



PUBLICIDADE MÉDICA REDES SOCIAIS

Prof. Dr. Guilherme Ortolan Júnior



Publicidade médica

Redes sociais

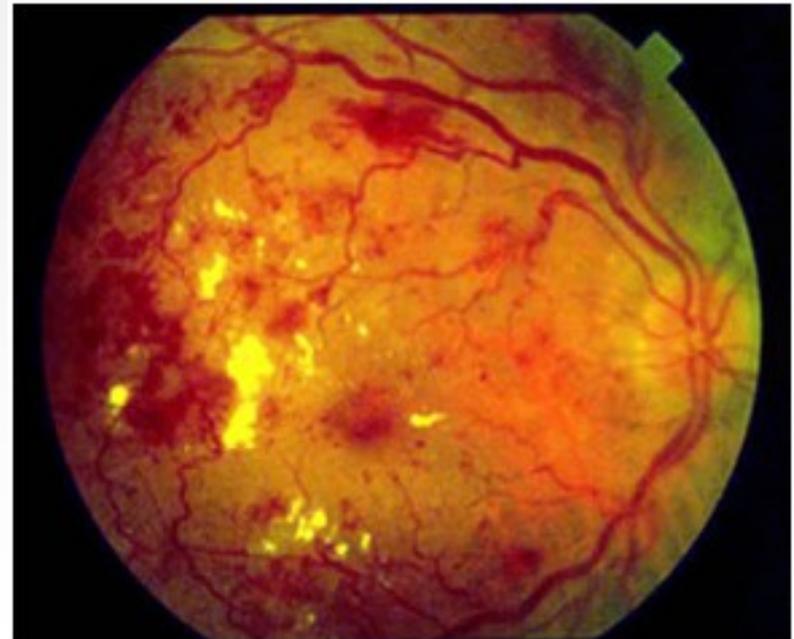
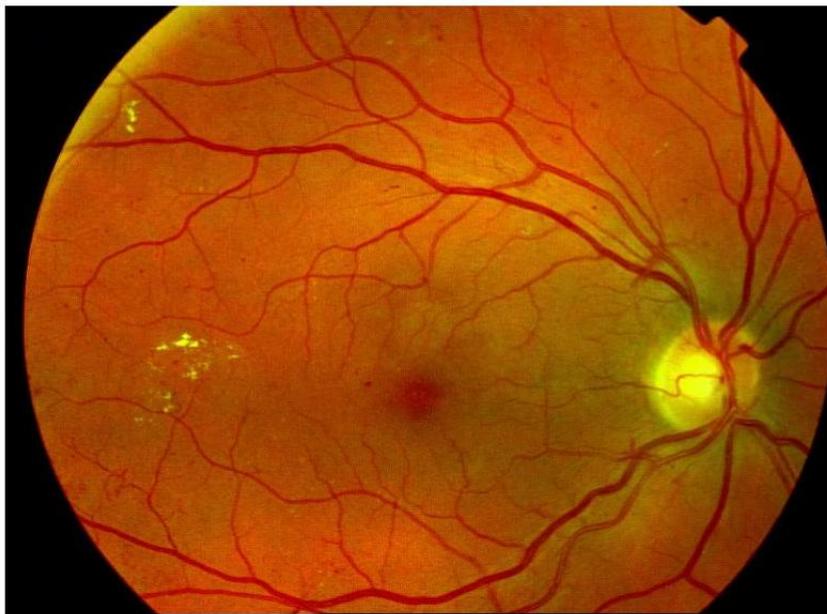
- Uma “NOVA MEDICINA” (2018)
 - a) Cutting edge science, como:
 - CRISPR;
 - optogenetics;
 - sensores de pele (suor);
 - microbioma; etc
- Uma “NOVA MEDICINA” (2019)
 - b) Inteligência artificial, telemedicina, microbioma ou microbiota, como Pedra de Rosetta, dividindo lugar com infecção (diabetes, aterosclerose, autismo e certas doenças cerebrais, como Alzheimer).
 - c) Mulheres!



Publicidade médica

Redes sociais

- Inteligência artificial





Publicidade médica

Redes sociais

d) ACC. Março, 2018. Congresso USA

e) Terapias como:

- Cromoterapia;
- Aromaterapia;
- Florais;
- Ozonioterapia
- Geoterapia
- Apiterapia
- Bipenergética
- Constelação familiar
- Imposição das mão
- Hipnoterapia



Publicidade médica

Redes sociais

- Como será o mundo, e dentro deste, o ecossistema da Ciência e Arte da medicina? Previsões antigas; citação de Harari.
- Medicina como Ciência
- Pra que serve a Publicidade Médica?
- Como deve ser feita?
- Como era e como é atualmente?



Publicidade médica

Redes sociais

- Um exemplo:

- E-mail recebido (19/02/2019):

“Prezado Guilherme,

Obrigado pelo gentil presente e por permitir que eu caminhe ao seu lado.

Abraço fraternal”,

Miguel

- Fernando, Roberto, etc



Publicidade médica

Redes sociais

- Por outro lado, para compor o quadro de “desafios” que é o resumo de nossa vida diária profissional: “a medicina baseada em evidência” com certa frequência tem se mostrado uma “não medicina baseada em nenhuma evidência”.
- Rigor Mortis por Richard Harris, 2017.
- Redfield. CDC em Março, 2018.
- Entre aproximadamente 7 mil doenças conhecidas, existe tratamento para cerca de 500 delas (muitos deles com resultado apenas marginal).



Publicidade médica

Redes sociais

- Antes mesmo de começarmos a discussão do tema programado, permitam-me mencionar, apenas mencionar, algumas das consequências do uso do celular para a prática médica:
 - Aplicativos para semiologia e armazenamento de dados
 - Interferências na consulta médica presencial
 - Tuites em convenções, congressos, do leito da morte, etc
 - Na sala de cirurgia (negócios, contaminação, etc).



Publicidade médica

Redes sociais

- As mídias sociais produziram e continuam produzindo uma verdadeira e profunda revolução na ARTE DA MEDICINA.
- O Código de Ética Médica, que regulamenta o comportamento ético do médico, havia sido atualizado em 2009.
- Em 2016, foi iniciada discussão com a classe médica sobre a necessidade de atualização do mesmo.
- 1.431 propostas de mudança foram encaminhadas ao CFM.



Publicidade médica

Redes sociais

- Apesar do sentido de que o novo Código de Ética Médica fez diminuir a distância entre os ideais morais da profissão médica e a realidade social e tecnológica do mundo, não se pode olvidar que o CFM é frequentemente alvo de críticas. Por exemplo:



Embora seja uma profissão com alta demanda social e uma das mais procuradas pelos que almejam uma carreira promissora, a vida dos médicos brasileiros está longe de ser cor-de-rosa. Com exceção de alguns especialistas, como acontece em todo segmento, que alcançaram status privilegiado pela genialidade e/ou esforço acima da média, a maioria se ajeita em plantões exaustivos, consultas que demandam horas de esforço extra, se enrosca em hospitais e postos de saúde com suporte precário e, no final do mês, mal quita as parcelas do apartamento e do automóvel adquiridos em suado empréstimo.

Dados disponíveis no portal de transparência do Conselho Federal de Medicina (CFM) estão causando perplexidade e revolta na sofrida classe médica, mostrando que os administradores perderam o senso de realidade que afeta os doutores do País. No período que abrange 22 meses, de 01/01/2015 até 31/10/2016, a diretoria da entidade pagou diárias inacreditáveis aos seus membros.

O presidente Dr. Carlos Vital Tavares Correa Lima, por exemplo, justificou o recebimento de R\$ 751.187,67, quantia que significa, aproximadamente, 34 mil reais por mês. Isso não quer dizer que não houve merito no ressarcimento. Foi para Europa representar o CFM? Teve que degustar faisão como vinho do porto junto a cientistas da área? Imagino que tudo esteja documentado e se justifique. Claro. Trata-se de homens sérios.

Mas não faz senso frente à realidade que se vivencia. O vice-presidente Dr. Mauro Luis Brito recebeu, no mesmo período, R\$ 625.980,08; o segundo vice-presidente, Dr. Jecé Freitas Brandão, R\$ 439.828,00; o terceiro vice (haja vices para sustentar), Dr. Emmanuel Fortes Cavalcanti, R\$ 510.452,99; Dr. Henrique Batista (secretário Geral) R\$ 572.232,53; Dr. Hermann Alexandre (1º secretário) R\$258.689,00; Dr. Sidnei Ferreira (2º secretário) R\$ 428.205,31; Dr. José Hiran Gallo (tesoureiro) R\$ 652.847,96 e o Dr. Dalvécio Madruga (2º tesoureiro) R\$ 435.506,50.

Somando o valor desses dez abnegados dirigentes do CFM, surge uma cifra extraordinária: mais de quatro milhões e seiscentos e setenta mil reais. Se os médicos em questão fossem atender consultas, digamos a trezentos reais por enfermo, teriam que atender 1.556 pacientes. Será que realizaram atividades que justificam, para a classe, um retorno extraordinário? Não cabe reavaliar e reduzir essas despesas? À boca miúda, porque ninguém é besta de enfrentar quizilas imprevisíveis, que ações justificam um tesoureiro, sobretudo em tempos de internet e comunicação virtual, receber algo em torno de 29 mil reais por mês? Teve que investigar contabilidade em Paris? Nos rincões de tribos perdidas na Amazônia? Pode ser.

Pelos números apresentados, não vale dizer que a vida dos médicos não está fácil. Para o CFM a chiadeira deve ser dos invejosos ou dos que não possuem cargos importantes. Pois é. Mas se cobramos sempre dos políticos, não será justo, em nome dos médicos indignados, demandar explicações de um órgão tão importante?

Vale destacar que o valor da anuidade para os médicos pesa no orçamento, sendo que o Conselho Regional de Medicina (CRM) é obrigado a repassar expressivo valor ao CFM. Além dos conselheiros receberem essas quantias exorbitantes, quando bem podia ser uma função de altruísmo não remunerado, os conselhos fazem um trabalho de cartório cobrando por qualquer documento ou certidão. Isso para não falar que se o Doutor mantiver uma pessoa jurídica, paga duas vezes.

No arremate, manter sedes nababescas e luxuosas, jetons afortunados, condiz com a atual penúria da classe médica? O que se pode fazer para acabar com os abusos no uso do dinheiro tirado dos médicos brasileiros. Nada? Engolir calado e pagar anuidades cada vez mais caras? Com a palavra os que trabalham duro.



Publicidade médica

Redes sociais

- O Código de Ética Médica foi publicado no D.O.U. de 01 de novembro de 2018 (finalizado em 27 de setembro de 2018). Entrada em vigor, 180 dias depois.
- O Código de Ética Médica regulamenta a publicidade médica em seu Capítulo XIII, os artigos 111 a 117.
- **É vedado a médico:**
- Art. 111 – Permitir que sua participação na divulgação de assuntos médicos, em qualquer meio de comunicação de massa, deixe de ter caráter exclusivamente de esclarecimento e educação da sociedade.
- Art. 112 – Divulgar informação sobre assunto médico de forma sensacionalista, promocional ou de conteúdo inverídico.



Publicidade médica

Redes sociais

- **Capítulo IX. Sigilo Profissional**
- **É vedado ao médico:**
- Art. 75. Fazer referência a casos clínicos identificáveis, exibir pacientes ou imagens que os tornem reconhecidos em anúncios profissionais ou na divulgação de assuntos médicos em meios de comunicação em geral, mesmo com autorização do paciente.



Publicidade médica

Redes sociais

- Art. 113 – Divulgar, fora do meio científico processo de tratamento ou descoberta cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido cientificamente por órgão competente.
- Art. 114 – 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.
- Art. 115 – Participar de anúncios de empresas comerciais qualquer que seja sua natureza, valendo-se de sua profissão.



Publicidade médica

Redes sociais

- **Código de Ética Médica - Capítulo XIII. Publicidade Médica**
- **É vedado a médico:**
- Art. 111 – Permitir que sua participação na divulgação de assuntos médicos, em qualquer meio de comunicação de massa, deixe de ter caráter exclusivamente de esclarecimento e educação da sociedade.



Publicidade médica

Redes sociais

- **Código de Ética Médica - Capítulo XIII. Publicidade Médica**
- **É vedado ao médico:**
- Art. 115 – Participar de anúncios de empresas comerciais qualquer que seja sua natureza, valendo-se de sua profissão.



Publicidade médica

Redes sociais

- Art. 116 – Apresentar como originais quaisquer ideias, descobertas ou ilustrações que na realidade não o sejam.
- Art. 117 – Deixar de incluir, em anúncios profissionais de qualquer ordem o seu número de inscrição no Conselho Regional de Medicina.

Parágrafo único – Nos anúncios de estabelecimento de saúde devem constar o nome e o número de registro, no Conselho Regional de Medicina, do diretor técnico.



Publicidade médica

Redes sociais

- Capítulo V. **Relação com Pacientes e Familiares**
- **É vedado ao médico:**
- Art. 37. Prescrever tratamento e outros procedimentos sem exame direto do paciente, salvo em casos de urgência ou emergência e impossibilidade comprovada de realizá-lo, devendo, nesse caso, fazê-lo imediatamente depois de cessado o impedimento, assim como consultar, diagnosticar ou prescrever por qualquer meio de comunicação de massa.

§1o. O atendimento médico à distância, nos moldes da telemedicina ou de outro método, dar-se-á sob regulamentação do CFM.

§2o. Ao utilizar mídias sociais e instrumentos correlatos, o médico deve respeitar as normas elaboradas pelo CFM.



Publicidade médica

Redes sociais

- **Capítulo VIII. Remuneração Profissional**
- **É vedado ao médico:**
- Art. 58. O exercício mercantilista da medicina.
- (CDC. Art. 14, §4o.)



Publicidade médica

Redes sociais

- Um de cada 10 pacientes gravam o que se diz na consulta, com ou sem permissão do médico (*Dartmouth Institute for Health Policy and Clinical Practice*).
- 26% dos pacientes admitem gravar seus médicos de maneira “escondida” (o que é legal nos EUA, à exceção de 11 Estados).
- Caso de grande repercussão, o de uma colonoscopia no Estado da Virginia – 500 mil dólares de indenização.
- Art. 422 do CPC



Publicidade médica

Redes sociais

- Fala-se, às vezes, em uma “uberização da medicina”, devido ao uso de aplicativos para consulta médica. Isto é ético ou não? Sim, é ético esse comportamento, mas há regras.
- Os aplicativos já existem em pelo menos 160 cidades e cerca de 2705 médicos já se cadastraram para trabalhar dessa maneira.
- O CFM disciplinou tal matéria na Resolução no. 2.217 de 27/09/2018.



Publicidade médica

Redes sociais

- A Resolução exige:
 1. A existência de Diretor Técnico
 2. Médicos com CRM já registrado
 3. Título de especializada reconhecido
 4. Prontuário físico ou digital
 5. Contrato necessário com a empresa que tenha o aplicativo
 6. O aplicativo não pode anunciar valor de consulta (é regra de vedação de concorrência desleal).
 7. Não pode estabelecer um ranking de profissionais, como quem atende melhor, quem é mais procurado, etc. porque seria mercantilizar a medicina, o que é proibido.



Publicidade médica

Redes sociais

- O relacionamento médico-paciente através de whatsapp: pode ser feito? É feito? Há limite?
- Pode haver cobrança de honorários quando o atendimento for feito por whatsapp?
- As secretárias e recepcionistas estão usando-o o tempo tempo. Então, sugere-se ao médico, discutir com o paciente quando encontrá-lo pela primeira vez o uso de whatsapp.



Publicidade médica

Redes sociais

- **É vedado ao médico:**
- Art. 37. Prescrever tratamento e outros procedimentos sem exame direto do paciente, salvo em casos de urgência ou emergência e impossibilidade comprovada de realizá-lo, devendo, nesse caso, fazê-lo imediatamente depois de cessado o impedimento, assim como consultar, diagnosticar ou prescrever por qualquer meio de comunicação de massa.

§1o. O atendimento médico à distância, nos moldes da telemedicina ou de outro método, dar-se-á sob regulamentação do CFM.

§2o. Ao utilizar mídias sociais e instrumentos correlatos, o médico deve respeitar as normas elaboradas pelo CFM.



Publicidade médica

Redes sociais

- Discriminar, deixar claro, talvez escrito no próprio receituário as situações ou e condições do uso como: horários, para quais finalidades, etc. Ex: envio de exames, o relato de sinais/sintomas.
- Alguns advogados sugerem até deixar escrito no prontuário tais condições com o “ciente” do paciente.
- A Resolução do CREMESP homologada na 4743ª sessão plenária de 20/09/2016: “quando for responder aos seus pacientes por whatsapp ou aplicativos similares, façam-no desde que conheçam o seu quadro clínico atual com o intuito apenas de orientá-los, com observância do CEM, particularmente com respeito ao sigilo profissional, não os expondo em grupos”.



Publicidade médica

Redes sociais

- Sugestões que têm sido repetidas: escrever ou digitar para o paciente e no prontuário, sempre, que a orientação não tomará lugar da consulta presencial e que qualquer mudança daquilo que sentir deverá ser comunicado ao médico.
- Manter um backup da conversação ou troca de mensagens.
- Na prática atual, quando eu vejo o whatsapp ser largamente usado?
 - Dúvidas quanto à dosagem e até nome dos medicamentos prescritos na consulta
 - Agendar consultas e lembrar aquelas já agendadas
 - Dúvidas simples ou do paciente ou da colega médica quanto ao paciente



Publicidade médica

Redes sociais

- Visualizar exames e analisá-los, desde que não envolvam imagens (na oftalmologia nós o fazemos)
- Situação de urgência no intuito de deixar menos intranquilo o paciente até eventual chegada ao hospital ou da ambulância



Publicidade médica

Redes sociais

- Whatsapp e grupos médicos:
 - É permitido?
 - Sim, mas deve-se observar o sigilo profissional e respeito ao paciente
 - É possível a formação de grupos constituídos exclusivamente por profissionais médicos, visando discutir casos de medicina que requeiram a colaboração de diversas especialidades médicas. Mas, como o sigilo ainda fica importante, o grupo só pode ter médicos com CRM; em caso contrário a violação do sigilo se configura.
 - Art. 73 e 75 do CEM



Publicidade médica

Redes sociais

- Lembrando que a violação do sigilo médico pode ter, como todos sabemos, consequências:
 - Éticas: processo ético-disciplinar no CRM, com base nos arts. 73 e 75 e mais ainda nos princípios fundamentais. Essas consequências das infrações cometidas e reconhecidas como tal, poderá levar inclusive à cassação do exercício profissional. Exemplo recente vem publicado no jornal do CREMESP de março de 2018, com a seguinte redação:

“CASSAÇÃO DO EXERCÍCIO PROFISSIONAL – PENA DISCIPLINAR APLICADA AO MÉDICO: Luiz Augusto Barreto Vinholis, CRM-SP 35.407 e CRM-DF 7.306. Processo Ético-Profissional no. 630/2011 – CRM-AC (CP 1.244-014/18 – CRM-SP), por infração aos artigos 112 e 113 do CEM (Resolução CFM no. 1931/09) publicado no Diário Oficial do Estado, edição de 28/02/18”.



Publicidade médica

Redes sociais

- Legais:
 1. Demissão por justa-causa. CLT Art. 482, alíneas “a” (ato de improbidade) e “g” (violação de sigilo). Dona Valmita e Dona Marisa
 2. Processo por danos morais, paciente e/ou família; CF art. 10, X e CC arts. 186 e 927.
 3. Processo criminal, art. 154 do CP.



Publicidade médica

Redes sociais

- Comentários de mau-gosto, depreciativos, em relação ao paciente, feitos por médicos em grupo, ofendem o art. 23 do CEM, que trata da dignidade do paciente e agridem os princípios fundamentais desse Código.



Infrações Éticas

- Talvez as mais frequentemente cometidas referem-se a:
- **Capítulo I. Princípios Fundamentais do CEM**
- IX – A medicina não pode, em nenhuma circunstância ou forma, ser exercida como comércio.
- XVIII – O médico terá, para com os colegas, respeito, consideração e solidariedade, sem se eximir de denunciar atos que contrariem os postulados éticos.



Infrações Éticas

- **Capítulo VII. Relação entre Médicos**
- **É vedado ao médico:**
- Art. 50. Acobertar erro ou conduta antiética de médico.



OBRIGADO!!!