



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA

PARECER CRM-MG Nº 16/2025 – PROCESSO-CONSULTA Nº 53/2024

PARECERISTA: Cons. Angelo Flavio Adami

EMENTA: A Resolução CFM 2.336/2023 dispõe sobre as regras de divulgação de endereços físicos e virtuais dos médicos ou instituições prestadoras de assistência médica.

DA CONSULTA

Trata-se de consulta instaurada a partir do Ofício 002362/2024/CRM/DEPCO/DEDOC datado de 10 de julho de 2024, assinado pelo Dr. XXX, tendo em vista o Processo-Consulta nº XXX, pela Dra. XXX, sobre o tema “Publicidade médica”:

“Venho por meio dessa, solicitar a gentileza de me esclarecerem uma dúvida com relação ao novo Manual de Publicidade médica, cujas regras entraram em vigor em 11/03/2024.

*Na página 82, item 8.3 está escrito: “O médico pode divulgar endereço da clínica, portfólio de atendimento (planos, seguros, procedimentos e outros) e formas de marcação de consulta.” No exemplo ilustrado na mesma página como sendo “permitido”, há **telefone e endereço**. Não está claro para mim se essa permissão se refere também a um anúncio em revistas, por exemplo.*

Já na página 86, item 9.1, intitulado Exemplo de participação em entrevistas, a ilustração coloca como vedado mencionar o endereço da clínica. Pergunto:

- 1) Em um anúncio em revista, **sem** entrevista, apenas fotografia do médico com a devida identificação (Nome, CRM, RQE e especialidade que tenha o RQE), poderia ser acrescentado telefone e endereço?*
- 2) Em um anúncio em uma revista poderia ser colocado endereço do site e ou da conta de Instagram?*
- 3) Está permitido divulgar endereço e telefone na página do Instagram?”*

DO PARECER

FUNDAMENTAÇÃO

A [Resolução CFM 2.336/2023](#), em vigor desde 11/03/2024, tem como principais objetivos normatizar e disciplinar a publicidade médica ao estabelecer diretrizes éticas e técnicas sobre a divulgação de informações de serviços, produtos e procedimentos, objetivando maior clareza sobre o conteúdo midiático em redes sociais.

O Conselho Federal de Medicina tentou adequar esta nova resolução aos dias atuais, após um amplo debate que durou mais de 3 anos, em que participaram diversos ramos da sociedade civil, sociedades de especialidades médicas e conselhos regionais.

Atentou-se para que publicidade médica não mais possa induzir o público a erros ou confusões de interpretações sobre serviços oferecidos pelos médicos, ao cobrar, de

quem as realize, que sejam verdadeiras, atualizadas e baseadas no conteúdo científico que possam ser comprovados.

Os anúncios publicados em mídia impressa sejam jornais, revistas, boletins, peças publicitárias como cartazes, *folders*, postais, folhetos, panfletos, *outdoors*, *busdoors*, *frontlights*, *backlights*, totens, *banners* e em peças de mobiliário urbano como letreiros, placas, instalações os dados obrigatórios de identificação do médico se consultório particular ou do diretor técnico-médico se estabelecimento/serviço de saúde, devendo estar visíveis e legíveis.

Devem, portanto, ser observados os seguintes critérios: a identificação do médico deve ser apresentada em sentido de leitura da esquerda para a direita, sobre fundo neutro, com tipologia que tenha boa legibilidade. Sugere-se que o tamanho da fonte seja de, no mínimo, 35% do tamanho do maior corpo de letra empregado no referido anúncio ou peça.

Caso a peça publicitária tenha um fundo que não possibilite uma fácil leitura e visibilidade da identificação, tais dados devem ser colocados dentro de um fundo branco, protegido por um filete.

Nas peças em que se permita uma fácil leitura e visibilidade, os dados de identificação não precisam ficar em um campo de proteção, podendo ser aplicadas cores com contraste, preferencialmente positivo e negativo (preto ou branco). 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. Para aplicação dos dados sobre fundos em tons de cinza e de preto, deve-se observar a seguinte escala de cor: até 30% de benday, pode-se optar pela versão preferencial; a partir de 40%, pela versão em negativo do logotipo.

Devido à legibilidade que apresenta, a família tipográfica *Humanist*, que compreende as fontes: *Centaur*, *Frutiger*, *Gill Sans*, *Open Sans*, *Optima*, *Palatino* e *Verdana*, é a indicada para ser usada na identificação obrigatória do médico.

Quanto à responsabilização perante os Conselhos Regionais de Medicina (CRMs) responde o médico pela divulgação de matérias enquanto pessoa física ou responde o Diretor Técnico Médico pela divulgação de matérias dos estabelecimentos de hospitalização e assistência médica de qualquer natureza, públicos e privados (em ambiente físico ou virtual), planos de saúde, seguradoras e afins, responde pela divulgação dos entes sindicais e associativos médicos seu presidente.

As peças de publicidade e propaganda médica deverão conter, obrigatoriamente, os seguintes dados:

I – Nome, número(s) de registro(s) no(s)CRM(s) onde esteja exercendo a medicina, acompanhados da palavra MÉDICO;

II – Especialidade e/ou área de atuação, quando registrada no CRM, seguida pelo número de Registro de Qualificação de Especialista (RQE), quando o for.

Nas peças de publicidade/propaganda de hospitais, clínicas, casas de saúde e outros estabelecimentos assistenciais à saúde, em ambiente físico ou virtual, deverá constar:

I – Nos estabelecimentos públicos, privados e filantrópicos, em local visível:

- a. Nome do estabelecimento com número de cadastro ou registro no CRM;
- b. Nome do Diretor Técnico-Médico com o respectivo número de inscrição no CRM e, onde for exigível, a especialidade com o RQE.

O médico poderá divulgar endereço da clínica, portfólio de atendimento (planos, seguros, procedimentos e outros) e formas de marcação das consultas.

RESPONDENDO AO CONSULENTE:

*“1. Em um anúncio em revista, **sem** entrevista, apenas fotografia do médico com a devida identificação (Nome, CRM, RQE e especialidade que tenha o RQE), poderia ser acrescentado telefone e endereço?” [grifo do relator]*

Sim, conforme fundamentação apresentada.

“2. Em um anúncio em uma revista poderia ser colocado endereço do site e ou da conta de Instagram?”

Sim, conforme fundamentação apresentada.

“3. Está permitido divulgar endereço e telefone na página do Instagram?”

Sim, conforme fundamentação apresentada.

Este é o parecer.

Belo Horizonte, 12 de dezembro de 2024

Cons. Angelo Flavio Adami

Parecerista

Aprovado em Sessão Plenária do dia 12 de dezembro de 2024.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. **Resolução nº 2.336, de 13 de julho de 2023**. Dispõe sobre publicidade e propaganda médicas. Brasília, DF: CFM, 2023. Disponível em:

<https://sistemas.cfm.org.br/normas/visualizar/resolucoes/BR/2023/2336>. Acesso em: 12 dez. 2024