

**SELFIES, AUTOPROMOÇÃO E EXIBICIONISMO: LIMITES PRECONIZADOS  
PARA A PRÁTICA MÉDICA**Wallison Carvalho da Costa<sup>1</sup>Leonardo Patan de Matos<sup>2</sup>Marcelo Rodrigues Martins<sup>3</sup>Luá Cristine Siqueira Reis Lara<sup>4</sup>

O número de usuários de mídias sociais tem crescido a cada ano em todo o mundo. Em 2021, estima-se que 147 dos 213 milhões de brasileiros fazem uso do *WhatsApp*. Além do *WhatsApp*, muitas pessoas utilizam também o *Facebook*, *Instagram* e outras mídias como forma de comunicação e interação. Os usos dessas plataformas são variados, como lazer, exercício profissional, divulgação de informações, e até mesmo utilidade pública. As redes sociais também têm sido bastante utilizadas por muitos médicos brasileiros, para interações com os pacientes e colegas. O Conselho Federal de Medicina (CFM) não proíbe o uso, no entanto ele estabelece normas éticas que precisam ser respeitadas por todos os médicos. Contudo, apesar da existência dos marcos legais quanto ao assunto e do trabalho de fiscalização do CFM e dos Conselhos Regionais de Medicina muitos médicos cometem irregularidades nas redes sociais. Sendo assim o presente estudo tem como objetivo descrever os limites entre o marketing digital e a autopromoção ou exibicionismo na profissão médica preconizado pelo CFM. A metodologia utilizada foi de revisão bibliográfica narrativa, no qual realizou-se uma pesquisa de normas e diretrizes do CFM relacionadas ao assunto por meio de uma busca eletrônica. Os documentos encontrados foram a Resolução CFM nº 2.217/2018, Resolução CFM 1.974/2011 e a Resolução CFM 1.974/2011. Dado isso, tem-se como resultado que a regulamentação da publicidade médica pelo CFM inclui também o Código de Ética Médica (Resolução CFM nº 2.217/2018), o Manual de Publicidade Médica, Resolução CFM 1.974/2011, atualizada pelas Resoluções 2.126 e 2.133, ambas de 2015. A Resolução CFM 1.974/2011 estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina, conceituando os anúncios, a divulgação de assuntos médicos, o sensacionalismo, a

<sup>1</sup> Acadêmico UNIFIMES - wallisoncarvalho07@academico.unifimes.edu.br.

<sup>2</sup> Acadêmico UNIFIMES.

<sup>3</sup> Acadêmico UNIFIMES.

<sup>4</sup> Docente UNIFIMES.

VI COLÓQUIO ESTADUAL DE PESQUISA MULTIDISCIPLINAR  
IV CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA MULTIDISCIPLINAR E  
III FEIRA DE EMPREENDEDORISMO DA UNIFIMES



2022

16 A 18 DE MAIO

autopromoção e as proibições referentes ao assunto. Prevendo ainda que “as mídias sociais dos médicos e dos estabelecimentos assistenciais em Medicina deverão obedecer à lei, às resoluções normativas e ao Manual da Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (Codame)”. Observa-se também que há a restrição da publicação de autorretrato (*selfie*), imagens e/ou áudios autorretrato (*selfie*), imagens e/ou áudios que caracterizem sensacionalismo, autopromoção ou concorrência desleal. Além disso, também é proibido a publicação de imagens mostrando o “antes e depois” ou de elogios a técnicas e resultados de procedimentos. Portanto, pode-se concluir que a atuação do CFM e dos Conselhos Regionais, com base em suas normativas torna-se fundamental para a regulamentação dos atos médicos no que tange ao marketing digital. Evitando assim que situações cotidianas do atendimento, possam caracterizar sensacionalismo, concorrência desleal e autopromoção. Bem como também, exposição do paciente mesmo que o mesmo tenha consentido.

**Palavras-chave:** publicidade médica, marketing na medicina, autopromoção médica, exibicionismo médico.