


 [Contacte](#) [Idioma:](#)
[ca](#) 

Medicaments i farmàcia

[Inici](#) Actualització de la publicitat de medicaments en xarxes socials



Actualització de la publicitat de medicaments en xarxes socials

La constant evolució i millora de les prestacions de les plataformes i de les xarxes socials comporta que algunes de les afirmacions realitzades en alguns butlletins de publicitat de medicaments publicats amb anterioritat hagin quedat obsoletes.

D'altra banda, les diferents iniciatives de la indústria farmacèutica per trobar noves formes de fer arribar als professionals sanitaris la publicitat dels seus medicaments, així com informació sobre els avenços científics, obligats per la situació provocada per la pandèmia del coronavirus on es van restringir les reunions presencials, ha portat a la necessitat de plantejar aquesta actualització sobre la utilització de les xarxes socials i plataformes, complint la normativa vigent en aquesta matèria.

A continuació, s'exposen les actualitzacions següents:

Twitter i la publicitat dels medicaments

Entre les diferents finalitats d'aquesta plataforma, descrites en el Butlletí número 2 de juny de 2018, cal afegir que es pot incloure contingut científic sempre que estigui deslligat d'aspectes promocionals, és a dir, que en la totalitat del contingut no s'observi promoció o publicitat de medicaments de prescripció.

Així mateix, es pot elaborar tweets enllaçant a les pàgines webs dels laboratoris farmacèutics. Cal recordar que si s'enllaça directament a una pàgina adreçada a professionals sanitaris, cal que en el moment en que s'entri al lloc web aparegui un advertiment destacat i clarament llegible, en què s'indiqui que la informació que s'està a punt de visualitzar està adreçada únicament a aquest col·lectiu i que, per tant, és necessària una formació especialitzada per interpretar-la correctament; a més, el contingut al qual es vol accedir no ha de ser visible mentre es mostra l'avís.

LinkedIn i la publicitat de medicaments:

A més de l'ús que es pot fer d'aquesta xarxa social explicat en el Butlletí número 5, cal afegir que les solucions de màrqueting de LinkedIn permeten als usuaris enviar publicacions seleccionant prèviament el públic a qui s'adreça el missatge. És a dir, dóna la possibilitat de triar els conjunts de tipus de perfils professionals que compleixen certs requisits (sector laboral, anys d'experiència, interessos, ubicació, etc.) i que per tant, poden tenir interès en conèixer el contingut de les publicacions dels laboratoris farmacèutics.

Amb referència a la pàgina o pàgines de LinkedIn d'un usuari o empresa que siguin accessibles per a tothom, hem d'afegir que:

Les empreses sí poden publicar material informatiu de caire científic i també poden fer difusió de les webinars, sempre i quan hi hagi una prèvia segmentació del públic destinatari a qui es vol difondre.

No obstant, les publicacions dels usuaris o de les empreses farmacèutiques en cap cas poden mostrar informació o promoció de medicaments de prescripció. És per això que els missatges

que apareguin només han de contenir informació que pugui adreçar-se al públic. Per tant:

La informació, imatges o vídeos que s'hi publiquin no poden crear alarma social, ni un increment directe o indirecte de la pressió assistencial.

La publicitat destinada al públic només pot ser de medicaments de no prescripció o de contingut relacionat amb la salut, de mesures higienicosanitàries, o bé servir per millorar la seva qualitat de vida.

En el context de l'eina que facilita LinkedIn de creació d'un GRUP, explicada en el butlletí número 5, caldria afegir una nova utilitat: publicar materials amb contingut científic que podrien enllaçar a la zona d'accés restringit per a cada professional sanitari de la pàgina web del laboratori.

Instagram i la publicitat de medicaments

A més de les característiques especificades en el número 7 del butlletí de publicitat, en aquesta xarxa social s'hi poden publicar *post o stories* i també ofereix la possibilitat de ser una plataforma de publicitat on les empreses paguen per difondre anuncis als seus usuaris o continguts proporcionats pel laboratori. Tot i això, no s'hi pot publicar informació sobre medicaments de prescripció o fer-ne publicitat.

Tant els anuncis com les publicacions, poden enllaçar a la pàgina web del laboratori, i en aquesta pot haver-hi publicitat dirigida a professionals sanitaris, sempre i quan els continguts estiguin en la zona d'accés restringit. Com en la resta de casos, cal recordar que si s'enllaça directament a una pàgina adreçada a professionals sanitaris, cal que en el moment en que s'entri al lloc web aparegui un advertiment destacat i clarament llegible, en què s'indiqui que la informació que s'està a punt de visualitzar està adreçada únicament a aquest col·lectiu; a més, el contingut al qual es vol accedir no ha de ser visible mentre es mostra l'avís.

Monografia elaborada per la Secció de Vigilància i Publicitat de Medicaments del Servei d'Ordenació i Qualitat Farmacèutiques. Departament de Salut. Generalitat de Catalunya.

Per a qualsevol dubte o consulta, us podeu adreçar a butlletipublicitat@gencat.cat

Data d'actualització: 30.12.2021

Avís legal: D'acord amb l'article 17.1 de la Llei 19/2014, la ©Generalitat de Catalunya permet la reutilització dels continguts i de les dades sempre que se'n citi la font i la data d'actualització i que no es desnaturalitzi la informació (article 8 de la Llei 37/2007) i també que no es contradigui amb una llicència específica.

