

## **Propaganda de Medicamentos**

**Desde que os países pioneiros em regulamentação sanitária permitiram a liberação da exigência da receita médica e conseqüentemente a veiculação de propagandas de medicamentos em meios de mídia massiva, muitas décadas atrás, alguns setores da sociedade se manifestaram e continuam se manifestando contrários a esta liberação, usando sempre da mesma argumentação: a possível falta de segurança no uso destes produtos.**

Não houve fatos novos em relação à segurança que pudessem colocar em cheque a publicidade destes produtos.

Pelo contrário, os sistemas de farmacovigilância se desenvolveram e muito neste período, permitindo estabelecer perfis de segurança muito mais claros e definidos.

A maioria dos casos de intoxicação ocorridos no Brasil se deve a produtos sob prescrição e que portanto não têm publicidade direta à população.

Dados dos centros de intoxicação no Brasil mostram que os principais medicamentos relatados como causadores de intoxicações são, em ordem de importância: antidepressivos, anticonvulsivantes, anticoncepcionais, neurolépticos, ansiolíticos.

**Todos produtos de prescrição ou mesmo de receita retida e que são comprados sem o devido controle. A causa portanto destas intoxicações não é a propaganda.**

O crescimento do mercado de produtos livres de prescrição é uma tendência mundial, algo que não ocorre por vontade dos fabricantes mas pela necessidade dos países em desonerar os sistemas de saúde, que buscam cada vez mais diminuir as listas de reembolsos e portanto os custos.

Não há sistema de saúde que suporte prover todo e qualquer medicamento para a população, assim como não há em nenhum país estrutura para fornecer uma receita para cada produto popular que seja comercializado (nem deverá haver pois não existem recursos para tal)

O medicamento é um bem essencial e a população tem direito ao seu acesso e à informação sobre os mesmos.

A propaganda ética, bem feita, é uma forma legítima de informação e divulgação, e é assim entendida pela maioria da população.

Quando defendemos a propaganda destes produtos estamos defendendo o direito de acesso dos cidadãos e o direito das indústrias sérias, que desenvolvem produtos de qualidade, de estabelecer um mercado honesto, que sirva a população da melhor maneira possível.

Proibir ou limitar a propaganda seria decretar o fim deste mercado, estabelecendo-se um panorama inédito no mundo, já que o Brasil seria o único país a ter esta política, caminhando no sentido contrário de todas as tendências mundiais.

E com certeza somente os produtores sérios seriam alijados do mercado pois os irregulares e marginais teriam então mais espaço para atuar, já que no Brasil o controle do varejo farmacêutico é precário.

Além disto, proibir a propaganda seria assumir a ineficiência do estado em regulamentar e controlar o mercado, facilitando ainda mais as irregularidades por parte dos produtores e varejistas inescrupulosos.

O mercado de produtos isentos de prescrição é extremamente importante para a indústria farmacêutica e a propaganda de produtos é fator fundamental de sucesso.

A proibição ou limitação da propaganda estaria colocando em risco a maioria das indústrias nacionais e pondo em risco os investimentos em pesquisas de novos produtos das indústrias estrangeiras.

Os produtores de medicamentos acreditam que os produtos de venda livre de prescrição são um bem para a sociedade, e que a propaganda é essencial para a sobrevivência da indústria séria e responsável.

Acreditamos numa regulamentação justa, que coíba abusos e evite o mau uso e nos associamos desde já com o governo e com os setores da sociedade interessados para alcançar este objetivo.

Mas também acreditamos, acima de tudo, que a proibição ou limitação da propaganda aos consumidores é um retrocesso, um grande mal para os consumidores, para o sistema de saúde e para a sociedade, e pode colocar em risco a sobrevivência da indústria farmacêutica.

## **Propaganda de Medicamentos Isentos de prescrição médica**

### **Orientações que fazem parte do Código de Conduta da Febrafarma**

**A propaganda não deverá levar o consumidor a erro quanto ao conteúdo, tamanho de embalagem, aparência, usos, rapidez de alívio ou ações do produto.**

**Não deverá sugerir cura ou prevenção de qualquer doença que exija tratamento sob supervisão de profissional de saúde**

**Não deverá induzir o consumidor ao uso desnecessário de medicamentos.**

**Não deverá induzir o uso de produtos por crianças ou adolescentes, sem supervisão dos pais ou responsáveis**

**Não deverá induzir o medo ou apreensão, por parte do consumidor, de que esteja sofrendo ou venha a sofrer de alguma doença grave**