



Um nova vida na propaganda de medicamentos

Precisamente, após 17 de junho de 2009, viveremos uma nova etapa no que se refere à propaganda de medicamentos no Brasil. Seja na promoção de produtos de prescrição ou isentos de prescrição, a adaptação das áreas de *marketing*, vendas e jurídica já deverá ter sido feita para cumprir a nova resolução da Anvisa, que define novas regras para a propaganda de medicamentos de origem nacional ou estrangeira.

Sem dúvida, um novo pensamento deverá dominar as atividades dos propagandistas no relacionamento com os médicos. O que deverá mudar nesse relacionamento? Talvez, algumas palavras não possam mais ser proferidas ou ainda novas posturas terão de ser adotadas. Por outro lado, podemos vislumbrar um novo horizonte: cada profissional terá de aprender um pouco mais para atuar com eficiência e agilidade. E isso faz parte do mundo atual, aprender e mudar.

Dentro do *marketing*, ou em qualquer outro campo de nossas vidas, reciclagens são necessárias e são sempre bem-vindas, exigindo esforços e dedicação.

Estamos certos de que será mais uma oportunidade para nos adaptarmos a um novo cenário e vermos o valor individual dos profissionais ainda mais ressaltado.

As mudanças são sempre oportunidades para revermos velhos conceitos e, por que não, nos superarmos. É certo que as novas regras da Anvisa estão causando controvérsias e muita polêmica. Por outro lado, estão fomentando o debate e a troca de informações entre os laboratórios, o que é muito positivo para fortalecimento do setor e o aprimoramento de práticas que podem tornar a indústria farmacêutica ainda mais destacada.

Em vez de lamentarmos os fatos, o momento é de união, a fim de que possamos atender às novas regras e continuar cumprindo muito bem nosso papel de indústria que salva milhões de vidas.

Sonia Orestes
Diretora-Geral