

Seu conselho tem regras, você sabe quais são?

O que CFM, CFO, CFN e CFP deixam você publicar

O que cada conselho permite publicar, lado a lado, em uma tabela só.
Antes e depois, preço, depoimento, desconto, sorteio, promessa de resultado.

Atualizado com o novo Código de Ética do Nutricionista, em vigor desde 2026.

Taisa Leão

Estrategista de Marketing Médico | @taisaleaoo



POR QUE ESTE MATERIAL EXISTE

Quatro profissões, quatro normas, nenhuma igual

A maioria dos conteúdos sobre publicidade na saúde trata o assunto como se houvesse uma regra só. **Não há.**

Um conteúdo que um médico pode publicar sem nenhum problema pode render processo ético para um nutricionista, e o contrário também é verdade.

O exemplo mais evidente hoje é o antes e depois.



Se você atende mais de uma categoria, ou se trabalha com uma clínica que reúne profissionais diferentes, **aplicar a regra de um a todos é o caminho mais curto para um problema.**

A mudança que motivou este guia

A **Resolução CFN nº 856, de 25 de abril de 2026**, aprovou o novo Código de Ética e Conduta da Nutricionista e entrou em vigor noventa dias depois da publicação.

Ela **reconhece expressamente as redes sociais como extensão do exercício profissional** e **veda** apresentar imagens corporais, composição corporal, exames, dados laboratoriais e gráficos como resultado de técnica ou produto, inclusive quando gerados por inteligência artificial e inclusive com autorização do cliente.

Para uma parte considerável dos nutricionistas isso não retirou um formato entre outros. **Retirou o principal.**

The image shows a woman in a white lab coat looking at a smartphone. The screen displays several images related to body composition and health, each marked with a red 'X' to indicate prohibition. Next to her is a large book titled 'CONSELHO FEDERAL DE NUTRIÇÃO RESOLUÇÃO CFN Nº 856 DE 25 DE ABRIL DE 2026 CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA DA NUTRICIONISTA'.

A tabela

SIM significa permitido.

COND. significa permitido dentro de condições que a página do conselho detalha, e é onde mora quase todo processo ético.

NÃO significa vedado.

Imagem e prova de resultado

SITUAÇÃO	CFM MEDICINA	CFO ODONTOLOGIA	CFN NUTRIÇÃO	CFP PSICOLOGIA
Antes e depois de paciente	COND.	COND.	NÃO	NÃO
Imagem de paciente identificável	COND.	COND.	NÃO	NÃO
Depoimento de paciente	COND.	NÃO	NÃO	NÃO
Garantir ou insinuar resultado	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Imagem de pessoa gerada por IA como resultado	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Dinheiro e captação

SITUAÇÃO	CFM	CFO	CFN	CFP
Divulgar o valor da consulta	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Anunciar desconto ou promoção	COND.	NÃO	COND.	NÃO
Anunciar sorteio ou brinde	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Comprar anúncio pago	SIM	COND.	COND.	COND.

Posicionamento e identificação

SITUAÇÃO	CFM	CFO	CFN	CFP
Dizer que é o melhor ou o único	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Selfie e imagem do local de trabalho	SIM	COND.	SIM	COND.
Registro profissional na bio	SIM	SIM	SIM	SIM
Anunciar especialidade não registrada	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Na última linha, **SIM quer dizer obrigatório, e não opcional**. Os quatro conselhos exigem identificação profissional na comunicação, e essa é a infração mais fácil de cometer e a mais fácil de corrigir.

O que o CFM permite

CFM

Conselho Federal de Medicina

Norma vigente: Resolução CFM nº 2.336/2023, que revogou a antiga 1.974/2011

O que este conselho permite

- Divulgar valores de consultas, meios e formas de pagamento.
- Anunciar abatimentos e descontos em campanhas promocionais, desde que sem vínculo com venda casada ou premiação.
- Publicar autorretrato, imagens e áudios, inclusive do ambiente de trabalho e da própria imagem.
- Apresentar antes e depois acompanhado de texto educativo com indicações, fatores que influenciam o resultado e possíveis complicações.
- Publicar depoimento de paciente sóbrio, sem adjetivo de superioridade e sem induzir promessa de resultado.
- Anunciar aparelhos e recursos tecnológicos conforme o portfólio aprovado pela Anvisa.
- Comprar espaço publicitário em qualquer veículo de comunicação.

O que este conselho veda

- Garantir, prometer ou insinuar bons resultados de tratamento.
- Atribuir capacidade privilegiada a técnica ou aparelho, mesmo sendo o único a realizar.
- Transmitir consulta ou procedimento em tempo real, salvo trabalho científico dirigido a médicos e estudantes.
- Participar de premiação do tipo melhor médico ou destaque da especialidade.
- Vincular campanha a premiação, o que alcança sorteio de consulta e de procedimento.
- Portar-se de forma sensacionalista ou autopromocional, o que a norma define em detalhe.

CFM

O QUE PRECISA ESTAR NA BIO

Nome, número de registro no CRM acompanhado da palavra médico, e a especialidade ou área de atuação com o RQE quando registrada. Em rede social, tudo isso na página principal do perfil, que é a bio.

dr.gabrielmoura

320 12,4 mil 481
publicações seguidores seguidores

Dr. Gabriel Moura
Médico | CRM 123.456
Cardiologia | RQE 78.901
Prevenção, diagnóstico e tratamento das doenças cardiovasculares.
São Paulo, SP

Seguir Mensagem

- ✓ Nome
- ✓ Número de registro no CRM acompanhado da palavra médico
- ✓ Especialidade ou área de atuação com o RQE quando registrada

! Ponto de atenção.

A imagem de paciente exige autorização e, ainda assim, anonimato. A autorização não dispensa o anonimato, e edição, manipulação ou melhoramento da imagem é vedado.

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Com autorização e anonimato

- Sem edição
- Sem manipulação
- Sem melhoramento da imagem

O que o CFO permite

CFO

Conselho Federal de Odontologia

Norma vigente: Código de Ética Odontológica e Resolução CFO nº 196/2019, com a Resolução CFO nº 271/2025 tratando de estrutura comercial

O que este conselho permite

- Publicar imagem do diagnóstico e da conclusão do tratamento, desde que executado pelo próprio profissional, com autorização escrita do paciente e com nome e CRO visíveis na imagem.
- Publicar autorretrato, inclusive com o paciente, mediante autorização por escrito.
- Divulgar as especialidades registradas no conselho.
- Operar internamente mecanismos comerciais como brinde, sorteio e vale-presente, conforme a Resolução CFO nº 271/2025.

O que este conselho veda

- Publicar imagem do durante, ou seja, o passo a passo do procedimento em execução.
- Divulgar preço, valor, percentual de desconto e condição promocional na publicidade.
- Anunciar publicamente sorteio, brinde ou tratamento gratuito como chamada de captação.
- Publicar depoimento de paciente em peça publicitária.
- Usar superlativo, como melhor, líder ou referência, e garantir resultado.
- Identificar marca de equipamento na divulgação.
- Publicidade feita por pessoa jurídica com imagem de resultado, que é permitida apenas ao profissional pessoa física que executou.
- Captação agressiva, como telemarketing, carro de som e placa em via pública.

CFO

O QUE PRECISA ESTAR NA BIO

Nome do profissional, número de inscrição no CRO e a especialidade quando registrada. Nas imagens de resultado, nome e CRO precisam estar visíveis na própria peça, e não apenas na bio.

- ✓ Nome do profissional
- ✓ Número de inscrição no CRO
- ✓ A especialidade quando registrada

! Ponto de atenção.

A Resolução CFO nº 271/2025 flexibilizou o que a clínica pode fazer internamente, não o que ela pode anunciar. Operar um sorteio passou a ser possível, divulgá-lo como isca continua vedado. Sobre preço, a interpretação varia entre regionais, então confirme no seu CRO antes de publicar qualquer valor.

- Sorteio como isca
- Preço sem confirmar no CRO
- Divulgação inadequada

O que o CFN permite

CFN

Conselho Federal de Nutricionistas

Norma vigente: Resolução CFN nº 856, de 25 de abril de 2026, o novo Código de Ética e Conduta

O que este conselho permite

- Divulgar preços e honorários, o que o código anterior não permitia, desde que sem termos que iludam ou confundam o público, conforme o Art. 68.
- Produzir conteúdo de educação em saúde com linguagem acessível e embasamento técnico-científico, conforme o Art. 70.
- Usar inteligência artificial na produção de conteúdo, desde que o uso de ferramenta automatizada seja informado, conforme o Art. 37.

O que este conselho veda

- Apresentar imagem corporal, composição corporal, exame, dado laboratorial ou gráfico como resultado de técnica, produto ou protocolo, conforme o Art. 69. A vedação alcança a própria imagem do profissional e permanece mesmo havendo autorização do cliente.
- Usar imagem de pessoa gerada por inteligência artificial que induza o público ao erro quanto a resultado clínico, conforme o Art. 69, §4º.
- Usar inteligência artificial generativa para criar, manipular ou difundir imagem, vídeo ou áudio que simule pessoa real ou resultado clínico, conforme o Art. 38.
- Usar titulação não possuída ou especialidade não reconhecida, inclusive em ambiente virtual, conforme o Art. 24.
- Publicidade de marca fora das hipóteses do Art. 74 ou sem declaração de conflito de interesse.

CFN

O QUE PRECISA ESTAR NA BIO

Nome, a titulação de nutricionista e o número de inscrição no CRN, aplicáveis também aos ambientes virtuais. O Art. 3º, §2º trata rede social como extensão do exercício profissional, então tudo que vale no consultório vale no perfil.

- ✓ Nome
- ✓ Titulação de nutricionista
- ✓ Número de inscrição no CRN

! Ponto de atenção.

Este é o conselho com a mudança mais recente e mais restritiva em imagem de resultado, e ao mesmo tempo o que mais abriu em divulgação de preço. A exceção do Art. 69 é o ambiente técnico-científico, que não é o feed do Instagram.

- Imagem de resultado restrita
- Art. 69: ambiente técnico-científico
- Preço com maior abertura

PSICOLOGIA

O que o CFP permite

CFP

Conselho Federal de Psicologia

Norma vigente: Código de Ética Profissional do Psicólogo, Resolução CFP nº 010/2005, com a Nota Técnica sobre uso profissional das redes sociais

O que este conselho permite

- Divulgar a atuação profissional com informação técnica, desde que sem sensacionalismo.
- Produzir conteúdo educativo e de informação em psicologia para o público.
- Usar logomarca, desde que vinculada ao nome, à titulação e ao número de registro.
- Informar abordagem teórica, formação e áreas de atuação registradas.

O que este conselho veda

- Publicidade com cunho sensacionalista ou com previsão taxativa de resultados, conforme o Art. 10 do Código de Ética.
- Autopromoção em detrimento de outros profissionais.
- Usar preço como forma de propaganda, o que alcança expressões como preço social, desconto e pacote promocional.
- Cupom, sorteio e mecânica promocional.
- Divulgar diagnóstico, análise de caso, aconselhamento ou orientação que identifique a pessoa atendida.
- Depoimento e imagem de paciente, que esbarram no dever de sigilo do Art. 9º antes de esbarrarem na regra de publicidade.

CFP

O QUE PRECISA ESTAR NA BIO

Nome completo ou nome social, a titulação psicóloga ou psicólogo, e o CRP com o número de registro.





- ✓ Nome completo ou nome social
- ✓ Titulação psicóloga ou psicólogo
- ✓ CRP com o número de registro

! Ponto de atenção.

Na psicologia o limite principal não é a regra de publicidade, é o sigilo. Qualquer conteúdo que permita alguém reconhecer quem foi atendido é problema, mesmo com consentimento por escrito, que a nota técnica desaconselha.





Sigilo e confidencialidade



Consentimento por escrito não basta



Conteúdo que identifique paciente é problema

O que publicar no lugar do antes e depois

Quem perdeu o formato costuma perguntar o que publicar agora. A resposta desconfortável é que o antes e depois nunca foi um bom ativo de posicionamento, porque atrai pela transformação de outra pessoa e não pela confiança em quem conduz. Quem chega comparando resultado é exatamente quem a próxima promessa de internet leva embora.

Os cinco formatos abaixo funcionam nos quatro conselhos e constroem o tipo de audiência que fica.

1

O raciocínio, não o resultado

Mostre como você decide. Que perguntas você faz na primeira consulta, o que muda a sua conduta, por que dois casos parecidos recebem orientações diferentes. Quem assiste conclui que você pensa, e pensar é o que ela está contratando.

2

O erro que você corrige toda semana

Nasce da sua prática, então ninguém consegue copiar. Mostre o erro, explique por que ele acontece sem culpar quem erra e ensine a alternativa. É o conteúdo que mais gera salvamento e compartilhamento.

3

O bastidor do atendimento

Como você prepara a sala, como conduz o acolhimento, quanto tempo dura uma consulta sua e por quê. Nenhum conselho veda mostrar o seu próprio trabalho, e é o que mais gera confiança em quem ainda não te conhece.

4

O processo explicado em etapas

Em vez da foto do resultado, o mapa do caminho. O que acontece na primeira consulta, na segunda, no terceiro mês. Isso reduz a ansiedade de quem está considerando procurar você e aumenta a chance de ela marcar.

5

A expectativa honesta

Diga o que o seu trabalho não faz, em quanto tempo as coisas costumam acontecer e o que depende da pessoa. Conteúdo que frustra a expectativa mágica filtra paciente errado e atrai quem realmente quer ser acompanhado.



ROTINA

Cinco perguntas que valem para os quatro conselhos

Independente da sua profissão, se qualquer resposta for não, não publique ainda.

1

Isso informa alguém, ou só prova que eu sou bom?

O conteúdo que só prova competência é justamente o que os quatro conselhos restringem.

2

Alguém pode ser reconhecido nesta publicação?

Inclui a soma de detalhes, o jeito de escrever de quem mandou a mensagem e o fundo da imagem.

3

Existe promessa, garantia ou insinuação de resultado?

Vedado nos quatro, sem exceção e sem diferença de grau.

4

Existe comparação ou superioridade sobre outro profissional?

Também vedado nos quatro, inclusive quando a afirmação é verdadeira.

5

Meu registro profissional está visível?

Nome, titulação e número de registro. Obrigatório nos quatro, na página principal do perfil.

Aviso e fontes

Este material é informativo, foi construído a partir do texto das normas citadas e não é parecer jurídico. Ele não substitui consulta ao seu conselho regional, que é quem interpreta a norma no caso concreto.

Normas de publicidade na saúde estão mudando rápido, e a de nutrição mudou neste ano. Antes de qualquer decisão relevante, confirme o texto vigente nas fontes oficiais.

Onde conferir

- CFM: portal de publicidade médica em publicidademedica.cfm.org.br e o sistema de normas em sistemas.cfm.org.br/normas
- CFO: Código de Ética Odontológica e as Resoluções CFO nº 196/2019 e nº 271/2025, em website.cfo.org.br
- CFN: Resolução CFN nº 856/2026, o novo Código de Ética e Conduta, em cfn.org.br e no sisnormas.cfn.org.br
- CFP: Código de Ética Profissional do Psicólogo, a Resolução CFP nº 010/2005 e a Nota Técnica sobre uso profissional das redes sociais, em site.cfp.org.br
- Em qualquer dúvida concreta, o seu conselho regional, que responde consulta formal por escrito

STETHO

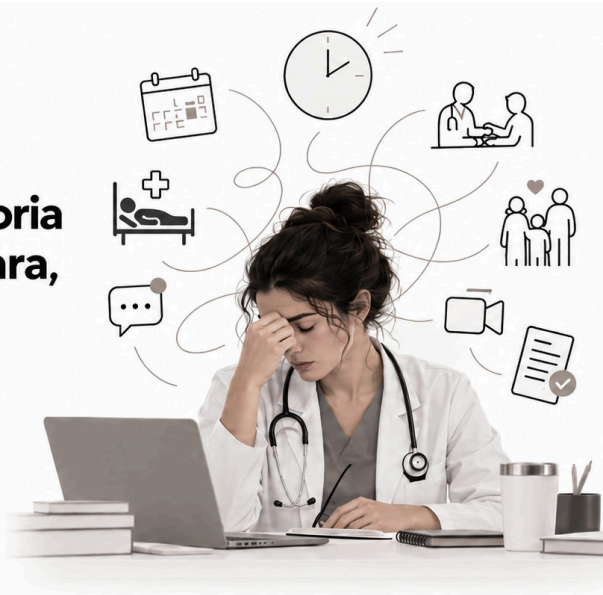


Você acabou de receber o mapa

A parte difícil vem agora, que é percorrer esse caminho toda semana, durante meses, no meio de plantão, atendimento e vida pessoal.

É exatamente aqui que a maioria dos profissionais de saúde para, e não é por falta de vontade. É por falta de tempo.

A sua formação te preparou para cuidar de pessoas, não para escrever legenda, gravar vídeo, entender algoritmo e ainda conferir se aquele conteúdo está dentro das regras do seu conselho de classe.



E enquanto o material fica guardado na pasta de downloads, alguma coisa acontece de forma silenciosa: o paciente que precisava exatamente do que

você faz pesquisa a sua especialidade na sua cidade, encontra outro profissional e marca com ele. Não porque aquele profissional seja melhor que você, mas porque foi encontrado primeiro

Uma agenda parcialmente vazia custa, todo mês, muito mais do que qualquer investimento em posicionamento.

A diferença é que esse custo nunca aparece em planilha nenhuma. Ele simplesmente some.



Existe outro caminho, e ele não passa por você fazer tudo sozinho.

A Stetho é uma agência de marketing exclusiva para profissionais da saúde e clínicas. Médicos, dentistas, nutricionistas, psicólogos, fisioterapeutas e todo profissional que atende gente e precisa ser encontrado por gente. Nenhum restaurante, nenhuma loja, nenhuma academia.



Essa escolha muda tudo na prática



Você não vai precisar explicar o que é um RQE, nem por que aquele texto que a agência genérica escreveu prometia resultado e teria te levado direto para um processo ético. **O nosso time domina as regras de publicidade dos conselhos de classe e blinda você de sanções** enquanto constrói a sua autoridade.

Você também não vai falar com alguém que só conhece a sua rotina de fora. Quem lidera a estratégia da Stetho é a Taisa Leão, estudante de Medicina e estrategista de marketing, que entende por dentro o que significa sair de um plantão e ainda ter que pensar em conteúdo.

E o trabalho não começa publicando. Começa ouvindo você, conhecendo a sua trajetória, os seus valores inegociáveis e o seu objetivo real com a profissão. Assim como na saúde, é o diagnóstico correto que garante o sucesso do tratamento.

O Método de Excelência

1

Posicionamento de autoridade

Seu perfil, sua imagem e a sua narrativa organizados para transmitir valor logo nos primeiros segundos, antes mesmo de alguém rolar o feed.

2

Ocupação mental da sua região

Instagram, Google e tráfego pago trabalhando juntos para que você seja visto repetidamente pelas pessoas certas, na sua cidade, até virar a primeira lembrança quando alguém precisar da sua especialidade.

3

Conversão de confiança

WhatsApp, secretária e atendimento alinhados para transformar atenção em consulta agendada, porque perfil bonito que não gera atendimento é despesa, não investimento.

A maioria das agências entrega publicação. Nós construímos a percepção de que você é a referência da sua região, porque o paciente não escolhe quem publica mais. Escolhe quem ocupa espaço mental primeiro.

O que está incluído no acompanhamento

Desenvolvimento do plano estratégico personalizado,

gestão completa de **Instagram** e **Facebook**, produção de textos, títulos, roteiros, artes, vídeos, carrosséis e publicações, **tráfego pago**, criação e otimização do **Google Meu Negócio**, **site profissional** e treinamento da sua secretária para atendimento digital.

Tudo executado por um time que já sabe como funciona a comunicação na saúde, sem você precisar revisar cada palavra com medo de errar.



E se não funcionar? Você sai quando quiser.

Seis meses é o tempo mínimo para resultados expressivos, mas nós não prendemos ninguém por contrato. Se a entrega não te convencer, você não fica. O nosso objetivo é que você permaneça pela qualidade do trabalho, e não por uma cláusula que te obriga.

Assumimos esse risco porque temos resultado. Uma das nossas clientes saiu de R\$ 5.400 para R\$ 18.050 de faturamento mensal em sete meses, o que representa um crescimento de 234,3%.

**Esse é o resultado individual dela. Cada especialidade e cada cidade têm o seu próprio ritmo, e a gente prefere te dizer isso com honestidade.*

Vamos conversar sobre o seu caso

Manda uma mensagem para o nosso time no WhatsApp contando a sua especialidade e a sua cidade. A gente te responde explicando como o acompanhamento funcionaria especificamente para você, quais canais fazem sentido na sua realidade e qual investimento isso envolve.

Sem enrolação e sem pressão para fechar na hora.



FALAR COM A EQUIPE NO WHATSAPP

Ou chame no direct: @stethomarketing



STETHO

Agência de Marketing para Profissionais da Saúde | @stethomarketing | @taisaleaoo