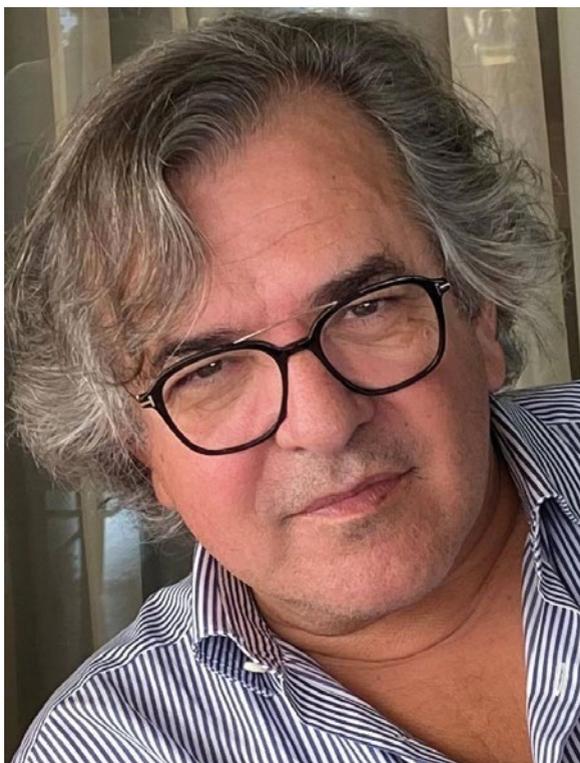


PIMENTA NA LÍNGUA

MAIS MEDICINA...MENOS “COMÉRCIO”...E MAIS VERGONHA... “ARRE! ESTOU FARTO DE SEMI-DEUSES ONDE HÁ GENTE NO MUNDO?”: ÁLVARO DE CAMPOS



Dr. João Pimenta, Académico Honorário da Academia Brasileira de Odontologia.

Em primeiro lugar desejo a todos os amigos e colegas um bom ano de 2023. Há já muitos anos que dizem que o próximo será complicado, mais difícil, mas vamos sobrevivendo, contrariando também as “diretivas” de Gunther Anders, escritas em 1956 na “Obsolência do homem”...diria mesmo contrariando-as e dizendo bem alto: “Não nos vencerão”, pois continuaremos a ser Homens livres e justos, na busca incessante também da igualdade e da fraternidade. E também da honradez e da verticalidade...

Dizia ele que as mentes deverão ser ofuscadas com o que é “fútil e lúdico”. E que é importante “banir a seriedade da existência, virar escárnio tudo o que tem um valor elevado, manter uma constante apologia à leveza; de modo que a euforia da publicidade, do consumo, se tornem o padrão da felicidade humana e o modelo da liberdade. Assim, o condicionamento produzirá tal integração que o único medo será o de ser excluído do sistema e, portanto, de não poder mais ter acesso às condições materiais necessárias para a felicidade. O homem em massa, assim produzido, deve ser tratado como o que é: um produto, um bezerro, e deve ser vigiado como deve ser um rebanho. Tudo o que permite adormecer a sua lucidez, a sua mente crítica, deve ser combatido, ridicularizado, sufocado...qualquer doutrina que ponha em causa o sistema deve ser designada como subversiva e terrorista e, em seguida, aqueles que a apoiam devem ser tratados como tal”.

Que “a euforia da publicidade, do consumo se tornem o padrão da felicidade humana e o modelo da liberdade”: eis o lema.

Meus caros amigos eu pensava escrever “outras coisas” no início deste ano...mas tive acesso, por acaso, a três publicações que me deram um “murro no estômago”, e aqui está de novo **o subversivo, o terrorista, o inconformista.**

Na primeira o facebook lembrou-me algo que se passou há 8 anos, publicado na revista Dentalpro, em que à pergunta sobre a minha opinião sobre o congresso da OMD, referi que “aconteceu também um debate sobre ética e publicidade que não existiu, com total falta de consideração por quem queria participar, e em que uma participante (a representante da Deco) saiu a meio porque tinha que apanhar o comboio”.

Eu tinha levado um dossier bem elaborado, alicerçado na legislação vigente na altura que dizia liminarmente:

Artigo 19.º do DL n.º 330/90, de 23 de Outubro

Tratamentos e medicamentos

É proibida a publicidade a tratamentos médicos e a medicamentos que apenas possam ser obtidos mediante receita médica, com exceção da publicidade incluída em publicações técnicas destinadas a médicos e outros profissionais de saúde.

Sendo que para mim os tratamentos médico dentários eram e são tratamentos médicos, defendia nessa altura que todos os casos de publicidade deviam ser enviados pela OMD ao MP, já que a legislação nacional não era respeitada.

Havia inclusivamente um acórdão de um tribunal europeu acerca de um profissional belga que tinha feito publicidade em França, que sustentava a minha tese. Tese essa apoiada por um gabinete de advogados excepcional. Um dia talvez se saiba a razão por que calaram a minha voz; sem dúvida incómoda...para alguém e para alguns...

Nunca a consegui defender, saiba-se lá porquê...o subversivo e o terrorista foram simplesmente ignorados e até ridicularizados.

E agora o que vemos?

Uma classe vista genericamente como mercantilista, “marketeira”, “enganadora”. Uma classe que foi perdendo coluna vertebral, ética, “classe”...e tudo porque alguns teimam em não compreender o que é a saúde e a medicina... embarcando no facilitismo do que dizia na crónica anterior: “é fácil ganhar muito dinheiro em pouco tempo...”

Agora há nova legislação sobre publicidade em saúde. A EU “liberalizou” tudo isso...há que pôr em prática os princípios do filósofo acima citado. Se analisarmos o presente Decreto-Lei n.º 238/2015 e o Regulamento n.º 1058/2016 da ERS, além de outros itens descritos no site da ERS, acham que tudo está a ser respeitado?

E se analisarmos o Manual de boas práticas em publicidade da OMD, publicado em Março de 2022, nele está escrito:

“O diretor clínico é técnica e deontologicamente responsável pelo espaço que dirige, deve inteirar-se ativamente do tipo e conteúdo de publicidade emitida, sejam detentores ou não do estabelecimento ou unidade de saúde em causa. Deve assegurar-se empenhadamente para que a publicidade desenvolvida por aqueles não viole as regras do Código Deontológico da OMD, do Estatuto e demais regulamentação aplicável”

Acham que toda esta legislação está a ser aplicada?... Responda quem queira ou quem saiba...

Porque este vosso amigo acha que genericamente não está...mas sabe que provavelmente a sua opinião será “quixotesca”, olhada por alguns como de alguém que não se adaptou aos “tempos modernos”...mas uma coisa é certa: tenho sobrevivido em 41 anos de prática profissional, conseguindo “surfear na onda certa”...os que se aventuraram “no canhão da Nazaré” já desapareceram ou estão em vias de...e mais não digo porque o meu calão minhoto tem que ser refreado aqui...

Infelizmente este assunto não é só português...em 2017 a EU preconizou que se podia fazer publicidade em saúde...“modernices”...

Estava eu no fim de uma usual sesta quando me enviam o segundo “murro no estômago”. Num livro chamado “Claves para el éxito en la clinica dental: el marketing odontológico y la comunicacion com el paciente” (claro está que para estes “marketeiros” a saúde e o tratamento médico são pouco importantes) está escrito que o médico dentista deve ser um vendedor activo, busca o contacto com possíveis pacientes, e tem como objectivo principal a venda, a faturação.

E mais diz, e vou colocar em espanhol para que nada seja deturpado: **“No hay nada de malo en ser un vendedor activo, siempre que la satisfacción de su paciente sea su primero objetivo. Es mas, tendria que ser el objetivo de todo dentista moderno”**.



Foto de Veronik que para mim significa o estado actual da medicina dentária: em derrocada, com alguns resistentes a tentar que não se desmorone, e com uma luz ao fundo, da ética, dos princípios e dos valores...poderá “o edifício” ainda ser salvo?...os “do madeiro” também têm os “seus limites”...

Joder!...desculpem já estou a escrever em português...mas era mesmo isso que queria dizer...

Eu, dentista moderno, tenho que ser um **vendedor activo!**...

Deixo aos meus amigos os comentários devidos...ou indevidos...soltem o vosso calão, o vosso vocabulário mais “porco”, porque esta gente merece mesmo isso...

Por último abro o Instagram e um dentista estrangeiro a que eu chamo de tik-tok, “posta” (escreve):

“O paciente procura o laminado, mas você entende que ele tem 4 ou 5 amálgamas infiltrados...de repente, ele tem uma gengivite que você pode ajudar. De repente ele tem resinas antigas infiltradas, você pode trocar...(até aqui nada de mal...você está a tratar integralmente o paciente)”.

Mas depois: **“Olha só, como os laminados se transformaram em diversos outros tratamentos que você pode oferecer. Além de aumentar a sua reputação, te dá muito mais dinheiro e ainda pode te tornar um dos profissionais de odontologia mais bem pagos da sua cidade”**.

Perante tudo isto resta-me dizer: TENHAM VERGONHA... sejam mais médicos e menos comerciantes...só assim serão respeitados como médicos e cidadãos...senão estarão ao nível de um vendedor de banha da cobra...deixaremos (alguns) de ser médicos dentistas para sermos vendedores de tratamentos dentários

Informação, sim e sempre...publicidade mentirosa, “marketeira”, NUNCA...

AGORA PENSEM... ■