

## **A ÉTICA NA PUBLICIDADE MÉDICA**

Lara Nogueira Nascimento<sup>1</sup>

Maria Eduarda de Castro Montes<sup>2</sup>

Ana Heliza Felipe Inacio de Souza<sup>3</sup>

Nicole Scandiuzzi Dias Farias<sup>4</sup>

Caroline de Moura Santos<sup>5</sup>

Luá Cristine Siqueira Reis<sup>6</sup>

A ética é um dos princípios básicos que guia a profissão médica. Entretanto, alguns profissionais não seguem esse princípio ou seguem de maneira incorreta, e por consequência podem acarretar danos para seus pacientes. Diante disso, com a era digital, o maior exemplo de quebra desse princípio é a publicidade médica. As publicações médicas tem como objetivo atrair pacientes com promessas de resultados excelentes, mas excluindo a individualidade biológica de cada organismo. Portanto, mesmo com proibições diretas do Conselho Federal de Medicina, alguns médicos utilizam dessa tática para ter um retorno monetário mesmo que isso acarrete danos aos seus pacientes. O presente trabalho visa analisar se a ética é aplicada ou não nas publicações médicas do Instagram. Foram inicialmente identificados 4 artigos em bases de dados como o SciELO e o Google Acadêmico, que abrangiam os períodos de 2022 a 2023. Após uma análise dos resumos, 1 artigo foi excluído por não se alinhar com os objetivos propostos. Isso resultou na seleção de 4 artigos para leitura completa, dos quais 3 atenderam os critérios de exclusão e inclusão. Sob essa visão, o uso das redes sociais para publicidade tem crescido e permeado várias profissões, não sendo diferente na profissão médica. No entanto, a literatura prévia demonstra que a publicidade médica tem se tornado alvo de intensos debates relacionados à falta ética nas publicações realizadas por esta classe, uma vez que esse meio é utilizado unicamente para obtenção de valor monetário. Além disso, tais publicações são utilizadas de maneiras generalizadas e se mostram assertivas nos resultados, visando atrair pacientes que creditam toda sua expectativa em procedimentos médicos. Diante disso, de acordo com o Código de Ética Médica é vedado qualquer tipo de

<sup>1</sup> Discente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO. Email: [larausabr@academico.unifimes.edu.br](mailto:larausabr@academico.unifimes.edu.br)

<sup>2</sup> Discente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO.

<sup>3</sup> Discente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO.

<sup>4</sup> Discente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO.

<sup>5</sup> Discente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO.

<sup>6</sup> Docente do curso de Medicina, Campus Trindade/GO. Advogada, mestre em Direito, doutoranda em Direitos Humanos.

divulgação sensacionalista, promocional ou inverídica de informações e procedimentos médicos, além de retratar sobre impossibilidade da existência de relação de consumo ou de comercialização entre médico e paciente. Ainda frente a essa irregularidade, o Conselho Federal de Medicina dispõe ao paciente a oportunidade de realizar denúncias do profissional médico que descumpriu o Código de Ética Médica ou que lhe causou danos pelo ato de exercer a profissão. Assim, a depender do motivo e modo da publicidade médica, essas publicações podem gerar multa para o médico ou até mesmo a cassação do seu CRM (inscrição do profissional no Conselho Regional de Medicina). Conclui-se, portanto, que o uso das redes sociais como ferramenta de publicidade na medicina é um tema que pode ser positivo para a visibilidade do profissional médico, mas polêmico diante do Código de Ética Médica. A publicidade médica, quando realizada de forma inadequada, compromete a relação médico-paciente bem como a sociedade, além de poder resultar em penalidades graves para o profissional da saúde.

**Palavras chaves:** Ética médica. Publicidade médica. Resultados estéticos.