

O controle necessário para as propagandas na construção da cidadania

Com relação à nota distribuída pelo Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), criticando as normas legais que autorizam a Anvisa a monitorar a propaganda de bebidas alcoólicas e de alimentos, a Anvisa esclarece que sua atuação se justifica pela necessidade de proteção da saúde da população. A monitoração da propaganda é fundamental para reduzir o fluxo de pacientes nos postos de saúde e hospitais e o número de óbitos, principalmente, no que se refere ao consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

Não se trata de legislar e inventar “novas” soluções, pois o ordenamento jurídico brasileiro poderia ser suficiente para evitar abusos ou omissão a respeito. Impõe-se, isto sim, simplesmente o cumprimento da legislação existente. A razão é óbvia e a de sempre: a proteção da saúde da população. A Constituição brasileira, principalmente em seu artigo 220, estabelece o controle da propaganda de produtos que possam colocar em risco a saúde da população, como tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos e medicamentos.

A restrição à propaganda não foi pautada apenas na questão legal. Ela é um reflexo das estatísticas de Saúde Pública relacionadas diretamente com o tema. No Brasil, o consumo de álcool aumentou 154%, entre 1961 e 2000, segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS). O álcool também é o responsável por cerca de 70% dos acidentes de trânsito fatais, segundo dados do Denatran. Além disso, existem ainda os efeitos no aumento da violência doméstica e na desagregação familiar.

Em relação aos alimentos, de acordo com dados da Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição (PNSN), estima-se que no Brasil 20% das crianças sejam obesas e que cerca de 32% da população adulta apresente algum grau de excesso de peso. Um estudo da Faculdade de Saúde Pública da USP sobre a propaganda de alimentos no Brasil aponta que 57,8% dos produtos alimentícios anunciados, entre 1998 e 2000, eram considerados ricos em gordura e açúcar.

Desde a sua criação, a Anvisa atua na fiscalização da propaganda. Cabe ressaltar que durante este período, ou mesmo a partir de agora, nunca se praticou, ou se cogitou praticar, a exigência de autorização prévia para a veiculação de propaganda.

De forma aberta e democrática, o Governo tem trabalhado em conjunto para resolver as questões que envolvem a Saúde Pública e a Vigilância Sanitária. O exemplo está em dois grupos de trabalho criados para apresentar propostas de regulamento para a propaganda de bebidas alcoólicas e alimentos no Brasil.

A Câmara Especial de Políticas Públicas sobre o Álcool é o grupo técnico responsável por elaborar a proposta do regulamento para bebidas alcoólicas, em parceria com a Anvisa. A Câmara é composta por 14 representantes de setores da sociedade, entre eles Ministério da Saúde, Ministério da Justiça, Ministério da Fazenda, Secretaria Nacional Antidrogas (Senad), CONAR, Senado, Câmara Federal e Organização Pan-Americana da Saúde.

Já o grupo que discute a propaganda de alimentos foi constituído em 2005, com o objetivo de redigir uma proposta de consulta pública para a propaganda de alimentos que podem causar doenças crônicas não transmissíveis, como obesidade, diabetes e hipertensão. Deste grupo, participam representantes do Ministério da Agricultura, Senado e Câmara Federal, IDEC, CONAR, Associação Brasileira de Alimentos e Associação Brasileira de Indústrias de Refrigerantes.

É importante esclarecer ainda que atualmente estão em consulta pública apenas o texto que revê o regulamento para a propaganda de medicamentos (Consulta Pública 84) e o que regulamenta a propaganda de bebidas alcoólicas (Consulta Pública 83). Esse último restringe a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas - e não de matérias jornalísticas - ao horário adulto, entre 21h e 6h, conforme o que já estabelece a Lei 9294/96. O regulamento para a propaganda de alimentos como refrigerantes, salgadinhos, sorvetes e lanches, alimentos de baixo valor nutricional e alto teor calórico ainda está em fase de construção pelo Grupo de Trabalho sobre a Propaganda de Alimentos. A proposta de resolução deverá entrar em consulta pública no segundo semestre de 2006.

No caso dos medicamentos, há sete anos eles ocupam o primeiro lugar no ranking das intoxicações humanas, segundo dados no Sinitox – Sistema Nacional de Informações Tóxico-farmacológicas. Além disso, dados da monitoração da propaganda realizada pela Anvisa mostram que mais de 90% das peças publicitárias de medicamentos apresentam informações irregulares, o que contribui para desinformação de profissionais e consumidores. Segundo a OMS, cerca 50% de todos os medicamentos são prescritos, dispensados ou usados inadequadamente, o que influencia diretamente no aumento do número de internações por reações adversas. Estima-se que os hospitais gastam de 15% a 20% de seus orçamentos para lidar com as complicações causadas pelo mau uso de medicamentos.

O Conar não é obrigado a entender e acompanhar os avanços da Farmacologia, da Nutrição e até mesmo dos trabalhos científicos para redução de dano no consumo excessivo de bebidas alcoólicas. Entretanto, quando defende a propaganda de produtos que oferecem risco à saúde, sem a devida regulamentação, sob uma alegada bandeira da liberdade de expressão, o Conselho desconsidera aquilo que é definido como risco sanitário mundialmente.

O trabalho realizado pela Agência, não só no que se refere à construção coletiva de seus regulamentos, é pautado em discussão aberta e paritária com todos os setores da sociedade envolvidos. A Câmara Setorial de Propaganda, instalada em 30 de novembro, por exemplo, já iniciou as discussões com os setores que representam as agências de publicidade e os veículos de comunicação para avaliar os impactos no mercado publicitário destes regulamentos, inclusive propondo as alterações que forem necessárias.

A fiscalização, o monitoramento e a regulamentação da propaganda pela Anvisa já demonstram efeitos na qualidade de vida da população. Não se trata de uma tese, é real. Não são relatórios ou qualquer outro instrumento burocrático. É vida. É a consolidação da democracia no Brasil.