

Publicidade de medicamentos sem prescrição na berlinda

Clayton Melo

A publicidade de medicamentos isentos de prescrição médica está sob a mira da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e pode vir a ser proibida num futuro próximo. Alvo de consultas públicas, a divulgação em mídia de massa desse tipo de produto contará provavelmente até o meio do ano com uma nova resolução, mais rígida no que se refere à exigência de informações sobre a utilização e os riscos de efeitos colaterais provocados pelos medicamentos. Não há um dado específico sobre quanto esse segmento aplica em publicidade. A título de comparação, a indústria farmacêutica como um todo aplica cerca de R\$ 1 bilhão em publicidade por ano, segundo dados do Ibope Monitor. O faturamento do mercado farmacêutico todo é de R\$ 23,6 bilhões; só o segmento de produtos isentos de prescrição corresponde a R\$ 7,2 bilhões, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Medicamentos Isentos de Prescrição (Abimip).

Com a crescente polêmica em torno do tema, a entidade organiza, em parceria com a Anvisa, o 1º Fórum Brasileiro de Propaganda e Publicidade de Medicamentos Isentos de Prescrição Médica (MIPs), que será realizado nesta segunda-feira, em São Paulo.

"É preciso haver informação precisa e completa na publicidade, que explicita para que serve, riscos e benefícios do produto", afirma Dirceu Raposo de Mello, diretor-presidente da Anvisa. Para justificar a relevância do tema, Melo cita como exemplo o caso de uma pessoa que tem úlcera e toma uma aspirina. Nesse caso, a pessoa pode ter uma hemorragia. "Agravos como esses são previstos, mas muitos não têm conhecimento. A população precisa saber disso", diz.

Desdobramentos

Melo afirma que a idéia inicial não é proibir a veiculação de peças publicitárias. Antes disso, o objetivo é tornar mais rígidos os parâmetros para a publicidade desse segmento. Mas a proibição seria uma possibilidade real num segundo instante? "Vai depender do comportamento dos atores envolvidos. O caminho está sinalizado, mas não determinado. O próprio Conselho Nacional de Saúde, órgão máximo da saúde no Brasil, recomendou no ano passado a proibição desse tipo de publicidade".

A indústria discorda. "O artigo 220 da Constituição mostra que não se pode proibir a publicidade, apenas estabelecer restrições. Além disso, não compete à Anvisa legislar sobre a propaganda", argumenta Paulo Gomes, consultor jurídico da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (Abap).

Sálvio Di Girólamo, secretário-geral da Abimip, reforça. "Já estamos acostumados com esse tipo de ameaça e riscos (proibição da publicidade). Mas nossa intenção é promover o diálogo" diz. "O pressuposto de iniciativas como essas da Anvisa é a de que o cidadão é um beócio que precisa ser protegido", reforça.

Um dos fatos novos que acirram o debate é o fato de a nova resolução provavelmente exigir um número maior de frases de alerta nas peças publicitárias, a exemplo de mensagens do gênero "ao persistirem os sintomas, procure um médico". "O problema é que, num comercial de TV de trinta segundos, já temos de usar uns 10 segundos só para essas mensagens, que não têm efeito prático nenhum", critica. Venda livre

Ricardo Scaroni, professor da ESPM-Rio e diretor comercial da rede de drogarias DrogasMil, é taxativo: "seria um contra-senso limitar propaganda de produtos de venda livre. "E já existe a orientação nos comerciais para a pessoa procurar o médico. Isso sem falar no fato de que cada ponto de venda conta com farmacêutico", diz Scaroni.

A professora da Faculdade de Saúde Pública da USP, Marcia Furquim de Almeida, no entanto, é a favor da regulamentação mais rigorosa. "Os medicamentos não são necessariamente inofensivos, uma vez que podem causar reações adversas muito particulares em cada pessoa", diz a professora. Além disso, completa, "a proibição da publicidade de medicamentos é uma reivindicação antiga da área de saúde pública.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 25 fev. 2008, Comunicação, p. C8

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.