SAÚDE

CADERNO
ESPECIAL

PATROCINADORES

Grupo AZEVEDOS

Pfizer

Consultas de psicologia gratuitas no sector DA RESTAURAÇÃO

O projecto Nós as Pessoas, promovido pelas Edições do Gosto em parceria com a Oficina de Psicologia, apresenta novas vagas para o seu programa de ajuda e bem-estar psicológico para colaboradores da área da restauração. No total, serão disponibilizados novos pacotes de 12 consultas, cuja inscrição online é gratuita e tratada de forma confidencial.
Ao longo dos últimos dois anos do projecto, já foram disponibilizadas de forma gratuita 120 consultas a profissionais deste sector, «particularmente frágil no que toca ao tema da gestão e manutenção dos recursos humanos», lembra a Edições do Gosto.
O projecto é ainda composto por outros dois pilares de intervenção: dar a conhecer as pessoas que fazem parte da comunidade gastronómica nacional, como cozinheiros, pasteleiros, empregados de sala e bar, produtores, distribuidores, artesãos e proprietários de negócios; e partilhar ferramentas e conteúdos direccionados aos profissionais da área.

Encomendar medicamentos para toda A FAMÍLIA

O site das Farmácias Portuguesas está diferente. A partir de agora, é possível guardar, consultar e encomendar medicamentos de receitas médicas de toda a família, com o aconselhamento e acompanhamento de um farmacêutico. Também é possível encomendar produtos de saúde e bem-estar, com a possibilidade de dispensa ao domicílio ou presencialmente, e, ainda, localizar a farmácia mais próxima e saber quais os serviços que disponibiliza.
"As Farmácias Portuguesas dão assim mais um passo para a transformação digital do sector e passam a estar sempre à mão, com tudo o que as famílias precisam e já reconhecem na relação com a sua farmácia", indica a entidade, em comunicado. Em traços gerais, o novo website promete ser mais moderno e prático, com funcionalidades a pensar no apoio às famílias, em qualquer lugar e a todo o momento.

Este podcast é "Bula para OS SEUS OUVIDOS"

É este o título do novo podcast da empresa farmacêutica Perrigo, com o objectivo de «levar informação da indústria a todos aqueles que se interessam por saúde e bem-estar».
O podcast está disponível no Spotify, mas também em formato de videocast, no YouTube.
Com episódios de cerca de 15 minutos, contará com a participação de profissionais de saúde, consumidores e influenciadores, que irão abordar temas como gravidez, tabagismo, higiene íntima, omnicanalidade, marketing digital, consumidor 5.0, imunidade ou multivitamínicos.

Projecto de literacia dedicado À OBESIDADE

"A Verdade Sobre o Peso" é o novo podcast promovido pela Novo Nordisk, que pretende ajudar a «compreender a obesidade como ela é: uma doença crónica, que pode ser influenciada por múltiplos factores – da genética ao estilo de vida». O podcast é conduzido pela apresentadora Vanessa Oliveira e pela médica de medicina geral e familiar Margarida Santos, às quais se juntam convidados especiais para conversas "informais e intimistas" sobre a obesidade e o excesso de peso. Está disponível nas plataformas Spotify, YouTube, Google Podcasts, Apple Podcasts e Pocket Casts.

Somos parte da História da Farmácia

O PROFESSOR EGAS MONIZ FOI GALARDOADO EM 1949 COM O PRÉMIO NOBEL DA MEDICINA, ATÉ HOJE O ÚNICO DA NOSSA HISTÓRIA EM MEDICINA. OS **LABORATÓRIOS AZEVEDOS PARTICIPARAM PRODUZINDO MEDICAMENTOS** PARA QUE ESTA CONQUISTA FOSSE ALCANÇADA.

Escolha Azevedos. Juntos vamos continuar a fazer história.

AZEVEDOS

A produzir medicamentos em Portugal desde 1775.

Laboratórios Azevedos – Indústria Farmacêutica, S.A. Estrada da Quinta, 148, Manique de Baixo, 2645-436 Alcabideche NIF: 507474287 | www.grupoazevedos.com | 2203PDGEN005

PRECISAMOS DE UM Sistema Nacional de Saúde

Texto
DANIEL ALMEIDA

Fotografia
PAULO ALEXANDRINO

A dificuldade de acesso ao SNS tem levado os portugueses a procurar, cada vez mais, o sector privado e as soluções de seguros. Podemos estar a caminhar para um sistema mais integrado entre o público e o privado?

A Saúde tem sido um dos temas mais debatidos publicamente nos últimos tempos. A pandemia de Covid-19 colocou uma enorme pressão sob o Serviço Nacional de Saúde (SNS) e, nesta fase pós-pandémica, a crise nas urgências hospitalares, devido à falta de médicos e enfermeiros, reacendeu o debate público em torno da sustentabilidade da saúde em Portugal. Porém, mais do que discutir medidas públicas e ajustes orçamentais, fomentar a sustentabilidade a longo prazo passa por criar as bases para um ecossistema de saúde que facilite a colaboração e integração entre os diferentes players do sector, sejam públicos ou privados.

Nesse sentido, urge repensar a abordagem à saúde em Portugal para uma lógica holística, assente na partilha de serviços e informação e numa comunicação concertada em temas-chave como a prevenção e a literacia. «Gastamos fortunas a combater uma pandemia, mas devíamos começar a ter um mindset focado na prevenção da saúde. Cada vez menos faz sentido falar em Serviço Nacional de Saúde e mais num Sistema Nacional de Saúde, com serviços integrados, comunicação e informação digital. Basta ver que o SNS não deu resposta a uma pandemia e muito dificilmente se agilizou para os privados», afirmam os responsáveis presentes no mais recente pequeno-almoço debate da Saúde promovido pela Marketeer. «Devíamos trabalhar em conjunto para que o sistema funcione melhor», reiteram.

De acordo com os participantes, a pandemia criou, apesar de todas as vicissitudes, uma oportunidade para que se possa promover esta maior integração entre os sectores público e privado. A asfixia do SNS durante os picos da pandemia levou ao adiamento de milhares de rastreios e tratamentos nos últimos dois anos, o que fez com que muitos pacientes procurassem no sector privado uma alternativa ao SNS. Prova disso é que, actualmente, cerca de 40% da população portuguesa tem seguro de saúde e o mercado está a crescer a dois dígitos – sendo que a taxa de utilização dos seguros também tem vindo a subir. «Esta é uma tendência que já vinha a acontecer, mas com a pandemia agravou-se a capacidade de resposta do SNS e as pessoas procuram, dentro daquilo que são as suas possibilidades económicas, uma solução alternativa», referem.

Ana Reis (STADA Portugal), Ester Leotte (Lusíadas Saúde), Luísa Silva (Sanofi), Manuel Barros (Generis), Marta Cunha (Grupo Germano de Sousa), Pedro Correia (Médis), Rita Serôdio (Multicare), Rui Rijo Ferreira (Jaba Recordati), Sandra Antunes (AdvanceCare) e Vera Grilo (Medinfar) foram os participantes no debate sobre a saúde organizado pela Marketeer no hotel Vila Galé Ópera, em Lisboa, e que, pela primeira vez, juntou responsáveis dos sectores farmacêutico, segurador e laboratorial.

FOCO NA PREVENÇÃO E LITERACIA

Uma das áreas que mais beneficiaria da existência de um verdadeiro Sistema Nacional de Saúde é a da prevenção, que está muito ligada ao investimento em medicina de prevenção e medicina genética, mas também à aposta em literacia da saúde.

Hoje, muito por força da pandemia, a saúde está no top-of-mind dos portugueses, que estão mais despertos do que nunca para a necessidade de prevenção e para a «responsabilidade que têm em relação à sua própria saúde». O debate em torno da saúde mental, as tendências da alimentação saudável, do wellbeing e da utilização de produtos e terapêuticas anti-ageing ou o aumento das vendas de suplementos alimentares e probióticos (mais notório este ano) são o reflexo dessa preocupação generalizada com a prevenção. A flexibilidade laboral e o teletrabalho também fazem com que as pessoas estejam mais capacitadas para gerir a sua própria saúde de uma forma mais autónoma.

Para os responsáveis à volta da mesa, isto representa simultaneamente uma oportunidade e um dever: se, por um lado, as pessoas estão mais zelosas da sua saúde, por outro é preciso garantir que têm acesso a informação fiável. «A prevenção e auto-responsabilização são cada vez mais um dever de todos nós. Deve haver um investimento muito grande em literacia da saúde, porque as pessoas têm de estar informadas sobre a forma como devem cuidar de si. Porque a verdade é que a maior delas não sabe como fazê-lo!», sublinham os participantes.

A verdade é que o acesso a informação não significa necessariamente acesso a factos médicos e científicos. Numa era em que a internet, o "Dr. Google" e os próprios influenciadores digitais são, muitas das vezes, a primeira ferramenta utilizada para esclarecer dúvidas relacionadas com a saúde, o empoderamento do paciente pode representar também um risco. «Hoje, o paciente tem acesso a muita informação, mas, por vezes, a falta de literacia não lhe permite concretizar essa informação num comportamento condizente», alertam os responsáveis do sector, lembrando que muitos doentes deslocam-se a farmácias ou mesmo a consultas já convencidos de que sabem como prevenir ou tratar uma doença, descurando o acompanhamento profissional.

Por essa razão, cabe aos diferentes players do sector prestar informação fiável e segura. «Todos temos um papel de comu-

ESTER LEOTTE (Lusíadas Saúde), **PEDRO CORREIA** (Médis), **ANA REIS** (STADA Portugal), **RUI RIJO FERREIRA** (Jaba Recordati) e **VERA GRILO** (Medinfar)

nicação em assegurar que a informação correcta chega ao paciente. Este é um grande desafio que temos pela frente», frisam os responsáveis. «Somos entidades credíveis e podemos, idealmente em conjunto, fazer com que a informação credível seja valorizada», reforçam.

E, de forma mais ou menos integrada, é isso que têm feito, garantem. Da parte das empresas farmacêuticas, além de desenvolverem produtos indicados para a prevenção de inúmeras doenças, a promoção da literacia em saúde passa, em grande escala, por um trabalho de comunicação e parceria junto das farmácias e de formação dos profissionais de saúde, que são, «muitas das vezes, o primeiro ponto de contacto com o doente quando não consegue ir ao centro de saúde ou ao hospital». Mas também por parcerias com associações de doentes ou sociedades médicas – por exemplo, na divulgação de campanhas de awareness para os sintomas de determinadas doenças – ou, cada vez mais, pela aposta em campanhas de marketing de influência e em novas ferramentas digitais, como os podcasts, para promover a prevenção junto dos targets mais jovens.

Já no caso das seguradoras dedicadas ao ramo da Saúde, embora já existam no mercado algumas soluções de cobertura de medicina preventiva, a verdade é que este é um tema que, de um modo geral, ainda «não é trabalhado de forma estruturada». Porém, isso não significa que «as seguradoras não paguem a prevenção», ou não fossem financiados todos os anos milhares de mamografias, colonoscopias, consultas de ginecologia ou de rotina. «O que falta é uma forma estruturada de abordar a prevenção e, mais do que isso, a promoção da saúde», realçam.

CRESCIMENTO DO SECTOR PRIVADO

O desenvolvimento que o sector privado tem registado nos últimos anos é também uma das razões que tem acelerado o debate em torno da transição de um Serviço Nacional de Saúde para um Sistema Nacional de Saúde.

Se, antigamente, os operadores privados eram vistos essencialmente como «hospitais para quem podia pagar pela medicina» e havia a percepção de que «se alguma coisa corresse mal, os pacientes eram encaminhados para o público», hoje essa percepção começa a mudar, porque a oferta privada «sofisticou-se» de tal forma, que muitos hospitais privados já estão equipados com unidades altamente avançadas, por exemplo, de neonato-

RITA SERÔDIO (Multicare), **SANDRA ANTUNES** (AdvanceCare), **LUÍSA SILVA** (Sanofi), **MANUEL BARROS** (Generis) e **MARTA CUNHA** (Grupo Germano de Sousa)

logia. «Tem havido um grande investimento no sector privado para que os tratamentos sejam equivalentes [ao público] e hoje já se fazem cirurgias complicadíssimas», quando há não muito tempo «muitos hospitais privados nem sequer tinham banco de sangue», recordam os participantes no debate.

Nesse sentido, a dificuldade de acesso ao SNS, aliada à reputação dos privados e à confiança que as pessoas hoje depositam nestas instituições têm contribuído para o crescimento do sector. Não obstante «continuar a haver clientes que são transferidos do sector privado para o público», conforme assumem, essa questão hoje prende-se mais com o plafond do seguro contratado do que propriamente com a qualidade do serviço prestado no privado, que hoje é tido como «diferenciado».

Então, o que falta para que possamos ter um Sistema Nacional de Saúde? Excluindo as questões de cariz mais político, falta, desde logo, acelerar a transformação digital e os processos de comunicação no sentido de promover uma maior integração entre o público e o privado, evitando-se, por exemplo, situações em que uma pessoa que faz exames num hospital ou numa clínica seja obrigada a repetir todo o processo quando passa a ser seguida noutra unidade de saúde. «A transformação digital é necessária. Os sistemas são lentos, são diferentes de hospital para hospital, de centro de saúde para centro de saúde, e os médicos não comunicam entre si», lamentam os representantes do sector.

Além disso, continuam a existir outras barreiras, como, por exemplo, o facto de alguns medicamentos de prescrição serem comparticipados pelo Estado para dispensa nos hospitais públicos, mas não nos privados, o que faz com que o acesso do doente ao medicamento e ao tratamento também não seja equivalente.

Em suma, hoje existem oportunidades para o sector, com destaque para o potencial da área da prevenção, mas também «desafios brutais em termos de sustentabilidade do sistema», que poderão (e deverão) ser mais facilmente ultrapassados em conjunto. «A medicina de precisão, a robótica, os medicamentos inovadores, têm custos enormes, mas também benefícios igualmente grandes. A esperança de vida é hoje muito superior àquela que era há uns anos e tem tudo a ver com este desenvolvimento, quer no medicamento, quer na prestação dos cuidados de saúde e na prevenção», sublinham os participantes. Porque, no fundo, «a saúde é uma actividade lucrativa mas é, também, uma área geradora de investimento e inovação, com uma responsabilização muito maior em relação a outros sectores», concluem.

Paulo Teixeira, director-geral da Pfizer Portugal

Inovação que transforma A VIDA DOS DOENTES

Fundada há 172 anos e presente no mercado português há 67, a Pfizer existe desde o primeiro momento para melhorar a saúde e o bem-estar das pessoas em todas as fases da vida

Desde a sua génese, a Pfizer tem trabalhado para ser uma voz activa com vista a um futuro melhor. Com a sua experiência e recursos, a multinacional do sector farmacêutico tem vindo a impulsionar a ciência de última geração e a promover o desenvolvimento de medicamentos de uso humano, biológicos, pequenas moléculas e vacinas, para os doentes e as pessoas que deles precisam.

Foi assim, por exemplo, com o lançamento em tempo recorde da vacina contra a Covid-19 (em parceria com a congénere BioNTech), com o desenvolvimento do novo medicamento antiviral, que ajudará a prevenir novas infecções, e continuará a sê-lo no futuro.

Em entrevista, Paulo Teixeira, director-geral da Pfizer Portugal, aborda a estratégia da empresa na área da inovação, mas também a aposta na prevenção e na literacia da saúde. «A nossa ambição para o futuro não é apenas a de continuar a tratar a doença, mas também preveni-la e curá-la, fazendo uso do conhecimento de vanguarda em áreas como a biotecnologia ou a terapia genética», desvenda.

Quais os valores que norteiam a actividade da Pfizer?
Na Pfizer, estamos empenhados em continuar a trazer medicamentos e vacinas inovadoras para o sistema de saúde, respondendo às necessidades médicas não satisfeitas em diversas áreas terapêuticas, como a inflamação, os anti-infecciosos, as doenças raras, a oncologia, as vacinas e as doenças cardiovasculares e metabólicas, honrando assim o nosso principal propósito: trazer inovação que transforma a vida dos doentes.

Os valores que norteiam o nosso dia-a-dia são a coragem (de inovar e desafiar as premissas), a excelência, a equidade (promover a inclusividade e reduzir as disparidades nos cuidados de saúde) e a alegria no trabalho.

Como se traduz na prática essa aposta na inovação?
Hoje, temos um pipeline com 96 projectos de investigação em curso, estando a estudar 65 novas entidades moleculares e 31 novas indicações para medicamentos ou vacinas já aprovados.

Como plataforma-chave de Investigação & Desenvolvimento (I&D), estamos a investir na medicina de precisão em toda a nossa organização, partindo da nossa experiência em oncologia para alargar os benefícios da medicina de precisão a outras áreas, como as doenças raras e imunologia. Estamos a explorar biomarcadores genéticos, fenotípicos e funcionais, para identificar populações-alvo que irão guiar as estratégias clínicas.

A terapia genética é a próxima geração de medicamentos direccionados para a causa subjacente de uma doença genética. Tem o potencial de oferecer aos doentes um benefício clínico transformacional e melhorar drasticamente a qualidade de vida. Essas terapêuticas inovadoras e únicas poderão transformar o paradigma de tratamento em todo o mundo.

E quais as prioridades no mercado português?
A Pfizer tem procurado assumir-se como um parceiro de eleição nos cuidados de saúde, quer em Portugal, quer nos 125 países onde está presente.

Neste âmbito, definimos três áreas que enquadram a nossa estratégia para os próximos anos: assegurar o acesso atempado aos nossos medicamentos inovadores e vacinas, liderando as áreas terapêuticas onde actuamos; distinguirmo-nos pela inovação e excelência, sendo um parceiro importante no diálogo sobre a saúde no nosso País; garantir a retenção e a atracção dos melhores talentos, sendo reconhecidos como uma das melhores empresas para trabalhar no sector farmacêutico. Trabalhar na Pfizer é fazer parte de um projecto que procura ir além dos limites da ciência para criar um impacto profundo na vida de milhões de pessoas.

Mais de dois anos depois do surgimento do primeiro caso de Covid-19 em Portugal, que esperança podemos ter na ciência e na saúde?
Acelerar o processo de desenvolvimento da vacina contra a Covid-19 sem saltar etapas obrigou a um grau de cooperação sem precedentes entre companhias, autoridades regulamentares, Governo(s) e academias, e só foi possível graças a um enorme esforço de investimento em Investigação & Desenvolvimento. O resultado foi extraordinário: tivemos uma vacina desenvolvida e aprovada no espaço de meses e não de anos. Este exemplo mostrou-nos novas formas de trabalhar em conjunto e obriga-nos agora a reflectir sobre que lições retirar da pandemia.

A pandemia mostrou-nos que, desprovidos de uma indústria farmacêutica robusta e com condições para inovar, teríamos hoje uma visão muito mais sombria em relação ao futuro. Hoje, mais do que nunca, devemos ter esperança na ciência e valorizar o papel que o sector farmacêutico desempenha enquanto motor do conhecimento e do desenvolvimento económico.

E o lançamento de novas terapêuticas contra a Covid-19 marca definitivamente um "virar de página" na pandemia?
Desde o início da pandemia, a Pfizer procurou incansavelmente não só uma solução para a prevenção da Covid-19, com a sua vacina de tecnologia de RNA mensageiro, mas também o desenvolvimento de tratamentos que permitam combater a infecção pelo SARS-CoV-2. O novo medicamento antiviral será mais uma ferramenta que nos ajudará a lutar contra a pandemia, fazendo face a um vírus que continua a evoluir e será, portanto, um elemento adicional de confiança para todos os doentes e autoridades de saúde pública.

Desde o início do nosso programa de desenvolvimento de um antiviral específico para o tratamento da Covid-19 que concentrámos os nossos esforços e recursos para que fosse possível disponibilizar em todo o mundo e de uma forma segura este novo tratamento oral. Por isso, vemos de uma forma muito positiva a aprovação e disponibilização em Portugal deste antiviral e reforçamos o nosso compromisso em continuar a inovar em prol dos doentes e dos cidadãos.

Como é que a Pfizer encara o acréscimo de notoriedade e mediatismo de que tem sido alvo desde o início da pandemia? E como o tem gerido?
A pandemia de Covid-19 trouxe o tema da saúde, da investigação e o papel da indústria farmacêutica para a esfera pública. Este tema ganhou destaque nos meios de comunicação social, dando a conhecer à sociedade civil o importante papel da indústria farmacêutica, nomeadamente da Pfizer, no combate a esta pandemia. Prova disso é o facto de a Pfizer ter sido reconhecida pelos portugueses como a companhia da indústria farmacêutica com maior índice reputacional nos últimos dois anos, segundo um estudo da consultora OnStrategy.

Sentimos que estamos a cumprir o nosso papel enquanto companhia que desenvolve inovação que transforma a vida dos doentes e procuramos que a visibilidade, que a Pfizer tem tido nestes últimos meses, contribua para uma melhor percepção daquilo que fazemos todos os dias em prol das populações, seja em projectos de literacia em saúde, seja no acesso aos medicamentos e vacinas.

Desde o início de 2021 que a Pfizer tem uma identidade renovada. Que mensagem e posicionamento pretendem passar?
A Pfizer é uma companhia com um impressionante legado de mais de 172 anos de história ao serviço dos doentes e das populações. O novo logótipo em forma de dupla hélice simboliza a força desta herança, assente na solidez da ciência e no compromisso firme e perene para com o bem-estar das pessoas.

Por seu lado, a mudança de imagem assinala igualmente um momento de reinvenção e de dinamismo que prepara a

companhia para o futuro. É um símbolo dinâmico, que significa transformação permanente, um processo alimentado pela força e pelos avanços contínuos da ciência, a verdadeira força motriz que inspira a nossa actividade no dia-a-dia. A nossa ambição para o futuro não é apenas a de continuar a tratar a doença, mas também preveni-la e curá-la, fazendo uso do conhecimento de vanguarda em áreas como a biotecnologia ou a terapia genética.

Em Portugal, a Pfizer tem apostado também nos projectos de literacia Pfizer Talks e Pfizer Curious. Em que consistem?
Temos noção que nunca se falou tanto em saúde, ciência e investigação, mas que, ao mesmo tempo, ainda existe um défice significativo em termos de literacia em saúde. Por isso, sentimos que é nosso dever contribuir para informar a população em geral sobre aspectos ligados à ciência e à medicina.

No final de 2020, lançámos as Pfizer Talks, um programa de conversas informais com peritos nas mais variadas áreas ligadas directa ou indirectamente à saúde que, na primeira pessoa, nos têm vindo a contar o que de melhor se está a fazer em Portugal e que impacto isso está a ter nas nossas vidas. Ao longo de cerca de 30 episódios, divididos por quatro temporadas, entrevistámos e abordámos temas diversificados com impacto na sociedade e no sistema de saúde. Os episódios, que já contam com aproximadamente dois milhões de visualizações, estão disponíveis nas redes sociais da Pfizer Portugal, no nosso canal de YouTube e mais recentemente em todas as plataformas de podcast.

Ainda em plena pandemia, lançámos o Pfizer Curious, um projecto de literacia em saúde desenvolvido em exclusivo pelos colaboradores da Pfizer com o objectivo de contribuir para aumentar o nível de educação e capacitação em saúde da população portuguesa. Através de pequenos episódios informativos, utilizando uma linguagem acessível e recorrendo a elementos visuais e exemplos práticos, queremos dar resposta às inúmeras questões dos portugueses sobre a sua saúde e bem-estar. Ao longo de três temporadas já alcançámos mais de 800 mil visualizações nas redes sociais da Pfizer e no nosso canal de YouTube.

Acreditamos que ainda existe um longo caminho a percorrer, mas sem dúvida que estes projectos vão ajudar a aumentar a literacia em saúde da população portuguesa.

E que apoio tem sido dado à investigação em Portugal?
Temos divulgado extensamente o nosso programa global de bolsas de investigação, tendo sido disponibilizados na Europa (incluindo Portugal) 35 Pfizer Global Medical Grants, totalizando um financiamento de aproximadamente 20 milhões de dólares em 2021. Este programa reveste-se de uma importância-chave, permitindo aos profissionais de saúde, investigadores e centros académicos portugueses submeterem os seus projectos de investigação em igualdade de circunstâncias com os restantes centros de investigação globais.

Além disso, prova deste compromisso continuado com o reconhecimento da investigação e daqueles que dedicam a sua vida à ciência é o facto termos celebrado o 65.º aniversário dos

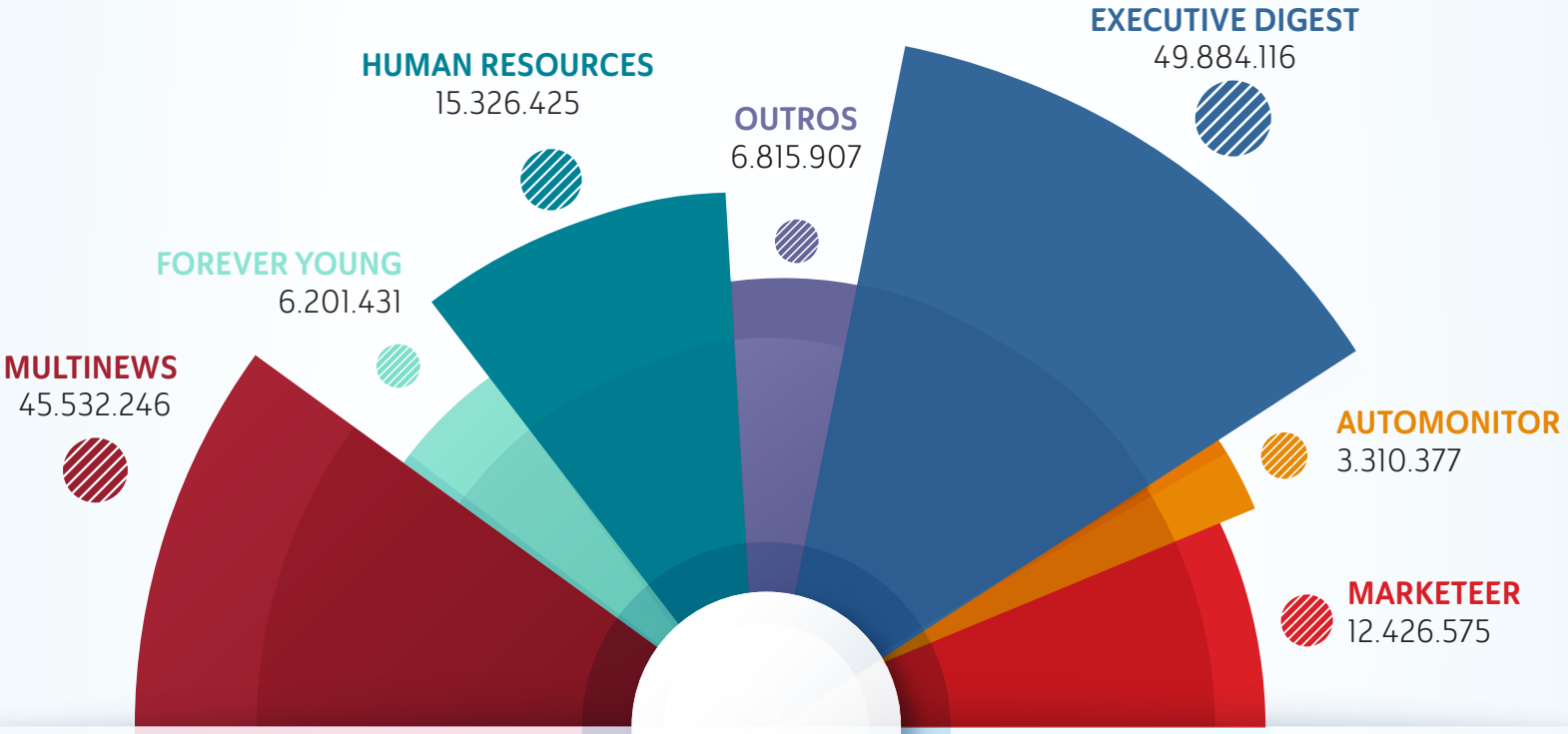
Prémios Pfizer, que resultam de uma parceria, desde o seu início em 1956, entre a Pfizer Portugal e a Sociedade de Ciências Médicas de Lisboa (SCMED), com o objectivo de contribuir para a dinamização da investigação em Ciências da Saúde em Portugal. Estes prémios distinguem os melhores trabalhos de investigação básica e clínica, elaborados total ou parcialmente em instituições nacionais por investigadores portugueses ou estrangeiros.

Desde o início deste projecto que acreditámos, e continuamos a acreditar, que em Portugal há talento, esforço e mérito científico que devemos estimular, nutrir, acarinhar. Os Prémios Pfizer não honram apenas os seus vencedores, mas toda uma comunidade científica, cuja curiosidade e dedicação permite, a cada dia, alargar as fronteiras do conhecimento. Um progresso que muitas vezes é complexo, moroso, e que apenas uma mistura de rigor científico, de criatividade, de trabalho aturado e minucioso permitem alcançar.

É com enorme prazer que temos assistido ao longo dos últimos anos a uma quantidade crescente de candidaturas, a um número superior de trabalhos científicos de qualidade ímpar, a uma maior relevância a nível internacional do trabalho desenvolvido em Portugal, a instituições mais competitivas e com maior destaque além-fronteiras.

MultiPUBLICAÇÕES
MEDIA GROUP

PERFORMANCE DIGITAL 2021



TOTAL DE PAGEVIEWS

139.497.077

facebook

322.376

+13%*

* Face a 2020

linkedin

254.882

+30%*

* Face a 2020

Fonte: Google Analytics / Facebook / Linkedin