

17

DELIBERAÇÃO
Sobre
EXPOSIÇÃO DO DIRECTOR DO PORTAL WEBCARE ON-LINE

(Aprovada em reunião plenária de 20 de Novembro/2002)

1. O director do portal Webcare on-line informou a Alta Autoridade que o Instituto Nacional de Farmácia e do Medicamento (INFARMED) lhe movera um processo de contra-ordenação por considerar essa publicação violadora dos normativos atinentes à publicidade ao divulgar uma notícia sobre a relação entre os investimentos feitos na promoção de certos fármacos e a sua venda, que se encontrava acessível à generalidade dos utilizadores da Internet.
2. Nessa sua exposição, o director do portal manifesta a sua estranheza e perplexidade pelo facto de uma notícia poder ser objecto de apreciação à luz de critérios que enquadram a publicidade aos medicamentos e sustenta que a divulgação da designação comercial de um fármaco não deveria ser entendida como uma promoção publicitária desse produto – nomeadamente por não conduzir, directa ou indirectamente ao seu consumo – mas como elemento e decorrência do direito a informar, exercido nos limites éticos da profissão e visando o esclarecimento do público sobre factos relevantes que são do seu interesse.
3. A Alta Autoridade procurou apurar junto do INFARMED a perspectiva que fundamentava a sua intervenção sancionatória, tendo obtido circunstanciado esclarecimento, no qual se dá conta da sua interpretação das disposições constitucionais e das que estão plasmadas noutros patamares da produção legislativa relativa às limitações impostas à publicidade de medicamentos. Tal entendimento, sufragado pelo Conselho Nacional da Publicidade de Medicamentos, aponta no sentido de considerar que as referências à designação comercial dos fármacos se acham, por imposição da lei, confinadas às publicações técnicas ou aos suportes informativos exclusivamente destinados a médicos e outros profissionais da saúde, não podendo ser referidas em publicações disponibilizadas ao público em geral.

4233

4. A propósito desta exposição importa clarificar que a Alta Autoridade não se assume como instância de recurso relativamente à situação criada nem pode dirimir o conflito em presença – cuja apreciação pelas instâncias adequadas acompanhará com empenhado interesse. J

No entanto, algumas considerações a propósito desta exposição afiguram-se oportunas.

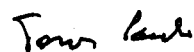
5. A Alta Autoridade não ignora que as mensagens publicitárias há muito extravasaram os limites clássicos do “anúncio”, devidamente identificado e inserido num universo comunicacional em que as fronteiras que separam a publicidade da notícia se encontravam formalmente demarcadas, em termos insusceptíveis de produzir equívocos e ambiguidades junto dos destinatários destas diferentes mensagens. De elemento autonomizado e com a sua gramática própria, a publicidade evoluiu para elemento integrante da teia de relações sociais e, portanto, também da informação que circula
6. Tem ainda presentes as razões que podem ser invocáveis – nos domínios da saúde pública e da protecção dos direitos dos consumidores – para justificar as medidas cautelares e restritivas, inseridas na legislação portuguesa e comunitária, relativamente à publicidade de medicamentos, atentas a perigosidade do seu consumo indiscriminado e a necessidade de garantir que a sua prescrição só possa ser feita com o adequado aconselhamento profissional.
7. A Alta Autoridade encara também com apreensão o entendimento de que as referências à designação comercial de um fármaco devam ser invariavelmente subsumíveis à sua promoção publicitária, independentemente das diferentes circunstâncias em que tal referência surja e sem trazer à colação outras considerações pertinentes, como sejam o valor social da notícia, a sua inteligibilidade e rigor, ou o facto de nela não serem detectáveis apelos, ao consumo de produtos ou marcas nela referidos.
8. Tendo presente que a questão suscitada pelo director do portal WEBCARE on-line coloca delicadas questões de conflitualidade e de harmonização entre os direitos e valores em presença – aqueles de igual dignidade constitucional e estes de

hierarquização complexa, cuja prevalência só pode ser casuisticamente detectável – a Alta Autoridade, entidade que garante o direito a informar e que, necessariamente, se distancia de interpretações do quadro legal/constitucional que possam conduzir à compressão insustentável e desproporcionada desse direito, sublinha a necessidade de uma posterior análise crítica às diferentes vertentes da problemática aqui suscitadas e manifesta a sua intenção de, independentemente da evolução que registar o caso em apreço, vir a produzir um posicionamento público sobre estas matérias, assegurando a prévia auscultação das diferentes entidades nelas implicadas.

Esta deliberação foi aprovada por maioria com votos a favor de José Garibaldi (relator), Armando Torres Paulo (Presidente), Sebastião Lima Rego, Manuela Matos, Joel Frederico da Silveira, Maria de Lurdes Monteiro, Artur Portela (com declaração de voto) e contra de Jorge Pegado Liz (com declaração de voto)

Alta Autoridade Comunicação Social, 20 de Novembro de 2002

O Presidente



Armando Torres Paulo
Juiz-Conselheiro

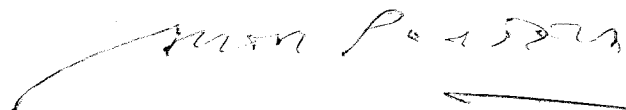
JG/MAP

DECLARAÇÃO DE VOTO

Voto favoravelmente

- não uma intervenção da AACCS neste concreto processo contra-ordenacional,
- não um posicionamento que admita – ou possa ser utilizado para sustentar – que **as referências jornalísticas às marcas comerciais de fármacos devem ser facilmente subsumíveis ao rigor informativo**, comprometendo ou prejudicando o que as disposições legais, portuguesas, comunitárias, etc., pretendem acautelar,

mas, e só, o princípio de que o direito de informar e de ser informado pode envolver - em casos precisos de **interesse público, de saúde pública**, e num quadro de aplicada exigência ética e deontológica, definido designadamente em Livros de Estilo – a referência a marcas comerciais em órgãos de comunicação social.


(Artur Portela)

DECLARAÇÃO DE VOTO*sobre***EXPOSIÇÃO DO DIRECTOR DO PORTAL WEBCARE
ON-LINE**

Votei contra a presente deliberação porquanto entendo que, nos pontos 5, 6, 7 e 8, a AACCS não só exorbita manifestamente das suas atribuições, como assume posição de confronto injustificado com o Infarmed onde lhe falece competência e com ligeireza incompatível com o seu estatuto de órgão constitucional.

Sem por em causa que todas as matérias são susceptíveis de salutar discussão, entendo ser totalmente injustificado pretender usurpar competências próprias de outros órgãos da Administração, designadamente do Instituto do Consumidor e dos Tribunais competentes sendo, aliás, que, o caso em apreço se enquadra numa apreciação mais vasta da questão, em discussão, designadamente a nível comunitário e, particularmente, a propósito da Proposta de Directiva da Comissão que altera a Directiva 2001/83/CE que estabelece um código comunitário relativo aos medicamentos para uso humano (Com(2001)404) objecto de recente apreciação no Parlamento Europeu, com base no Relatório A5-03400/2002 Final, de 9 de Outubro de 2002, de que foi relatora a deputada Françoise Grossetête (PE 290.143), documento que, só em Comissão, recebeu 355 propostas de alteração!

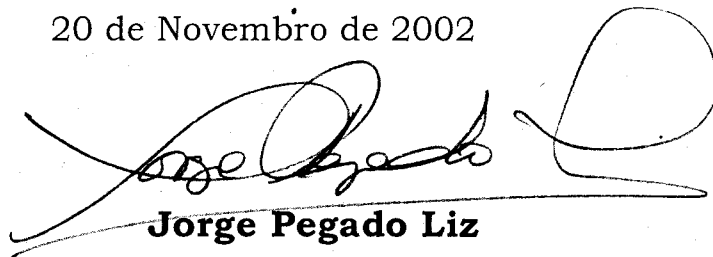
JM

Parece-me, assim, pelos menos estranho, que a presente deliberação tenha omitido qualquer referência ao enquadramento geral da questão nestes parâmetros de apreciação e se tenha ficado por vagas ideias gerais e meros "palpites", aliás ao arrepio do que é hoje o pensamento dominante das entidades competentes para se pronunciarem sobre o complexo mundo da publicidade a medicamentos, relativamente ao qual, se a lei actual peca, será apenas por demasiada permissividade e laxismo, com grave prejuízo para os consumidores.

Alta Autoridade para a Comunicação Social

em

20 de Novembro de 2002



Jorge Pegado Liz

JPL/IM