



MONITORAÇÃO DA PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS EM GOIÁS

FREITAS, Johnathan Santana de¹; NETO, João da Costa Ataídes²; LOPES, Arthur Soares³; SILVA, Érica Tatiane da⁴; LOBO, Lina Monteiro de Castro⁵; ARAÚJO, Mariana de Paiva⁶; MONTES, Patrícia Regina⁷; TRESVENZOL, Leonice Faustino Manrique⁸; AQUINO, Aline Teixeira de⁹; PRUDENTE, Luciana Rezende¹⁰; ZAMPIERI, Ana Lúcia Teixeira de Carvalho¹¹; LIMA, Dione Marça¹²;

Palavras-Chave: Intoxicação, Medicamentos, Propaganda, Publicidade.

1. INTRODUÇÃO

A publicidade persuasiva consiste numa coletânea de técnicas que visam, em resumo, motivar o consumidor à compra, incrementando as vendas do produto anunciado¹. Quando tais técnicas são aplicadas à propaganda de medicamentos, surgem questões de cunho ético, relativas à saúde pública, uma vez que se tratam de produtos com forte poder de interferir na saúde dos indivíduos, beneficiando-a (quando utilizados de modo racional) ou até prejudicando-a (quando utilizados de modo indiscriminado). Dos 44.486 casos de intoxicação acidental ocorridos no Brasil no ano de 2002, 7.758 (17,4%) ocorreram com medicamentos, sendo este o principal agente causador de intoxicações nos grupos de faixa etária de 0 a 5 anos e 15 a 29 anos. Já nos grupos de 30 a 49 anos os medicamentos são a segunda causa de intoxicações. Vale ressaltar que, do total de óbitos por intoxicações, 58,9% ocorreram na faixa etária, considerada economicamente produtiva, de 20 a 59 anos² – o que gera também impacto econômico.

2. OBJETIVOS

Para fiscalizar a publicidade de medicamentos em Goiás, foi estabelecido um projeto pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em parceria com a UFG, estando o mesmo em sua segunda etapa. O objetivo principal foi monitorar a publicidade de medicamentos no nosso estado, identificando peças irregulares e as denunciando à agência reguladora para que a mesma tome as medidas sanitárias cabíveis em defesa da saúde pública. Outros objetivos associados ao projeto foram o esclarecimento da comunidade sobre o tema e a propagação de informações sobre o uso racional de medicamentos.³

3. METODOLOGIA

De novembro de 2004 a junho de 2005, foram monitorados diariamente 2 jornais locais, 4 horas de programação de emissoras de rádio, 6 horas de programação de TV, uma revista científica e visitados hospitais, farmácias, drogarias, consultórios médicos, odontológicos e de nutrição em busca de impressos publicitários de medicamentos. As peças obtidas foram, então, analisadas seguindo o “Roteiro de Verificação de Conformidade das Publicidades e Propagandas de Medicamentos”, constante do Projeto em parceria com a ANVISA. ³Foram também realizadas palestras em unidades acadêmicas da UFG (Farmácia, Nutrição e Medicina) e para alunos do Colégio Estadual Presidente Costa e Silva sensibilizando-os quanto à importância da análise crítica da publicidade de medicamentos e do uso racional de tais produtos.

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 no Estado de Goiás e populações acadêmicas da UFG abordadas através das palestras educacionais.

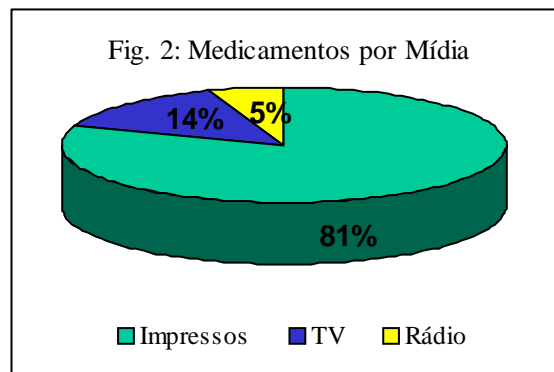
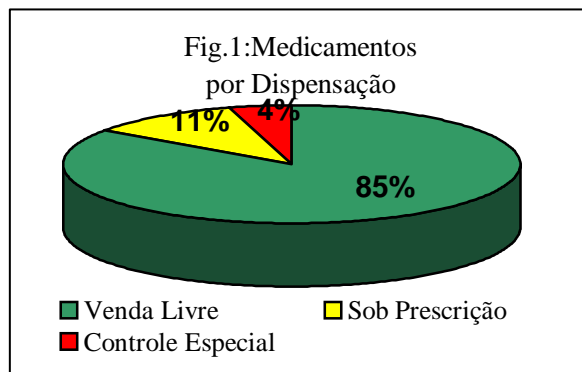
Local de realização

Faculdade de Farmácia/ UFG.

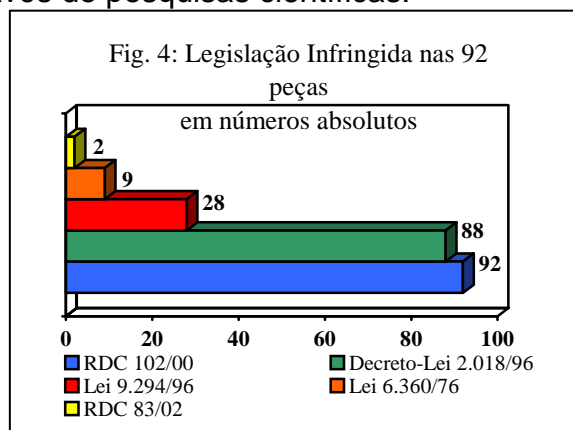
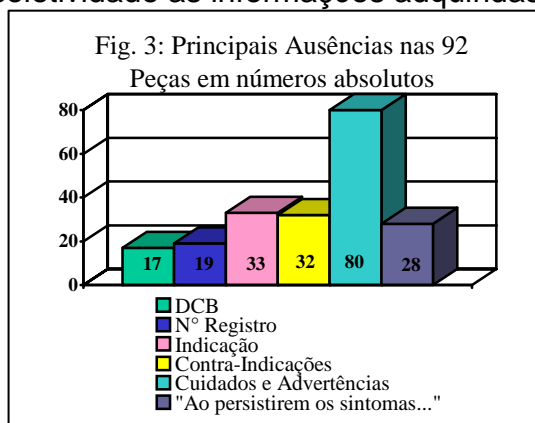
Resultados

Foram preenchidos relatórios de 92 peças publicitárias irregulares captadas. A grande maioria era de medicamentos de venda livre (85%), seguidos por medicamentos de venda sob prescrição (11%) e medicamentos sujeitos a controle especial (4%) (ver figura 1). A mídia impressa foi identificada como a principal veiculadora de peças irregulares (81% das peças), seguidas por TV (14%) e rádio (5%) (ver figura 2). Dentre os impressos, a maioria foi captada em drogarias e farmácias, disponível à população leiga em geral (65% dos impressos). Também foi identificado como importante, a veiculação de encartes promocionais de drogarias em jornais de circulação estadual (15% dos impressos). Fica claro então que as drogarias, farmácias, jornais, rádio e TV constituem mídias importantes para a veiculação de publicidades de medicamentos. Mídias como rádio e TV, embora tenham menor número de propagandas anunciadas, pode potencializar os riscos de propagandas irregulares, pois têm maior abrangência, estando acessíveis a um maior número de ouvintes/telespectadores. A principal classe farmacológica divulgada nos anúncios foi a de analgésicos não opióides (32%), fármacos estes de venda livre e muitos com contra-indicações e efeitos adversos importantes. ^{4e5} Das 92 peças, 80 não traziam os cuidados e advertências necessárias ao uso do produto; 32 não traziam suas contra-indicações, 28 não traziam a advertência obrigatória “Ao persistirem os sintomas o médico deverá ser consultado” e 17 não informavam a composição do produto (Denominação Comum Brasileira - DCB) (ver figura 3). Tais informações, uma vez ausentes, podem levar ao uso indiscriminado de medicamentos, potencializando efeitos adversos, gerando intoxicações e agravos

à saúde. Em todas as peças foi infringida a RDC nº 102/00⁶ (a Resolução que determina as normas para a propaganda de medicamentos no Brasil) e, em muitas delas, também foram infringidas outras legislações sanitárias (ver figura 4), demonstrando assim que tais peças agregaram risco à saúde pública.



Com relação às ações educativas, nas unidades acadêmicas foram promovidas palestras a professores da Faculdade de Medicina da UFG, pós-graduandos da Faculdade de Farmácia (UFG) e acadêmicos da Faculdade de Nutrição e Farmácia (UFG). Também foi realizada uma série de 14 palestras no Colégio Estadual Presidente Costa e Silva de Goiânia, atingindo-se diretamente 457 alunos da rede pública de ensino. Foram abordados a visão crítica da propaganda de medicamentos e o estímulo ao uso racional de tais produtos, assim consolidando-se o papel educador da Universidade perante a população, tornando acessível à coletividade as informações adquiridas através de pesquisas científicas.



4. CONCLUSÃO

Os resultados apresentados comprovaram que as peças publicitárias captadas podem gerar risco à saúde pública sendo o projeto desenvolvido uma iniciativa na restrição deste risco.

5. FINANCIAMENTO: Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (em http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/propaganda_907.asp, acessado em 14/09/2005).

Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas – SINITOX. Banco eletrônico de dados (em <http://www.fiocruz.br/sinitox/2002/umanalise2002.htm>, acessado em 11/09/2005).

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

SILVA, Penildon. Farmacologia. 6.ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2002.

MARTINDALE – The Complete Drug Reference. 33.ed. Londres: Pharmaceutical Press, 2002.

Resolução de Diretoria Colegiada nº 102, de 30 de novembro de 2000. Brasil: Ministério da Saúde. Republicada no Diário Oficial da União de 01 de junho de 2001.

¹ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG sanfet@bol.com.br

² Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG, joao_ataides@yahoo.com.br

³ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Direito, UFG arthurslopes@hotmail.com

⁴ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Odontologia UFG, ericatati29@hotmail.com

⁵ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Nutrição UFG, lina_monteiro2005@yahoo.com.br

⁶ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia UFG, marianadepaiva@pop.com.br

⁷ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Farmácia UFG, prmontes@yahoo.com.br

⁸ Colaboradora/ Faculdade de Farmácia/ UFG, manrique@farmacia.ufg.br

⁹ Colaboradora/ Faculdade de Farmácia/ UFG, alineta@farmacia.ufg.br

¹⁰ Colaboradora/ Faculdade de Farmácia/ UFG, luciana@farmacia.ufg.br

¹¹ Colaboradora/ Faculdade de Farmácia/ UFG, analucia.zampieri@terra.com.br

¹²Coordenadora/ Faculdade de Farmácia/ UFG, dmarcal@farmacia.ufg.br