



Agência de Marketing Médico

Pode Postar?

O guia da Resolução CFM nº 2.336/2023 de publicidade médica

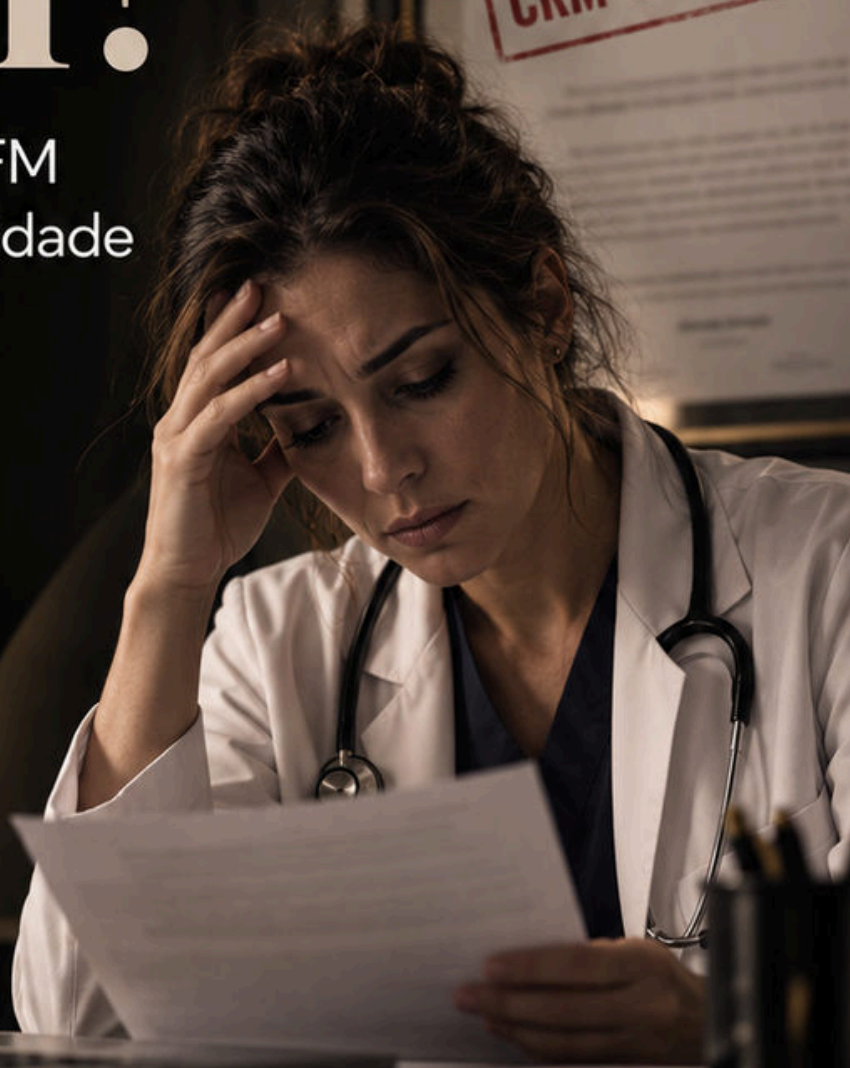
Dezoito situações reais, com resposta direta e o motivo por trás dela.

Antes e depois, preço, depoimento, selfie em cirurgia, sorteio, live de procedimento.

Feito para ser consultado em trinta segundos, antes de apertar publicar.

Taísa Leão

Estrategista de Marketing Médico | @taisaleaoo



O que mudou, e o que quase todo mundo ainda cita errado

Se você pesquisar publicidade médica na internet hoje, vai encontrar dezenas de textos citando a **Resolução CFM nº 1.974/2011**. Vários deles publicados por agências que se apresentam como especialistas no assunto.

Essa resolução não está mais em vigor.

Ela foi substituída pela **Resolução CFM nº 2.336/2023**, que é a norma vigente de publicidade médica e passou a valer com regras bastante diferentes da anterior.



Isso importa por um motivo prático: parte do que era proibido passou a ser permitido, e quem continua seguindo o texto antigo está deixando de usar recursos que hoje são legítimos. E parte do que ninguém fazia virou proibição expressa.

O que a norma de 2023 liberou

- **Divulgação do valor da consulta**, dos meios e das formas de pagamento.
- Abatimentos e descontos em campanhas promocionais, desde que **não estejam vinculados a venda casada**, premiação ou qualquer coisa que desvirtue o objetivo final da medicina.
- Uso educativo de imagem de paciente, inclusive comparação de antes e depois, dentro de condições específicas que este guia detalha.
- Anúncio de aparelhos e recursos tecnológicos, com as informações e indicações do portfólio conforme aprovado pela Anvisa.
- Compra de espaço publicitário em qualquer veículo de comunicação.

O que a norma de 2023 apertou

- As vedações passaram a alcançar também empresas médicas e entidades sindicais e associativas, e não apenas o profissional pessoa física.
- Dirigir-se de forma desrespeitosa a outros profissionais nas redes sociais passou a ser expressamente proibido.

- Manter consultório dentro de estabelecimento farmacêutico, óptico ou de insumos médicos, e fazer propaganda desses ramos dentro do consultório, quando houver **conflito de interesses**.
- O comportamento sensacionalista e autopromocional ganhou definição detalhada, o que torna a fiscalização mais objetiva.

Uma observação sobre as outras profissões da saúde

Este guia trata da resolução do Conselho Federal de Medicina. Odontologia, nutrição, psicologia, fisioterapia e enfermagem têm normas próprias de publicidade, com pontos parecidos e diferenças relevantes.

Os três princípios da página seguinte valem para todas, porque estruturam o raciocínio. As dezoito situações citam a norma médica, então confirme o texto do seu conselho antes de aplicar.

Os três princípios que explicam toda regra

Nenhuma resolução cobre todas as situações que a internet inventa. Se você entender estes três princípios, decide sozinha os casos que não estão listados em lugar nenhum.

Princípio 1. A finalidade é informar, não conquistar

A norma aceita publicidade. O que ela não aceita é publicidade que troca a função informativa pela função persuasiva. Um conteúdo que ensina alguma coisa e tem o seu nome nele é legítimo. Um conteúdo cujo único propósito é fazer você parecer melhor do que os outros não é.

É por isso que o sensacionalismo tem definição expressa na resolução: divulgar método para enaltecer a própria atuação, adulterar dado científico, veicular informação que gere intranquilidade, insegurança ou pânico, ou usar representação visual enganosa ou sedutora.



Princípio 2. O paciente não é material de divulgação

A pessoa que confiou em você não vira argumento de venda. A imagem dela pode aparecer em contexto educativo, com autorização, preservando pudor e privacidade, e garantindo o anonimato mesmo com autorização.

É por isso que a edição, a manipulação ou o melhoramento dessas imagens é vedado, e por isso que a transmissão de consulta e procedimento em tempo real é proibida, salvo exceções científicas dirigidas a médicos e estudantes com autorização prévia.



Princípio 3. Nada de garantia, superioridade ou disputa

Garantir, prometer ou insinuar bons resultados de tratamento é vedado. Atribuir capacidade privilegiada a uma técnica ou a um aparelho também, mesmo que você seja de fato a única pessoa da cidade a fazer aquilo.

A lógica é que medicina não é mercado de disputa por superioridade, porque quem decide com base nesse tipo de promessa é sempre a pessoa mais vulnerável e menos informada da conversa.



Dezoito situações, resposta direta

O selo do meio é o mais importante. A maioria dos casos reais cai nele, e é exatamente onde a concorrência simplifica e erra.

01 Posso publicar antes e depois?

• COM CONDIÇÃO

Por quê. A resolução permite imagem de antes e depois, mas não isolada. Ela precisa vir acompanhada de texto educativo com as indicações do procedimento, os fatores que influenciam o resultado e as possíveis complicações. Publicar a imagem sozinha, sem esse contexto, é o que a norma veda.

Como fazer do jeito certo. Monte a publicação em duas partes: a imagem, com o paciente autorizado e anonimizado, e o texto educativo completo. A imagem não pode ser editada, manipulada ou melhorada. Se você não tem espaço para o texto completo, não publique a imagem.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 14, II, "a" e "f"

02 Posso divulgar o valor da consulta?

• PODE

Por quê. Sim. Esse é um dos pontos que mudaram. A resolução autoriza expressamente informar valores de consultas, meios e formas de pagamento. Muita gente ainda acredita que isso é proibido porque segue o texto revogado de 2011.

Como fazer do jeito certo. Publique o valor com clareza, junto do que está incluído: tempo de consulta, retorno, exames feitos no atendimento. Evite construir o preço como argumento de vantagem sobre outros profissionais, o que cairia em concorrência desleal.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 9, VI

03 Posso fazer promoção e dar desconto?

• COM CONDIÇÃO

Por quê. A resolução permite anunciar abatimentos e descontos em campanhas promocionais. O que ela veda é vincular isso a venda casada, premiação ou qualquer estrutura que desvirtue o objetivo final da medicina.

Como fazer do jeito certo. Campanha de desconto em consulta, sozinha, é aceita. Comprar um procedimento e ganhar outro, sortear atendimento ou dar brinde por indicação não é. Evite também urgência artificial do tipo últimas vagas, que puxa para o sensacionalismo.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 9, VIII

04 Posso publicar depoimento de paciente?

• COM CONDIÇÃO

Por quê. Sim, com limite. A norma admite autorretratos repostados de pacientes e depoimentos sobre a atuação do profissional, desde que sóbrios, sem adjetivos que denotem superioridade e sem induzir promessa de resultado. E há um detalhe que pouca gente conhece: se esses depoimentos ocorrerem de forma reiterada ou sistemática, a Codame tem o dever de investigar.

Como fazer do jeito certo. Publique de forma esparsa e escolha depoimentos que falem do atendimento, não do resultado. Um paciente dizendo que se sentiu ouvido é diferente de um paciente dizendo que ficou curado. Evite transformar depoimento em seção fixa do perfil.

05 Posso postar selfie no centro cirúrgico?

◉ COM CONDIÇÃO

Por quê. A selfie em si foi liberada em 2023, o que representa mudança direta em relação à norma anterior. A resolução permite publicação de autorretrato, imagens e áudios, desde que sem sensacionalismo e sem concorrência desleal. O problema quase nunca é a selfie. É o que aparece atrás dela.

Como fazer do jeito certo. Antes de publicar, examine o enquadramento inteiro procurando paciente, campo cirúrgico, monitor com dado, etiqueta, prontuário e tela de sistema. E cuide do tom: foto de centro cirúrgico com legenda heroica migra rápido para o sensacionalismo que a norma veda.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 8, III e Art. 11, XVI

06 Posso divulgar o equipamento novo do consultório?

◉ COM CONDIÇÃO

Por quê. Pode anunciar aparelhos e recursos tecnológicos, com as informações, indicações e propriedades presentes no portfólio conforme aprovado pela Anvisa. O que não pode é atribuir capacidade privilegiada à aparelhagem.

Como fazer do jeito certo. Fale do que o equipamento faz e para quem ele é indicado, usando a informação do fabricante aprovada pela Anvisa. Não diga que ele é o melhor, o mais moderno da região ou o único da cidade, e não sugira que o resultado do tratamento depende dele.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 9, II e Art. 11, II

07 Posso dizer que sou o único da cidade a fazer essa técnica?

◉ NÃO PODE

Por quê. Não, mesmo que seja verdade. A resolução veda anunciar a utilização de técnica de forma a atribuir a si capacidade privilegiada, e diz expressamente que isso se aplica ainda que você seja o único a realizá-la.

Como fazer do jeito certo. Fale da técnica, não da exclusividade. Explique em que situação ela é indicada, o que ela envolve e quais os cuidados. Quem tiver interesse vai procurar quem faz, e você vai estar posicionada sem ter infringido a norma.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 11, IX

08 Posso participar de premiação do tipo melhor médico da cidade?

◉ NÃO PODE

Por quê. Não. A resolução veda permitir a inclusão em listas de premiações, homenagens e concursos com a finalidade de escolher profissional para títulos como médico do ano, destaque da especialidade ou melhor médico.

Como fazer do jeito certo. Recuse o convite e peça a retirada do seu nome por escrito, guardando o registro. Se a lista já saiu sem a sua autorização, solicite a exclusão formalmente. Não republique, não agradeça e não compartilhe nos stories.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 11, XIII

09 Posso fazer sorteio de consulta ou de procedimento?

○ NÃO PODE

Por quê. Não. A norma veda vincular campanha promocional a premiação. Sorteio de consulta ou de procedimento transforma um ato de saúde em prêmio, o que desvirtua o objetivo final da medicina.

Como fazer do jeito certo. Se a intenção é social, faça atendimento gratuito sem mecânica de sorteio e sem exigir seguir, comentar ou marcar alguém. Divulgue a ação de forma informativa, sem transformar o atendimento em moeda de engajamento.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 9, VIII

10 Posso garantir o resultado do tratamento?

○ NÃO PODE

Por quê. Não, em nenhuma formulação. A resolução veda garantir, prometer ou insinuar bons resultados. A palavra insinuar é a que pega a maioria, porque alcança construções que parecem inocentes.

Como fazer do jeito certo. Substitua promessa por expectativa realista. Em vez de resultado garantido, escreva o que o procedimento costuma alcançar, o que influencia esse resultado e o que pode dar errado. Cuidado com imagem e legenda que insinuam sem afirmar.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 11, XII

11 Posso mostrar a imagem de um paciente que autorizou?

◉ COM CONDIÇÃO

Por quê. Sim, em contexto educativo, com autorização, respeitando pudor e privacidade e garantindo o anonimato mesmo havendo autorização. Esse ponto costuma surpreender: a autorização não dispensa o anonimato.

Como fazer do jeito certo. Colha autorização específica e por escrito para aquela publicação, não genérica. Anonimize de fato, lembrando que a soma de detalhes identifica tanto quanto o rosto. E não edite, manipule nem melhore a imagem, o que é vedado.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 14, II, "f" e "i"

12 Posso transmitir um procedimento ao vivo?

○ NÃO PODE

Por quê. Não para o público geral. A resolução veda expor imagens de consultas e procedimentos transmitidas em tempo real. A exceção é estrita: trabalho científico dirigido exclusivamente a médicos e estudantes, com autorização prévia.

Como fazer do jeito certo. Se quiser mostrar como o procedimento funciona, grave depois, sem paciente identificável, com finalidade educativa e revisão antes de publicar. Live de procedimento aberta no Instagram não tem enquadramento possível.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 11, VIII e Art. 13, IV

13 E o vídeo de parto, que todo mundo publica?

◉ COM CONDIÇÃO

Por quê. O parto tem tratamento próprio na resolução. A captação externa de imagem é permitida exclusivamente nesse caso, quando a parturiente ou os familiares desejarem e houver anuência médica.

Como fazer do jeito certo. A iniciativa precisa partir da família e a anuência médica precisa existir. Combine antes o que pode e o que não pode aparecer, e lembre que o consentimento para registrar não é automaticamente consentimento para você publicar no seu perfil.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 14, II, "d"

14 Posso anunciar uma especialidade que eu ainda não registrei?

◦ NÃO PODE

Por quê. Não. A resolução obriga que a peça publicitária traga a especialidade ou a área de atuação quando registrada no CRM, seguida do número de RQE quando houver. Anunciar especialidade sem registro é apresentar-se como algo que o conselho não reconhece.

Como fazer do jeito certo. Divulgue o que está registrado. Curso, pós-graduação e formação complementar podem ser mencionados como qualificação, sem serem apresentados como especialidade. A norma limita a divulgação a até duas especialidades e áreas de atuação relacionadas.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 4, II e Art. 13, §1º, "f"

15 O que precisa estar na minha bio do Instagram?

◦ COM CONDIÇÃO

Por quê. Nome, número de registro no CRM onde você exerce medicina, acompanhados da palavra médico, e a especialidade ou área de atuação com o RQE quando registrada. Em redes sociais, a resolução determina que essas informações estejam na página principal do perfil.

Como fazer do jeito certo. Página principal significa a bio, não um destaque nem um post fixo. Se não couber, corte o slogan antes de cortar o dado obrigatório. Verifique hoje: é a infração mais fácil de cometer e a mais fácil de corrigir.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 4, I e II, e Art. 6

16 Posso pagar para impulsionar um post?

• PODE

Por quê. Sim. A resolução permite comprar espaço em qualquer veículo de comunicação para propaganda. Anúncio pago não é proibido, e o conteúdo impulsionado segue exatamente as mesmas regras do conteúdo orgânico.

Como fazer do jeito certo. Antes de impulsionar, revise o post com mais rigor do que revisaria um post comum, porque o alcance aumenta e a chance de chegar a alguém que vai denunciar também. Garanta que os dados obrigatórios de identificação estejam visíveis.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 13, II

17 Posso responder publicamente a um colega que me criticou?

◦ NÃO PODE

Por quê. Não nesses termos. A resolução de 2023 passou a proibir expressamente dirigir-se de forma desrespeitosa a outros profissionais nas redes sociais, e o comportamento de concorrência desleal já era vedado.

Como fazer do jeito certo. Se a crítica for técnica, responda com técnica e sem citar quem falou. Se for pessoal ou envolver conduta ética, o caminho é o conselho regional, não o story. A disputa pública quase sempre prejudica mais quem responde do que quem provocou.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 11

18 Posso usar imagem do meu consultório e a minha própria imagem?

• PODE

Por quê. Sim. A resolução permite expressamente utilizar fotografia ou vídeo com detalhes do ambiente de trabalho e a própria imagem. Essa é uma das liberações mais úteis da norma de 2023 e uma das menos aproveitadas.

Como fazer do jeito certo. É a base do conteúdo de bastidor, que é o que mais gera confiança. Apenas confira o enquadramento antes de publicar, procurando tela de sistema, agenda, papel sobre a mesa e qualquer pessoa ao fundo.

Base: Resolução CFM nº 2.336/2023, Art. 9, I

Aprovado e reprovado

Seis vezes a mesma ideia, em duas versões. A diferença entre elas quase nunca é o assunto. É a formulação.

Resultado de um procedimento

REPROVADO

Resultado garantido! Olha o antes e depois da minha paciente. Você também pode ter isso.

APROVADO

O que esse procedimento costuma alcançar, o que influencia o resultado de cada pessoa e quais complicações podem acontecer. Imagem autorizada, anonimizada e sem edição.

Divulgação de preço

REPROVADO

Consulta por apenas R\$ 250, o melhor custo-benefício da cidade. Aproveite!

APROVADO

Consulta particular: R\$ 250. Inclui avaliação completa, orientação por escrito e retorno em até 30 dias. Pagamento em pix, cartão ou dinheiro.

Técnica que você domina

REPROVADO

Sou a única profissional da região capacitada para essa técnica.

APROVADO

Essa técnica é indicada quando existe determinada condição. Ela funciona assim, exige esses cuidados e o pós-procedimento costuma ser desse jeito.

Depoimento de paciente

REPROVADO

Print do paciente dizendo que você é a melhor da cidade e que resolveu o problema dele.

APROVADO

Depoimento sóbrio, publicado de forma esparsa, em que a pessoa fala sobre como foi o atendimento e não sobre o resultado alcançado.

Bastidor do trabalho

REPROVADO

Selfie de máscara no centro cirúrgico, com o paciente parcialmente visível ao fundo e legenda sobre salvar vidas.

APROVADO

Você preparando a sala antes do primeiro atendimento, sem ninguém ao fundo, com uma explicação sobre por que aquele preparo importa para quem vai ser atendido.

Campanha promocional**REPROVADO**

Comente EU QUERO e concorra a uma consulta gratuita. Sorteio na sexta!

APROVADO

Campanha de desconto em consulta durante determinado período, anunciada de forma informativa, sem exigir comentário, marcação ou compartilhamento.

Sete perguntas antes de apertar publicar

Leva menos de um minuto. Se qualquer resposta for não, ou você não tiver certeza, não publique ainda.

1

Isso informa alguém, ou só me promove?

Se a publicação sai do ar e ninguém perde nada de útil, ela é autopromoção.

2

Existe promessa, garantia ou insinuação de resultado?

Releia procurando insinuação, não só afirmação. É onde quase todo mundo escorrega.

3

Existe comparação ou superioridade sobre outros profissionais?

Inclui melhor, único, mais moderno, referência e diferenciado.

4

Aparece paciente, mesmo sem querer?

Examine o fundo da imagem: tela, agenda, papel, etiqueta, pessoa passando.

5

Se há imagem de paciente, existe autorização específica e anonimato real?

A autorização não substitui o anonimato. As duas coisas são exigidas.

6

Nome, CRM e RQE estão visíveis na página principal do perfil?

Na bio, não em destaque nem em post fixo.

7

Alguém pode ler isso como alarme, medo ou urgência?

Informação que gera intranquilidade, insegurança ou pânico é sensacionalismo.

O que acontece se descumprir?

A fiscalização da publicidade médica é feita pela Codame, a Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos, que existe nos conselhos regionais. **Ela pode agir por denúncia de qualquer pessoa, inclusive de um colega, ou por iniciativa própria ao identificar uma publicação.**



Na prática, a maioria dos casos é resolvida na correção. O que transforma um ajuste simples em processo é a reincidência, e é justamente por isso que **vale conferir agora o que já está publicado no seu perfil, e não só o que você vai publicar amanhã.**

Aviso importante

Este material é informativo e foi construído a partir do texto da **Resolução CFM nº 2.336/2023**. Ele não é parecer jurídico e não substitui consulta ao seu conselho regional, que é quem interpreta a norma no caso concreto.

Normas mudam. Antes de tomar qualquer decisão relevante, confirme o texto vigente nas fontes oficiais abaixo.

A imagem de fundo do banner mostra uma mesa com livros (um deles é 'RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023'), um martelo de juiz, um estetoscópio e uma lupa.

Onde conferir

- Portal de Publicidade Médica do CFM: publicidademedica.cfm.org.br
- Texto integral da Resolução CFM nº 2.336/2023, no sistema de normas do CFM: sistemas.cfm.org.br/normas
- Manual de Publicidade Médica do CFM, que complementa a resolução com orientações práticas
- Cremepa, o Conselho Regional de Medicina do Estado do Pará, para orientação local
- Para outras profissões da saúde, a norma de publicidade do respectivo conselho federal

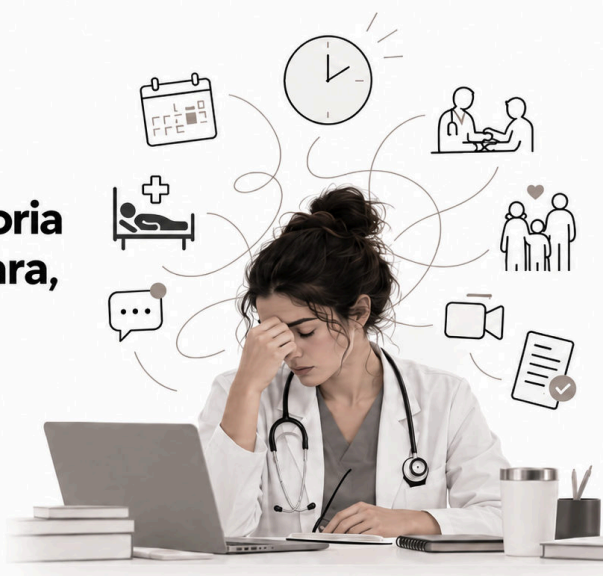
Você acabou de receber o mapa



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

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