

PUBLICIDADE LEGAL E BOAS PRÁTICAS PROFISSIONAIS

Vivemos em uma sociedade altamente conectada, em que a publicidade é ferramenta importante para divulgar o trabalho e ampliar a visibilidade das profissões. Porém, a divulgação profissional na área da saúde, deve seguir um rigor ético, responsável e com foco em informar e educar, e não mercantilizar. Entendendo que cada paciente deve ser atendido de forma individualizada.

O CREFITO-7, em consonância com o COFFITO, disponibiliza esta cartilha para orientar fisioterapeutas e terapeutas ocupacionais quanto às regras de publicidade legal, prevenindo infrações éticas e fortalecendo condutas que valorizem nossas profissões e protejam a sociedade.

1. O que é obrigatório em toda publicidade?

Para garantir a transparência e a segurança da população, toda e qualquer forma de publicidade, seja em placas, redes sociais, sites ou materiais impressos, deve conter obrigatoriamente:

- Nome completo do profissional.
- Profissão por extenso: "Fisioterapeuta" ou "Terapeuta Ocupacional".
- Número de inscrição no CREFITO.
- Se for uma empresa (clínica/consultório): Número de registro da empresa no CREFITO.

Essa identificação clara referenda a legalidade dos serviços prestados e permite que a sociedade verifique o registro do profissional.

2. O que você pode incluir (Itens Opcionais)?

Além dos itens obrigatórios, você pode enriquecer sua divulgação com as seguintes informações:

- **Títulos de Especialista Profissional:** Apenas aqueles reconhecidos e registrados pelo sistema COFFITO/CREFITOS.
- **Títulos Acadêmicos *Stricto Sensu*:** Mestrado ou Doutorado.
- **Informações de Contato:** Endereço, telefone, e-mail e horário de trabalho.
- **Serviços e Estrutura:** Convênios, credenciamentos, instalações, equipamentos e métodos de tratamento, desde que regulamentados pelo COFFITO.
- **Identidade Visual:** Logomarca própria ou de entidades às quais esteja legalmente vinculado, desde que condizentes com a dignidade da profissão.



3. Divulgação de imagens e depoimentos de pacientes

A Resolução COFFITO nº 532/2021 atualizou as regras e permite a divulgação de imagens, textos e áudios, mas com critérios rigorosos para proteger o paciente.

Regras de Ouro:

- 1. Autorização Expressa:** É obrigatória a autorização prévia do paciente (ou de seu representante legal) por meio de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) específico para este fim. Este documento não pode ser o mesmo termo usado para autorizar o tratamento.
- 2. Direito de Revogação:** O paciente deve ser informado de que pode revogar essa autorização a qualquer momento, sem nenhum custo ou prejuízo.
- 3. Autenticidade Acima de Tudo:** É proibido o uso de filtros, edições, ou qualquer recurso que altere a autenticidade do material. As imagens, textos e áudios devem ser genuínos.
- 4. Identificação Completa:** Toda publicação com imagem de paciente deve incluir o nome do profissional, seu número de inscrição no CREFITO e a data em que o material foi registrado.
- 5. Fotos de "Antes e Depois":** Ao publicar comparações, é obrigatório informar que "o resultado não é garantido nem igual para todos os casos".
- 6. Casos de Terceiros:** É vedada a divulgação de casos clínicos de autoria de outros profissionais.



ATENÇÃO: As mesmas regras valem para postagens temporárias como *Stories* e *Status*. O desrespeito a essas normas é considerado infração ética de manifesta gravidade.

4. O que é estritamente proibido na publicidade?

Para manter a dignidade da profissão e evitar a mercantilização da saúde, as seguintes práticas são proibidas:

- **Promessas de Resultados:** Usar expressões como "resultado garantido", "o mais eficiente", "o único capacitado" ou prometer terapia infalível. Cada tratamento tem resultados individuais.
- **Sensacionalismo:** Divulgar informações de forma sensacionalista ou enganosa. A publicidade deve ter caráter educativo e informativo.
- **Divulgação de Preços:** Anunciar valores de honorários em qualquer mídia. Os preços só podem ser afixados dentro do local de atendimento. A divulgação em sites só é permitida em área restrita com login e senha.
- **Serviços Gratuitos:** Prestar assistência gratuita ou a preço ínfimo, exceto para familiares, colegas ou pessoas hipossuficientes, conforme previsto no Código de Ética.
- **Uso de Nomenclaturas Inadequadas:** É proibido substituir a titulação de "fisioterapeuta" ou "terapeuta ocupacional" por termos genéricos como "pilatista", "osteopata", "rpgista", "esteticista", entre outros. O método (ex: Pilates) é um recurso terapêutico, não uma profissão.
- **"Combos" e Pacotes Fechados:** Oferecer pacotes de sessões com recursos pré-definidos sem uma avaliação criteriosa e individualizada do paciente.



5. Uso correto da terminologia: Valorize seu Ato Profissional

A forma como nos comunicamos reflete o valor que damos à nossa profissão. O uso de termos adequados ajuda a sociedade a nos enxergar como profissionais de primeiro contato, e não como meros executores de tratamentos.

Termo Inadequado	Termo Recomendado
Avaliação	Consulta Fisioterapêutica / Terapêutica Ocupacional
Diagnóstico Cinético Funcional	Diagnóstico Fisioterapêutico
Sessão	Atendimento / Intervenção Fisioterapêutica
Fazer "Fisioterapia»	Passar por uma consulta ou atendimento com um fisioterapeuta
Aula / Aluno	Atendimento / Paciente ou Cliente

6. Divulgação de cursos: Ensino com responsabilidade

Ao divulgar cursos de aprimoramento, é fundamental seguir as diretrizes éticas para proteger as profissões.

- **Público-alvo específico:** É proibido ensinar técnicas e procedimentos próprios da Fisioterapia e da Terapia Ocupacional a pessoas que não sejam acadêmicos ou profissionais das respectivas áreas.
- **Informações claras:** O anúncio do curso deve conter o conteúdo programático completo e o público-alvo de forma explícita.

7. Práticas Proibidas

Prometer resultados garantidos.

Prometer resultados infalíveis ou usar expressões como “o único” ou “o mais eficiente”.

Utilizar linguagem sensacionalista ou enganosa.

- Divulgar preços em redes sociais, anúncios ou folders (só permitido dentro do local de atendimento ou em área restrita de sites).
- Oferecer serviços gratuitos ou a preço ínfimo, salvo nos casos previstos no Código de Ética.
- Substituir a titulação profissional por termos como *pilatista*, *osteopata*, *rpgista*, *esteticista*.
- Vender “combos” de sessões sem avaliação individualizada.
- Usar imagens adulteradas, com filtros ou “embelezamento”.
- Expor pacientes sem Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) específico para uso de imagem.

8. Boas Práticas de Publicidade

- Produza conteúdos educativos e de prevenção em saúde.
- Use linguagem acessível e respeitosa.
- Valorize a consulta profissional como ato central da assistência.
- Mantenha arquivados os TCLEs de pacientes.
- Evite exposição excessiva da imagem pessoal e mantenha postura ética nas redes sociais.



Lembre-se: uma publicidade ética é a melhor forma de construir uma reputação sólida, atrair pacientes pela qualidade do seu serviço e contribuir para o fortalecimento e reconhecimento da Fisioterapia e da Terapia Ocupacional.

Em caso de dúvidas, consulte o Código de Ética da sua profissão e entre em contato com o CREFITO-7.

Código de Ética e Deontologia da Terapia Ocupacional



Código de Ética e Deontologia da Fisioterapia



PRODUÇÃO

Grupo de Trabalho da Campanha de Conscientização
"Ética, Legalidade e Valorização Profissional" do CREFITO-7

Dra. Avany Denize Lameira Novaes de Oliveira – CREFITO-7: 165158-F

Dra. Carolina Santana de Oliveira – CREFITO-7: 199120-F

Dra. Elciana Roque de Souza Andrade – CREFITO-7: 11517-TO

Dr. Rafael Araújo dos Santos Lima – CREFITO-7: 159267-F

Dr. Roquenei da Purificação Rodrigues – CREFITO-7: 141372-F



CREFITO7

Conselho Regional de Fisioterapia e
Terapia Ocupacional da 7ª Região