



## :: DESTAQUE

A publicidade de medicamentos constitui uma temática com crescente destaque na nossa sociedade. Diferentes factores aumentam a concorrência no seio da indústria farmacêutica favorecendo uma maior aposta em publicidade, quer junto do público, quer junto dos profissionais de saúde. Neste sentido assume uma particular relevância controlar a informação disponibilizada, tendo especial atenção à publicidade enganosa.

O Infarmed é a entidade responsável pela fiscalização da publicidade de medicamentos de uso humano. A publicidade de medicamentos está sujeita ao regime jurídico previsto no Estatuto do Medicamento e no disposto no Código da Publicidade.

De acordo com a definição legal, considera-se publicidade de medicamentos, qualquer forma de informação, de prospecção ou de incentivo que tenha por objecto ou por efeito a promoção da prescrição, dispensa, venda, aquisição ou consumo, junto do público em geral, distribuidores por grosso e profissionais de saúde através da visita de delegados de informação médica, através do fornecimento de amostras ou de bonificações comerciais, através da concessão, oferta ou promessa de benefícios pecuniários ou em espécie pelo patrocínio de reuniões de promoção, congressos ou reuniões de carácter científico e através da referência ao nome comercial de um medicamento.

O Infarmed monitoriza o mercado através da consulta a diferentes suportes publicitários nomeadamente, televisão, rádio, imprensa, internet e, ainda, através de denúncias. Como resultado da avaliação, o Infarmed, pode sancionar os que não cumpram a legislação.



© "Ilustração Portuguesa" (1909).

## O QUE O PÚBLICO DEVE SABER

Face ao volume de publicidade de medicamentos existente, a sua supervisão e monitorização pelo Infarmed é crescentemente importante, tendo em atenção a protecção da saúde pública.

Nessa perspectiva, a publicidade de medicamentos junto do público deve obedecer a determinadas regras que importa saber:

### Elementos obrigatórios:

- Nome do medicamento, bem como a denominação comum internacional;
- Informações essenciais ao uso racional do medicamento, nomeadamente indicações terapêuticas e precauções especiais;
- Aconselhamento para a leitura cuidada das informações constantes sobre acondicionamento secundário e do folheto informativo e, em caso de dúvida ou de persistência dos sintomas, consultar o médico ou o farmacêutico.

### Elementos proibidos:

- Leve a concluir que a consulta médica/intervenção cirúrgica é desnecessária;
- Sugira que o efeito do medicamento é garantido, sem reacções adversas ou efeitos secundários, com resultados superiores ou equivalentes aos de outro tratamento ou medicamento;
- Sugira que o estado normal de saúde da pessoa pode ser melhorado através da utilização do medicamento ou que o mesmo pode ser prejudicado caso o medicamento não seja utilizado;
- Se dirija exclusiva ou principalmente a crianças ou faça referência a recomendações por pessoas que, pela sua celebridade, possa incitar ao consumo de medicamentos;
- Trate o medicamento como um produto alimentar ou qualquer outro produto de consumo e sugira que a segurança ou eficácia do medicamento é devida ao facto de ser considerado um produto natural;
- Possa induzir a um falso autodiagnóstico ou se refira de forma abusiva ou enganosa a garantias de cura;
- Utilize de forma abusiva ou enganosa, representações visuais das alterações do corpo humano causadas por doenças ou lesões ou da acção de um medicamento.

**É igualmente proibida qualquer forma de publicidade comparativa, assim como a distribuição directa de medicamentos para fins promocionais ou a distribuição de amostras gratuitas.**

### Normas a que devem obedecer os anúncios dos medicamentos (1)

- a) — São proibidos os anúncios de medicamentos recomendáveis para a lepra, tuberculose e g cancro.
- b) — É proibida a publicação de cartas de agradecimento de pessoas que se dizem curadas ou consideravelmente melhoradas com este ou aquele medicamento desde que o facto não seja autenticado por um médico e que não caia nas disposições aqui exaradas.
- c) — São proibidos os anúncios de medicamentos que não tenham venda legal no país ;
- d) — São proibidos nos anúncios as palavras «cura», «infeíveis» e outras semelhantes tendentes a iludir a boa fé do público.
- e) — É proibido anunciar qualquer indicação terapêutica (a não ser *única* e *reconstituente*) a produtos destinados a venderem-se em embalagens especiais e que não são seladas pela Direcção Geral de Contribuições e Impostos.
- f) — É proibido indicar-se nos anúncios dos medicamentos estabelecimentos de venda que legalmente não o podem fazer. Para os armazens de drogas e laboratórios só poderá permitir-se a indicação de venda quando claramente se diga *venda por grosso*.
- g) — São proibidos os anúncios que colidam com a moral pública.
- h) — Ser-se-á o mais tolerante possível nos anúncios destinados a revistas médicas.
- i) — É em tudo o mais será estritamente cumprido o disposto no art.º 11.º do decreto 17 636.

(1) As instruções que acima se lêem são transcritas do Jornal brasileiro *Gazeta de Farmácia*, do Rio de Janeiro. É pena que muitas das determinações da Inspeção do Exercício Farmacêutico não sejam comunicadas ao Sindicato Nacional dos Farmacêuticos, entidade corporativa que, estando em contacto permanente com a classe que representa, pode com facilidade orientá-la, pois nisso está o seu maior interesse.

Fez o nosso prezado colega carioca as mais lisonjeiras referências a tal medida, formulando os mais ardentes votos pela sua adopção no seu país. Agradamos os elogios mas penalizá-los que os farmacêuticos portugueses só através da imprensa estrangeira viessem a ter conhecimento duma resolução oficial que, estamos certos, muito virá a beneficiá-los moralmente.

O *Monitor de Farmácia*, depois de ter verificado ser absolutamente autêntico o documento, transmite-o aos seus assinantes, pedindo lhes desculpa por não o ter feito há mais tempo.

© Normativo da Inspeção do Exercício Farmacêutico, aplicável à publicidade de medicamentos (1936).

## INFORMAÇÃO A RETER

A Publicidade é um meio de dar a conhecer aos consumidores os produtos, sendo que, no caso da Publicidade a Medicamentos, dada a natureza do seu objecto, deve obedecer a um adequado conjunto de regras.

Cabe ao Infarmed desenvolver mecanismos que garantam o seu cumprimento.

Numa altura em que os Medicamentos representam uma área de particular interesse, torna-se imprescindível acompanhar a informação com que o público é confrontado, bem como incentivar a consulta do folheto informativo do medicamento e o aconselhamento médico ou farmacêutico.

A Publicidade a Medicamentos junto do público em geral só pode ser efectuada para medicamentos não sujeitos a receita médica, sendo que os canais de transmissão mais usados, são a Televisão, rádio, imprensa escrita, outdoors, entre outros.

A publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica só pode ser efectuada junto de profissionais de saúde e em suportes publicitários, de acesso exclusivo aos mesmos profissionais.

Para mais informações visite [www.infarmed.pt](http://www.infarmed.pt)



## REGRAS PARA OS PROFISSIONAIS TAMBÉM

A publicidade a medicamentos dirigida aos profissionais de saúde (médicos, farmacêuticos e enfermeiros, etc.), só pode ser efectuada em meios dirigidos exclusivamente para os mesmos.

Tal como a publicidade dirigida ao público em geral, também a dirigida aos profissionais de saúde, têm elementos obrigatórios que devem ser respeitados.

Na publicidade de medicamentos a profissionais de saúde são obrigatórias as seguintes referências:

- O nome do medicamento;
- As informações essenciais compatíveis com o resumo das características do medicamento;
- A classificação do medicamento para efeitos de dispensa, nomeadamente indicação de que o medicamento é um medicamento sujeito a receita médica, quando for o caso disso;
- O regime de comparticipação.

Toda a informação contida na publicidade de medicamentos junto dos profissionais de saúde tem de ser exacta, actual e verificável.

Deve ser suficientemente completa para permitir ao profissional de saúde efectuar uma ideia correcta do valor terapêutico do medicamento e assim ajudar a promover o uso racional do medicamento.

Para garantir que essa promoção seja realizada adequadamente, o Infarmed, monitoriza a publicidade e os meios de comunicação dirigidos aos profissionais de saúde.

Considerando que os profissionais de saúde são o principal elo de ligação entre o produto e o consumidor final, a informação que lhes é facultada é de extrema importância para um melhor conhecimento dos medicamentos.

Cabe ao profissional de saúde decidir qual o melhor produto para cada utente.