

**1º FORUM BRASILEIRO DE  
PROPAGANDA E  
PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS  
ISENTOS DE PRESCRIÇÃO MÉDICA**

**SP, 25 de fevereiro de 2008**



# **PAINEL: ÉTICA EM PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS ISENTOS DE PRESCRIÇÃO MÉDICA**

**Palestrante: Luiz Carlos Dutra Junior  
Vice-Presidente do CONAR**

## **AMBIENTE REGULATÓRIO**

Constituição Federal – Cap. V  
Da Comunicação Social – Art. 220, caput e § 4º;  
Lei 8.078/90 – C.D.C. Art. 37;  
Lei 9.294/96 – Regulamenta Art. 220, § 4º da C.F.  
ANVISA - Resolução RDC 102/00;  
Pré – Constitucional - Lei 6360/76;  
Outras Leis, Decretos e Resoluções.

# CONTROLE ÉTICO



Código Brasileiro de Auto-regulamentação  
Publicitária - Aprovado em 1978;

- Anexo I – Produtos Farmacêuticos Isentos  
de Prescrição;

Atualizado em: 81, 82, 84, 85, 87, 88, 92, 98,  
2000, 2003, 2004, 2006 e 2008;

Medicamentos: última revisão em 2000;

Engessamento motivado pela  
Resolução 102/00 (ANVISA).

# CONTROLE ÉTICO



Artigo 1º do Código de Auto-regulamentação:

*“Todo anúncio deve ser respeitador e conformar-se às leis do País. Deve, ainda, ser honesto e verdadeiro.”*

Código tem 30 anos. O Conar em 28 anos processou 6.173 campanhas e anúncios fiscalizando o cumprimento do compromisso ético assumido pelos publicitários junto à sociedade.

## PROJETOS EM TRAMITAÇÃO NA CÂMARA DOS DEPUTADOS E SENADO FEDERAL

PL 4385/94 – Sen. Marluce Pinto

*Anexado PL 2746*

PL 1402/99 – Dep. Evilásio Farias

*Anexados PLS 1739/99, 2101/99, 2117/99,  
2191/99, 2322/00, 2880/00, 3513/00, 3752/00,  
4572/01, 5532/01, 5211/05 e 7571/06*

PL 2020/99 – Deputado Luiz Bittencourt

PL 3324/00 – CPI dos Medicamentos

*Anexado 3460/00*

PLS 328/06 – Senador Osmar Dias

# REVISÃO DO REGULAMENTO ESPECÍFICO

## Consulta Pública nº 84 (Nov/2005)

Teratologias:

- confronto com a C.F. Artigo 22, XXIX);
- impropriedades técnicas;
- inviabilização de mídias;
- responsabilização da mídia;
- impossibilidade material de cumprimento.

## ***CARACTERÍSTICAS DO SETOR FARMACÊUTICO***

- Elevados investimentos em pesquisa;
- Preocupação com a qualidade de vida;
- Acumulação de conhecimentos técnicos e científicos;
- Entrega e benefício à população depende de liberdade de expressão editorial e comercial.

# ***CARACTERÍSTICAS DO SETOR FARMACÊUTICO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO TOTAL***

	<b>Em R\$ (Mil)</b>	<b>Em U\$ (Mil)</b>
<b>2004</b>	<b>517.218 (13°)</b>	<b>175.962</b>
<b>2005</b>	<b>583.190 (13°)</b>	<b>224.955</b>
<b>2006</b>	<b>792.668 (13°)</b>	<b>365.286</b>

## ***ABAIXO DOS SEGUINTE SETORES:***

1. Comércio (Varejo)
2. Mercado Financeiro e Seguros
3. Serviços ao Consumidor
4. Cultura, Lazer, Esporte e Turismo
5. Veículos, Peças e Acessórios
6. Mercado Imobiliário
7. Mídia
8. Higiene Pessoal e Beleza
9. Telecomunicações
10. Serviços Públicos e Sociais
11. Bebidas
12. Alimentação

**CONAR**

## **Ética na prática**

[www.conar.org.br](http://www.conar.org.br)