Perguntas e Respostas - Q&As
Código de Conduta Interfarma (Versão 2026)
Atualizado em 01.10.2026

Q&A 1 - A PARTIR DE QUANDO O CÓDIGO ESTARÁ VIGENTE? HAVERÁ PRAZO ADICIONAL DE GRAÇA OU TRANSIÇÃO PARA ADEQUAÇÃO? COMO E QUANDO SERÁ DISPONIBILIZADO O TREINAMENTO DA INTERFARMA PARA AS EMPRESAS?

O Código de Conduta da Interfarma (Revisão 2021) estará em vigor a partir de 01/01/2022.

O Novo Código, portanto, aplicar-se-á a todas as contratações e atividades conduzidas pelas Empresas Associadas que tenham sido firmadas a partir de 01/01/2022. Não serão afetados contratos firmados anteriormente pelas novas regras.
Não há prazo adicional de graça ou transição para adequação. Considera-se pra constantes da documentação de registro de tal produto junto ao órgão sanitário brasileiro competente, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa.

Q&A 2 - O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA PROÍBE QUE AS EMPRESAS CONCEDAM DESCONTOS OU OUTRAS VANTAGENS COMERCIAIS PELO FORNECIMENTO DE SEUS PRODUTOS AOS SEUS PARCEIROS COMERCIAIS?

Não. O Código de Conduta da Interfarma não delimita ou regula as relações comerciais mantidas entre as Empresas, desde que respeitados os termos do Código e da legislação aplicável.

Q&A 3 - A CONCESSÃO DE DESCONTOS AOS PARCEIROS COMERCIAIS OU CONSUMIDORES É CONSIDERADA BENEFÍCIO OU VANTAGEM, VEDADA NO CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA?

Não. A concessão de descontos está inserida no contexto das relações comerciais mantidas entre as Empresas e seus parceiros comerciais e, portanto, não está sujeita às regras do Código de Conduta da Interfarma. A Interfarma fomenta que as Empresas mantenham políticas comerciais claras sobre o referido.
Referência (Seção 1 – princípios fundamentais e gerais)

Q&A 4 - O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA ESTABELECE ALGUMA LIMITAÇÃO DO VALOR DE REFEIÇÕES A SEREM EVENTUALMENTE OFERECIDAS PELAS EMPRESAS A AGENTES PÚBLICOS OU AUTORIDADES GOVERNAMENTAIS?

Não. Embora não haja qualquer limitação de valor, a oferta de refeições a agentes públicos ou autoridades governamentais deve ser feita sempre de modo coerente com a boa conduta, compatível com a dignidade e respeitabilidade desses profissionais, contanto que observadas as disposições da Seção 3 do Código de Conduta da Interfarma.
Referência (Seção 3 - interação com agentes públicos e pessoas politicamente expostas)

Q&A 5 - O LIMITE MÁXIMO ANUAL PARA PAGAMENTO DE HONORÁRIOS PARA PROFISSIONAIS DE SAÚDE OU PROFISSIONAIS RELACIONADOS À ÁREA DA SAÚDE ESTABELECIDO NO ITEM 6.2.9 DO CÓDIGO DE CONDUTA INCLUI SERVIÇOS PRESTADOS NO CONTEXTO DA REALIZAÇÃO DE ESTUDOS CLÍNICOS?

Não. O limite máximo anual a que se refere o item 6.2.9 não inclui os serviços relacionados à pesquisa clínica. Mas é importante ressaltar que se aplicam aos estudos clínicos os mesmos preceitos de fair market value existentes para tais atividades de pesquisa, sempre pautadas pela legislação vigente.
Referência (Seção 6 - contratação de serviços especializados)

Q&A 6 - AO PATROCINAR UM EVENTO (CONGRESSOS, SIMPÓSIOS, SEMINÁRIOS E OUTROS EVENTOS) REALIZADO POR ASSOCIAÇÕES MÉDICAS OU OUTRAS ENTIDADES A EMPRESA PODE INCLUIR SUA LOGOMARCA INSTITUCIONAL NO PROGRAMA E DEMAIS MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO DO EVENTO?

A Empresa que patrocinar um evento de terceiro deverá, para fins de transparência, garantir que sua logomarca institucional seja exposta como patrocinadora do evento. Adicionalmente, a Empresa patrocinadora poderá incluir sua logomarca nos demais materiais de divulgação (tais como flyers, banners, totens etc.), de acordo com sua cota de patrocínio e contrapartidas, desde que tais materiais não sejam caracterizados como brindes. Ou seja, desde que não representem um benefício individual ao recipiente.
Caso o programa ou qualquer outro material de divulgação do evento faça menção a atividades que sejam consideradas de entretenimento, caberá à Empresa

patrocinadora solicitar ao organizador do evento que inclua em tais materiais menção expressa ao patrocínio exclusivo, pela Empresa, da agenda científica do evento, uma vez que o Código de Conduta da Interfarma proíbe o patrocínio de atividades de entretenimento.
Referência (Seção 6 - contratação de serviços especializados)

Q&A 7 - É PERMITIDA A OFERTA DE HOSPITALIDADE PELA EMPRESA OU ADERENTE DURANTE A REALIZAÇÃO DE EVENTOS VIRTUAIS?

Não é permitida a oferta de hospitalidade para profissionais que participarem de forma virtual dos eventos. A oferta de hospitalidade é permitida apenas aos profissionais que participarem presencialmente dos eventos e desde que exista um representante da Empresa durante todo o evento.
Referência (Seção 8 - visita ao profissional de saúde)

Q&A 8 - HÁ ALGUMA VEDAÇÃO NO CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA EM RELAÇÃO À DOAÇÃO DE MEDICAMENTOS PELAS EMPRESAS, PARA AS SECRETARIAS DE SAÚDE, QUAISQUER OUTROS ÓRGÃOS PÚBLICOS OU PRIVADOS OU, AINDA, PARA PESSOAS FÍSICAS?

Não há qualquer vedação expressa nesse sentido no Código de Conduta da Interfarma, entretanto, recomenda-se que as Empresas levem em consideração a percepção que suas ações possam gerar, seja em relação à judicialização da saúde e/ou às leis aplicáveis de defesa da concorrência.

Q&A 9 - É PERMITIDA A INCLUSÃO DE CITAÇÕES, PARÁFRASES E INFORMAÇÕES MÉDICAS E CIENTÍFICAS NOS MATERIAIS PROMOCIONAIS DESENVOLVIDOS PELAS EMPRESAS?

Sim, desde que estejam baseadas em referências científicas, como literaturas oficialmente reconhecidas e não alterem ou distorçam o significado pretendido pelo autor ou o resultado do estudo. Todos os dados originados das publicações científicas devem ser acompanhados da referência bibliográfica (nome do autor, título do artigo, nome da revista, ano de publicação e número do volume e das páginas).
Referência (Seção 12 - materiais promocionais)

Q&A 10 - A COMPRA DE ESPAÇO NOS PONTOS DE VENDA COM EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS DEVIDAMENTE DOCUMENTADA E COMO PARTE DA RELAÇÃO COMERCIAL É CONSIDERADA ADEQUADA?

Sim, o Código de Conduta da Interfarma permite a compra de espaços publicitários, seja nos pontos de venda ou em quaisquer meios e/ou formatos, como em website da farmácia/rede, Marketplace, dentre outros, nos quais é vendido o espaço para a indústria farmacêutica. O conteúdo do material, por sua vez, deverá estar de acordo com o Código de Conduta da Interfarma e com as demais normas legais em vigor que regulem o tema. Tais compras de espaço devem ser devidamente documentadas pela Empresa contratante para fins de eventuais questionamentos.
Referência (Seção 13 - atividades em pontos de venda relacionadas a medicamentos)

Q&A 11 - DEVEMOS ENTENDER QUE LIVROS, REVISTAS CIENTÍFICAS, ASSINATURAS DE REVISTA, MODELOS ANATÔMICOS E PRODUTOS RELACIONADOS À PRÁTICA MÉDICA E/OU EDUCACIONAL SÃO CONSIDERADOS BRINDES QUE HOJE ESTÃO PROIBIDOS NO CÓDIGO PARA PROFISSIONAIS DA SAÚDE E PROFISSIONAIS RELACIONADOS À ÁREA DA SAÚDE, INCLUINDO ATENDENTES DE FARMÁCIAS E DROGARIAS?

Sim. É importante entender que a Revisão 2021 do Código de Conduta da Interfarma proibiu qualquer tipo de brinde/item/presente a Profissionais da Saúde e Profissionais Relacionados à Área da Saúde. Essa vedação não se aplica à disponibilização de canetas e blocos de anotação, nos termos do item 7.1.3, tampouco a itens essenciais para educação e segurança dos pacientes sobre a utilização de um produto que venha a ser prescrito pelo Profissional da Saúde. Neste caso, o item deve conter apenas o logo institucional da Empresa ou Aderente, não podendo conter logo de produto.
Referência (Seção 15 – oferta de brindes aos profissionais da saúde)

Q&A 12 - EM ALGUNS TREINAMENTOS PRÁTICOS REALIZADOS PELAS EMPRESAS, É OBRIGATÓRIO O USO DE EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL, COMO OS SCRUBS (VESTIMENTA USADA EM AMBIENTES HOSPITALARES E CLÍNICOS), QUE NÃO SÃO DESCARTÁVEIS. ESSE TIPO DE EQUIPAMENTO PODERÁ SER CONSIDERADO UM BRINDE EM DESACORDO COM O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA?

Sim, ainda que esse tipo de material seja de uso obrigatório, poderá ser considerado um brinde em desacordo com o Código de Conduta da Interfarma, especialmente quando passível de esterilização e reutilização, em função do seu caráter de uso

pessoal. Nesse sentido, tais materiais devem ser utilizados sempre que obrigatórios e recolhidos ao final dos treinamentos.
Referência (Seção 15 – oferta de brindes aos profissionais da saúde)

Q&A 13 - A INCLUSÃO DE MATERIAIS EM PASTAS/SACOLAS DE CONGRESSOS/EVENTOS PODERÁ SER CONSIDERADA COMO UMA CONDUTA EM DESACORDO COM O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA?

Caso as pastas/sacolas sejam descartáveis, não serão consideradas como brindes e, portanto, será permitida a inclusão de materiais da Empresa, desde que estejam de acordo com a legislação vigente e que sejam passíveis de distribuição ao público destinatário. No entanto, caso as pastas/sacolas não sejam descartáveis, poderão ser percebidas como brindes/presentes vedados pela seção 15 do Código de Conduta da Interfarma e, nesse caso, não será permitida a inclusão de materiais da Empresa.
Referência (Seção 15 – oferta de brindes aos profissionais da saúde)

Q&A 14 - DE ACORDO COM O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA, EXISTE ALGUMA RESTRIÇÃO EM TER AS LOGOMARCAS DAS EMPRESAS ASSOCIADAS À INTERFARMA VINCULADAS À AGENDA DE ENTRETENIMENTO NA SEQUÊNCIA DE CONGRESSOS PATROCINADOS PELAS EMPRESAS?

Não há vedação expressa nesse sentido no Código de Conduta da Interfarma, porém é recomendável que as Empresas avaliem a percepção que pode ser gerada a partir da exposição da sua marca institucional em espaços que possam ser associados ao entretenimento (o que é vedado) e/ou a itens como brindes (também vedados pela seção 15).
Referência (Seção 15 – oferta de brindes aos profissionais da saúde)

Q&A 15 - AS EMPRESAS PODEM PATROCINAR SORTEIOS E/OU PRÊMIOS RELACIONADOS A CONGRESSOS CIENTÍFICOS E/OU EDUCACIONAIS?

A Interfarma recomenda que as Empresas não patrocinem a realização de Sorteios e/ou Prêmios em Congressos Científicos e/ou Educacionais, ainda que tenham por objeto inscrições ou logística para viabilizar a participação de Profissionais da Saúde nesses eventos, uma vez que podem ser percebidos como brindes, cuja oferta é vedada nos termos do Código de Conduta.
Não obstante, a Interfarma entende que o apoio a eventos de terceiros ou a realização de concursos científicos da própria Associada pode ser considerado como um dos critérios para o fornecimento de patrocínio a eventos científicos e não são caracterizados como

brindes/prêmio, e sim como incentivo à pesquisa e ao desenvolvimento. Os critérios devem ser estabelecidos conforme item 7.3.2.
Referência (Seção 7 – Eventos realizados pela Empresa ou Terceiros)

Q&A 16 - QUAL A DIFERENÇA ENTRE UM LIVRO E OS MATERIAIS EDUCATIVOS?

A Interfarma entende como livro, independentemente de ser virtual ou físico, aquele que normalmente possui tiragem, publicação por uma editora e que possui valor comercial. Deste modo, o livro é considerado brinde pelos termos do Código de Conduta da Interfarma, já que ocorre uma transferência de valor monetária aos Profissionais da Saúde selecionados a receberem tal material. Sendo assim, quando o material educativo é disponibilizado com acesso irrestrito, não é considerado brinde.
Já os materiais educativos são aqueles não comercializáveis, com intuito educacional e que possuem o objetivo de Disease Awareness ou educação sobre utilização/ administração de produto.
Referência (Seção 15 – oferta de brindes aos profissionais da saúde)

Q&A 17 - É PERMITIDO OFERECER TREINAMENTOS EDUCACIONAIS GRATUITOS NÃO RELACIONADOS À DOENÇA OU TRATAMENTO DE DOENÇA AOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE E/OU RELACIONADOS À ÁREA DE SAÚDE?

Sim, é permitido oferecimento de treinamentos educacionais não relacionados à doença ou tratamento de doença aos Profissionais de Saúde e Relacionados à Área de Saúde. Entretanto, é necessário que o objetivo direto seja melhorar a jornada do paciente na instituição de saúde (relação Médico-Paciente) e desde que não sejam relacionados diretamente a treinamentos de gerenciamento da instituição de saúde ou outro estabelecimento no qual tenha suas atividades profissionais.
Referência (Seção 19 – educação médica)

Q&A 18 - O CÓDIGO DE CONDUTA DA INTERFARMA SE APLICA AOS PARCEIROS COMERCIAIS QUE ACUMULAM FUNÇÕES DE PROFISSIONAL DA SAÚDE OU PROFISSIONAIS RELACIONADOS À ÀREA DA SAÚDE, TAIS COMO O FARMACÊUTICO QUE DIRIGE SEU PRÓPRIO NEGÓCIO?

Sim. Embora o Código de Conduta da Interfarma não regule as relações mantidas entre as Empresas e seus parceiros comerciais relativas exclusivamente ao fornecimento de produtos, a Empresa deverá respeitar sua função como Profissional da Saúde ou Profissionais Relacionados à Área da Saúde e observar as regras do Código de Conduta no relacionamento com esses profissionais. A Interfarma fomenta que as Empresas mantenham seus respectivos controles e políticas internas sobre o tema.

Q&A 19 - O CONSELHO DE ÉTICA TEM COMPETÊNCIA PARA AVALIAR A CONSISTÊNCIA OU NÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE MEDICAMENTOS, CONSTANTES DE MATERIAIS PROMOCIONAIS E/OU OUTROS MATERIAIS OBJETO DE DENÚNCIAS?

Sim, pois o Código de Conduta da Interfarma dá expressamente ao Conselho de Ética mandato para avaliar se as informações sobre produtos, constantes de quaisquer materiais, são equilibradas, verdadeiras, completas, atualizadas, imparciais e, quando cabível, se estão devidamente sustentadas por evidências científicas, nos termos dos artigos 1.2, 8.1.1, 8.1.2, 8.1.4. O Conselho de Ética pode, inclusive, consultar técnicos especializados sempre que entender pertinente, conforme artigo 5.4 do Anexo II.

Q&A 20 - HÁ ALGUMA VEDAÇÃO AO CONTATO DIRETO ENTRE A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA E OS PACIENTES?

Não. Entretanto, nesse contato as Empresas devem observar as disposições previstas nas Seções 4 (Interações e relacionamento com Associações de Pacientes), 11 (Ações de Comunicação) e 18 (Contato Direto com o Paciente) do Código de Conduta da Interfarma e estabelecer práticas a fim de melhor assistir o paciente.

Q&A 21 - QUEM SÃO CONSIDERADOS PAGADORES?

Todo e qualquer órgão público ou privado que compra, reembolsa ou paga produtos, procedimentos ou serviços de saúde seja este de forma direta ou indireta a fornecedores bem como pacientes e/ou beneficiários. Inclui indivíduos empregados ou contratados de operadoras de saúde suplementar com ou sem registros na ANS, órgãos de Governos como, por exemplo, secretarias estaduais ou municipais de saúde, ministério da saúde, hospitais autárquicos, forças armadas, hospitais privados credenciados ou verticalizados. Qualquer outro gabinete, instituição ou órgão regulatório que avalie produtos medicinais com a finalidade de decidir preços e reembolsos, listas de formulários, lidar com propostas e outros assuntos relacionados a acesso.

Q&A 22 - QUAL A CORRETA INTERPRETAÇÃO DO ITEM 7.2.5 (C) DO CÓDIGO? UMA ASSOCIADA PODE SER A ÚNICA PATROCINADORA DE UM EVENTO ORGANIZADO POR INSTITUIÇÕES PRIVADAS?

O item 7.2.5 (c) do Código tem como objetivo evitar o patrocínio exclusivo de eventos ou atividades organizadas e/ou realizadas por clínicas e/ou outras empresas de profissionais de saúde, o que poderia caracterizar benefício indevido indireto, de modo não transparente, aos próprios profissionais. Por isso, desde que o evento seja comprovadamente adequado, cientificamente relevante, ético, com a transparência do orçamento e como será utilizado e com fins exclusivamente educativos válidos, e as Associadas possuam procedimentos e controles internos para evitar benefícios individuais indevidos (e.g., contratos formalizados; evidências de aprovação interna; avaliação de documentação societária, análise de orçamento; entre outros), as Associadas podem ser patrocinadoras exclusivas, desde que a exclusividade de patrocínio não seja requisitada pela patrocinadora e decorra da mera ausência de outras empresas patrocinadoras.

Q&A 23 - OS PROGRAMAS DE DESCONTO EM QUE O PACIENTE SE INSCREVE NO PROGRAMA APENAS PARA TER ACESSO AO DESCONTO FORNECIDO PELA FARMACÊUTICA SÃO CONSIDERADOS PROGRAMA DE SUPORTE AO PACIENTE (PSP) CONFORME O CÓDIGO DA INTERFARMA?

Os programas de desconto em que pacientes se inscrevem para acessar exclusivamente descontos e nenhum outro serviço ou benefício é fornecido pela Associada, nem há contato ativo da Associada fora dos objetivos comerciais do Programa para acompanhamento de aderência ou atendimento com profissionais multidisciplinares, não são considerados Programas de Suporte ao Paciente (PSP) para fins do Código de Conduta e não estão sujeitos às regras da Seção 21. Ao contrário, esses programas de descontos possuem finalidades meramente comerciais.

Vale destacar que o Código de Conduta da Interfarma ainda se aplica a tais programas de descontos e à interação das Associadas com as organizações e profissionais de saúde que possam ocorrer em virtude destes. Por exemplo, não é permitido o fornecimento de cupons de desconto aos médicos para que estes entreguem aos pacientes (item 8.8) ou incentivos às farmácias e seus balconistas/farmacêuticos para venda ou troca do medicamento.

Q&A 24 - QUAL É A DEFINIÇÃO DE PIPELINE?

Pipeline consiste em novas moléculas, novos alvos terapêuticos e biomarcadores em desenvolvimento pré-clínico ou clínico por uma indústria farmacêutica e, portanto, ainda não aprovadas pelos órgãos regulatórios e não disponíveis comercialmente para a nova indicação a que se destina. Trata-se de informação das inovações futuras à comunidade científica.

Q&A 25 - EM RELAÇÃO AO REQUERIMENTO DE TRANSPARÊNCIA DE PROPRIEDADE E/OU PATROCÍNIO DAS ASSOCIADAS EM CANAIS/ ATIVIDADES EM MÍDIAS SOCIAIS/CANAIS DIGITAIS EXPRESSOS NO DISPOSITIVO 11.3.1 (B) DO CÓDIGO DE CONDUTA, PODEMOS CONSIDERAR QUE SE APLICA A ATIVIDADES DE PESQUISAS AGNÓSTICAS PARA PRÉ-SELEÇÃO DE POTENCIAIS PACIENTES PARA FINS DE SELEÇÃO PARA PARTICIPAÇÃO EM ESTUDOS CLÍNICOS?

O princípio da transparência deve ser norteador de todas as atividades realizadas pelas Associadas, independentemente da mídia/canal. Entretanto, em caso de pesquisas de pré-triagem de estudos clínicos realizadas em mídias sociais, em que a transparência possa vir a gerar um viés na participação de voluntários (por ex., somente participar porque é da Indústria) e/ou potencialmente servir a voluntários de vários centros, a identificação da empresa responsável pela ação pode ser facultada. Reforça-se que será dada oportunamente ao potencial participante, antes de qualquer processo decisório de participação ou não em um estudo clínico, a transparência e identificação da respectiva empresa patrocinadora do estudo clínico em questão.

Q&A 26 - QUAIS AÇÕES PODEM SER ENTENDIDAS COMO PROMOÇÃO OU ESTÍMULO À JUDICIALIZAÇÃO?

De forma geral, qualquer ação, comunicação ou iniciativa que tenha como objetivo ou efeito incentivar, apoiar ou induzir o ingresso de pacientes em ações judiciais para obtenção de medicamentos ou tratamentos, sejam estes aprovados ou não pela Anvisa, pode ser interpretada como promoção ou estímulo à judicialização.
Isso inclui, mas não se limita a:

- apoiar ou induzir a utilização da via judicial como alternativa para acesso a produtos ou tratamentos;
- financiar, patrocinar ou custear, total ou parcialmente, ações judiciais ou serviços de advocacia ou consultoria jurídica para esse fim;
- indicar advogados, escritórios de advocacia ou consultorias jurídicas para esse fim;

- patrocinar ou promover eventos, encontros ou campanhas cujo objetivo seja incentivar ou orientar a judicialização;
- orientar terceiros sobre estratégias judiciais;
- criar, adaptar ou fornecer documentos destinados a instruir ações judiciais;
- disponibilizar documentos já preenchidos com o objetivo de subsidiar ações judiciais;
- comunicar-se de forma que induza pacientes ou profissionais de saúde a buscar a judicialização.

A Interfarma reforça que as associadas devem manter postura alinhada aos mais altos padrões éticos, baseando suas atividades em comunicações neutras, equilibradas e responsáveis sobre acesso ao tratamento. Cada associada é responsável por conduzir avaliações de risco relacionadas às suas iniciativas, projetos e comunicações, considerando a intenção da ação e a possível percepção de terceiros.

Q&A 27 - A DIVULGAÇÃO, PELA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA, DE INFORMAÇÕES PÚBLICAS RELACIONADAS AO ACESSO A TRATAMENTOS NO BRASIL PODE SER INTERPRETADA COMO INCENTIVO À JUDICIALIZAÇÃO?

Não, desde que a comunicação seja realizada de forma estritamente informativa, educacional e não promocional, baseada em fontes públicas qualificadas e conduzida de forma neutra, equilibrada e não direcionada.

A disponibilização de informações sobre acesso à saúde e tratamentos pode contribuir para a transparência e a educação em saúde, não caracterizando, por si só, estímulo à judicialização. As informações somente poderão ser disponibilizadas de forma consistente com os princípios e disposições aplicáveis do Código de Conduta da Interfarma, bem como com as restrições legais, regulatórias e autorregulatórias vigentes.

Essas informações podem ser disponibilizadas, por exemplo, em resposta a questionamentos ou no contexto de iniciativas legítimas de educação em saúde e esclarecimento sobre vias de acesso ao tratamento, desde que não tenham como objetivo incentivar a adoção da via judicial.

Cabe a cada associada avaliar o conteúdo, o formato e o contexto das informações compartilhadas, de modo a evitar qualquer percepção de estímulo à judicialização.

Q&A 28 - O FORNECIMENTO DE TESTES DIAGNÓSTICOS OFERECIDOS POR PROGRAMAS DE SUPORTE AO DIAGNÓSTICO É CONSIDERADO INCENTIVO À JUDICIALIZAÇÃO?

O objetivo do programa de suporte ao diagnóstico é ampliar a identificação correta e tempestiva de pacientes com suspeita clínica de determinada doença e/ou avaliar a elegibilidade aos tratamentos, contribuindo para a redução do subdiagnóstico, atraso no diagnóstico e manejo inadequado. Por isso, ele não deve ser considerado fomento à judicialização, desde que ele siga critérios clínicos legítimos definidos pelas associadas para solicitação dos testes pelos médicos. A decisão terapêutica (medicamentosa ou não) é exclusiva do médico. Eventual judicialização de tratamento decorre de uma decisão individual do paciente, não sendo objetivo nem consequência do programa de diagnóstico.