



## PARECER CREMEB Nº 15/20

(Aprovado em Sessão Plenária de 03/11/2020)

### PROCESSO CONSULTA Nº 000.043/20

ASSUNTO: PUBLICIDADE MÉDICA EM REDES SOCIAIS.

RELATOR: CONS. RAIMUNDO JOSÉ PINHEIRO DA SILVA

**EMENTA:** Utilização de imagens de antes e depois de tratamento médico é prática antiética e consequentemente fere o Código de Ética Médica.

#### DA CONSULTA

O consultante questiona este Conselho sobre:

- 1) Publicações, por parte dos Médicos, nas redes sociais - tais e quais *Instagram* e *Facebook* - do "antes e depois" dos pacientes, de forma não sensacionalista e com o respectivo consentimento dos pacientes, destoa do rol das "vedações ao médico, na relação com a imprensa, na participação em eventos e no uso das redes sociais"?
- 2) O ato, por parte do Médico, de "Repostar" as publicações em que seus pacientes postaram o próprio "antes e depois", nas suas próprias redes sociais, destoa do rol das "vedações ao médico, na relação com a imprensa, na participação em eventos e no uso das redes sociais"?

#### DO PARECER

"Publicações por parte dos médicos... do antes e depois" excede manifestamente os limites impostos pela boa-fé ou pelos bons costumes, agredindo não somente ao Código de Ética Médica e [Resolução nº 1.974/2011](#) mas, também, ao Código Civil (Artigo 187), e a Constituição Brasileira, Artigo 5º, Inciso XIII.

Excede a boa-fé, pois o médico utiliza-se do resultado satisfatório de um caso **para prometer resultado**, ou seja, prometer que todos os outros casos vão ter resultados semelhantes, ou que todos os casos vão ter resultados benéficos, ou que nunca haverá mal resultado, que a técnica é infalível, e que aquele médico que está promovendo a publicação é garantidor do resultado. E garantir resultado de tratamento médico é, em si mesmo, uma prática de má-fé, pois contraria a metodologia científica e aproxima-se do charlatanismo. O "antes e depois" é um recurso que se utiliza apenas dos resultados favoráveis ao médico, escondendo e não publicando outros resultados medianos ou desfavoráveis.

Com base no exposto, a resposta ao consultante, de forma clara e direta, é: **não existe "forma não sensacionalista de antes e depois"**. A publicidade médica com base no "antes e depois" já nasce



eivada de má-fé pois, além de esconder o mau resultado, garante que todos os resultados são favoráveis.

São dois comandos inescrupulosos: o primeiro considera que não há mau resultado e o segundo que o tratamento é infalível. Isto não existe em Medicina.

### **CONCLUSÃO:**

Concluindo, o médico que explora publicidade utilizando o recurso de “antes e depois”:

- (I) descumpre Resolução do Conselho Federal de Medicina ([nº 1.974/2011](#));
- (II) comete infração ética relativa aos Artigos 18, 111 e 112 do [Código de Ética Médica](#);
- (III) pratica ato ilícito relacionado ao Artigo 187 do Código Civil;
- (IV) agride a Constituição Federal de 1988 em seu Artigo 5º, inciso XIII, pois não atendeu às qualificações de trabalho regulamentado.

É o parecer.

Salvador, 3 de novembro de 2020.

**Cons. Raimundo José Pinheiro da Silva**

RELATOR