

# Noticias y temas de interés

## Guía del SNS para la publicidad de medicamentos dirigida al público

---

El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad (a través de la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios y la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios) y la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp) han elaborado de forma consensuada esta Guía, que tiene como finalidad principal proporcionar al ciudadano una información veraz sobre los medicamentos sin prescripción, así como ser un instrumento que impulse la automedicación responsable y fomente el uso adecuado de este tipo de medicamentos.

Se trata de un documento de referencia que quiere servir para aclarar y sistematizar los principios, requisitos, limitaciones y demás condiciones en las que puede realizarse publicidad de medicamentos dirigida al público.

Además, la guía será una herramienta de trabajo para la industria farmacéutica y la propia Administración sanitaria, de cara a favorecer las actuaciones en la solicitud y autorización de la publicidad de este tipo de medicamentos y para aplicar de forma consensuada la normativa vigente en materia de publicidad. De hecho, está previsto que la guía vaya actualizándose en función de las novedades legislativas que se produzcan.

De este modo, los objetivos fundamentales del documento son:

- Lograr una publicidad de medicamentos dirigida al público de calidad.
- Transmitir una información adecuada y comprensible para los ciudadanos de los medicamentos sin prescripción, con el fin de que los utilicen de forma racional y responsable.
- Establecer unos criterios de actuación únicos de todos los órganos implicados.
- Actualizar las actuaciones en esta materia en función de las nuevas normativas.

- Ser una herramienta básica que favorezca las actuaciones de todos los órganos implicados.
- Establecer un código de buenas prácticas en materia de publicidad.
- Concienciar a los laboratorios de que deben realizar una publicidad veraz.

### Contenido

El texto se divide en dos partes diferenciadas: por un lado, una primera parte dedicada a informar sobre la publicidad de medicamentos dirigida al público y la segunda parte recoge un código de buenas prácticas sobre la publicidad de medicamentos dirigida al público.

En la primera parte, se recoge **información general** sobre aspectos como:

- La normativa de aplicación europea y nacional.
- Definiciones y principios generales de la publicidad en general (principio de veracidad, de no publicidad subliminal, principio de no publicidad comparativa, etc.).
- La publicidad específica de medicamentos: definiciones, principios aplicables, requisitos, prohibiciones, trámite administrativo y contenido obligatorio del mensaje.

Como novedad a destacar en esta parte son la definición y clasificación de los soportes publicitarios en materia de medicamentos incluyendo además los diferentes modelos de solicitud.

En la segunda parte, se recoge un **código de buenas prácticas** sobre la publicidad de medicamentos dirigida al público, incluyendo recomendaciones para los laboratorios sobre cómo deberían ser los mensajes publicitarios desde diferentes enfoques: imágenes, texto, medicamento, soporte, etc.