

A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA MÉDICA E MÉDICA VETERINÁRIA NA PUBLICIDADE

FUNES, Andrei Mohr¹

FUNES, Gilmara Pesquero Fernandes Mohr²

FUNES, Bianca Pesquero Fernandes Mohr³

FUNES, Manuela Pesquero Fernandes Mohr⁴

O presente resumo visa traçar um paralelo entre o Código de Ética Médico e o Código de Ética Médico Veterinário, em relação à publicidade, tema tão presente nos dias atuais, apontando o limite da utilização do marketing para a publicidade explorada pelo médico e o médico veterinário, de forma lícita e legítima. A publicidade médica aparece nos artigos 111 a 118 do Código de Ética Médico - Resolução CFM nº 2.217, de 27 de setembro de 2018, modificada pelas Resoluções CFM nº 2.222/2018 e 2.226/2019 e nos artigos 22 a 28, do Código de Ética Médico Veterinário - Resolução nº 1.138, de 16 de dezembro de 2016 do CFMV. Reza o art. 25, do CEMV “Falta com a ética o médico veterinário que divulga, fora do meio científico, processo de tratamento ou descoberta cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido por órgão competente.” E o art. 113 do CEM de igual forma prevê: “Divulgar, fora do meio científico, processo de tratamento ou descoberta cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido cientificamente por órgão competente.” Percebe-se que os dois Conselhos Federais se preocupam com o mesmo conteúdo e com a responsabilidade decorrente quando se tratam de vidas. Outra importante similitude está no art. 26 do CEMV: “Comete falta ética o médico veterinário que participar da divulgação, em qualquer veículo de comunicação de massa, de assuntos que afetem a dignidade da profissão” e o art. 111 que veda “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”. Mais uma semelhança diz respeito à importância de se divulgar o número de registro para que a sociedade possa saber e consultar o profissional. Assim, o artigo 28 do CEMV reza que “As placas indicativas de estabelecimentos médicos veterinários, os anúncios e impressos devem conter dizeres compatíveis com os princípios éticos, não implicando jamais em autopromoção, restringindo-se a: I – nome do profissional, profissão e número de inscrição do CRMV; II – especialidades reconhecidas pelo sistema CFMV/CRMVs; III – título de formação acadêmica mais relevante; IV – endereço, telefone, horário de trabalho, convênios e credenciamentos; V – serviços oferecidos. No CEM, em seu artigo 118, está previsto que “Deixar de incluir, em anúncios profissionais de qualquer ordem, o seu número de inscrição no Conselho Regional de Medicina. Parágrafo único. Nos anúncios de estabelecimentos de saúde devem constar o nome e o número de registro, no Conselho Regional de Medicina, do diretor técnico.” Denota-se uma paridade nos dois códigos de ética que cuidam da vida, protegendo-a de propagandas que possam não condizer com a verdade e influenciar ou prejudicar a proteção das vidas.

Palavras-chave: Ética. Ética Médica. Ética Médica Veterinária. Código de Ética. Código de Ética Médico. Código de Ética Médico Veterinário.

¹ Advogado e Professor Universitário. daifunes@gmail.com

² Advogada e Professora Universitária. gilmarafunes@gmail.com

³ Discente do curso de Medicina da Faculdade Pequeno Príncipe de Curitiba. biancapesquero@hotmail.com

⁴ Discente do curso de Medicina Veterinária da Unicesumar de Curitiba. manuelapesquero@gmail.com