

**II FÓRUM NACIONAL DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE
DE MEDICAMENTOS NO BRASIL: CRITÉRIOS ÉTICOS
PARA A PROMOÇÃO DE MEDICAMENTOS**

(Programa Ação Responsável - 11/11/2010)

É preciso reiterar que há, no Código de Autorregulamentação Publicitária, todo um Anexo com previsão de regras que disciplinam a propaganda de medicamentos isentos de prescrição médica (que representam a maior parte dos questionamentos porque são os que podem ser anunciados ao público em geral), e que o CONAR fiscaliza de ofício, recebe denúncias de consumidores, autoridades e de empresas, visando à manutenção da regularidade das mensagens publicitárias. Em levantamento dos últimos 10 anos de atividade foram centenas de processos instaurados para exame de anúncios do segmento. Os relatos de todos os casos analisados estão disponíveis no site do CONAR.

Em 2000, com o advento da Resolução da ANVISA RDC nº 102, foram estabelecidas normas que detalhavam princípios de veracidade, equilíbrio e responsabilidade aplicáveis aos anúncios de medicamentos. Sistemática que parece ter sido bem absorvida pelas empresas e órgãos integrantes do segmento.

Em 2008, após uma série de discussões, adveio nova Resolução - RDC ° 96/08 - cujas normas, no entendimento deste Conselho, excederam formal e materialmente os parâmetros legais e constitucionais.

A AGU, após consulta do CONAR, exarou parecer favorável à revogação da RDC 96/08, considerando substancialmente o excesso formal, ou seja, que embora se reconheça o poder de polícia atribuído à ANVISA, é privativa do Congresso Nacional (artigos 22, XXIX, e 220, § 4º, Constituição Federal) a competência para edição de normas relativas à propaganda (*stricto sensu* – que impliquem em previsão inaugural de obrigações no âmbito privado).

Temos notícias de que também o judiciário concedeu liminar para suspensão da referida Resolução, em processos que tramitam perante a Justiça Federal desta região.

A par de tais alterações da regulação sanitária, é preciso registrar a preocupação com a necessidade de se preservar os núcleos essenciais dos direitos fundamentais envolvidos; de informação ao consumidor (o direito do consumidor de ser informado), de liberdade de expressão e de liberdade do desempenho de atividades profissionais e econômicas, que precisam estar aliados às demandas fáticas, de busca de soluções para os problemas constatados. Para tanto, seria necessário o diálogo multilateral, que leve efetivamente em consideração os seguintes aspectos:

- a questão da autoprescrição, e sua dimensão dentre os problemas de saúde pública;
- os fatores que contribuem para o referido problema, e aponta-se, a publicidade seria um deles;

- o exercício dos direitos fundamentais envolvidos, que além de constituírem direitos individuais invioláveis, são essenciais para o desenvolvimento social e econômico, e para busca de melhoria da qualidade dos produtos disponíveis para os consumidores;
- que eventuais propostas concretas precisam ser ponderadas, de forma que sejam efetivamente aptas a resolver o problema constatado e que não se suprimam os direitos fundamentais envolvidos, tanto em tese quanto em concreto.

Por fim, resta a constatação de que o atual momento de globalização e desenvolvimento tecnológico dos instrumentos de comunicação, só vem confirmar a necessidade de abertura das possibilidades de informação, sendo inevitável apresentar soluções que contem com a capacidade do consumidor de absorver e tomar decisões de sua esfera particular, diante de informações amplas, verdadeiras e equilibradas.