O GLOBO
PRIMEIRO CADERNO - 07/03/2007

Nova ética na publicidade de medicamentos Campanha mundial vai incentivar governos e indústria a discutir sua responsabilidade na propaganda **Nadja Sampaio e Luciana Casemiro**

No próximo dia 15 de março, Dia Mundial do Consumidor, a Consumers Internacional — uma federação que reúne 230 entidades de consumidores em 113 países — vai lançar uma campanha mundial para chamar a atenção para a responsabilidade de governos e empresas para a ética na propaganda de medicamentos.

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), entidade associada à Consumers Internacional, defende a proibição da publicidade na área de medicamentos e vem cobrando mais rapidez na apresentação da nova regulamentação.

Marilena Lazzarini, presidente mundial da Consumers Internacional, diz que uma investigação preliminar com 20 companhias farmacêuticas líderes de mercado constatou 972 violações ao código de práticas estabelecido pela própria indústria entre 2002 e 2005: — Isso mostra que, em todo o mundo, a auto-regulação não está funcionando adequadamente e os governos devem fazer mais esforços para assegurar sanções contra as companhias que não estão cumprindo os direitos dos consumidores.

Propostas ainda estão sendo consolidadas na Anvisa No sentido de aprimorar a regulamentação técnica sobre propagandas, mensagens publicitárias e promocionais de medicamentos, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) abriu uma consulta pública em novembro de 2005. Encerrada em março do ano passado, a consulta ainda não resultou em qualquer alteração. É que as propostas encaminhadas ainda estão sendo consolidadas em um só documento, explica Ana Paula Massera, gerente de monitoramento e fiscalização de propaganda da Anvisa: — Estamos em conversa com a indústria farmacêutica. Em abril, deve acontecer a audiência pública para acertar as arestas do documento.

A idéia é que até o meio do ano a nova regra esteja publicada.

Preocupado com a demora na consolidação das propostas na Anvisa, o Idec propôs no Conselho Nacional de Saúde (Consu), a assinatura de moção contrária à publicidade de medicamentos. O presidenteexecutivo da Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica e representante da Confederação Nacional da Indústria no Consu, Ciro Mortella, pediu vistas à moção e apresentará seu relatório na reunião que acontecerá hoje e amanhã.

Daniela Trettel, advogada do Idec, que representa a entidade no Consu, diz que hoje a publicidade de medicamentos é um estímulo à automedicação.

Ela argumenta que dados do Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicos (Sinitox) mostram que, em 2004, os medicamentos foram os principais agentes tóxicos envolvidos em intoxicações, contribuindo para a ocorrência de 23.700 casos: — A publicidade incentiva o consumidor a tomar medicamentos por conta própria e isso é um grande risco, tanto por haver o perigo de mascarar sintomas, como de aumentar a resistência no organismo para alguns tipos de medicamentos, o que torna a cura mais difícil. O Sistema Único de Saúde (SUS) gasta milhões com o tratamento de intoxicações.

Daniela observa que, anualmente, são destinados no mundo inteiro US$ 60 bilhões para o marketing farmacêutico. Ela comenta que a frase que está em todas as propagandas — "se persistirem os sintomas, procure o médico" — incentiva um comportamento errado.

— O certo é a pessoa ir primeiro ao médico. Quando ela compra o remédio, a indústria já ganhou seu dinheiro. Se o medicamento não funcionou, aí a pessoa vai ao médico e comprará outro medicamento. Além disso, o consumidor não sabe os efeitos colaterais que esses remédios podem causar. Faltam informações claras — explica.

Antonio Marcelo, corregedor do Conselho Federal de Medicina, diz que o conselho é contrário à publicidade de medicamentos na grande mídia. Para Marcelo, os propagandistas que apresentam os remédios aos médicos possuem um interlocutor que conhece o assunto e que, portanto, tem armas para julgar o que está sendo apresentado.

O consumidor não tem esse nível de informação: — A publicidade nas rádios e em alguns canais de TV oferece medicamentos que não têm eficácia.

Essas são publicidades enganosas e não há fiscalização sobre isso. A automedicação de produtos livres de prescrição médica leva à automedicação de outros produtos farmacêuticos que são preocupantes, como antiinflamatórios, que podem ter sérios efeitos colaterais.

Medicamentos com tarja não podem ter publicidade Os medicamentos de tarja vermelha e preta não podem ter propagandas na grande mídia, como TV e rádio. Só estão liberados os remédios livres de prescrição médica.

Aurélio Villafranca Saez, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Medicamentos Isentos de Prescrição, diz que em nenhum país do mundo esse tipo de medicamento tem a propaganda proibida. Ele afirma que esse tipo de produto não tem um consumo por impulso, e a propaganda não aumenta a venda: — O consumidor troca de marca, mas não toma um remédio de que não precisa. É um benefício para a população conhecer esses medicamentos, pois o acesso é fácil. E desonera o sistema de saúde, que não teria como atender todos os que precisam de medicamentos para situações corriqueiras. Além disso, esses medicamentos passam por cinco anos de observação para garantir o perfil de segurança.

Gabriel Tannus, presidente da Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa, que reúne 28 empresas e representa 50% do mercado farmacêutico, diz que a regulamentação da Anvisa já é muito boa. Ele afirma que o número de intoxicações citado pelo Idec não representa a realidade, porque dos 23.700, apenas 662 são casos de automedicação : — Os produtos picaretas que são anunciados e não comprovam eficácia devem ser fiscalizados. A indústria farmacêutica é séria e quer uma propaganda ética. □