

SEMINÁRIO DIREITO PRIVADO E TECNOLOGIA

RESUMO EXPANDIDO

Título

CURSO DE CAPACITAÇÃO EM PUBLICIDADE MÉDICA DIGITAL: CONFORMIDADE ÉTICO-JURÍDICA COM A LGPD E A RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023 COMO PRODUTO TÉCNICO DE INTERVENÇÃO REGULATÓRIA

*Autoria***Victória Araújo de Santana**

Advogada. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Direito e Inovação (PPGDI) na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP/PE). Pós-graduada em Direito Médico e da Saúde. Graduada em Direito pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP/PE). É membro da Comissão de Direito de Médico e da Saúde da OAB da seccional de Jaboatão dos Guararapes.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5606596209585224>

E-mail: advantanavictoria@gmail.com

Lívia Dias Barros

Doutora em Direito (UFPE). Mestre em Direito (UFPE). Pós-graduada em Direito Público (ESMAPE). Pós-graduada em Direito Administrativo (UFPE). Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Direito e Inovação (PPGDI) na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP/PE). Professora da Graduação em Direito Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP/PE). Gerente Geral Jurídica da Secretaria de Administração da Cidade do Recife. Vice-Presidente da Comissão de Direito Administrativo da OAB-PE.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9566394765069834>

E-mail: livia.barros@unicap.br

Grupo de trabalho

GT 2 – Mediação, Resiliência e Inovação Social

Contextualização

Com o crescimento contínuo das redes sociais e sua utilização como ferramentas de divulgação profissional, a publicidade médica passou a ocupar papel central no ambiente digital. Esse fenômeno trouxe implicações éticas, jurídicas e técnicas relevantes, exigindo maior preparo por parte dos profissionais da saúde. A Resolução CFM nº 2.336/2023 foi editada com o objetivo de regulamentar essa prática, mas sua aplicação ainda enfrenta dificuldades, especialmente quanto à interpretação de seus limites e à adequação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Este projeto apresenta o desenvolvimento de um produto técnico na forma de curso de capacitação jurídica e

ética voltado a médicos, com foco na realização e fiscalização da publicidade médica digital em conformidade com o marco normativo vigente. O curso propõe embasamento jurídico, ético e prático, com linguagem acessível e recursos tecnológicos que favoreçam a aprendizagem autônoma e crítica. A metodologia do projeto combina análise normativa, estudo de casos práticos e levantamento de cursos concorrentes, visando preencher lacunas existentes na formação médica. Espera-se que o curso contribua para a atuação segura e responsável dos profissionais da saúde no ambiente digital, com respeito à privacidade dos pacientes e à proteção dos dados sensíveis. O produto final é replicável, aplicável a diferentes contextos institucionais e socialmente relevante, integrando inovação regulatória, educação em saúde e tecnologias digitais.

Problema

Como capacitar médicos para realizar e supervisionar a publicidade médica nas redes sociais de forma ética, segura e juridicamente adequada, em conformidade com a Resolução CFM nº 2.336/2023 e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)?

Objetivo geral

Elaborar um curso de capacitação voltado a médicos, com foco na orientação para a realização e fiscalização da publicidade médica em ambientes digitais, assegurando a conformidade com a Resolução CFM nº 2.336/2023 e com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), promovendo uma atuação ética, segura e juridicamente adequada. Ademais, especificamente: (i) Analisar a Resolução CFM nº 2.336/2023 e a LGPD, identificando seus principais dispositivos aplicáveis à publicidade médica digital; (ii) Estudar jurisprudências, doutrinas e normativas correlatas, com foco nos limites e desafios jurídicos da publicidade na área da saúde; (iii) Identificar lacunas interpretativas e operacionais na aplicação da Resolução CFM nº 2.336/2023, especialmente quanto ao uso de redes sociais por médicos; (iv) Avaliar cursos virtuais já disponíveis sobre publicidade médica, verificando sua abordagem normativa, metodológica e comunicacional; (v) Propor um modelo pedagógico de curso que integre fundamentos jurídicos, princípios éticos e melhores práticas tecnológicas para atuação médica digital; e, (vi) Construir e apresentar o curso como produto técnico replicável, com estrutura modular, conteúdo acessível e validação jurídica.

Metodologia

Este estudo busca contribuir com a prática profissional por meio da elaboração de um curso que acompanhe a modernização da publicidade médica, sem desrespeitar os princípios fundamentais da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). O desenvolvimento do produto técnico parte da análise crítica da Resolução CFM nº 2.336/2023, comparando-a com normas anteriores, e busca compreender os principais entraves jurídicos enfrentados por profissionais da saúde na comunicação em ambientes digitais.

Inicialmente, será realizada uma análise normativa comparativa, envolvendo a resolução vigente e suas antecessoras, com levantamento dos problemas jurídicos mais recorrentes na sua aplicação. Serão examinadas também as legislações nacionais correlatas, especialmente aquelas que tratam de publicidade, proteção de dados e ética médica. A revisão de literatura fundamentará

teoricamente o estudo, apoiando-se em obras doutrinárias e pesquisas empíricas previamente realizadas.

A pesquisa possui caráter dialético, ao abordar contradições normativas e práticas, e empírico, ao investigar casos reais de publicidade médica e decisões judiciais associadas. A análise jurisprudencial será conduzida com o intuito de identificar padrões interpretativos relevantes à publicidade médica e sua adequação à LGPD. A esse respeito, adota-se a abordagem proposta por Luciana Yeung na obra *Pesquisar empiricamente o direito* (MACHADO, 2017), enfatizando a análise crítica de casos reais e o cuidado metodológico com a seleção das amostras, a fim de evitar vieses.

O curso proposto será também compatibilizado com o Decreto nº 12.456/2025, que disciplina a oferta de cursos a distância, assegurando sua qualidade didático-pedagógica e a observância às normas educacionais aplicáveis.

O percurso metodológico será desenvolvido em seis etapas:

1. Levantamento de fontes acadêmicas e institucionais com o apoio de ferramentas de inteligência artificial (IA), como Perplexity AI;
2. Análise da Resolução CFM nº 2.336/2023 e da LGPD, com identificação de avanços, lacunas e impactos sobre a publicidade médica digital;
3. Compatibilização normativa do curso com o Decreto nº 12.456/2025, assegurando conformidade legal na oferta educacional;
4. Análise jurisprudencial, com levantamento e sistematização de decisões judiciais relacionadas à publicidade médica e proteção de dados;
5. Avaliação crítica de cursos virtuais existentes, identificando lacunas de conteúdo, abordagem e conformidade regulatória;
6. Estruturação pedagógica do curso, com base nos resultados obtidos nas etapas anteriores, visando à replicabilidade e aplicabilidade institucional.

Uso de ferramentas de IA

Neste trabalho, duas ferramentas de inteligência artificial foram empregadas de forma estratégica e complementar, com o objetivo de ampliar a qualidade e a eficiência da pesquisa. A primeira, **Perplexity AI**, foi utilizada como mecanismo de busca avançada, permitindo a identificação de fontes bibliográficas relevantes e atualizadas sobre os temas de publicidade médica e proteção de dados pessoais. A aplicação dessa ferramenta foi conduzida por meio de prompts específicos e previamente validados, o que garantiu a coerência temática e a confiabilidade das informações extraídas.

A segunda ferramenta, **ChatGPT**, foi utilizada como suporte para a organização conceitual e redação preliminar do resumo expandido, a partir das fontes levantadas na etapa anterior. Seu uso contribuiu para a estruturação metodológica do texto, respeitando os parâmetros técnicos exigidos para produtos técnicos e tecnológicos no campo do Direito.

O ponto de partida metodológico foi o uso da ferramenta Perplexity AI, com o comando: “Analise a viabilidade técnica e jurídica da elaboração de um curso virtual voltado para a publicidade médica em conformidade com a LGPD e a Resolução do CFM nº 2.336/2023.” As referências extraídas foram submetidas à ferramenta ChatGPT, com o prompt: “Você é um assistente especializado em metodologia de pesquisa jurídica. Use o relatório para elaborar o resumo expandido estruturado de acordo com o template.” A partir disso, o conteúdo foi organizado com base nos critérios metodológicos e jurídicos estabelecidos para a submissão.

Importa ressaltar que o emprego de IA ocorreu sem prejuízo à autonomia intelectual da pesquisadora, que permaneceu responsável por validar criticamente os conteúdos, ajustar tecnicamente os conceitos jurídicos e garantir a aderência do texto às normas acadêmicas e metodológicas do evento. O uso da inteligência artificial, portanto, configurou-se como ferramenta auxiliar, e não como substituta da análise humana.

Relevância / Originalidade

O presente estudo propõe uma abordagem inovadora ao integrar os fundamentos clássicos da ética e do direito médico com as novas exigências jurídicas e comunicacionais decorrentes da crescente utilização das plataformas digitais por profissionais da saúde. A partir dessa convergência, busca-se construir alternativas normativas e educativas aplicáveis à prática profissional, especialmente no que se refere à realização da publicidade médica em conformidade com a LGPD e a Resolução CFM nº 2.336/2023.

A originalidade do trabalho reside na criação de um produto técnico replicável — um curso estruturado com base em parâmetros ético-jurídicos e metodologias digitais — voltado à capacitação de médicos para atuação segura, responsável e legalmente embasada no ambiente virtual. O curso visa preencher uma lacuna identificada nos programas de formação existentes, que frequentemente abordam o marketing médico de maneira superficial ou desatualizada, sem considerar as implicações legais da proteção de dados e da regulação profissional.

Ao promover uma proposta formativa ancorada na legislação vigente, em decisões judiciais e em práticas pedagógicas inovadoras, o projeto contribui para o fortalecimento da cultura de conformidade, respeito à privacidade dos pacientes e valorização da reputação médica no meio digital.

Desenvolvimento estruturado

1. Publicidade Médica e o Novo Cenário Digital

A crescente presença dos profissionais de saúde nas redes sociais evidenciou a necessidade de compatibilizar a publicidade médica com os princípios éticos que regem a prática profissional. A Resolução CFM nº 2.336/2023 surge como resposta normativa a essa realidade, ao conferir maior liberdade na divulgação de serviços médicos, desde que preservados os limites legais e morais da profissão (CFM, 2023).

2. Proteção de Dados Sensíveis e Aplicação da LGPD na Saúde



Com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), a publicidade médica passou a exigir maior rigor quanto ao tratamento de dados sensíveis. Nesse cenário, torna-se indispensável que os profissionais compreendam os princípios da LGPD como finalidade, consentimento, necessidade, segurança da informação e responsabilização para garantir práticas de comunicação compatíveis com os direitos fundamentais à privacidade e à dignidade da pessoa humana (Manual de Publicidade Médica, 2024).

3. Desafios Interpretativos na Aplicação da Resolução CFM nº 2.336/2023

Apesar dos avanços regulatórios, a Resolução CFM nº 2.336/2023 apresenta lacunas conceituais e operacionais que geram insegurança jurídica para os profissionais. Essa ambiguidade normativa exige capacitação técnica e jurídica para garantir a correta interpretação e aplicação das regras, sob pena de comprometer a reputação do profissional e infringir normas éticas de conduta (SMABR, 2024).

4. A Capacitação Profissional como Caminho para a Conformidade Ético-Legal

Diante dos desafios impostos pela transformação digital e das exigências legais da LGPD e do CFM, torna-se imperativo oferecer formações específicas voltadas à capacitação de médicos para atuar no ambiente digital de forma segura, ética e juridicamente embasada. O curso proposto neste trabalho visa fornecer fundamentos legais, diretrizes éticas e práticas comunicacionais seguras, permitindo que os profissionais realizem e fiscalizem sua publicidade com autonomia e responsabilidade (Portal CFM, 2023).

Resultados esperados

Espera-se que, ao final do projeto, o curso desenvolvido promova uma formação ética, técnica e jurídica robusta dos profissionais da saúde no tocante à publicidade médica digital. O principal resultado almejado é a capacitação dos médicos para aplicar corretamente as diretrizes da Resolução CFM nº 2.336/2023 e os princípios da LGPD, minimizando os riscos de infrações e elevando o padrão de comunicação profissional.

Além disso, o curso busca fortalecer a segurança na relação médico-paciente, com ênfase na proteção de dados sensíveis, na valorização da reputação profissional e na conformidade institucional. Ao suprir lacunas identificadas em cursos concorrentes, o produto técnico pretende oferecer um conteúdo mais completo, atualizado e normativamente fundamentado, com potencial de replicação em outras instituições e de contribuição efetiva para a evolução das práticas de comunicação em saúde.

Contribuições

O presente trabalho apresenta contribuições relevantes ao promover uma abordagem interdisciplinar que articula os campos do direito, da ética médica, da proteção de dados e da comunicação digital. A partir do desenvolvimento de um curso como produto técnico, a pesquisa oferece uma solução prática e replicável para capacitação jurídica e ética de médicos, com foco na conformidade normativa da publicidade médica em ambientes digitais.



O curso proposto fortalece a formação profissional ao viabilizar a aplicação integrada da Resolução CFM nº 2.336/2023 e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), contribuindo para a redução de riscos éticos, jurídicos e reputacionais na atuação médica contemporânea. Além disso, o projeto estimula a adoção de boas práticas institucionais, fomentando uma cultura de responsabilidade digital, respeito à privacidade dos pacientes e valorização da ética profissional.

Levantamento bibliográfico

O levantamento bibliográfico realizado demonstra os desafios e avanços da publicidade médica no cenário digital, a Resolução CFM nº 2.336/2023 marca um avanço ao modernizar as regras de publicidade médica, permitindo o uso de redes sociais e conteúdos informativos, desde que respeitados os princípios éticos da profissão (CFM, 2023). O Conselho Federal de Medicina ressalta que, apesar da maior flexibilidade, a publicidade deve manter-se distante de práticas sensacionalistas ou de autopromoção (Portal CFM, 2023). O Manual de Publicidade Médica, publicado por conselhos regionais, reforça a necessidade de observância rigorosa à LGPD (CRM-MA, 2024). A Sociedade Médica do Amazonas (SMABR, 2024) alerta para o risco de responsabilização dos profissionais que divulgam conteúdo em desconformidade com a legislação vigente, destacando a importância do preparo técnico e jurídico dos médicos. Já a análise crítica de cursos atualmente disponíveis no mercado evidencia que muitas dessas formações abordam o marketing médico de forma superficial, sem aprofundamento normativo (ABRASSO, 2023; iClinic, 2024). Assim, torna-se evidente a lacuna na capacitação ética e legal dos profissionais, reforçando a relevância de um curso estruturado, como o proposto neste projeto, que integre ética, legislação e prática profissional no ambiente digital da saúde.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RADIOLOGIA E ONCOLOGIA (ABRASSO). *Regras de Publicidade Médica – Resolução CFM nº 2.336/2023*. Disponível em: <https://abrasso.org.br/regras-publicidade-medica/publicidade-medica-cfm-2336-2023.pdf>. Acesso em: maio 2025.

BRASIL. *Decreto nº 12.456, de 19 de maio de 2025*. Dispõe sobre a oferta de educação a distância por instituições de educação superior em cursos de graduação e altera o Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/decreto/D12456.htm. Acesso em: maio 2025.

BRASIL. *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018*. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: maio 2025.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM). *O que muda com a nova resolução da publicidade médica*. Disponível em: <https://publicidademedica.cfm.org.br/resolucao/o-que-muda>. Acesso em: maio 2025.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM). *Resolução CFM nº 2.336/2023*. Dispõe sobre a publicidade médica e revoga as Resoluções CFM nº 1.974/2011 e 2.126/2015. Disponível em:



https://sistemas.cfm.org.br/normas/arquivos/resolucoes/BR/2023/2336_2023.pdf. Acesso em: maio 2025.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DE SANTA CATARINA (CRM-SC). *Novas regras de publicidade médica entram em vigor em 11 de março*. Disponível em: <https://crmsc.org.br/noticias/novas-regras-de-publicidade-medica-entram-em-vigor-nesta-segunda-feira-11-de-marco>. Acesso em: maio 2025.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO MARANHÃO (CRM-MA). *Manual de Publicidade Médica – Resolução CFM nº 2.336/2023*. Disponível em: <https://crmma.org.br/wp-content/uploads/2024/03/Manual-de-publicidade-completo-1.pdf>. Acesso em: maio 2025.

PORTAL CFM. *CFM atualiza resolução da publicidade médica*. Disponível em: <https://portal.cfm.org.br/noticias/cfm-atualiza-resolucao-da-publicidade-medica/>. Acesso em: maio 2025.

SMABR – SOCIEDADE MÉDICA DO AMAZONAS. *Publicidade e Propaganda Médica*. Disponível em: <https://smabr.com/publicidade-e-propaganda-medica/>. Acesso em: maio 2025.

