLI

Dr. Barbara Bendinelli  
Pediatra e Alergologista  
CRM-DF 56789

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	Mãe: Lorem ipsum	
Nome da Mãe: Lorem ipsum Sane Magna			
Setor: Lorem ipsum	Leito: Lorem ipsum	Médico responsável: Nuncius Vixit Doloris	

### Evolução Médica

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea culpa veniam sed consectetur.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

### Exame Físico

Estado Geral	Respiração	Coração	Nível de Consciência
<input type="checkbox"/> Bom estado geral <input type="checkbox"/> Regular estado geral <input type="checkbox"/> Mal estado geral	<input type="checkbox"/> Dispneia <input type="checkbox"/> Dispneia+ <input type="checkbox"/> Dispneia++ <input type="checkbox"/> Dispneia+++ <input type="checkbox"/> Dispneia++++	<input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Desacelerado+ <input type="checkbox"/> Desacelerado++ <input type="checkbox"/> Desacelerado+++	<input type="checkbox"/> Consciente <input type="checkbox"/> Confuso <input type="checkbox"/> Refusamento de nível de consciência <input type="checkbox"/> Comatoso

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

### Conduta

\_\_\_\_\_

Dr(a) Médico CRM

© 2024 Todos os direitos reservados. Este formulário é propriedade intelectual da Clínica Pediátrica Bendinelli e não pode ser reproduzido sem a devida autorização.



Secretaria Lorenz  
Ipseum sector

**MARCA DO GOVERNO DO ESTADO**

Dr. Edmundo Barbosa  
Diretor Técnico Médico do  
Polo de Saúde Conceição  
CRM-SP 22235

Dr. Antonio Souza  
Dermatologista  
CRM-SP 22584

Data e/ou hora em vigor, não deve ser  
transcrita ou copiada sem a  
necessária autorização, sob pena de  
resposta jurídica e/ou criminal.

Secretaria Lorenz  
Ipseum sector

**MARCA DO GOVERNO DO ESTADO**

Dr. Edmundo Barbosa  
Diretor Técnico Médico do  
Polo de Saúde Conceição  
CRM-SP 22235

Data: Lorenz ipseum      Hora: Lorenz ipseum  
Nº Prescrição: Lorenz ipseum      Nº Atendimento: Lorenz ipseum  
Paciente: Lorenz ipseum  
Sexo: Lorenz ipseum      Data de Nascimento: Lorenz ipseum      Mãe: Lorenz ipseum  
Nome da Mãe: Lorenz ipseum Terceiro Magro  
Setor: Lorenz ipseum      Leitor: Lorenz ipseum      Médico responsável: Rosenbery Ego DA SILVA

**Evolução Médica**

Lorenz ipseum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Exame Físico**

Estado Geral	Respiração	Condição	Nível de Consciência
<input type="checkbox"/> Bom estado geral	<input type="checkbox"/> Espontânea	<input type="checkbox"/> Corado	<input type="checkbox"/> Consciente
<input type="checkbox"/> Regular estado geral	<input type="checkbox"/> Dependente++	<input type="checkbox"/> Decolorado+	<input type="checkbox"/> Confuso
<input type="checkbox"/> Mal estado geral	<input type="checkbox"/> Dependente+++	<input type="checkbox"/> Decolorado++	<input type="checkbox"/> Retardamento do nível de consciência
	<input type="checkbox"/> Dependente++++	<input type="checkbox"/> Decolorado+++	<input type="checkbox"/> Comatoso

**Conduta**

\_\_\_\_\_

Dr. Médico  
CRM

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea

## EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS DA RESOLUÇÃO CFM Nº 1.974/2011

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