

## ANAIS I CAMEG

# Sensacionalismo e autopromoção na medicina: os limites éticos do marketing digital para a classe médica

Eloise Gaipo da Costa<sup>1</sup>, Marina Lucena Carneiro<sup>1</sup>, Rafaella Alves de Souza Silva<sup>1</sup>, Reinaldo Leite de Moraes Filho<sup>1</sup>, Bruna Ribas Teixeira<sup>1</sup>, Flávio Adorno Rosa<sup>2</sup>.

1. Discente do curso de Medicina do Centro Universitário UniEVANGÉLICA.
2. Docente curso de Medicina do Centro Universitário UniEVANGÉLICA.

### RESUMO:

**Introdução:** Com o advento da tecnologia, a facilidade e o alcance de propagandas tornaram-se corriqueiros no meio médico. O sensacionalismo e a autopromoção advindos de publicações e divulgações atraem médicos de diversas especialidades, principalmente os que atuam na área da estética. Para isso, o Conselho Federal de Medicina (CFM) realiza intervenções para conter a adesão da classe médica às mídias sociais para a preservação da ética profissional. **Objetivo:** Tornar claro e compreensível os limites da tecnologia para a classe médica, no que diz respeito a publicações, propagandas e divulgações. Para tanto, foi utilizada a Resolução número 2.133/2015, do CFM, que esclarece a utilização da internet na divulgação e publicidade de assuntos médicos. **Material e método:** A realização deste artigo fundamentou-se em análises bibliográficas através de pesquisas nas bases de dados PubMed, Scielo e Google Acadêmico, além dos capítulos I e XIII do Código de Ética Médica. **Resultados:** No ano de 2015, foi instituída a resolução número 2.133/2015, regulamentando como terminantemente proibida a utilização de fotos, imagens ou áudios que caracterizem sensacionalismo, autopromoção ou concorrência desleal, mesmo com autorização do paciente, no momento do atendimento ou para demonstração de resultados de tratamentos. Esta demonstra plena conformidade aos princípios que regem tradicionalmente a ética médica: a proibição da mercantilização da medicina e a beneficência, no sentido de que o médico não deve anunciar ou participar de anúncios de produtos, além de ser vedada a realização de procedimentos que não contribuam para o bem ou que interfiram na autonomia do paciente. Ademais, a resolução também veda a realização de consultas, diagnósticos ou prescrições por qualquer meio de comunicação de massa ou à distância. Desse modo, é permitido à classe médica manter em seus perfis informações da sua especialidade, número do Conselho Regional de Medicina, Registro de Qualificação de Especialista, endereço e telefone do local onde atuam. **Conclusão:** Diante do exposto, são necessárias medidas que objetivem proteger os pacientes de exposições indevidas e os médicos de situações litigiosas. Sendo assim, essencial o conhecimento e a conscientização da classe médica em relação ao Código de Ética Médica, determinado pelo CFM. Para isso, a inserção de determinado conteúdo durante o processo de graduação pode, de fato, auxiliar no exercício da profissão de maneira adequada, evitando possíveis adversidades futuras.

### Palavras-chave:

Ética médica.  
Mídia.  
Sensacionalismo.