



CRMV/SP

Conselho Regional de Medicina Veterinária
do Estado de São Paulo

Edição
2024

MANUAL DE PUBLICIDADE PARA MÉDICOS- VETERINÁRIOS





Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado de São Paulo (CRMV-SP)

Diretoria Executiva

Presidente: Méd.-vet. Daniela Pontes Chiebao
Vice-presidente: Méd.-vet. Carolina Saraiva Filippos de Toledo
Secretária-geral: Méd.-vet. Ana Helena Pagotto Stuginski
Tesoureiro: Méd.-vet. Rodrigo Soares Mainardi

Conselheiros Efetivos

Médica-veterinária: Alessandra Marnie Martins Gomes de Castro
Médica-veterinária: Daniela Scantamburlo Denadai
Zootecnista: Kátia de Oliveira
Médico-veterinário: Haroldo Alberti
Médico-veterinário: Martin Jacques Cavaliero
Médica-veterinária: Tatiana Lembo

Conselheiros Suplentes

Médica-veterinária: Alessandra Gonzales
Médico-veterinário: Guilherme Cosentino Sposito
Médica-veterinária: Mirian Rodrigues
Médica-veterinária: Nicole Casara

Chefe de Gabinete

Renata Rezende

Diretor Técnico

Médico-veterinário: Leonardo Burlini Soares

Diretor Jurídico e Administrativo

Bruno Fassoni

Coordenadora Técnica Médica-veterinária

Médica-veterinária: Carla Maria Figueiredo de Carvalho

Coordenadora de Comunicação

Laís Domingues Figueiredo Shingaki

Organização e Autoria

Comissão de Clínicos de Pequenos Animais do CRMV-SP

Diagramação

Isabella Teixeira Pereira
Anna Carolina Zednik Danieli

Ícones

Flaticon

Capa

Adobe Stock

SUMÁRIO

Manual de publicidade para médicos-veterinários	05
Introdução	05
Resoluções	07
Limites na divulgação de conteúdo	09
Pode ou não pode	10
Entrevistas sobre assuntos médicos	13
Posso realizar campanhas	14
Black Friday	15
Aplicativos de mensagens	16
Perguntas e respostas sobre as regras de publicidade em Medicina Veterinária	17
Diretrizes práticas para publicidade de serviços médico-veterinários	21

MANUAL DE PUBLICIDADE PARA MÉDICOS-VETERINÁRIOS

O envolvimento do médico-veterinário na disseminação de temas relacionados à Medicina Veterinária e à Zootecnia em qualquer meio de comunicação de massa e em redes sociais deve ser guiado pelo propósito exclusivo de esclarecer e educar a sociedade. Ressaltamos que é vedado o incentivo ao sensacionalismo e à autopromoção.

Esse manual tem o intuito de auxiliar os médicos-veterinários nas divulgações dos seus serviços e o uso da rede social no seu cotidiano.

INTRODUÇÃO

A Resolução do Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) nº 780, de 10 de dezembro de 2004 foi publicada para estabelecer critérios quanto à divulgação de publicidade no âmbito da Medicina Veterinária, uniformizando o entendimento do que seria aplicado para seu controle, e atuando de forma complementar ao Código de Ética Profissional do Médico-Veterinário, previsto na Resolução CFMV nº 1.138, de 16 de dezembro de 2016. Mas, ainda há lacunas e interpretação pessoal, motivo pelo qual se faz necessária a publicação desse documento.

Contudo, alguns questionamentos mais atuais que surgiram nos últimos anos, por meio da utilização das redes sociais pelos profissionais liberais, representam desafios para uma nova regulamentação. A popularização destas ferramentas de comunicação e a facilidade tecnológica para produzir imagens, áudios e textos – que antes requeriam uma equipe de produção e filmagens, com aparelhagem sofisticada – cedeu lugar a produções ágeis, utilizando, muitas vezes, apenas aparelhos celulares, o qual possuem configurações multifuncionais para os mais diversos fins.

A partir dessa constatação, passamos a vislumbrar a necessidade de informar aos médicos-veterinários os pontos mais importantes da publicidade, com previsão legal nas citadas resoluções. A Medicina Veterinária, por ser do ramo da Saúde, se caracteriza como atividade de área meio e fim, a depender da situação.

Na área “meio” não há garantia de resultados. O profissional deve atuar com diligência, aplicando as técnicas necessárias para buscar a obtenção do resultado esperado. Porém, o médico-veterinário que indica um tratamento para um animal, não pode garantir a cura do mesmo. Já as atividades “fins”, tem obrigação de alcançar determinado resultado. O médico-veterinário que se propõe a realizar procedimento de esterilização cirúrgica, deve garantir a esterilidade do animal após o procedimento.

A publicação de imagens comparativas de “antes e depois” de tratamentos ou procedimentos médicos-veterinários, pode ser interpretada como promessa de resultados. Por isso, não deve ser realizada, uma vez que na Medicina Veterinária não há garantia de resultados.

O Sistema Conselho Federal e Regionais de Medicina Veterinária (Sistema CFMV/CRMVs) entende que a Medicina Veterinária deve ter uma relação honesta com o mercado. A publicidade deve ser pautada conforme prescrito no Código de Ética, que regula os direitos e deveres do profissional em relação à comunidade, ao cliente, ao paciente, a outros profissionais e ao meio ambiente. Pode ter como público-alvo a sociedade, promovendo educação, ou ser voltada para os clientes.

Muitas vezes, os médicos-veterinários não recebem em sua formação acadêmica orientação para lidar com as finanças geradas pelo seu trabalho. Não aprendem a planejar e avaliar custos para manter seu consultório, clínica, hospital ou mesmo administrar seus proventos. Outro fator decisivo foi a compreensão de que os próprios profissionais, por medo da banalização e do comportamento predatório de uma minoria, impediam que fossem reconhecidos consentimentos já previstos em lei, mas que poderiam gerar dissabores à Medicina Veterinária como ciência e arte.

A nova dinâmica do mercado exige do médico-veterinário divulgação de seu trabalho. É previsível que num primeiro momento, muitos profissionais se utilizem de uma publicidade mais ostensiva, com maior exposição no mercado consumidor para prospectar clientes.

A publicidade é uma ferramenta nova para o cotidiano do profissional da área da Saúde, já que a maioria das escolas de graduação ainda empenha seu esforço na formação de um profissional puramente técnico, não conduzindo a ideia da clínica como um negócio empresarial.

RESOLUÇÕES

A criação de identificação profissional para médicos-veterinários, incluindo carimbo e assinatura, está sujeita a diretrizes específicas conforme estabelecido pela legislação pertinente. De acordo com o Artigo 30 da Resolução CFMV nº 1475, de 16 de setembro de 2022, os médicos-veterinários ficam obrigados a escrever, abaixo da assinatura, em todos os atos profissionais, assim como em cartões de visita e em quaisquer outros veículos de apresentação profissional ou publicações de assuntos técnicos, a sigla do Conselho Regional de Medicina Veterinária (CRMV) com a indicação do estado em que estiver inscrito. Em seguida do número de sua inscrição no conselho, nos seguintes termos: médico-veterinário: CRMV-(UF) nº 00001. Caso a inscrição seja secundária, acrescentar a letra “S” após o número: médico-veterinário: CRMV- (UF) nº 00002 “S”.

Quanto aos anúncios relacionados à Medicina Veterinária, é imprescindível observar as normas estipuladas para garantir a transparência e a ética na divulgação. Em conformidade com a Resolução CFMV nº 780, de 10 de dezembro de 2004, art. 2º, os anúncios devem conter o nome do profissional, seu número de inscrição no CRMV-SP, além de informações complementares como endereço, telefone e os serviços oferecidos. É importante ressaltar que não devem ser mencionados os valores dos serviços.

Para os estabelecimentos veterinários, como clínicas e hospitais, há requisitos adicionais a serem seguidos. Além dos dados do profissional, é obrigatória a divulgação do nome do responsável técnico e seu número de inscrição no CRMV-SP, junto a outras informações, como especialidade reconhecida, horário de funcionamento e serviços disponíveis, seguindo as diretrizes do Código de Ética e Resolução CFMV n.º 780/2004.

É crucial que as publicidades estejam em conformidade não apenas com as resoluções do sistema CFMV/CRMVs, mas também com as legislações vigentes, como o Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

A Resolução CFMV nº 1275, de 25 de junho de 2019, estabelece normas para os estabelecimentos médicos-veterinários. É necessário garantir a atualização dos dados cadastrais e da atividade econômica exercida no estabelecimento perante o CRMV, conforme os serviços veterinários fornecidos no local, evitando assim, práticas que possam caracterizar infração administrativa e/ou infração de relação de consumo. Deve-se especificar a natureza do estabelecimento (consultório, clínica com cirurgia, clínica com internação, hospital).

A oferta de serviços que não sejam compatíveis com a classificação do estabelecimento pode ser considerada uma violação do direito do consumidor. O nome fantasia deve ser compatível com a classificação do estabelecimento, de forma a não caracterizar propaganda enganosa (artigos 37 e 67 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor), ou seja, estabelecimento com estrutura de clínica, não pode ter a palavra “hospital” no nome fantasia.

Além disso, é vedado que os profissionais publiquem qualquer forma de divulgação sensacionalista, promocional ou que careça de embasamento científico, por exemplo: a divulgação de preços, formas de pagamento (à vista, parcelado em 3x); promoção e prêmios (combo de banho+vacina, ração + vacina); ou que na compra de uma determinada quantidade de produtos, ganha-se uma consulta; consulta a preço popular; baixo custo, promoção imperdível, preços promocionais. Da mesma forma, a divulgação de tratamentos ou descobertas que não tenham reconhecimento científico comprovado é vedada fora do meio científico.

Em suma, tanto a criação de identificação profissional quanto a divulgação de serviços devem ser realizadas com base nas normativas legais e éticas estabelecidas, garantindo a integridade e a confiabilidade das informações prestadas à sociedade.

Em anúncios de estabelecimentos veterinários, também é obrigatório fornecer ao consumidor informações sobre os horários de funcionamento dos serviços de consulta, cirurgia e de internação. Além disso, é importante que o médico-veterinário não permita que seu nome seja associado ao quadro de pessoal de instituições como hospitais, clínicas ou escolas sem que esteja exercendo efetivamente uma função profissional dentro delas.

LIMITES NA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO

A promoção pessoal do médico-veterinário deve ser conduzida com discrição e integridade, tanto em seus próprios materiais de divulgação, como cartões pessoais e receituários, quanto na publicidade de seus serviços profissionais. É estritamente proibido qualquer tipo de divulgação sensacionalista, promocional ou que contenha informações falsas sobre assuntos profissionais. Isso inclui a veiculação de preços e formas de pagamento em meios de comunicação de massa e em redes sociais, bem como a oferta de serviços veterinários gratuitos ou a preços promocionais. Também é vedado oferecer os serviços como prêmios em concursos ou permitir que seu nome seja associado a instituições sem que esteja exercendo efetivamente uma função profissional nelas.

Além disso, é importante ressaltar que a divulgação de tratamentos ou descobertas deve ser feita com base em evidências científicas e reconhecimento por órgãos competentes. Qualquer divulgação fora do meio científico de processos de tratamento ou descobertas cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido por órgãos competentes, é estritamente proibida.

Essas diretrizes visam assegurar a integridade, credibilidade e ética na divulgação dos serviços e práticas profissionais do médico-veterinário, mantendo o foco na saúde, no bem-estar dos animais e na confiança da sociedade na profissão.

PODE OU NÃO PODE

A veiculação de publicidade relacionada à Medicina Veterinária levanta diversas questões quanto à permissibilidade de divulgar produtos, logomarcas, logotipos e outros elementos visuais. No entanto, é importante observar que normativas específicas orientam sobre o que é permitido ou não nesse contexto.

No que diz respeito à inclusão de publicidade de produtos, logomarcas e logotipos em documentos, como receituários, laudos, atestados e carteiras de vacinação, é estritamente proibida essa prática, conforme art. 3º, §1 da Resolução CFMV n.º 1321/2020, art. 11 da Resolução CFMV n.º 780/2004, e art. 27 da Resolução CFMV n.º 1138/2016. Nas demais formas de publicidade, embora não haja uma proibição explícita, é recomendado evitar a veiculação de publicidade de terceiros nos anúncios médicos-veterinários. Essa recomendação se alinha com as diretrizes éticas que buscam garantir a objetividade e a transparência na comunicação com o público.

Quanto ao uso do símbolo da Medicina Veterinária, está reservado apenas para entidades de classe e instituições de ensino, e será supervisionado pelo Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV), conforme art. 3º da Resolução CFMV n.º 609, de 15 de junho de 1994. Essa medida visa preservar a integridade e a representatividade da profissão, evitando o uso inadequado de símbolos profissionais.

No que se refere à divulgação de casos clínicos e uso de imagens de pacientes, há diretrizes específicas a serem seguidas. É necessário obter autorização expressa por escrito do cliente antes de utilizar qualquer imagem ou informação relacionada a casos clínicos. Além disso, é proibido utilizar esses materiais para promover tratamentos ou serviços de forma sensacionalista ou promocional, exceto em contextos científicos onde a exposição da imagem seja indispensável.

Quanto à divulgação de especialidades, apenas as comprovadas e registradas no sistema CFMV/CRMVs podem ser anunciadas. É importante observar que os títulos de especialista são concedidos apenas por instituições reconhecidas pelo CFMV. Para se anunciar como tal, é necessário ter a cédula de identidade profissional de especialista, garantindo assim a qualidade e a legitimidade dos serviços anunciados. A entidade habilitada é responsável pela concessão do título de especialista aos profissionais aprovados nas provas de conhecimentos, conforme Resolução CFMV n.º 1572, de 06 de dezembro de 2023. O título tem validade de cinco anos, podendo ser renovado por igual período. Atualmente, 16 entidades possuem habilitação do CFMV para concessão de título de especialista:

- 1.** Academia Brasileira de Medicina Veterinária Intensiva (BVECCS);
- 2.** Associação Brasileira de Acupuntura Veterinária (Abravet);
- 3.** Associação Brasileira de Dermatologia Veterinária (ABDV);
- 4.** Associação Brasileira de Patologia Veterinária (ABPV);
- 5.** Associação Brasileira de Radiologia Veterinária (ABRV);
- 6.** Associação Médico-Veterinária Homeopática Brasileira (AMVHB);
- 7.** Colégio Brasileiro de Médicos-Veterinários Higienistas de Alimentos (CBMVHA);
- 8.** Colégio Brasileiro de Oftalmologistas Veterinários (CBOV);
- 9.** Colégio Brasileiro de Anestesiologia Veterinária (CBAV);
- 10.** Colégio Brasileiro de Cirurgia Veterinária (CBCV);
- 11.** Instituto de Medicina Veterinária do Coletivo (IMVC/ITEC);
- 12.** Sociedade Brasileira de Cardiologia Veterinária (SBCV);
- 13.** Colégio Brasileiro de Nutrição Animal (CBNA);
- 14.** Associação Brasileira de Veterinários de Animais Selvagens (Abravas);
- 15.** Colégio Brasileiro de Nefrologia e Urologia Veterinárias (CBNUV);
- 16.** Associação Brasileira de Endocrinologia Veterinária (Abev).

Em relação à divulgação dos serviços oferecidos pelo estabelecimento veterinário, é permitido informar ao consumidor sobre os serviços disponíveis, mas sem mencionar os equipamentos obrigatórios estabelecidos pelas normativas. Isso visa evitar uma competição baseada em recursos materiais e direcionar o foco para a qualidade e eficácia dos serviços prestados.

Quanto ao uso de pessoas célebres na publicidade, é permitido contar com a participação de indivíduos não especializados em Medicina Veterinária, desde que não haja sugestão de que eles utilizam ou recomendam os serviços anunciados. É importante que a peça publicitária se restrinja a apresentar o serviço do profissional ou estabelecimento, mantendo um tom elevado e discreto.

No que se refere à oferta de serviços a distância, é proibido oferecer teleconsulta veterinária aos tutores dos animais sem a primeira consulta presencial, devendo essa informação estar explícita nas divulgações dos serviços, conforme descrito na Resolução CFMV n.º 1465, de 27 de junho de 2022. Apenas após a consulta presencial, nos casos em que o médico-veterinário achar viável, e após o documento “Relação Prévia Veterinária-Animal-Responsável” (RPVAR) estar devidamente preenchido e assinado, poderá ser realizada a teleconsulta veterinária..

Para a teleorientação e teletriagem médico-veterinária, é obrigação do profissional informar previamente ao responsável pelo paciente que não se trata de consulta médico-veterinária, estando vedados, portanto, diagnóstico, solicitação de exames e qualquer prescrição (art. 8º da Resolução CFMV n.º 1465/2022).

Por fim, no que se refere à divulgação de informações sobre saúde animal em redes sociais e outras plataformas on-line, é permitido fornecer informações educativas, desde que não configurem uma consulta ou prescrição médico-veterinária. Também é vedado fornecer a leigos ensinamentos, métodos ou meios, instrumentos ou técnicas privativas da Medicina Veterinária. É importante ressaltar que toda publicidade deve conter o nome e número de inscrição do profissional, garantindo, assim, a transparência e a identificação adequada dos serviços oferecidos.



ENTREVISTAS SOBRE ASSUNTOS MÉDICOS

O médico-veterinário possui o direito de utilizar diversos meios de divulgação para fornecer informações sobre temas médico-veterinários, conceder entrevistas e publicar artigos, desde que essas atividades tenham como objetivo principal a educação e o benefício social. No entanto, é importante destacar que essas informações não devem se configurar como consultoria, ou seja, não devem substituir a consulta presencial com o profissional. Além disso, é fundamental que essas informações não abranjam aspectos das atividades privadas do médico-veterinário, como o diagnóstico de doenças ou a prescrição de tratamentos.

Durante o processo de concessão de entrevistas ou publicação de artigos, é essencial que o médico-veterinário evite qualquer forma de autopromoção ou sensacionalismo, conforme estabelecido no Código de Ética da profissão. Em vez disso, deve-se priorizar a objetividade, a imparcialidade e o compromisso com a educação e o interesse social. Cabe salientar ainda, que o médico-veterinário só pode publicar em seu nome trabalho científico do qual tenha feito parte. Em caso de publicações de terceiros, estas devem ser feitas com referência ou autorização expressa do(s) autor(es).

Essas diretrizes visam garantir que as informações divulgadas sejam precisas, úteis e éticas, promovendo assim uma maior compreensão sobre questões relacionadas à saúde e ao bem-estar dos animais.

POSSO REALIZAR CAMPANHAS

Realizar uma campanha eficaz para promover os serviços veterinários pode ser uma estratégia inteligente e acessível. Uma abordagem interessante é através de campanhas internas, direcionadas aos próprios clientes do estabelecimento. Muitas vezes, os clientes não estão cientes de todos os serviços oferecidos e das vantagens que poderiam obter.

Por exemplo, suponha que o estabelecimento veterinário ofereça serviços de limpeza de tártaro e higiene bucal em cães e gatos. Uma ideia seria criar folhetos, panfletos e outras formas de divulgação, destacando a importância da prevenção da saúde bucal e conscientizando os clientes de que os procedimentos preventivos são fundamentais para a saúde geral do animal. No entanto, é crucial respeitar as normas éticas relacionadas à exibição de imagens e vídeos de procedimentos, bem como não divulgar preços e formas de pagamento dos serviços veterinários oferecidos.



BLACK FRIDAY

A Black Friday no Brasil gera uma grande movimentação financeira no mercado de compra e venda de produtos, com a publicitação de anúncios de descontos e promoções, expandindo-se, também, para área de prestação de serviços em geral e, portanto, representa uma oportunidade significativa para os estabelecimentos veterinários captarem novos clientes e recuperarem possíveis perdas dos últimos anos. No entanto, é fundamental lembrar que existem regulamentações no Código de Ética que devem ser estritamente seguidas no que diz respeito à divulgação e propagação de promoções.

De acordo com a Resolução CFMV nº 1.138/2016, as normas que regem a atividade profissional na Medicina Veterinária proíbem a veiculação de anúncios nos meios de comunicação de massa que contenham informações sobre precificação, descontos ou gratuidades relacionadas aos serviços prestados por médicos-veterinários. É imprescindível promover o empreendedorismo dentro dos limites éticos estabelecidos, construindo uma base sólida sobre os valores éticos que são essenciais para o sucesso profissional.

Nesse contexto, é relevante destacar que o mercado recebe, anualmente, quase quatro mil novos profissionais no estado de São Paulo, conforme indicadores do CRMV-SP. Portanto, é fundamental refletir sobre o cenário atual, que combina avanços significativos na área com um aumento correspondente na demanda por serviços veterinários.

Essa realidade exige uma atuação profissional responsável, que valorize o conhecimento técnico e que evite conflitos entre os profissionais através de práticas desleais. A dignidade da profissão está intrinsecamente ligada ao legado que cada profissional deixa para a sociedade, destacando a importância de uma conduta ética e comprometida com o bem-estar dos animais e da comunidade como um todo.

APLICATIVOS DE MENSAGENS

É fundamental ter cautela ao utilizar aplicativos de mensagens, como WhatsApp, Messenger, Telegram, entre outros, para a divulgação de serviços veterinários, pois existem medidas e regras específicas a serem seguidas para garantir uma conduta ética e legal.

Algumas das principais orientações a serem consideradas incluem:

1. Não realizar diagnósticos ou orientações detalhadas de tratamento: Os aplicativos de mensagens não devem ser utilizados para substituir consultas presenciais ou para fornecer diagnósticos completos de condições médicas. Essa prática é inadequada e não garante um cuidado correto com os animais. Para os serviços de telemedicina veterinária, deve-se utilizar Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs) que permitam registrar as imagens e documentos emitidos durante a assistência médico-veterinária prestada, pois integram o prontuário do paciente, conforme art. 13 da Resolução CFMV n.º 1465/2022;

2. Não prescrever medicação: A prescrição de medicamentos deve ser feita apenas após uma avaliação presencial do animal pelo médico-veterinário. Portanto, não se deve prescrever medicações por meio de mensagens de texto ou qualquer outro meio de comunicação à distância;

3. Evitar divulgar resultados de casos clínicos: Os resultados de casos clínicos devem ser compartilhados de forma ética e respeitando a privacidade dos clientes e dos animais. A divulgação de informações confidenciais através de aplicativos de mensagens pode comprometer a relação de confiança com os clientes e infringir normas de sigilo profissional;

4. Não enviar ofertas de promoção, desconto ou permutas relacionadas ao serviço veterinário: A divulgação de promoções, descontos ou permutas por meio de aplicativos de mensagens é considerada antiética e desrespeitosa, além de violar normas estabelecidas pelo CFMV e outras autoridades reguladoras, como a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) e Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

Além dessas orientações, é importante consultar as diretrizes específicas fornecidas pelo CFMV em seus portais e estar sempre atualizado sobre as melhores práticas no uso de aplicativos de mensagens para comunicação profissional na área veterinária.

PERGUNTAS E RESPOSTAS SOBRE AS REGRAS DE PUBLICIDADE EM MEDICINA VETERINÁRIA

1. É necessário incluir o número de registro no CRMV nas publicações em geral?

Sim. Em qualquer tipo de divulgação de estabelecimentos ou serviços veterinários, é obrigatório mencionar o nome do responsável técnico e seu número de inscrição no Conselho Regional (Resolução CFMV nº 780, de 10 de dezembro de 2004, art. 30 da Resolução CFMV n.º 1475, de 16 de setembro de 2022, art. 28 da Resolução CFMV n.º 1138, de 16 de dezembro de 2016).

2. O médico-veterinário pode utilizar logomarcas de patrocinadores nos receituários?

Não. Nos documentos como receituários, laudos e carteiras de vacinação, é proibida a veiculação de publicidade de produtos ou suas logomarcas (Resolução CFMV nº 780, de 10 de dezembro de 2004 e art. 3º §1º da Resolução CFMV n.º 1321, de 24 de abril de 2020). É importante ressaltar que a propaganda pessoal e a divulgação de serviços devem ser feitas de maneira discreta e profissional (art. 27 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

3. O que pode constar na placa de identificação do estabelecimento veterinário?

As placas e anúncios devem conter informações éticas e compatíveis com os princípios da profissão veterinária. Entre os dados permitidos estão o nome do profissional, suas especialidades, títulos acadêmicos relevantes, endereço, telefone, horário de funcionamento e serviços oferecidos (art. 28 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

4. É permitido utilizar a expressão “especialista” em publicidades de médicos-veterinários?

Sim. Contudo, essa designação só pode ser utilizada por profissionais que obtiveram títulos de especialista reconhecidos por instituições oficiais (art. 8º, XIV da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

5. Quais são os cuidados especiais nas publicidades em redes sociais pelos médicos-veterinários?

É vedado ao médico-veterinário fazer propaganda enganosa, promover métodos sem embasamento científico, realizar diagnósticos ou prescrições por meio de comunicação de massa. Além disso, a exposição da imagem de pacientes em publicidade só é permitida em contextos científicos com autorização prévia do proprietário (Resolução nº 780, de 10 de dezembro de 2004 e Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

6. O WhatsApp é considerado um meio de comunicação de massa?

Depende. Se a mensagem for direcionada a um grande número de receptores ao mesmo tempo, caracteriza-se como comunicação de massa. Caso contrário, se for destinada a conversas individuais, não é considerada comunicação de massa.

7. A divulgação de serviços veterinários pelo WhatsApp é ética?

Sim. Desde que não viole o código de ética da profissão e não comprometa a dignidade da mesma.

8. É ético divulgar preços de serviços veterinários pelo WhatsApp?

Não. Divulgar preços ou promoções via WhatsApp viola o Código de Ética do Médico-Veterinário, que proíbe a divulgação de valores promocionais ou gratuitos (arts. 13, 14 e 15 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016). Porém, é possível o médico-veterinário informar os preços aos clientes desde que seja em conversas individuais e que tenha sido previamente provocado.

9. A publicidade na internet é considerada comunicação de massa?

Sim. A internet é capaz de atingir um grande número de receptores ao mesmo tempo, caracterizando-a como comunicação de massa.

10. É permitido informar preços e formas de pagamento de serviços veterinários em sites ou redes sociais?

Não. A divulgação de preços e formas de pagamento em meios de comunicação de massa ou redes sociais é vedada pelo Código de Ética do Médico-Veterinário (arts. 13, 14 e 15 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

11. Enviar mala direta com divulgação de preços de serviços veterinários é antiético?

Sim. A prática de enviar mala direta com divulgação de preços ou promoções viola o Código de Ética do Médico-Veterinário (arts. 13, 14 e 15 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

12. É adequado oferecer orientações veterinárias por meio de sites ou redes sociais?

Não. Para a teleorientação e teletriagem médico-veterinária é obrigatório que o profissional informe previamente ao responsável pelo paciente que não se trata de consulta médico-veterinária, estando vedados, portanto, diagnóstico, solicitação de exames e qualquer prescrição. Devem ser realizadas por meio de TICs, ou seja, plataformas que permitam o registro de imagens, que deverão ser incluídas no prontuário do animal, respeitando o disposto na Resolução CFMV nº 1465, de 27 de junho de 2022.

13. Oferecer “confirmação de diagnóstico” dado por outro profissional é antiético?

Sim. Isso pode ser interpretado como concorrência desleal e violação do respeito mútuo entre os profissionais veterinários (art. 8º, XVI e XVII; art. 10, V da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

14. É permitido divulgar serviços gratuitos ou com preços abaixo da média?

Não. A divulgação desses serviços é proibida. (art. 10, V, arts. 13, 14 e 15 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016). No entanto, em casos pontuais, é possível o profissional médico-veterinário oferecer seus serviços como gratuitos ou abaixo da média, desde que seja um acordo entre o profissional e o cliente, não havendo nenhuma forma de divulgação desse serviço. Não é competência do sistema CFMV/CRMVs tabelar preços dos serviços médicos-veterinários (Processo Administrativo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE n.º 65/92).

15. Pode-se divulgar preços de serviços veterinários em meios de comunicação de massa ou redes sociais?

Não. A divulgação de preços é vedada pelo Código de Ética (arts. 13, 14 e 15 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

16. É ético expor a tabela de preços no estabelecimento veterinário?

Sim. Não há restrições quanto a isso, e a exposição da tabela de preços pode ser útil para os clientes.

17. Existe limite para cobrança de valores de consulta veterinária?

Não. Os valores devem ser determinados considerando diversos fatores, como o trabalho envolvido, a qualificação do profissional e a condição socioeconômica do cliente (art. 12 da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

18. Pode-se publicar imagens de animais tratados em redes sociais?

Não. A exposição da imagem de pacientes em publicidade é permitida apenas em contextos científicos e com autorização prévia do proprietário (art. 3º e 10º da Resolução CFMV nº 780, de 10 de dezembro de 2004 e art. 11, I da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

19. É permitido publicar imagens de pacientes em outras formas de divulgação?

Sim. Apenas em trabalhos e eventos científicos onde a exposição da imagem do paciente for indispensável. Contudo, é necessário obter autorização prévia do proprietário e utilizar as imagens apenas para fins de ilustração (art. 3º, d; art. 10 da Resolução CFMV nº 780, de 10 de dezembro de 2004 e art. 11, I da Resolução CFMV nº 1138, de 16 de dezembro de 2016).

DIRETRIZES PRÁTICAS PARA PUBLICIDADE DE SERVIÇOS MÉDICO-VETERINÁRIOS

Não use:



PROMOÇÃO



CAMPANHA



OFERTA



CONDIÇÕES ESPECIAIS



GRATUITO



PREÇOS IMPERDÍVEIS



PREÇOS ESPECIAIS



COBRIMOS QUALQUER OFERTA

ATENÇÃO!

Serviços que não sejam de competência privativa do médico-veterinário podem ser instrumento de divulgação com valores promocionais, como: acessórios, banho e tosa, produtos para uso em animais e embelezamento.

Carimbo

Permitido



Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX
Pós-graduação em CARDIOLOGIA na
FMVZ-USP

NÃO ESPECIALISTA

Vedado



Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX
CARDIOLOGISTA com pós-graduação na
FMVZ-USP

No caso de inscrição secundária

Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX "S"

Médico-Veterinário com apenas um CRMV

Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX

Médico-Veterinário com dois ou mais CRMVs

Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX/
CRMV-PR n° XXXXX

Médico-Veterinário com especialidade registrada

Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX
Cardiologista Veterinária

Médico-Veterinário com especialidade e área de atuação

Júlia Dutra Araújo
MÉDICA-VETERINÁRIA: CRMV-(UF) n° XXXXX
Cirurgiã Veterinária
Especialização em Cardiologista Veterinária

Cartão de visitas





Publicidade em Outdoor

Nos anúncios em mídia física, a identificação do Responsável-Técnico deve ficar legível e visível e atender as regras desse manual.

Clínica veterinária Bragas M'or
Registro: XX.XXXX
Responsável Técnico-Médico Veterinário: Paulo Jorge
CRMV-(UF): XX.XXXX

Anúncio em página de revista



Receituário de Pessoa Jurídica

BRAGAS M'OR

Clínicas Veterinárias

Clínica Veterinária Bragas M'Or
Registro: XX.XXX
Responsável Técnico Médico-Veterinário: Paulo Jorge
CRMV-(UF): XX.XXX
Endereço: Rua Antônio de Almeida, 143
Telefone: (00) 1 2345 6789
E-mail: paulojorge@bragasmor.com

RECEITUÁRIO

IDENTIFICAÇÃO DO ANIMAL

Nome:
Espécie:
Raça:
Sexo:
Cor de pelagem:
Nº de microchip:

IDENTIFICAÇÃO DO PROPRIETÁRIO:

Nome:
CPF:
Endereço:

PRESCRIÇÃO:

Data: ___/___/___

Assinatura do Médico-Veterinário/Carimbo

IDENTIFICAÇÃO DO COMPRADOR:

Nome:
RG: Órgão Emissor:
Endereço:
Cidade: UF:
Telefone:
CPF:

IDENTIFICAÇÃO DO FORNECEDOR:

Assinatura do Farmacêutico/
Médico-Veterinário

Data: ___/___/___



Receituário de Pessoa Física

JÚLIA DUTRA ARAÚJO

Médica-Veterinária
CRMV-(UF)



RECEITUÁRIO

IDENTIFICAÇÃO DO ANIMAL

Nome:
Espécie:
Raça:
Sexo:
Cor de pelagem:
Nº de microchip:

IDENTIFICAÇÃO DO PROPRIETÁRIO:

Nome:
CPF:
Endereço:

PRESCRIÇÃO:

Data: ___/___/___

Assinatura do Médico-Veterinário/Carimbo

IDENTIFICAÇÃO DO COMPRADOR:

Nome:
RG: Órgão Emissor:
Endereço:
Cidade: UF:
Telefone:
CPF:

IDENTIFICAÇÃO DO FORNECEDOR:

Assinatura do Farmacêutico/
Médico-Veterinário

Data: ___/___/___

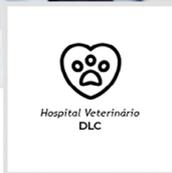
Cartela para vídeo em TV e internet



Exemplo de identificação de vídeos para internet



Exemplo de perfil para Facebook



Hospital Veterinário DLC

Timeline About Friends Photos More

Intro

Hospital Veterinário DLC. CRMV-XX 000-0
Diretor Técnico Médico-Veterinário: Dr. João
Cardoso Filho, com especialidade em
Cardiologia Veterinária

Intro

Hospital Veterinário DLC. CRMV-XX 000-0
Diretor Técnico Médico-Veterinário: Dr. João
Cardoso Filho, com especialidade em
Cardiologia Veterinária



Dr. Francisco Gilson

Timeline About Friends Photos More

Intro

Dr. Francisco Gilson, médico-veterinário,
CRMV-XX 000-0, Nutrição Veterinária

Intro

Dr. Francisco Gilson, médico-veterinário,
CRMV-XX 000-0, Nutrição Veterinária



Exemplo de perfil para Instagram

@dra.maria_    



14 publicação... **224** seguidores **423** seguindo

Dra. Maria - Médica-veterinária

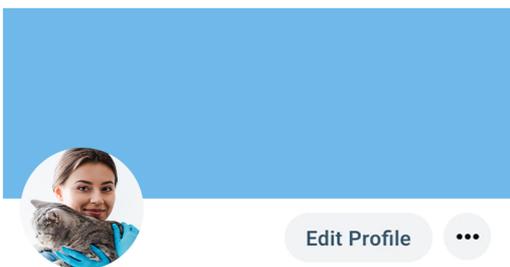
 dra.maria_

Apaixonada por animais, dedicada à saúde e bem-estar de pets.

Maria Souza da Silva - Médica-veterinária na área de Cardiologia
CRMV-(UF) 00.000

Maria Souza da Silva - Médica-veterinária na área de Cardiologia
CRMV-(UF) 00.000

Exemplo de perfil para Twitter



Dra. Maria - Médica-veterinária

@dra.maria_

491 followers 11 following 136 posts

Apaixonada por animais, dedicada à saúde e bem-estar de pets.

Maria Souza da Silva - Médica-veterinária na área de Cardiologia
CRMV-(UF) 00.000

Maria Souza da Silva - Médica-veterinária na área de Cardiologia
CRMV-(UF) 00.000

Posts Replies Media Likes Feeds

Permitido



Dr. Roberto Silva Teixeira
@drrobertosilva



Começo mais um dia com disposição para fazer o melhor pelos meus pacientes. Cumpro essa jornada neste hospital há dois anos, sempre esperançoso de ter as condutas mais adequadas.



Vedado



Dr. Roberto Silva Teixeira
@drrobertosilva



Estou chegando ao melhor hospital da cidade para realizar tudo que os nossos pacientes precisam.



Permitido



Will Lopes Alencar
@will.la



Agradeço por confiar em nossa equipe para a saúde de seu pet. Estamos comprometidos em continuar oferecendo o melhor atendimento possível. Desejamos sucesso na recuperação!



Vedado



Will Lopes Alencar
@will.la



Em um momento emocionante ao lado da minha paciente vip, repleto de gratidão, expressei meu profundo agradecimento por depositar sua confiança em nosso trabalho excepcional.



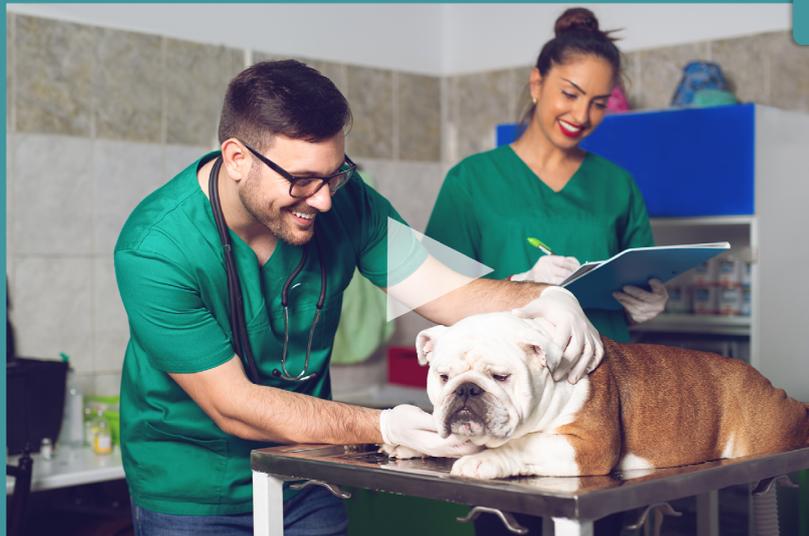
Permitido



Veterinária Luciana Silva
@dra.silvaluciana



Comprometida com a saúde integral dos animais, cada consulta é uma oportunidade de promover o bem-estar e a prevenção de doenças dos pets.
#SaúdeDeAnimais #CuidadosComAnimais
#CuidandoComAmor #MedicinaVeteriária



Dia a dia no veterinário



Dr. Bruno Azevedo
CRMV-TO

INSCREVA-SE



100 mil visualizações

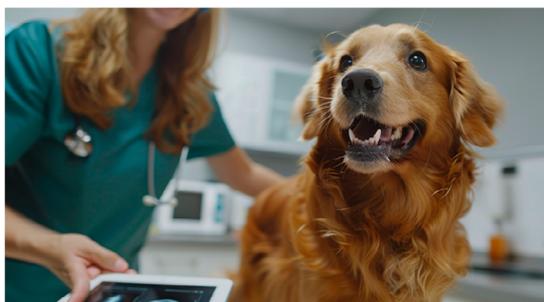
Acompanhe comigo e minha equipe os desafios e alegrias de um dia de trabalho cuidando dos animais.

Publicidades em terceiros

Permitido



Clínica Veterinária Brasil
@clínicaveterinária.brasil

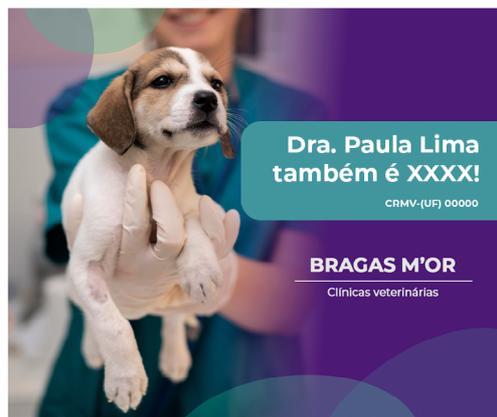


Você já conhece a Clínica Veterinária Brasil? Estamos localizados no centro de São Paulo e atendemos a diversos convênios. Marque agora mesmo a consulta de seu pet!



Permitido

M Bragas M'Or Clínicas
@bragasm'orclínicasveterinárias



Boas notícias! Dra. Paula Lima, agora está atendendo pelo plano de saúde XXXX. Garanta o cuidado que seu pet merece com uma profissional da área de cardiologia de confiança. Agende agora sua consulta! #SaúdeDeAnimais #CudadosDeAnimais #MedicinaVeterinária



Divulgar método ou técnica não reconhecida pelo CFM

Vedado



Dr. Roberto Silva Teixeira
@drrobertosilva



Descubra como fazer seu pet se sentir melhor com
nosso tratamento Ultragold Premium!
#UltragoldPremium



Garantir ou insinuar bons resultados



Garantimos que seu animal terá mais saúde com nossos produtos naturais

Portar-se de forma sensacionalista ou autopromocional, praticar concorrência desleal ou divulgar conteúdo inverídico.



Cure agora a diabetes do seu pet!

Aprenda como!

