

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Portaria n.º 123/96

de 17 de Abril

O Decreto-Lei n.º 100/94, de 19 de Abril, estabelece o regime jurídico da publicidade dos medicamentos para uso humano, criando no seu artigo 12.º, na directa dependência do Instituto Nacional da Farmácia e do Medicamento (INFARMED), o Conselho Nacional de Publicidade de Medicamentos (CNPM), órgão consultivo de estudo no domínio da actividade publicitária, com composição alargada a entidades que, pelas suas atribuições, se entendeu nele deverem ter assento.

Deste modo, torna-se necessário definir a composição, a competência e o modo de funcionamento do CNPM.

Assim, nos termos do n.º 2 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 100/94, de 19 de Abril:

Manda o Governo, pela Ministra da Saúde, aprovar o Regulamento do Conselho Nacional de Publicidade de Medicamentos, anexo a esta portaria e que dela faz parte integrante.

Ministério da Saúde.

Assinada em 21 de Março de 1996.

Pela Ministra da Saúde, *José Eduardo Arcos Gomes dos Reis*, Secretário de Estado da Saúde.

REGULAMENTO DO CONSELHO NACIONAL DE PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS

Artigo 1.º

Natureza

O Conselho Nacional de Publicidade de Medicamentos, a seguir designado por CNPM, é um órgão de consulta e estudo no domínio da actividade publicitária relativa a medicamentos de uso humano.

Artigo 2.º

Composição

O CNPM é composto pelos seguintes membros:

- a) Três representantes do Ministério da Saúde, sendo um do Instituto Nacional da Farmácia e do Medicamento (INFARMED), um da Direcção-Geral da Saúde e outro das administrações regionais de saúde;

- b) Três representantes das associações de consumidores, a designar, respectivamente, pela Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), pela Associação Portuguesa de Direito do Consumo (APDC) e pelo Instituto do Consumidor (IC);
- c) Dois representantes da profissão médica, a designar pela Ordem dos Médicos;
- d) Dois representantes da profissão farmacêutica, a designar pela Ordem dos Farmacêuticos;
- e) Dois representantes da Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica (APIFARMA);
- f) Um representante das farmácias, a designar pelas respectivas associações.

Artigo 3.º

Competência

Compete ao CNPM:

- a) Pronunciar-se, a solicitação do INFARMED, sobre as medidas legislativas e regulamentares em matéria de actividade publicitária relativa aos medicamentos para uso humano;
- b) Emitir parecer sobre a aplicação e observação das regras e normas que disciplinam a publicidade dos medicamentos;
- c) Apresentar propostas ou recomendações tendo em vista a melhoria dos padrões qualitativos de difusão da mensagem publicitária relativa aos medicamentos;
- d) Elaborar relatório anual da actividade desenvolvida.

Artigo 4.º

Funcionamento

1 — O CNPM é presidido por um dos seus membros, eleito de entre os seus pares.

2 — O CNPM reúne ordinariamente de três em três meses, cabendo ao presidente a fixação dos dias e horas das reuniões.

3 — As reuniões extraordinárias têm lugar mediante convocação do presidente, sendo este obrigado a proceder à convocação sempre que, pelo menos, um terço dos vogais lho solicite por escrito, indicando o assunto que deseja ver tratado.

4 — As deliberações são tomadas por votação nominal e por maioria absoluta de votos dos membros presentes à reunião.

5 — O INFARMED deve fornecer e disponibilizar os meios humanos e materiais de apoio necessários ao funcionamento do CNPM.

