



## **ANÁLISE DE PROPAGANDAS DE PRODUTOS SUJEITOS A VIGILÂNCIA SANITÁRIA NO ESTADO DE GOIÁS: PRINCIPAIS MEIOS DE VEICULAÇÃO UTILIZADOS**

ARAÚJO, Mariana de Paiva<sup>1</sup>; LOPES, Arthur Soares<sup>2</sup>; SILVA, Érica Tatiane<sup>3</sup>; NETO, João da Costa Ataídes<sup>4</sup>; FREITAS, Johnathan Santana<sup>5</sup>; MONTES, Patrícia Regina<sup>6</sup>; LOBO, Lina Monteiro Castro<sup>7</sup>; TRESVENZOL, Leonice Faustino Manrique<sup>8</sup>; PRUDENTE, Luciana Rezende<sup>9</sup>; LIMA, Dione Marçal<sup>10</sup>; ZAMPIERI, Ana Lúcia Teixeira Carvalho<sup>11</sup>; AQUINO, Aline Teixeira<sup>12</sup>.

**Palavras-chave:** Propaganda; Medicamentos; Alimentos; Produtos para saúde.

### **1. INTRODUÇÃO**

O alcance que os meios de comunicação de massa possuem é um fator relevante na veiculação de mensagens publicitárias (Katz, 2002). Na propaganda de produtos sujeitos à Vigilância Sanitária, além da preocupação comercial, ou seja, vender o produto por meio de um estímulo de acordo com uma necessidade pré-existente (Lupetti, 2005), é necessário analisar o cumprimento da Legislação Sanitária vigente (RDC nº 102/00). A monitoração da publicidade e propaganda de alimentos, medicamentos e produtos para a saúde é a garantia do cumprimento desta legislação. Esta verifica as alegações terapêuticas, funcionalidades e uso consciente e racional dos mesmos, evitando riscos à saúde dos consumidores. Para tanto, um projeto estabelecido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e a Universidade Federal de Goiás (UFG), foi criado, com a finalidade de monitoração desses produtos.

### **2. OBJETIVO**

O objetivo geral desse projeto foi, a fiscalização da publicidade de medicamentos, alimentos e produtos para saúde em Goiás, identificando peças irregulares e as denunciando à agência reguladora para que a mesma tome as medidas sanitárias cabíveis em defesa da saúde pública. O objetivo específico desse trabalho foi, a análise da sua veiculação nos principais meios de comunicação, abrangendo diferentes mídias.

### **3. METODOLOGIA**

A monitoração foi realizada de novembro de 2004 a junho de 2005, onde foram monitorados diariamente 2 jornais locais, 4 horas de programação de emissoras de rádio, 6 horas de programação de TV, 1 revista científica e visitados hospitais, drogarias, consultórios médicos, odontológicos e de nutrição em busca de impressos publicitários, perfazendo um total de 136 peças publicitárias irregulares captadas. As peças foram analisadas conforme “Roteiro de Verificação de Conformidade das Publicidades e Propagandas de Medicamentos”, “Formulário para captação e avaliação da publicidade e propaganda de alimentos” e “Formulário para captação e avaliação da publicidade e propaganda de produtos para saúde” e demais legislações pertinentes (Manual-GPROP-ANVISA).

Outras entidades participantes:

Esse projeto foi estabelecido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em parceria com diversas Universidades do país, sendo no Estado de Goiás representado pela UFG.

População Alvo:

Consumidores de medicamentos, alimentos e produtos para saúde, no Estado de Goiás.

Local de realização:

Faculdade de Farmácia/ UFG.

Resultados e Discussão:

Foram captadas 136 peças publicitárias, sendo 92 medicamentos, 38 alimentos e 06 produtos para a saúde. As principais mídias utilizadas para veiculação das captações foram analisadas.

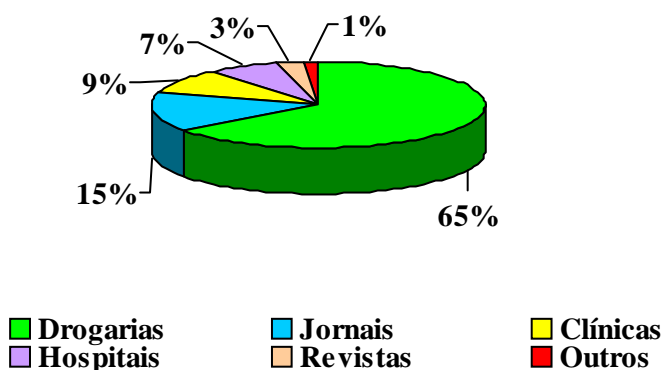
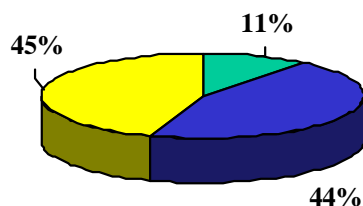


Figura 01- Medicamentos veiculados na mídia

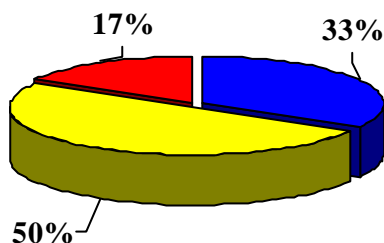
Os dados apresentados na figura 01 demonstraram que a divulgação do material impresso em drogarias obteve maior veiculação. A escolha deste tipo de veículo pelos anunciantes de medicamentos pode ser baseada em: menor custo, fácil acesso aos consumidores, através dos pontos de venda em que são distribuídos, e linguagem direta que possui. Por isso trazem somente o nome do medicamento, possível benefício que proporciona e o preço promocional.



■ Impressos ■ TV ■ Rádio

Figura 02- Alimentos veiculados na mídia

Para os alimentos, a principal mídia utilizada foi o rádio seguido, com mínima diferença, da televisão. De acordo com Katz (2002), o rádio é o meio de comunicação de maior alcance no Brasil, seguido pela TV, justificando a utilização destes na publicidade de alimentos. Vale ressaltar que, a divulgação destes produtos utilizando rádio e TV pode induzir o consumo inadequado destes alimentos pela população, devido à grande abrangência dessas informações transmitidas de maneira incorreta. A análise dos produtos para saúde torna clara a importância da utilização imagética na demonstração eficaz do produto, já que utilizou a TV como meio principal de veiculação, seguido de impressos. Este fato pode ser entendido a partir da observação de algumas peças que utilizaram modelos de corpos esculturais na apresentação do produto. Embora, as imagens tenham comunicado de forma precisa a mensagem principal da peça, a população não recebeu corretamente as informações essenciais, gerando risco a saúde pública.



■ Impressos ■ TV ■ Rádio

Figura 03- Produtos para saúde veiculados na mídia

#### 4. CONCLUSÃO

Os resultados demonstraram a importância do Projeto de Monitoração de Propaganda e Publicidade de Produtos Sujeitos a Vigilância Sanitária na fiscalização dessas peças publicitárias, assegurando a defesa da saúde da população.

## 5. REFERÊNCIAS

BRASIL. RESOLUÇÃO DA DIRETORIA COLEGIADA Nº102, de 30 de novembro de 2000. Dispõe sobre o regulamento técnico de Propaganda e publicidade de medicamentos. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: setembro, 2005.

KATZ, H.; Media Handbook, ed. Nobel, 2002.

LUPETTI, M.; Planejamento de comunicação; Editora Futura, São Paulo; 2005.

MANUAL: monitoramento de propaganda de produtos sujeitos à vigilância sanitária / Ministério da Saúde, ANVISA, GPROP. Brasília: Ministério da Saúde, 2005.

## 6. FONTE DE FINANCIAMENTO

ANVISA.

---

<sup>1</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia UFG, [marianadepaiva@pop.com.br](mailto:marianadepaiva@pop.com.br)

<sup>2</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Direito UFG, [arthurslopes@hotmail.com](mailto:arthurslopes@hotmail.com)

<sup>3</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Odontologia UFG, [ericatati29@hotmail.com](mailto:ericatati29@hotmail.com)

<sup>4</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG, [joao\\_ataides@yahoo.com.br](mailto:joao_ataides@yahoo.com.br)

<sup>5</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG, [sanfet@bol.com.br](mailto:sanfet@bol.com.br)

<sup>6</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Farmácia UFG, [prmontes@yahoo.com.br](mailto:prmontes@yahoo.com.br)

<sup>7</sup> Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica Faculdade de Nutrição UFG, [lina\\_monteiro2005@yahoo.com.br](mailto:lina_monteiro2005@yahoo.com.br)

<sup>8</sup> Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, [manrique@farmacia.ufg.br](mailto:manrique@farmacia.ufg.br)

<sup>9</sup> Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, [luciana@farmacia.ufg.br](mailto:luciana@farmacia.ufg.br)

<sup>10</sup> Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, [dmarcal@farmacia.ufg.br](mailto:dmarcal@farmacia.ufg.br)

<sup>11</sup> Colaboradora / Faculdade de Farmácia/ UFG, [analtc@farmacia.ufg.br](mailto:analtc@farmacia.ufg.br)

<sup>12</sup> Coordenadora / Faculdade de farmácia/ UFG, [alineta@farmacia.ufg.br](mailto:alineta@farmacia.ufg.br)