

CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA

RESOLUÇÃO Nº 658, DE 27 DE SETEMBRO DE 2018

Regulamenta a publicidade, a propaganda ou o anúncio das atividades profissionais do farmacêutico.

O Conselho Federal de Farmácia (CFF), no uso de suas atribuições legais e regimentais previstas na Lei Federal nº 3.820, de 11 de novembro de 1960, e, considerando que é atribuição do CFF expedir resoluções que se tornarem necessárias para interpretação da Lei Federal nº 3.820, de 11 de novembro de 1960, conforme disposto no artigo 6º, alínea "g", do referido diploma;

considerando a outorga legal ao CFF de zelar pela saúde pública, promovendo ações de assistência farmacêutica em todos os níveis de atenção à saúde, de acordo com a alínea "p", do artigo 6º, da Lei Federal nº 3.820, de 11 de novembro de 1960, com as alterações da Lei Federal nº 9.120, de 26 de outubro de 1995;

considerando as disposições do Decreto Federal nº 85.878, de 7 de abril de 1981, que estabelece normas para execução da Lei Federal nº 3.820, de 11 de novembro de 1960, que dispõe sobre o exercício da profissão farmacêutica, e dá outras providências;

considerando a Resolução/CFF nº 596, de 21 de fevereiro de 2014, que dispõe sobre o Código de Ética Farmacêutica, o Código de processo Ético e estabelece as infrações e as regras de aplicação das sanções disciplinares;

considerando o Código de Defesa do Consumidor disciplinado pela Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, especialmente o disposto nos artigos 6º, 36 e 37, que versam sobre os direitos do consumidor e a publicidade;

considerando o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária;

considerando a necessidade de regulamentar os critérios que orientam a atuação do farmacêutico no âmbito da publicidade, propaganda ou anúncio de suas atividades profissionais, resolve:

Art. 1º - Considera-se propaganda, publicidade ou anúncio, qualquer divulgação relativa à atividade profissional oriunda ou promovida pelo farmacêutico, independentemente do meio de divulgação.

Art. 2º - É obrigação do farmacêutico observar os princípios éticos de sua profissão na publicidade, propaganda ou anúncio.

Art. 3º - O farmacêutico que estiver inserido nas propagandas, publicidades ou nos anúncios apresentados em todas as formas de comunicação conhecida, seja escrita, falada, audiovisual, digital, virtual e afins, deverá solicitar a obrigatória inserção dos seus dados de identificação profissional de forma clara, explícita, legível ou audível, observadas a sua integridade e consistência visual, evitando-se alterações ou interferências que gerem interpretação, compreensão ou visualização confusa ou inadequada.

Art. 4º - A participação do farmacêutico na divulgação de assuntos de seu âmbito profissional deve se pautar pela prévia condição de conteúdo que apresente evidências científicas, visando primordialmente o esclarecimento e a educação da população, além do interesse público, vedada a autopromoção, a prática enganosa, abusiva ou em desacordo aos direitos do consumidor.

Art. 5º - No âmbito da publicidade, propaganda ou anúncio de suas atividades profissionais, é vedado ao farmacêutico:

- a) divulgar especialidade ou área de atuação não reconhecida pelo Conselho Federal de Farmácia;
- b) anunciar títulos científicos que não possa comprovar e/ou especialidade e área de atuação para a qual não esteja qualificado;
- c) anunciar ou divulgar técnicas, terapias de tratamento e área da atuação, que não apresentem evidências científicas, assim como instalações e equipamentos que não tenham seu registro validado pelos órgãos competentes;
- d) adulterar dados visando beneficiar-se individualmente ou a instituição/estabelecimento que representa, assessora ou integra;
- e) garantir, prometer ou induzir a determinados resultados de tratamento, sem efetiva comprovação;
- f) expor o paciente como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento não efetivamente comprovado e sem o seu expresso consentimento;
- g) acumpliciar-se a práticas lesivas ao consumidor e à saúde;

- h) usar expressões como "o melhor", "o mais eficiente", "o único capacitado", "resultado garantido" ou outras capazes de induzir o paciente/consumidor ao erro;
- i) incluir mensagens, símbolos e imagens de qualquer natureza em desacordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente;
- j) fazer afirmações e citações ou exibir tabelas e ilustrações relacionadas a informações que não tenham sido extraídas ou baseadas em publicações de órgãos e entidades oficiais, de uso tradicional reconhecido, de valor acadêmico com fundamento em literatura consolidada e/ou baseada em publicações ou evidências científicas;
- k) adotar práticas contrárias à lei, à ordem pública ou aos bons costumes;
- l) divulgar preços de serviços ou formas de pagamento para captação de clientela em desacordo aos direitos do consumidor;
- m) oferecer vantagem, ganho ou benefício financeiro a terceiro em retribuição ou troca de obtenção de serviço;
- n) deixar de prover o cliente ou seu responsável, quando for o caso, de informação de qualidade, confiável e rastreável cientificamente;
- o) omitir a declaração de conflitos de interesses quando palestrante em eventos, sendo obrigatório informar o recebimento de apoio e patrocínios de órgãos e empresas.

Art. 6º - É direito do farmacêutico divulgar os cursos/capacitações/atualizações que participou e títulos que possui em área de atuação reconhecida pelo Conselho Federal de Farmácia.

Art. 7º - Fica estabelecido o prazo de 90 (noventa) dias para adequação às disposições desta resolução.

Art. 8º - Esta resolução entrará em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

WALTER DA SILVA JORGE JOÃO
Presidente do Conselho