

DEFASAGEM DE LEGISLAÇÕES QUE REGULAMENTAM A VENDA DE MEDICAMENTOS ONLINE

MAYORANO, Caroline Spinelli; ROCHA, Márcia Santos da
carolsm21@hotmail.com

Centro de Pós Graduação Oswaldo Cruz

Resumo: *O presente artigo faz a relação das legislações que regulamentam a venda de medicamentos via online, a qual veem crescendo, e se elas estão acompanhando esta evolução ou não. O acesso via remota, está cada vez mais presente na vida de todos, por esta razão, para se ganhar tempo, as pessoas passaram a comprar cada vez mais pela internet, e por esta razão, o mundo do e-commerce está investindo cada vez mais em seus clientes e como resultado cresce de forma desenfreada, mesmo com a crise econômica que é enfrentada mundialmente. Estudos recentes, realizados no primeiro semestre de 2014, apontaram que a categoria de cosméticos, perfumaria e saúde está em segunda posição, com 16% da participação total em volume de vendas online. Em contrapartida, podemos verificar que as legislações que regulamentam a venda de medicamentos pelos e-commerces, não “crescem” com a mesma velocidade que o setor, e como resultado, podemos observar um crescimento ao acesso a medicamentos e como consequência um aumento na automedicação e problemas futuros à saúde da população. Analisando este cenário surge a dúvida: Será que os legislações existentes são o suficiente, ou é necessária sua atualização e maior fiscalização?*

Palavras-chave: Propaganda de medicamentos, marketing farmacêutico, farmácias online, legislação, ANVISA.

Abstract: *This article is the relationship of the laws regulating the sale of drugs via online, which sees growing, and if they are accompanying this evolution or not. Access via remote, is increasingly present in everyone's life, therefore, to gain time, people started buying more and more online, and for this reason, the world of e-commerce is increasingly investing more on their customers and as a result grows rampant, despite the economic crisis that is facing the world. Recent studies conducted in the first half of 2014, pointed out that the category of cosmetics, perfumery and health is in second position with 16% share in the total volume of online sales. In contrast, we can see that the laws regulating the sale of medicines by e-commerces, not "grow" with the same speed as the industry, and as a result, there was an increase access to medicines and as a consequence an increase in self-medication and future population health problems. Analyzing this scenario the question arises: Do these laws are enough, or your update is required and greater oversight?*

Keywords: Drug advertising, pharmaceutical marketing, online pharmacies, Law, ANVISA.

Introdução

Para que um produto entre no mercado e no conhecimento de todos, é necessário que seja feito um grande investimento, tanto financeiro para seu desenvolvimento, quanto em propaganda e divulgação do mesmo. Quem cuida desta parte é o marketing, juntamente com as campanhas publicitárias, onde com estratégia de preço, segurança, tempo de tratamento, eficácia e entre outras, ganham espaço no mercado e como consequência “caem” no conhecimento da população.

Que o setor tecnológico está crescendo cada vez mais, isso não é novidade para ninguém. Hoje em dia as pessoas optam por comodidade, pela vida agitada que levam, onde pouco tempo se sobra para fazer realmente o que gostam. Com isso, os sites de venda online estão cada vez mais presentes em nossas vidas, onde com apenas um ‘click’ podemos comprar roupas, flores, alimentos e até medicamentos, sem sair de casa e com total segurança que nos será entregue no prazo desejado.

Tendo em vista esse crescimento, este presente trabalho tratará sobre o crescimento de venda de medicamentos pela internet e como estas farmácias virtuais brasileiras são fiscalizadas e se essa fiscalização e suas legislações estão acompanhando este crescimento.

Um dos principais fatores, se não o principal fator, além da comodidade, está a grande força que as campanhas publicitárias tem sobre os consumidores fazendo com que o crescimento indiscriminado de medicamentos cresça demasiadamente, podendo causar um grande impacto na população, com o aumento da automedicação. Podemos observar então, que a venda pela internet, mesmo facilitando a vida de milhares de pessoas, pode ser um problema, umas vez que o paciente não entra em contato com um profissional habilitado, como o farmacêutico, com isso, não ocorrerá uma análise correta para a dispensação do medicamento.

Podemos observar que a somatória do crescimento da venda de medicamentos pela internet, que gera uma facilidade ao acesso à medicamentos e o marketing, que muitas vezes induzem a compra de medicamentos pelo apelo comercial, podem gerar um grande impacto na saúde da população. Para que isto não ocorra, é necessário que exista medidas rígidas e atualizações das legislações vigentes.

Diante do exposto, surge a seguinte dúvida: será que as poucas legislações que regularizam a venda de medicamentos pela internet, estão acompanhando este crescimento desenfreado?

Legislações

Para começarmos a falar das legislações que estão relacionadas com a venda de medicamentos pela internet, falaremos primeiramente sobre a RDC nº96, de 17 de dezembro de 2008 (BRASIL/ANVISA), na qual são apresentadas algumas definições que serão necessárias para o entendimento e análise do que está correto, ou não em algumas exposições e propagandas nos sites de vendas de medicamentos, que são: publicidade/ propaganda, propaganda/ publicidade abusiva, propaganda/ publicidade enganosa e propaganda/publicidade indireta. Segundo RDC 96/2008 (BRASIL/ANVISA),

“ PROPAGANDA/PUBLICIDADE - Conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão com o objetivo de divulgar conhecimentos, tornar mais conhecido e/ou

prestigiado determinado produto ou marca, visando exercer influência sobre o público por meio de ações que objetivem promover e/ou induzir à prescrição, dispensação, aquisição e utilização de medicamento.

PROPAGANDA/PUBLICIDADE ABUSIVA - É aquela que incita a discriminação de qualquer natureza, a violência, explora o medo ou superstições, se aproveita da deficiência de julgamento e de experiência da criança, desrespeita valores ambientais ou que seja capaz de induzir o usuário a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

PROPAGANDA/PUBLICIDADE ENGANOSA - É qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou que, por qualquer outro modo, mesmo por omissão de dado essencial do produto, seja capaz de induzir o consumidor a erro, a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

PROPAGANDA/PUBLICIDADE INDIRETA - É aquela que, sem mencionar o nome dos produtos, utiliza marcas, símbolos, designações e/ou indicações capaz de identificá-los e/ou que cita a existência de algum tipo de tratamento para uma condição específica de saúde.”

Um dos grandes problemas na comercialização de medicamentos, é conhecido como campanhas publicitárias tendenciosas, as quais preocupam muito os órgãos regulatórios por induzirem a população a muitas vezes consumirem produtos que muitas vezes não necessitam acarretando o aumento da automedicação. Para que isso não aconteça existe a GGIMP (Gerência Geral de Inspeção e Controle de Medicamentos), que tem como função o controle de propaganda e publicidade (LUCHESSI; MARÇAL; ARAÚJO; ULINA; ROCHA e PINTO, 2005).

Além dessa gerência, existem as legislações que ajudam a direcionar e a organizar de forma única as obrigações, deveres e como deverão ser feitas, a venda e comercialização dos medicamentos.

O acesso à internet está cada vez mais comum e fazendo parte da vida das pessoas. A venda de medicamentos por este meio está crescendo de forma rápida. Como muitas vezes falta veracidade nas informações contidas neste meio, foi criado um guia conhecido como *Medical products and the Internet*, o qual trata sobre como deveremos fazer nossas pesquisas e em quais argumentos podemos confiar ou não. (BRASIL/ANVISA)

Poucas são as legislações que tratam da dispensação de medicamentos por via remota (Internet). A principal é RDC nº 44, de 17, de agosto de 2009 (BRASIL/ANVISA), a qual dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias e dá outras providências.

Em resumo e destacando os principais pontos que a RDC 44/09 traz, temos: os medicamentos que podem ser comercializados são os isento de prescrição médica e os que exigem a prescrição, como os antibióticos, a validação da receita deve ser feita com o recebimento por fax e/ou imagem por via remota; informa quais os documentos necessários para abertura de uma farmácia online onde, é necessário apresentar uma loja

física, aberta para os clientes; deve conter ‘.com.br’ e, na página, todos os dados da farmácia disponível para visualização do cliente; e o transporte é de total responsabilidade do estabelecimento farmacêutico, podendo terceirizar a entrega, desde que todas as condições de transporte e armazenagem sejam respeitadas e o local esteja devidamente regularizado, de acordo com a Portaria 1052/1998 e RCD 329/1999 (BRASIL/ANVISA).

Além da RDC citada acima, temos ainda relacionado a RDC 20, de 5 de maio de 2011 (BRASIL/ANVISA), que dispõe sobre o controle de medicamentos à base de substâncias classificadas como antimicrobianos, de uso sob prescrição, isoladas ou em associação, onde apresenta apenas um artigo referente à venda remota, o qual diz,

“Art. 11. Esta Resolução não implica vedações ou restrições à venda por meio remoto, devendo, para tanto, ser observadas as Boas Práticas Farmacêuticas em Farmácias e Drogarias, estabelecidas na Resolução RDC nº. 44/2009 ou na que vier a substituí-la.”.

Para finalizar, temos o Decreto nº 70.951, de 09 de Agosto de 1972, que regulamenta a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, que dispõe sobre a distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, e estabelece normas de proteção à poupança popular, onde :

*“Art 10. Não poderão ser objeto de promoção, mediante distribuição de prêmios, na forma deste Regulamento:
I – Medicamentos(...)”.*

Venda de medicamentos online

O setor farmacêutico vem crescendo e se adaptando, cada vez mais, no mundo *e-commerce*. Dentre as milhares de opções que podemos encontrar hoje para comprar pela internet, a venda de medicamentos e perfumaria já atingem o segundo lugar no ranking das vendas online, no primeiro semestre de 2014, de acordo com o relatório do *E-bit*, em volume de pedidos, atingiu 16% do total de vendas, onde o faturamento estimado para o ano de 2014 é de R\$426 milhões (M2FARMA).

Conclusão

Com a facilidade de acesso à internet, os clientes deixaram de procurar farmácias físicas para comprar seus medicamentos e passaram a usar a farmácia online devido a comodidade e ao preço que muitas vezes é mais vantajoso. Com isso, deixaram de ter a supervisão do farmacêutico na dispensação do medicamento e as devidas orientações de uso.

Existem poucas diretrizes a respeito da venda de medicamentos online, podendo as farmácias online usar de brechas na legislação, onde expõem produtos de forma a induzir a compra de medicamentos resultando no aumento da automedicação, e às vezes até a medicamentos não registrados ou falsificados, e como resultado, gera prejuízo não

só para a saúde do paciente, como também gastos demasiados ao governo com tratamentos médicos.

Com relação ao transporte correto de medicamentos, a entrega ao cliente não é acompanhada, onde o medicamento pode chegar avariado e perder sua estabilidade não agindo da forma esperada e prejudicando o tratamento.

De acordo com as informações presentes neste artigo, podemos observar a extrema urgência que as legislações sejam atualizadas e complementadas, para que o consumidor final seja visto não apenas como cliente, mas como paciente, a fim de que não seja lesado e/ ou tenha sua saúde prejudicada, ao usar medicamentos de forma irracional ou imprópria ao uso.

Referências

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC 20, de 5 de maio de 2011. Dispõe sobre o controle de medicamentos à base de substâncias classificadas como antimicrobianos, de uso sob prescrição, isoladas ou em associação. *Diário Oficial da União* – Brasília, DF, 2011.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC 44, de 17 de agosto de 2009. Dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e de prestação de serviços farmacêuticos e de drogarias e dá outras providências. *Diário Oficial da União*-Brasília, DF, 2009.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC 96, de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos. *Diário Oficial da União* – Brasília, DF, 2008.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Medical products and the Internet*. Disponível em http://www.saude.sp.gov.br/resources/ses/perfil/cidadao/orientacao/orientacoes_sobre_a_venda_de_produtos_e_servicos_de_saude_via_internet_.pdf>. Acesso em 18/06/2014.

GONDIM, A. P. S., FALCÃO, C. B. Avaliação das farmácias virtuais brasileiras. *Revista de Saúde Pública* v.41 n.2 São Paulo abr. 2007. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102007000200019&lng=pt&nrm=iso&tlng=pthttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102007000200019> Acesso em 18/06/2014.

LUCHESSI, A. D., MARÇAL, B. F., ARAÚJO, G. F., ULINA, L.Z., ROCHA, M. R. G., PINTO, T. J. A. Monitoração de propaganda e publicidade de medicamento : Âmbito de São Paulo. *Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas*, vol 41, n.3, 2005.

M2FARMA. *Farmácias têm crescimento no meio online*. Disponível em <http://m2farma.com/blog/farmacias-tem-crescimento-meio-online/>. Acesso em 05/12/2014.