

## Censura farmacêutica

### Author(s):

[Tomás Nunes](#) <sup>[1]</sup>

### Show Author Info?:

0

A abordagem consistia na difusão de cartazes com dados sobre os lucros das farmacêuticas e os preços suportados pelos pacientes, através de uma campanha publicitária, utilizando os painéis publicitários presentes nos transportes públicos. Para tal os MdM recorreram a uma empresa publicitária francesa, a Médiatransports.

Tudo deveria correr normalmente, mas não. Ao invés, a Médiatransports contactou a Autoridade Profissional da Regulação da Publicidade (APRP), que apenas desempenha um papel consultivo. Esta, por sua vez, indicou 3 razões para justificar a sua posição contrária à realização da campanha dos MdM. As razões foram: a) a referência a doenças poder chocar o público; b) a difusão de dados sem uma fonte; e c) por esta campanha poder dar má imagem e reputação às empresas farmacêuticas.

Face a este ?conselho? a Médiatransports recusou colaborar com os MdM, forçando-os a consultar outras empresas, tal como a JC Decaux e a Insert. Todas elas prontamente recusaram as propostas, fazendo alusão ao conselho da APRP que foi reencaminhado para todas as empresas publicitárias francesas, a APRP largou o seu papel consultivo e procedeu à difusão massiva para que as empresas nem sequer considerassem a proposta dos MdM.

Com esta campanha os MdM queriam desconstruir o mito de que as farmacêuticas investiam o dinheiro que dizem gastar em investigação e desenvolvimento dos fármacos. Quando na verdade o único objetivo é lucrar com a saúde dos doentes. Fazendo alusão ao Sofosbuvir (tratamento para a Hepatite C) que é revendido por 41000€ por pessoa para um período de 1 ano, sendo que o custo de fabrico é de 75€.

A farmacêutica responsável pelo Sofosbuvir, justifica o preço de revenda fazendo alusão ao dinheiro que se poupa em tratamentos que são evitados através do uso do fármaco. Pensando assim, também faria sentido pagar-se 1000 euros por cada comprimido de aspirina, devido aos seus benefícios cardiovasculares, evitando-se outros procedimentos curativos.

O mesmo se aplica ao Kadcyla (usado para tratar um tipo de cancro da mama muito agressivo) que custa a cada paciente 120 mil euro para um tratamento de 18 meses, O Glivec (usado em leucemias) que custa 40 mil euros por ano, cada paciente, sendo que o custo de fabrico é de 200 euros. 1

Muitos afirmam que o preço dos fármacos é o reflexo do custo da investigação e desenvolvimento dos fármacos, serve para cobrir o risco que as farmacêuticas correm ao tentarem desenvolver um novo fármaco. Mas será que as grandes empresas da ?Big Pharma? consagram a maior parte do investimento em Investigação e Desenvolvimento (ID), ou a maior parte do capital é utilizado no Marketing? Entre 1996 e 2005 o top 10 das empresas gastou cerca de 749 bilhões em marketing, cerca 2.6 vezes mais do que foi gasto em ID. Em 2013 a Pfizer investiu 33% em marketing e 14.2% do seu capital em ID, a BMS 28% em marketing e 22% em ID, a Johnson & Johnson 31% em marketing e 12.5% em ID (Forbes, 2013).

Isto por si já é revelador, mas sabendo que os 5 fármacos mais vendidos em 1995, foram desenvolvidos com o apoio público, totalizando 55% do investimento.

Voltemos ao Sofosbuvir, que foi desenvolvido pela Pharmasset, que investiu cerca de 62.4 milhões de dólares no ID e o custo de fabrico é de 75€. A Gilead, que agora comercializa o fármaco, comprou a Pharmasset por 11 bilhões de dólares e num ano obteve 10.3 bilhões de dólares de retorno. A Gilead comprou toda uma empresa num ano, à custa dos doentes que muitas vezes têm de atingir um estado terminal para poderem ter acesso à terapia.<sup>2</sup>

A saúde é um monopólio nas mãos das farmacêuticas, a saúde depende da vontade e da ganância de grandes grupos económicos. Está na altura de investir nos genéricos, de fazer frente à produção capitalista dos fármacos e de garantir que não pagamos com a nossa saúde.

Este caso de manipulação informativa, onde a chantagem decide o que é dito e onde é dito, mostra muito bem os longos tentáculos da influência capitalista nos meios de comunicação. Isto é a censura das farmacêuticas.

---

1 <http://www.medecinsdumonde.org/actualites/leprixdelavie/2016/06/10/qui-doit-faire-la-loi-le-marche-ou-letat> <sup>[2]</sup>

2 <http://thewarning.info/reflexion/les-depenses-de-lindustrie-pharmaceutique-recherche-ou-marketing/> <sup>[3]</sup>

## **Sumário da Home:**

A ONG Médicos do Mundo (MdM) tinha planos para este domingo dar início a uma campanha de choque sobre os preços dos medicamentos e a inacessibilidade dos mesmos.

### **Lead:**

A ONG Médicos do Mundo (MdM) tinha planos para este domingo dar início a uma campanha de choque sobre os preços dos medicamentos e a inacessibilidade dos mesmos.

### **Sobre o/a autor(a):**

- [Biblioteca](#)
- [Agenda](#)
- [Jornal Esquerda](#)
- [Blogosfera](#)

- [Comunidade](#)
- [Revista Vírus](#)
- [Wikifugas](#)
- [Ficha Técnica](#)

---

**URL de origem:** <http://www.esquerda.net/opinioao/censura-farmaceutica/43278>

**Ligações:**

[1] <http://www.esquerda.net/autor/tomas-nunes>

[2] <http://www.medecinsdumonde.org/actualites/leprixdelavie/2016/06/10/qui-doit-faire-la-loi-le-marche-ou-letat>

[3] <http://thewarning.info/reflexion/les-depenses-de-lindustrie-pharmaceutique-recherche-ou-marketing/>