

**O que pode e o que não pode em publicidade médica? Acompanhe a Assessoria Jurídica desta edição e fique por dentro**



## EXPEDIENTE

**Notícias Médicas**  
Órgão informativo da Associação Paulista de Medicina Regional de Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

**Endereço:**  
Casa do Médico - Av. dos Andradas, 224  
Santo André.  
**Fones:** (11) 4990-0366/ (11) 4990-0168  
www.apmsantoandre.org.br  
apmsantoandre@uol.com.br  
info@apmsantoandre.org.br

**Presidente:**  
Dr. Newton Ota Takashima

**Vice - Presidente:**  
Dra. Rosana Neves dos Santos

**Secretário Geral:**  
Dr. Darly Pereira Junior

**1º Secretário:**  
Dra. Olga Maria Castro Franco Goytia

**1º Diretor de Patrimônio e Finanças:**  
Dr. Chady Satt Farah

**2º Diretor de Patrimônio e Finanças:**  
Dr. Wilson Roberto Davanzo

**Diretor Social:**  
Dr. Eliana Kiyomi Yamashita Vallejo

**Diretor Científico:**  
Dra. Ariadne Stacciarini Dantas

**Diretor de Comunicação:**  
Dr. Thiago Brunelli Rezende da Silva

**Diretor de Defesa Profissional:**  
Dra. Nadjanara Dorna Bueno

**Diretor de Cultura e Esporte:**  
Dr. Alderico Cabral de Sousa Viana

**Conselho Fiscal Efetivo**  
Dr. Antonio Carlos Lugli  
Dr. German Goytia Carmona  
Dr. Alberto Arouca Monteiro Filho

**Conselho Fiscal Suplente**  
Dra. Daisy Baldez  
Dr. Marcelo Pinheiro Marçal  
Dr. Sávio Rinaldo Ceravolo Martins

**Delegados às Assembleias da APM**  
Dr. Adriano Valente  
Dra. Alice Lang Simões Santos  
Dr. Vanderley da Silva de Paula

**Jornalista Responsável**  
Sônia Macedo (Mtb. 15.787)

**Redação, revisão e fotos:**  
Sônia Macedo (11) 99243-9320

**Direção de Arte Alex Franco**  
**Diagramação Sergio Tanaka**  
Assertiva Criativa | Whatsapp (11) 99107-1442

As matérias assinadas são inteiramente de responsabilidade dos autores



# Sejam todos bem-vindos!

Estamos iniciando a gestão 2023-2026 da Associação Paulista de Medicina Regional Santo André, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra.

Percebemos uma grande mudança no setor da saúde nos últimos anos, sendo que algumas delas foram acentuadas com a pandemia.

Vimos a telemedicina ganhar um certo protagonismo, fato que ajudou muitos colegas e pacientes durante a pandemia; atualmente, a telessaúde segue ganhando espaço na medicina.

Observamos que muitas empresas de saúde e profissionais passaram a utilizar internet e mídias sociais para levar informação à população e a outros colegas, muitas dessas informações baseadas em evidências científicas e outras não.

Aconteceram mudanças no mercado de trabalho médico, com repercussão na vida de muitos profissionais.

Estamos também acompanhando a chegada de novos colegas médicos buscando alçar seu voo profissional, buscando o aprendizado científico, através dos serviços de residência médica, sendo que muitos não conseguem essa

oportunidade de imediato. Eles trazem consigo algumas aspirações que diferem de nós médicos com mais tempo de estrada, pois querem, além do conhecimento técnico, aprender como administrar seus consultórios, como fazer o marketing em suas redes sociais, como investir na tecnologia dentro da medicina, como fazer a gestão de suas finanças..., tudo isso conciliando com a qualidade de vida familiar.

Nós, médicos, com mais tempo de formados, buscamos continuar exercendo a medicina de forma digna, com boas condições de trabalho e remuneração condizente com o nosso trabalho.

Todas essas questões, sejam elas dos médicos mais experientes ou daqueles que estão chegando cheio de planos e ideais, podem ganhar voz dentro do associativismo.

Atenta a essas mudanças e necessidades, a nossa Casa do Médico está aberta para receber os jovens colegas com o objetivo de discutirmos questões que são de grande relevância para que o exercício da medicina se faça de forma científica, ética, e como nós, médicos, podemos ser protagonistas dessas mudanças em conjunto com instituições de saúde.

Dessa forma, teremos a chance de fortalecer a classe médica e também levar benefícios para os nossos pacientes.

Sejam todos muito bem-vindos à Casa do Médico Santo André. Juntos chegaremos mais longe.



**Dra. Rosana Neves dos Santos**  
Vice-Presidente da Associação Paulista de Medicina Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra





LIVE

# Live APM: Imunobiológicos na Clínica!

## Palestrantes:



### DR. ABEL PEREIRA DE SOUZA JUNIOR

- Titular de Reumatologia no Centro Universitário FMABC
- Presidente da Academia Brasileira de Reumatologia.



### DRA. ANDREIA CASTANHEIRO DA COSTA

- Médica Dermatologista titulada pela Sociedade Brasileira de Dermatologia, subespecialização em Cirurgia Dermatológica pela FMABC.



### DR. MATHEW KAZMIRIK

- Especialista em Cirurgia Geral e Cirurgia em Aparelho Digestivo pela Santa Casa Misericórdia de São Paulo, Fellow do American College of surgery e Certificação em cirurgia Robótica.



## Coordenadora:

### DRA. ARIADNE STACCIARINI

- Residência em Clínica médica e em Cardiologia. Título de Especialista em cardiologia pela SBC. MBA em Gestão Empresarial pela FGV. Diretora científica APM.



28 FEV



19:30



zoom



mantenha seu e-mail e número  
de celular **ATUALIZADOS**

E garanta o recebimento da revista digital  
Notícias Médicas e outros informes.  
Basta entrar em contato conosco  
(11) 4990-0366/4990-0168  
apmsantoandre@uol.com.br



## D.A.N.M.C. trabalha por melhores condições de ensino



O Diretório Acadêmico Nylceo Marques de Castro - D.A.N.M.C. é o órgão máximo de representação dos alunos do curso de Medicina do Centro Universitário Faculdade de Medicina do ABC. Fundado em 1970, um ano após do início das atividades da instituição, o D.A.N.M.C. trabalha, desde então, para garantir as melhores condições de ensino para os acadêmicos, atuando diretamente com a Reitoria e participando da montagem da grade curricular, do desenvolvimento e do aprimoramento da Educação Médica no ambiente escolar.

“O diretório representa os alunos do curso de medicina nas diversas reuniões e comissões do centro universitário, inclusive no Conselho Universitário, que é a instância máxima de decisões, garantindo, desse modo, sempre as melhores condições de ensino aos alunos”, esclarece a presidente do D.A.N.M.C., Beatriz de Oliveira Nascimento.

Para um melhor funcionamento, o D.A.N.M.C. é dividido em nove departamentos, além do presidente e dos dois vice-presidentes: **Edu-**

**cação Médica**, responsável por encaminhar as demandas dos alunos para níveis institucionais superiores; **REP** (Relações Externas e Projetos), que realiza a comunicação do D.A. com outras faculdades e os projetos culturais; que organiza a venda e o design de todos os produtos do D.A.N.M.C. **Orientadores**, que introduz a faculdade aos calouros; **Comunicação**, que garante a divulgação de todas as atividades do órgão aos alunos; **Sócio-órgão**; **Eventos**, que organiza a “Feira de Saúde”, o “Workshop Acadêmico”, a “GincanaDA”, a “PizzaDA” e o “Acústico in D.A. house”; **COLIG** (Comissão das Ligas Acadêmicas), que representa as Ligas Acadêmicas; e, por fim, **Patri-mônio**, que cuida do funcionamento do espaço físico do órgão.

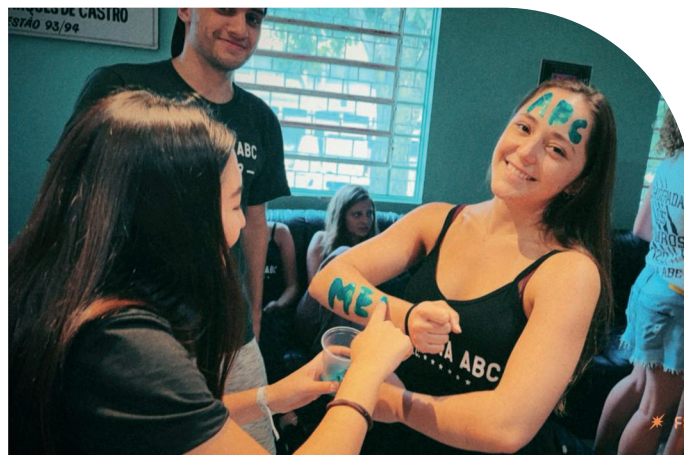
Para contribuir com o bem-estar dos estudantes no centro universitário, o D.A. conta ainda com sede social dedicada à convivência dos alunos, conhecida como Caverna do Urso. O espaço, detalha a presidente, conta com sofás para descanso, televisão, PSs, micro-ondas, mesa de sinuca, mesa de pebolim e ar condicionado à disposição de todos os alunos.





## Semana de boas-vindas

A Faculdade de Medicina do ABC promoveu, do dia 5 a 9 de fevereiro, várias atividades de recepção aos novos acadêmicos, objetivando a integração e, especialmente, a apresentação dos diferentes setores da faculdade, como a Reitoria e o departamento de coordenação de cursos. Na quinta-feira, dia 8, o comando da programação ficou a cargo do D.A.N.M.C, que realizou uma movimentada gincana, no período da tarde, seguida de uma confraternização à base de pizza, intitulada PizzaDA, momento importante para uma completa interação entre o diretório e os calouros. As fotos mostram vários momentos de descontração.



## CARG: foco nas demandas dos acadêmicos de medicina da UNINOVE

Fundado em 2019, o Centro Acadêmico Renata Mahfuz Daud Galloti, chamado carinhosamente pelos estudantes de CARG, é a entidade representativa dos estudantes do Curso de Medicina da Universidade Nove de Julho (UNINOVE) - Campus Mauá.

Clara, a missão do Centro Acadêmico é garantir uma boa formação aos alunos do curso de Medicina da UNINOVE Mauá, lutando pelas demandas dos estudantes e negociando com a instituição de ensino.

Já como dever, a presidente Alice Hueb esclarece que o C.A. deve representar os alunos nos espaços estudantis e garantir que os princípios de democracia e respeito sejam irrefutáveis, com o objetivo de criar um ambiente acolhedor para que todos tenham voz. “Buscaremos esse laço por um trabalho de qualidade e organizado, sempre com foco nas demandas dos alunos para tentarmos resolvê-las sempre que possível”, explica Alice.



## SEJA SÓCIO!

**A Casa do Médico está sempre em busca das melhores parcerias com empresas locais e nacionais, para oferecer a você produtos e serviços com condições diferenciadas.**







# Congresso Acadêmico Médico de Mauá



Trata-se de um evento realizado anualmente pelo Centro Acadêmico Renata M. D. Gallotti da Universidade Nove de Julho - Campus Mauá, que, desde sua primeira edição, busca fomentar o interesse pela ciência e produção científica entre os alunos de medicina da Universidade.

“Medicina eu sei, mas como aprendo a ser médico?” é o tema da terceira edição do congresso, marcada para acontecer nos dias 04, 05 e 06 de abril de 2024, que visa auxiliar os alunos de medicina a entenderem os importantes pontos de destaque no meio médico, as inovações científicas e tecnológicas e a estabelecer um contato real com profissionais e empresas do ambiente clínico.


Para tanto, a programação de palestras reunirá renomados pesquisadores, professores, coordenadores e profissionais da saúde, criando um momento único para compartilhar conhecimento e procedimentos na saúde. A diretora do COMAM, Larissa Bravin, complementa que

o evento proporcionará discussões de temas médicos atuais, apresentações de trabalhos científicos, workshops e aprofundamentos no método clínico centrado na pessoa, garantindo a importância da relação humanizada entre médico e paciente.

A abertura do congresso ocorrerá no dia 04 de abril, no Teatro Municipal de Mauá. Já a parte científica será realizada nos dias 05 e 06, no Campus I da Universidade, localizado na Rua Álvares Machado, 48 - Vila Bocaina, Mauá, SP. “O COMAM será aberto para estudantes de medicina da UNINOVE e também de outras universidades. Por isso, nossa estimativa é que cerca de 350 alunos participem do evento”, afirma Larissa.







# Quer vender, trocar ou alugar?

Então, aproveite o **Classificado da Revista Digital Notícias Médicas**, da APM Santo André.

O espaço é **gratuito para sócios** da Associação Paulista de Medicina de Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

---

Para anunciar, basta ligar e passar as informações para a Adriana, nossa secretária:

Fone: **(11) 4990-0366 / (11) 4990-0168**

Ou, se preferir, mande as informações para o e-mail:  
**[info@apmsantoandre.org.br](mailto:info@apmsantoandre.org.br)**

É fácil, rápido e **gratuito!**





# Resolução CFM atualiza regras de publicidade médica

## Dr. Nicolau D'Amico Filho

**Ginecologista/Obstetra com atuação em Cirurgia Minimamente Invasiva e Endometriose; Diretor Associado do FMIGS - AAGL - em Ginecologia da Beneficência Portuguesa de São Paulo; Sócio fundador da Sociedade Brasileira de Cirurgia Minimamente Invasiva e Endometriose (SBE); Diretor de Comunicação e Comunicação Adjunto APM 1999 a 2008. Diretor de MKT e MKT Adjunto desde 2008**



*Em março de 2024, entra em vigor a Resolução nº 2.336/2023, do Conselho Federal de Medicina – CFM, que regulará as novas regras de propaganda e publicidade médica. Foram três anos de trabalhos intensos, os quais, segundo o CFM, envolveram uma consulta pública, com mais de 2.600 sugestões, quatro webinars e a opinião das sociedades médicas. Agora, os médicos poderão divulgar o seu trabalho nas redes sociais, inclusive com a publicação de selfies, o que era antes proibido - “desde que as publicações não tenham características de sensacionalismo ou concorrência desleal”. As novas diretrizes também permitirão publicidade dos equipamentos disponibilizados no local de trabalho e o uso de imagens dos pacientes ou de banco de fotos em caráter educativo, além de muitas outras permissões. Enfim, a Resolução traz direitos e vedações adequados à nova realidade digital. Para falar sobre esse relevante tema, a revista digital Notícias Médicas convidou o Diretor de Marketing da Associação Paulista de Medicina, o ginecologista e obstetra Nicolau D'Amico Filho. Acompanhe!*

**Como o senhor avalia as mudanças nas regras da publicidade médica?**

A medicina passa constantemente por mudanças, baseada em novos conhecimentos e avanços tecnológicos, além de receber médicos que se renovam em gerações, trazendo hábitos e horizontes novos. Os avanços em publicidade devem, obrigatoriamente, seguir atualizados, ainda mais hoje em dia com a superexposição midiática. Portanto, as novas regras de publicidade médica devem acompanhar esse processo evolutivo. A obrigatoriedade de identificação de qualificação médica comprovada, com especialidade registrada nos Conselhos Regionais de Medicina (CRM) e nos Registros de Qualificação de Especialidade (RQE), já traz credibilidade ao público leigo, inclusive evitando-se a venda de serviços que não estejam em seu Rol de atuação. Além disso, a proibição de falsos testemunhos tornam a divulgação mais honesta e evitam condutas enganosas. Outro ponto que me parece favorável é a interação do médico com as mídias sociais, que, consequentemente, aumenta a proximidade com a sua própria comunidade. Por fim, a permissão da divulgação de preço de consulta e campanhas midiáticas podem trazer maior clareza do serviço oferecido, mesmo que tudo isso possa parecer estranho para as gerações mais antigas. Pessoalmente, eu acredito que as mudanças são necessárias e bem-vindas, porque elas deverão regulamentar os novos saltos tecnológicos e publicitários que a sociedade está vivendo.

**Como elas afetam a forma como os médicos podem promover seus serviços e práticas?**

De forma bem clara, elas regulamentam algo que a própria sociedade já estava vivenciando em algumas publicações de mídias sociais, como, por exemplo, o uso de imagens ou vídeos de pacientes que já ocorria, só que de forma velada. Era necessário, portanto, ajus-

tar essas condutas, e foi justamente isso que o Conselho Federal de Medicina fez. Ou seja, as novas regras permitem o uso da imagem ou vídeo do paciente desde que contenha caráter educativo, esteja relacionada à especialidade registrada do médico e acompanhada de texto explicativo, com as indicações terapêuticas e fatores que possam influenciar negativamente o resultado. Já no caso da divulgação do antes e depois de procedimentos, o sensacionalismo permanece proibitivo, permitindo apenas o caráter evolutivo, sem manipulação de imagem e sem identificação do paciente, uma vez que pode se voltar contra a sua própria defesa de atividade, que é de meio e não de fim. Em suma, tudo passa a ser permitido em divulgações que apresentem caráter educativo e promovam o esclarecimento e saúde da população leiga. De um modo geral, as publicações devem citar fontes, preservar o anonimato, respeitando pudor e privacidade, mesmo que exista o consentimento. A captura de imagens por terceiros é permitida somente em situações de parto. Os demais serviços obedecerão a divulgações dentro das novas regras de publicidade médica, sem sensacionalismo, adjetivos de superioridade ou comparativos. Isso não impede, no entanto, que o médico não possa cuidar de sua própria imagem, alimentando ferramentas e podendo se cercar de profissionais de publicidade para esse fim, respeitando sempre todos os preceitos éticos.

**Quais são os limites éticos em termos de publicidade médica sob essas novas diretrizes?**

Independente das novas diretrizes, as questões éticas são claras e não mudam, apenas foram ressaltadas. São totalmente proibidas práticas que possam ser consideradas sensacionalistas, enganosas ou que explorem a vulnerabilidade dos pacientes. O paciente deve participar de todas as etapas que envolvam a sua saúde, priorizando a sua autonomia. Sigilo Médico, Equidade, Beneficência e Não Maleficência completam os pontos da conduta.





### **Existem especialidades mais propensas a extrapolar os limites éticos? Quais são?**

Toda e qualquer especialidade que dependa da exposição de resultados estéticos estará propensa a esbarrar nos limites éticos. Sempre nos deparamos com isso quando há mudanças e adequações a novas maneiras de comunicação e marketing, e não seria diferente agora. O que me parece desigual são as atuações de profissionais não médicos que realizam procedimentos que competem somente a nós, médicos, e fazem propaganda clara de resultados, sem que haja nenhuma punição, apresentando imagens editadas e enganosas. Esses profissionais seguem à margem dessas restrições publicitárias. Atitudes assim extrapolam os limites e colocam a população em risco constante. Precisamos de maior fiscalização nesse sentido.

Desde 2021, temos notado um aumento considerável de investimento de empresas em saúde digital no mundo (State of Digital Health). No Brasil não foi diferente, principalmente com um aumento significativo de empresas de marketing médico, com um valor movimentado de quase 2 bilhões de reais. Portanto, ao falar de mídias, seria interessante avaliarmos o que o mercado tem disponibilizado dentro do chamado Marketing da Saúde. Daí entenderemos as tendências, que podem ser infinitas para o setor, tornando as regras para publicidade médica extremamente importantes, pois visam evitar posturas de sensacionalismo na divulgação de um serviço médico. Poderíamos citar como pontos positivos a favor da boa prática, a atualização em Saúde Pública, que nos obriga a entender quais os pontos mais importantes desse setor, e as Tecnologias Digitais, entre elas, a Teleme-

### **Tem alguma regra aprovada que o senhor acredita que deva ser usada com muito critério?**

Sim, o uso de testemunhos. Apesar dessa regra estar aprovada e seguir com as orientações pré-estabelecidas, este ponto é muito vulnerável. A informação não passa por checagem, sendo que existem situações que podem levar o público leigo a se confundir e a acreditar em tratamentos milagrosos. Além disso, a autopromoção e a indução para adotarem alguns tratamentos devem ser muito observadas.

### **Na sua opinião, quais mídias de fato ajudam o desenvolvimento do trabalho médico e, consequentemente, no atendimento do paciente?**





dicina, que revolucionaram o modo de atendimento, trazendo, em boa parte dos casos, uma maneira mais fácil de levar o médico ao paciente, inclusive barateando custos e otimizando o tempo gasto em cada atendimento: na locomoção, número de consultas, entre outras vantagens. O conteúdo relevante e educativo das informações, sempre utilizando evidências científicas, sem os achismos tão populares hoje em dia, é fundamental para gerar credibilidade. A Inteligência Artificial (IA) a favor de todos, e não como protagonista, deverá ser utilizada como ferramenta dentro da Ética. Por fim, as mídias sociais se tornam um caminho encontrado por uma grande massa de médicos para a divulgação da sua especialidade, para atrair rapidamente a atenção do seu público alvo, especialmente no início de carreira, bem como para a sua consolidação. Mas é preciso ter cuidado, porque também nos deparamos com práticas muitas vezes passíveis de futuros problemas. Portanto, a formação, o conhecimento, a empatia e a ética, junto com uma prática clara de divulgação, parecem ser o segredo para o que mais importa: o Paciente.

**É fácil perder a mão e divulgar de forma errada, ou seja, como os médicos podem garantir que estão em conformidade com as novas regras ao divulgar informações sobre seus serviços?**

Acredito que sim. Estamos sujeitos, muitas vezes, a darmos entrevista ou sermos chamados para emitir uma opinião, situações onde corremos o risco de esquecermos de alguma regra nova e cometermos uma conduta reprovada. Porém, não imagi-

no que isso possa ocorrer quando o assunto envolva Ética. Somos talhados dentro desse preceito e dificilmente ocorreriam dificuldades na vida de um profissional médico, apesar de entendermos que falhas ocorrem, afinal somos seres humanos.

**Como a APM pode colaborar com o médico nessa área?**

A APM tem trazido todos esses e vários outros pontos para discussão desde antes da publicação da Resolução nº 2.336/2023, em 13/9/2023. Com o objetivo de esclarecer e debater o que seria publicado, a APM realizou um Webinar muito rico em 10/5/23, com a participação do relator das novas regras pelo CFM, Dr. Emmanuel Fortes Cavalcanti; da conselheira responsável pela Comissão de Divulgação de Assuntos médicos – CODAME, do Paraná, Dra. Nazar Youssef; e do reitor da Santa Casa de São Paulo, Prof. Dr. José Eduardo Dolci. Várias edições da revista da entidade publicaram material claro sobre o que entraria em vigor a partir de março deste ano. Acredito que a APM deverá seguir dentro desse modelo de informação

e ser a referência não só para os médicos, mas também para o público leigo que busca informação correta. Além disso, a entidade permite que a Educação Médica Continuada traga formação necessária para quem atua na ponta. Também permite que as suas regionais tenham total apoio e infraestrutura, disponibilizando, dessa forma, o seu departamento de Defesa Profissional para assessoria permanente.







# Qualidades e desafios da propaganda/publicidade médica

*A revista digital Notícias Médicas procurou três médicos da Região do Grande ABC para ouvir a opinião deles sobre marketing digital*



**Dra. Mariliza T. Nomura**  
**CRM 109545**  
**Médica Dermatologista**  
**RQE 37361**

## **A senhora usa alguma mídia (whats, insta, site...) para divulgar o seu trabalho e serviços?**

Sim, uso várias mídias como WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, Site e TikTok. Antigamente, só usava o site. Depois, aderi ao WhatsApp e Instagram, porque percebi que os pacientes pediam e eu precisava atendê-los e ouvi-los para poder oferecer sempre uma experiência agradável aos nossos pacientes. As demais redes sociais vieram posteriormente. Avaliei que muitos pacientes só querem conversar conosco via WhatsApp, não aceitam mais ligações e são exigentes até no sentido de não demorarmos para responder suas solicitações pelo WhatsApp. Sempre acreditei

que ouvir os pacientes/clientes faz a empresa crescer! Até hoje sou a responsável por ler cada pesquisa de satisfação para entender o feedback dos nossos clientes e, dessa forma, podermos ajustar e sempre melhorar os nossos atendimentos, com o objetivo de oferecermos uma experiência incrível para cada paciente que nos visita.

## **Como a senhora vê o impacto das novas regras de publicidade médica na relação entre médicos e pacientes?**

Acredito que, se usado com consciência e ética, poderemos compartilhar com as pessoas os nossos serviços e expertise do profissional, bem como divulgar conteúdos interessantes, inclusive de instrumentos de trabalho que dispomos com muito mais detalhes, facilitando e aumentando o conhecimento das pessoas sobre temas que lhe interessam. Até porque muitas pessoas gostam de pesquisar e ver nossos conteúdos primeiro para depois agendar uma consulta. Acredito muito nas redes sociais como um instrumento de conteúdo educativo para os pacientes e de promoção à saúde e ao bem-estar, sem contar que possibilitam uma maior conexão e afinidade entre a clínica e as pessoas.

## **A senhora acredita que essas novas diretrizes podem melhorar ou dificultar a transparência na divulgação de informações sobre serviços médicos?**

Acredito que para um profissional médico ético, transparente e sensato, as novas diretrizes irão ajudar a divulgar conhecimentos com finalidade educativa e conectar as

peessoas aos profissionais. Por exemplo, tenho muitos seguidores que gostam de saber os resultados após o procedimento, ou seja, querem ver antes e depois, e justamente a divulgação de imagens de procedimentos era proibida. Com a nova regra, com a devida permissão do paciente e desde que seja preservada a sua identidade, poderemos disponibilizar o antes e o depois, sempre com um texto elucidativo, com a finalidade educativa. Também poderemos compartilhar postagens feitas por nossos pacientes, desde que preservada a sua identidade, elogios e feedbacks a respeito do resultado do serviço ou da técnica aplicada, contanto que não seja algo sistemático ou ampla-

mente recorrente. Outro item que acredito que irá ajudar os médicos é poder divulgar seus valores de consulta e formas de pagamento, informações que eram antes proibidas. Antes, não podíamos nem mesmo postar fotos do nosso ambiente de trabalho. Muitas pessoas, os seguidores, querem avaliar como é a clínica, como é a médica e quais são os seus conhecimentos, seus serviços oferecidos em sua clínica e querem se conectar ao profissional antes de conhecê-lo pessoalmente. Acredito que se bem usadas, são ferramentas poderosas para criar o bem-estar e promover saúde, melhorar a relação médico paciente e disponibilizar mais conhecimentos ao público interessado.



**Renato Holcman**

*Urologia Geral nas unidades Hospital e Maternidade  
Ribeirão Pires e Hospital Brasil Mauá em Ribeirão  
Pires e Mauá  
Especialidade: Urologista*

**O senhor usa alguma mídia (whats, insta, site...) para divulgar o seu trabalho e serviços?**

Não utilizo. Já tive um site institucional, porém, não me adaptei à necessidade de constante criação de conteúdo e atualização.

**Quais são os desafios que o senhor identifica para os médicos ao aderir a essas novas regras de publicidade?**

Na verdade, as novas regras são menos restritivas que as anteriores, o que acredito esteja em acordo com a situação atual do desenvolvimento das mídias sociais. Na minha visão, a publicidade tem uma função fundamental de expor a formação, as habilidades e os méritos do profissional para aqueles que estão buscando informações para uma tomada de decisão. Dessa forma, as várias ferramentas de mídia social possibilitam uma escolha mais assertiva do profissional médico compatível com a busca e anseios dos pacientes e familiares. O perigo reside no mau uso dessa publicidade, como vemos hoje de maneira disseminada, com profissionais oferecendo tratamentos não comprovados ou se promovendo de maneira desonesta.

**De que forma as novas regras podem influenciar a confiança dos pacientes nos profissionais de saúde?**

A nova regulamentação propicia uma maior abertura, porém preservando as bases da ética médica, dessa maneira, possibilitando uma





maior capacidade de se diferenciar dos charlatões. As regras anteriores eram excessivamente restritivas, o que fazia com que todos estivessem no mesmo barco. Portanto, acredito que teremos uma mudança positiva na maneira

de encarar a publicidade médica, cujo objetivo é propiciar aos pacientes um conteúdo muito mais informativo, com a obrigatoriedade de identificação, inclusive da especialidade médica registrada no Conselho Regional de Medicina.



**Dr. Luiz Marcelo Chiarotto Pierro**

*Coordenador médico da Hematologia e Hemoterapia  
no Hospital Municipal Dr. Radamés Nardini  
Especialidade: Clínica Médica*

**Como o senhor vê o impacto das novas regras de publicidade médica na relação entre médicos e pacientes?**

As novas regras de publicidade médica têm o potencial de remodelar significativamente a dinâmica entre médicos e pacientes, incluindo desde a informação do boletim médico até a propaganda do médico em rede social própria. Ao promover uma abordagem mais transparente, essas regulamentações podem permitir que os pacientes tomem decisões mais informadas sobre sua saúde e a

respeito do profissional. No entanto, é crucial encontrar um equilíbrio adequado, assegurando que a publicidade médica respeite os princípios éticos e a privacidade do paciente. Além disso, é essencial que as regulamentações sejam claras e fiscalizadas de maneira eficaz para evitar práticas enganosas que possam comprometer a confiança na relação médico-paciente.

**O senhor usa alguma mídia (whats, insta, site...) para divulgar o seu trabalho e serviços?**

Atualmente, usamos mídia impressa (jornal e revistas) e Instagram. Optamos por não colocar fotos ou imagens, e usamos apenas para informativos da clínica.

**Quais são os desafios que o senhor identifica para os médicos aderirem a essas novas regras de publicidade?**

Os desafios para os médicos aderirem às novas regras de publicidade incluem a necessidade de equilibrar a promoção ética de serviços médicos com as restrições regulatórias. A clareza nas informações divulgadas, evitando promessas exageradas, e a adaptação às plataformas on-line, garantindo uma presença responsável, são aspectos fundamentais a serem considerados. Além disso, a constante evolução das diretrizes requer um compromisso contínuo com a atualização e a compreensão das práticas aceitáveis na promoção da saúde.

Com a Resolução CFM nº 2.336/2023, publicada no Diário Oficial da União, em 13.09.2023, o médico poderá divulgar o seu trabalho nas redes sociais, fazer publicidade dos equipamentos disponibilizados no seu local de trabalho e, em caráter educativo, usar imagens de seus pacientes, ou de banco de fotos, entre muitas outras permissões.

Quer entender tudo? Acesse o link e fique por dentro do que pode e o que não pode

<https://sistemas.cfm.org.br/normas/visualizar/resolucoes/BR/2023/2336>

# A Resolução nº 2.336/2023 do Conselho Federal de Medicina e a flexibilização das regras de publicidade e propaganda médicas



## **Andréa Biaggioni**

*Advogada, especialista e membro da Comissão de Direito Médico e da Saúde da OAB, Subseção de Santo André, parceira do escritório BMDP Advogados Associados, terceirizado da Associação Paulista de Medicina de Santo André*

## **I. Introdução.**

É fato notório que vivenciamos uma revolução tecnológica que repercute diretamente nos sistemas de informação, redefinindo conceitos e realinhando as formas de sua propagação.

As novas tecnologias digitais alteraram significativamente a rotina no século XXI, implicando a celeridade, ou melhor, o imediatismo de demandas e soluções nas relações interpessoais.

O acesso à informação e os meios garantidores deste direito surgem como corolários do Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, principalmente quando dizem respeito à busca de informações relativas à saúde humana. A oferta de serviços e produtos, inclusive em

saúde, em ambiente digital, já era realidade antes de 2020, quando da eclosão da pandemia do Covid-19; após os muitos meses de reclusão imposta pelo vírus, os meios digitais tornaram-se forma usual de comunicação, de compra e venda de bens, de transações bancárias, de ensino e educação, dentre outras atividades, implicando a ruptura com antigos padrões de comportamento e apontando para novas possibilidades.

A redefinição de hábitos e condutas humanas implica a elaboração de regulamentação que acompanhe esse movimento social; neste sentido, a Resolução nº 2.336/2023, do Conselho Federal de Medicina, vem redefinir e flexibilizar regras sobre a publicidade médica, especialmente em meio digital, mais ade-





quadas à nova realidade, mas sem perder o paradigma ético.

## II. A Resolução CFM nº 2.336/2023

A Resolução CFM nº 2.336/2023 foi publicada em 13 de setembro de 2023, dispondo sobre publicidade e propaganda médicas. O Conselho Federal de Medicina, em nota explicativa, esclarece que para a elaboração da nova Resolução foram realizadas consultas públicas, num processo que se estendeu por mais de 3 anos, recebendo mais de 2.600 sugestões<sup>1</sup>.

Com um período de vacância de 180 dias, a Resolução entrará em vigor somente em 11 de março de 2024. O período entre a publicação da Resolução e sua entrada em vigor é importante para que as pessoas que estarão sob seu comando possam dela tomar conhecimento e se adequar a seus mandamentos.

A Resolução em tela esclarece que publicidade e propaganda médicas são atos de comunicação ao público da atividade profissional, por quaisquer meios de divulgação; especifica que a publicidade médica é o “ato de promover estruturas físicas, serviços e qualificações do médico ou dos estabelecimentos médicos, físicos ou virtuais” e propaganda médica é “o ato de divulgar assuntos e ações de interesse da medicina”.

O art. 4º que dispõe sobre a obrigatoriedade dos dados que devem constar das peças de publicidade e propaganda, é o artigo fundamental de toda a Resolução; determina-se que devem constar, obrigatoriamente, de toda peça publicitária, (i) o nome do profissional, seu(s) número(s) de registro(s) no(s) CRM(s) onde esteja exercendo a medicina, acompanhado da necessária inserção da palavra MÉDICO e (ii) especialidade e/ou área de atuação, quando registrada no CRM, seguida pelo número de Registro de Qualificação de Especialista (RQE), quando o for.

Em complementação, o art. 5º regulamenta as peças de publicidade e propaganda em

hospitais, clínicas, casas de saúde e outros estabelecimentos assistenciais à saúde, sejam em ambiente físico ou virtual.

Neste sentido, estabelece o art. 6º que, nas “redes sociais, blogs, sites e congêneres”, em que houver publicidade ou propaganda de assuntos médicos, as informações descritas no art. 4º devem constar na página principal do perfil, ou equivalente, seja pessoa natural ou jurídica, inclusive se os conteúdos forem temporários e, ainda, no caso de “o médico utilizar sua rede social para divulgar, ao mesmo tempo, matérias publicitárias e propagandísticas da profissão e passagens de sua vida privada”.

Entenda-se que, ainda que o médico utilize sua rede social, ou congêneres, majoritariamente para fins particulares, sempre que fizer uma postagem de conteúdo médico, as regras do art. 4º são aplicáveis à situação. E ainda que a publicação seja temporária, como no caso de stories ou similares. Em outras palavras, mesmo que em rede social particular, a pessoa que se apresenta, que se posiciona como médico, deve cumprir os requisitos do art. 4º quando realizar suas postagens.

Outro ponto importante diz respeito à possibilidade de compartilhamento de publicações ou postagens de terceiros, paciente ou não, pelo médico, em suas próprias redes sociais. Essas republicações, entretanto, devem ser veiculadas com os cuidados do art. 4º e demais regras da Resolução.

Faz-se um alerta acerca de publicações e postagens de terceiros, sejam ou não pacientes, com reiterados elogios à técnica e ao resultado de procedimento, mesmo que não compartilhadas pelo médico em suas redes sociais; tal comportamento, desde que exercido de forma inadequada, diga-se, de modo reiterado e sistemático, deverá ser investigado pela Codame. Dada a extensão do tema, pontuamos algumas alterações que devem causar impacto na relação médico-paciente.

**1. Selfies**

É permitida expressamente a publicação de autorretrato (selfie) do médico, com imagens, áudios, imagens de seu ambiente de trabalho, dos membros da equipe clínica e outros auxiliares. Deve-se obter, entretanto, autorização para o uso de direito de imagem de cada participante.

A divulgação publicitária é permitida, desde que não caracterizada como sensacionalista, nem configure concorrência desleal, termos aliás, conceituados pela própria Resolução.

**2. Equipamentos e Aparelhos**

Os médicos podem divulgar aparelhos, equipamentos e recursos tecnológicos dos quais faça uso em seu ambiente laboral, desde que sejam aprovados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e autorizados pelo CFM, para “uso médico privativo e/ou compartilhado com outras profissões”, e desde que não se lhes atribua capacidade técnica privilegiada em relação a seus congêneres.

**3. Agendamento Digital**

Houve permissão para a divulgação de agendamento por meios digitais. O médico poderá “inserir referência em textos, imagens ou áudios quanto à forma de marcação de consulta, horários de atendimento e a dinâmica de funcionamento de seu consultório, instituição hospitalar e de assistência médica, seja física ou virtual”. É possível, ainda, divulgar as características do local onde os serviços são oferecidos, tais como a existência de estacionamento, segurança, privacidade, conforto e localização, bem como seu portfólio de atendimento, como planos, seguros saúde, procedimentos e outros.

**4. Valores de Consultas**

Passa a ser lícito ao médico divulgar valores de consultas, meios e formas de pagamento, bem como negociação de valores particulares.

**5. Campanhas Promocionais**

É permitido o anúncio de campanhas promocionais, desde que não sejam prometidas pre-

miações, nem configurem vendas casadas ou “outros atos que desvirtuem o objetivo final da medicina como atividade-meio”; ou seja, proíbe-se a mercantilização da profissão, conforme previsão do Código de Ética Médica.

**6. Órteses e Próteses**

É permitida a divulgação do uso de “órteses e próteses, fármacos, insumos e afins quando da execução de procedimentos, pelo médico ou pela clínica, desde que se descreva as características e propriedades de insumos, órteses e próteses, de acordo com a Resolução CFM nº 2.318/2022”.

Veja-se que não se trata de venda de tais produtos, mas de mera divulgação de seu uso.

É vedada a divulgação de marcas comerciais e fabricantes dos produtos, sendo que o médico é obrigado a divulgar, se o caso, eventual conflito de interesses.

**7. Relações com a mídia**

Em entrevistas a quaisquer veículos de comunicação, bem como na publicação de artigos e informações ao público leigo, o médico deve “abster-se de condutas que visem angariar clientela”, sendo-lhe vedada a divulgação de endereço físico ou virtual, telefone e outros dados referenciais, com as ressalvas da lei. Não pode o médico, também, atribuir-se a exclusividade de métodos diagnósticos e terapêuticos. Em qualquer exposição para público leigo a respeito da medicina, fica o médico obrigado a declarar seus eventuais conflitos de interesses.

**8. Uso de Imagem de pacientes**

Em peças publicitárias é permitido o uso de imagens de pacientes para a demonstração de resultados de técnicas e procedimentos, atentando para o fato de que “qualquer uso de imagem deve ser acompanhado de texto educativo contendo as indicações terapêuticas, fatores que influenciam possíveis resultados e descrição das complicações descritas em literatura científica”.

As demonstrações de “antes e depois” de procedimentos devem, desse modo, ser apre-





sentadas em um “conjunto de imagens contendo indicações, evoluções satisfatórias, insatisfatórias e complicações decorrentes da intervenção, sendo vedada a demonstração e ensino de técnicas, que devem limitar-se ao ambiente médico”, seja ou não em tempo real. As imagens divulgadas pelo médico devem ter correlação com a especialidade médica que registrou no Conselho.

Deve ser apresentada, quando for o caso, a evolução para diferentes biotipos e faixas etárias, bem como evoluções imediatas, mediatas e tardias das intervenções demonstradas. A captação de imagens deve ser feita pelo próprio médico; somente no caso de partos a captação pode ser realizada por equipes externas de filmagem, se a parturiente e/ou familiares assim desejarem e houver anuência do médico.

Frisa-se que é proibida a identificação de pacientes, bem como a manipulação ou melhoramento de imagens.

No caso de imagens obtidas através de banco de dados, a fonte deve ser citada para resguardo de eventual direito autoral.

Caso a imagem seja de banco de dados do próprio médico ou serviço ao qual pertença, deve o médico obter autorização específica do paciente para o uso de sua imagem, “respeitar o pudor e a privacidade do paciente que cedeu as imagens, bem como garantir o anonimato do paciente, ainda que tenha recebido autorização para divulgação”.

## 9. Pós-Graduações

É possível a divulgação de cursos de pós-graduação, desde que aprovados pelo MEC, em área médica reconhecida pelo Conselho Federal de Medicina, mesmo para médicos não especialistas na área.

Médicos que possuem pós-graduação *lato sensu* podem anunciar esse título, mas seguido da palavra “NÃO ESPECIALISTA”, em caixa alta. Da mesma forma, o médico com pós-graduação *stricto sensu*, seja mestre ou doutor, caso não

tenha o registro de especialista (RQE), deve também, após o título, apor sua condição de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta.

Destacamos, enfim, algumas das alterações que julgamos emblemáticas e que, por certo, devem ser interpretadas no contexto da Resolução e do respectivo artigo, sempre nos parâmetros do Código de Ética Médica

## III. Conclusões

A Resolução CFM nº 2.326/23 absorve a evolução dos meios de comunicação, reconhecendo a licitude e regulamentando a publicidade e propaganda médicas, especialmente em relação às mídias digitais. Houve, por certo, grande preocupação com exposições sensacionalistas ou que promovam concorrência desleal.

A Resolução é expressa no sentido de que, nas redes sociais próprias, “a publicidade/propaganda poderá ter o objetivo de formação, manutenção ou ampliação de clientela”, bem como de veiculação de conhecimento de informações para a sociedade.

É também importante ressaltar que muitas das alterações trazidas estão diretamente ligadas aos direitos do consumidor. A relação entre médico e paciente é uma relação consumerista e trata-se, em regra, de obrigação de meio.

Por fim, entendemos que houve, de fato, flexibilização dos meios e modos de divulgação de informações e serviços médicos; é importante lembrar, entretanto, que há legislação em vigor que rege a publicidade médica, odontológica e congêneres; trata-se do Decreto Lei nº 4.113/42, que foi recepcionado pela atual Constituição da República. A Resolução CFM nº 2.336/23 há de ser interpretada, portanto, em consonância com Decreto Lei nº 4.114/42, bem como pelo Código de Ética Médica.

1, Conselho Federal de Medicina. Disponível em: <https://portal.cfm.org.br/noticias/cfm-atualiza-resolucao-da-publicidade-medica>.



**Hotel  
Fazenda  
APM**

Com 164 hectares em meio à Serra da Cantareira, o Hotel Fazenda APM é uma excelente opção de lazer e descanso e para a realização de eventos.

O local dispõe de parque aquático, quadras, campos de futebol, churrasqueiras, auditório, restaurante, lanchonete, um dos melhores Centros Hípicos do estado e muita área verde.



Estrada de Santa Inês, km 10, Caieiras/SP

✉ [reservas@hotelfazendaapm.com.br](mailto:reservas@hotelfazendaapm.com.br)

☎ (11) 4899-3535 / (11) 3188-4555

☎ (11) 94187-4200





## A Associação Paulista de Medicina Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra oferece benefícios especiais aos médicos associados. Confira alguns:

### SOLID IDIOMAS

30% de desconto na mensalidade e sem taxa de matrícula e de material.  
(11) 2325-0884  
[www.solididiomas.com.br](http://www.solididiomas.com.br)

### ALIANÇA FRANCESA

15% de desconto nos cursos regulares  
Fones: (11) 4427-4586 / 4436-9578

### DEFESA PROFISSIONAL

Prevenção, orientação e defesa de seus associados quando acusados de má prática da medicina no exercício profissional, usualmente apontada como "erro médico".  
(11) 3188-4207  
E-mail: [saude@apm.org.br](mailto:saude@apm.org.br)

### DESPACHANTE

Despachante João Ramalho  
(11) 4994-5032/4438-0084

### ASSESSORIA JURÍDICA

Escritório Barros de Moura & Dominiqueli Pereira Advogados  
Fones: (011) 4427-6749 / 2379-7011  
Site: [bmdpadvogados.com.br](http://bmdpadvogados.com.br)

### PLANTÃO JURÍDICO GRATUITO PARA SÓCIOS

Nas áreas civil, administrativa, trabalhista, direito do consumidor, imobiliária, família, entre outros.  
E-mail: [info@apmsantoandre.org.br](mailto:info@apmsantoandre.org.br)

### CONVÊNIO APM E STRONG-FGV

A APM e a Strong Business School-FGV, conceituada instituição educacional, trazem para você a oportunidade de iniciar um dos seus muitos cursos com até 15% de desconto\*.

São muitas opções:

- Graduação com opção de Dupla Titulação em:  
Administração, Economia, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda e Direito
- Graduação Tecnológica EAD:  
Gestão Financeira, Gestão de RH e Gestão Pública
- Nível especialização com certificado de qualidade FGV:  
MBA Executivo e Pós-Graduação Lato-Sensu

- Curta e Média duração com certificado de qualidade FGV:  
Administração de Empresas
- Cursos/Treinamento em TI
- \*: Para funcionários de qualquer empresa parceira da Strong.

E-mail: [fgvabc@strong.com.br](mailto:fgvabc@strong.com.br)  
WhatsApp: (11) 98204-2243  
Unidades: SANTO ANDRÉ | SANTOS | ALPHAVILLE | OSASCO  
Site: [strong.com](http://strong.com)

### CONVÊNIO MAG

Os seguros em parceria com a APM Santo André garantem que você poderá arcar com as suas despesas caso algum acidente ou doença comprometa temporariamente a sua capacidade de trabalho. Entre em contato e descubra a melhor maneira de proteger a sua renda:  
Eliane Petean - (11) 9 9484-2266  
Wallseg - Corretora parceira da MAG - (11) 3373-7209 / (11) 3293-7555.

### CLASSIFICADOS GRATUITOS

Sócios tem espaço na revista Notícias Médicas para anunciar venda, locação etc.

### PLANOS DE SAÚDE

A APM e a Qualicorp proporcionam ao médico associado os melhores planos de saúde coletivo por adesão, com condições especiais de preço e carência.  
E-mail: [info@apmsantoandre.org.br](mailto:info@apmsantoandre.org.br)

### PORTO SEGURO

IASA Corretora de Seguros  
Fones: (11) 4476-1255 / 97153-4839  
E-mail: [izilda@iasaseguros.com.br](mailto:izilda@iasaseguros.com.br)  
Site: [www.iasaseguros.com.br](http://www.iasaseguros.com.br)

### ASSESSORIA CONTÁBIL

IDS Assessoria Contábil  
(11) 4330-7413  
E-mail: [ids@idscontabil.com.br](mailto:ids@idscontabil.com.br)

### PLANO DE SEGURO SAÚDE

A APM disponibiliza aos associados a oportunidade de aderir aos contratos coletivos de planos de saúde e odontológicos, com diversas vantagens especiais e valor inferior ao praticado no mercado.

Entre em contato com a APM para conferir coberturas, carências, rede credenciada e abrangência na capital, no interior e em outros estados. (11) 3188-4267.

### SPAZIO ITALIANO

Centro de Língua e Cultura Italiana Ltda (Santo André, ABC e São Paulo)  
10% de desconto nos cursos ministrados tanto nas escolas quanto nos cursos incompany.  
Fones: (11) 4427-6500 / 6833-1211  
E-mail: [spazio@spazioitaliano.com.br](mailto:spazio@spazioitaliano.com.br)  
Site: [www.spazioitaliano.com.br](http://www.spazioitaliano.com.br)

### CLUBE DE BENEFÍCIOS

Grandes empresas, de alcance nacional e local, oferecem produtos e serviços em condições exclusivas à classe médica, contemplando diversas áreas de interesse do médico. Para desfrutar dos benefícios, cadastre-se gratuitamente pelo site: [www.apm.org.br](http://www.apm.org.br)

### HOTEL FAZENDA APM

Localizado a apenas 26 km do centro da capital, o Hotel Fazenda APM é uma excelente opção de lazer e descanso e para a realização de eventos. Com 164 hectares em meio à Serra da Cantareira, o local dispõe de parque aquático, quadras, campos de futebol, churrasqueiras, auditório, restaurantes, lanchonete, um dos melhores Centros Hípicos do estado e muita área verde.  
Telefones: (11) 4899-3535 / 4899-3518 / 4899-3519 / 4499-3536  
E-mail: [sedecampestre@apm.org.br](mailto:sedecampestre@apm.org.br)  
Horário de atendimento: 9h às 18h  
Endereço: Estrada de Santa Inês, Km 10, Caieiras/SP





## Março

- |    |  |    |                                 |
|----|--|----|---------------------------------|
| 3  | Wilson Roberto Catapani                    | 22 | Samara Berbet Rosseto           |
| 6  | Maria Cecilia Miranda Krongold             | 23 | Roberto Maria Viviani           |
| 7  | Akiko Yamaba                               | 26 | Roberto Andres Gomez Douglas    |
| 7  | Marisa Ramalho Afonso                      | 26 | Tomas Patricio Smith Howard     |
| 8  | Victor Bignatto Carvalho                   | 26 | Mirian Ferreira de Vasconcelos  |
| 10 | Geraldo Wilson de Almeida Jr.              | 27 | Afonso César Polimanti          |
| 10 | Gisele de Moura Guimaraes Ferraz do Amaral | 27 | João William Costa Teixeira     |
| 12 | José Carlos Alves De Souza                 | 29 | Aline Alves Barbosa             |
| 14 | Celena Mara Seccomandi                     | 29 | Fernando Fusco Filho            |
| 15 | Adriano Valente                            | 30 | Newton Shiguelo Miyashiro Filho |
| 15 | Caroline Rodrigues Fernandes               |    |                                 |
| 16 | Marieli Barguil                            |    |                                 |
| 17 | Elis Carla Seixas Rodrigues                |    |                                 |
| 18 | José Raul Nogueira                         |    |                                 |
| 18 | Amanda Tavares Pinheiro Gaspari            |    |                                 |
| 20 | Laila Sato                                 |    |                                 |

## Abril

- |    |                                    |    |                               |
|----|------------------------------------|----|-------------------------------|
| 1  | Luis Henrique Firmino da Silva     | 20 | Clóvis Sbrighi Bevilaqua      |
| 4  | Marina Naomi Kobuti                | 21 | Sonia Maria Martins           |
| 5  | Fábio Queiroz Rangel               | 24 | Ana Paula Saker Marcello      |
| 7  | Ariel Meyer Ellovitch              | 25 | Camila Vecchies Morassi       |
| 7  | Dhara Leticia Ferracini            | 26 | Arnaldo Farber                |
| 7  | Francisco Scozzafave Neto          | 27 | Israel Zekcer                 |
| 9  | Marcelo de Melo Viveiros           | 28 | Fernando Sansone Rodrigues    |
| 10 | Cibele Wolf Lebrao                 | 29 | Joao Antonio Correa           |
| 11 | Dárcio Pannunzio Junior            | 29 | Jorge Roberto Fornazari Pires |
| 13 | Alberto Arouca Monteiro Filho      |    |                               |
| 15 | Caio Mendes Dias                   |    |                               |
| 18 | Nilton Ferraro Oliveira            |    |                               |
| 18 | Olga Maria de Castro Franco Goytia |    |                               |





## ALUGA-SE

• **Conjunto de 5 salas amplas**, além de recepção, em conceituada clínica médica na região central de Mauá. Valor: a combinar. Contato com Dr. Thiago, pelo Cel: (11) 99633-6876 - somente WhatsApp

• **Espaço para consultório(s) ou clínica em clínica montada**, Rua Gonçalves Fernandes, 153.- 13º andar - contato: Dr. Swami Gomes Teixeira - Tel 11 98227-9631, Contato Nádia (11) 97140-0688 - 4990-1919

• **Sala comercial** de 33m2, banheiros, no edifício Brookfield Pirelli, vaga no shopping Atrium. Valor: 1000,00 +condomínio/IPTU. Contato com Dr. Thiago, pelo Cel: (11) 9 9633-6876

• **Sala para consultório**, ótima localização, não há preferência para especialidade. Av. Dr. Alberto Benedetti, 376, esquina com Rua Fortaleza, Vila Assunção, Santo André. Tratar com Ana Paula: (11) 99753-0066 / (11) 4319-1126 - somente WhatsApp

• **Sala de 60m²** mobiliada para consultório médico, no centro de Santo André, com 2 banheiros e uma mini copa. Condomínio 700,00. Tratar com o Dr. Savio: (11) 4990-9612.

• **Salas para Atendimento Médico**, Locação por hora ou período. Informações: (11) 2598-2878 ou pelo e-mail: vitalia@ig.com.br

• **Salas e horários disponíveis para consultório**, Preferência para pediatras ou neurologistas. Av. Dom Pedro II, 125. Tratar: Dra. Daisy, fone: (11) 4992-7111

## ALUGUEL ANUAL/TEMPORADA

• **Riviera-São Lourenço**  
Pé na areia, Módulo 6, Ed. Malibu, 1º andar, 4 dorm. suíte, 2 banheiros, varanda gourmet. Contato: Ângela (11) 4436-3017

## INGLÊS VIP INDIVIDUAL VIA SKYPE

**Aula personalizada com a professora Nédina Fraige.** Extensa experiência em faculdade e colégios e longa vivência no exterior. Aulas no conforto de sua casa ou trabalho; aulas personalizadas; horários flexíveis; inglês geral e início imediato em qualquer época do ano. Contato: (11) 9 9137-6625 / E-mail: nedina@uol.com.br

## Quer vender, trocar ou alugar?

Então, aproveite o **Classificado da Revista Digital Notícias Médicas**, da APM Santo André.

O espaço é **gratuito para sócios** da Associação Paulista de Medicina de Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

Para anunciar, basta ligar e passar as informações para a Adriana, nossa secretária: **(11) 4990-0366 / (11) 4990-0168**

Ou, se preferir, mande as informações para o e-mail: **info@apmsantoandre.org.br**

## É fácil, rápido e gratuito!



# Vamos às compras com desconto!

## TURISMO



**COSTA AZUL TURISMOS** - A empresa possui parcerias e credenciamentos com operadoras de turismo nacionais e internacionais, e programas conceituados de intercâmbio, com 5% a 10% de desconto para os médicos associados. Seja em viagens ou reencontros.

## BEBIDAS



**MISTRAL** - A mais conceituada importadora de vinhos do Brasil, oferece descontos de 20% no maior e melhor catálogo de bebidas.

## COSMÉTICOS



**SEPHORA** - Maior rede de produtos de beleza do mundo – oferece até 60% de desconto para compras realizadas no site a partir de R\$ 289,00.

## SAÚDE



**SAÚDE VIANET** - Ou apenas Svianet, é uma plataforma de gestão, relacionamento com pacientes e prontuário médico. Em parceria com a APM, oferece descontos de 30% na assinatura mensal do PLANO PRO e 25% na assinatura mensal do PLANO REGULAR.

## AUTOMÓVEIS



**DUCATI DO BRASIL** - Uma das maiores marcas de motocicletas do mundo. Associados têm desconto especial de 12% para pagamento à vista, sobre o valor das motos Ducati para as linhas comercializadas no Brasil, em qualquer concessionária da empresa.

**MERCEDEZ-BENZ** - Conte com a tradição e qualidade indiscutível dos veículos Mercedes-Benz, que oferece 8% de desconto na tabela de preços vigentes na data de compra do automóvel.

## ELETRODOMÉSTICOS



**BRITÂNIA** - Com mais de 50 anos de atuação no País, a Britânia oferece um mix de 230 produtos em sua loja on-line, com até 30% de desconto.

**ELECTROLUX** - Toda a qualidade de eletrodomésticos com descontos de até 30% e promoções exclusivas o ano inteiro.

**PHILCO** - Aproveite a qualidade e durabilidade dos produtos nas linhas de áudio e vídeo, casa, climatização, cozinha, cuidados pessoais, linha branca, tablets e notebooks, tudo com descontos de até 30%.

**NESPRESSO** - Garante 20% de desconto na compra de qualquer modelo de máquina.



## MÓVEIS



**MEU MÓVEL DE MADEIRA** - A loja conta com móveis de madeira ecologicamente corretos e objetos de decoração essencialmente brasileiros, todos com design exclusivo. Associado APM tem 10% de desconto em toda a loja.

**OPPA** - Loja de móvel e décor com design exclusivo, que deixam seu espaço mais prático e cheio de significado, oferece 10% de desconto em compras realizadas pelo hotsite.

**TECNIFORMA** - Fundada em 1989, projeta e fabrica móveis sob medida (não são modulados), proporcionando o melhor aproveitamento dos espaços. Além do projeto de mobiliário gratuito, os associados contam com 25% de desconto em qualquer forma de pagamento. SÃO PAULO



## VESTUÁRIO



**ART WALK** - Com modelos de tênis exclusivos e diferenciados, é uma das maiores redes de calçados do Brasil. Em parceria com a APM, oferece 12% de desconto aos associados.

**CASA DAS CUECAS** - Uma das principais marcas de moda masculina do mercado brasileiro, com foco em underwear, oferece ao associado APM até 7% de desconto para compras realizadas no site.

**FASCAR** - Concede 10% de desconto em calçados e acessórios masculinos modernos, em couro de alta qualidade e inovação.

**MAGICFEET** - Especialista em roupas e calçados infantis, com catálogo especialmente desenvolvidos para os pequenos, concede até 12% de desconto para os médicos associados da APM.

**NETSHOES** - Oferece 10% de desconto em materiais esportivos em todo o site.

**SHOESTOCK** - Maior loja virtual de sapatos masculinos e femininos, bolsas de couro, acessórios, carteiras e outros, garante 15% de desconto em todo o site.

**ZATTINI** - Médicos associados à APM têm 10% de desconto na maior loja virtual de sapatos masculinos e femininos, bolsas de couro, acessórios, carteiras e tudo que você tem direito!



# FIQUE SÓCIO

A Associação Paulista de Medicina Santo André, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra oferece belíssima sede, com completa infraestrutura, eventos e serviços exclusivos.

Casa do Médico - Av. dos Andradas, 224, Santo André. (11) 4990-0366 / 4990-0168  
apmsantoandre@uol.com.br / info@apmsantoandre.org.br

## Confira os benefícios e vantagens!



[www.apmsantoandre.org.br](http://www.apmsantoandre.org.br)



[facebook.com/apm.santoandre](https://facebook.com/apm.santoandre)



[@apmsantoandre](https://www.instagram.com/apmsantoandre)



APM

CASA  
DO  
MÉDICO