



**Febrafarma**

**Federação Brasileira da  
Indústria Farmacêutica**



# **1o Fórum Brasileiro de Propaganda e Publicidade de Medicamentos Isentos de Prescrição Médica (MIP)**

**– Painel –**

Regulamentação Publicitária:  
onde estamos e onde queremos chegar

**Josimar Henrique da Silva**

Presidente do Conselho Diretor da  
Febrafarma

[josimarhenrique@febrafarma.org.br](mailto:josimarhenrique@febrafarma.org.br)

São Paulo, 25 de fevereiro de 2008.

# O que diz a Constituição Brasileira

- A Constituição Brasileira garante a liberdade de expressão e o acesso das pessoas à informação por qualquer forma ou veículo.
- E, no caso dos medicamentos, estabelece apenas uma restrição: que sejam devidamente transmitidas as advertências sobre o uso correto e os eventuais efeitos colaterais dos produtos.

# Direito a informação

- O medicamento é essencial à saúde e, como tal, a população tem o direito fundamental de receber informações adequadas sobre seus efeitos, propriedades curativas e indicações terapêuticas.
- A indústria farmacêutica entende que a divulgação comercial deve ser verdadeira, não induzir ao engano e utilizar uma linguagem de fácil entendimento e de bom gosto.
- A indústria farmacêutica condena toda e qualquer publicidade comprovadamente enganosa e abusiva, que incentive o uso irracional de medicamentos.

# Compromisso Ético

- O compromisso ético da indústria farmacêutica no seu relacionamento com os consumidores, médicos e demais profissionais da Saúde e com as autoridades em geral é antigo e formalmente registrado.
- A Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica, congrega 15 entidades às quais estão afiliados 267 fabricantes de medicamentos instalados no país e possui um Código de Conduta que define parâmetros objetivos para as práticas empresariais.

# O nosso Código de Conduta

- Entre outras diretrizes, o Código de Conduta da Febrafarma prega o respeito à ética e à verdade científica, ao bom gosto e à cultura vigente e determina que os dados divulgados sejam apresentados com honestidade, imparcialidade e equilíbrio.
- No caso dos medicamentos isentos de prescrição (MIP), a comunicação deve observar a legislação brasileira e o Código de Auto-Regulamentação Publicitária do CONAR. Além de respeitar os códigos das empresas e associações.

# Comitê CONAR & ABIMIP

- A abimip, ao incorporar às suas atividades a responsabilidade de informar e elevar o uso responsável da comunicação de MIP propõe que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária regulamente a criação do Comitê Conar & Abimip como órgão de primeira instância para dirimir dúvidas e auto-avaliar a publicidade do setor, previamente a qualquer autuação governamental.



# Febrafarma

## Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica

**Josimar Henrique da Silva**  
**Presidente do Conselho Diretor**  
**Febrafarma**

**Fevereiro 2008**



**Febrafarma**  
Federação Brasileira da  
Indústria Farmacêutica