



MONITORAÇÃO DA PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS: PRINCIPAIS IRREGULARIDADES QUE PODEM LEVAR O PROFISSIONAL ODONTÓLOGO À PRESCRIÇÃO INDUZIDA DE ANALGÉSICOS E ANTINFLAMATÓRIOS.

SILVA, Érica Tatiane¹; LOPES, Arthur Soares²; MONTES, Patrícia Regina³; NETO, João da Costa Ataídes⁴; FREITAS, Johnathan Santana⁵; ARAÚJO, Mariana de Paiva⁶; LOBO, Lina Monteiro Castro⁷; TRESVENZOL, Leonice Faustino Manrique⁸; PRUDENTE, Luciana Rezende⁹; LIMA, Dione Marçal¹⁰; AQUINO, Aline Teixeira¹¹; ZAMPIERI, Ana Lúcia Teixeira Carvalho¹².

1. INTRODUÇÃO

Medicamentos pela sua própria definição legal, são produtos que possuem características altamente específicas, já que seu emprego pressupõe um diagnóstico preciso de uma situação de risco à saúde ⁽¹⁾. Portanto são produtos especiais, cujas peças publicitárias requerem cuidados diferenciados no que tange os aspectos éticos e morais. Como outros profissionais de saúde, os cirurgiões-dentistas estão sujeitos à pressão da indústria farmacêutica e às influências do *marketing*, o que pode levá-los à prescrição induzida de medicamentos. Dentre os medicamentos mais prescritos na prática odontológica, os analgésicos e anti-inflamatórios ocupam lugar de destaque, já que são utilizados na prevenção e no combate da dor inflamatória aguda, como também no período trans ou pós-operatório de intervenções odontológicas invasivas ^(2,3). Vale ressaltar que, devido ao fato da maioria desses medicamentos serem vendidos livremente podem gerar um preocupante risco à saúde pública quando são adquiridos, sem a devida prescrição ⁽⁴⁾. Portanto, o objetivo desse trabalho foi monitorar a propaganda de analgésicos e anti-inflamatórios, detectar as principais irregularidades que podem levar à prescrição induzida e utilização indevida desses.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A monitoração foi realizada a partir de um projeto estabelecido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e a Universidade Federal de Goiás (UFG). Embora o objetivo geral desse projeto tenha sido a monitoração de medicamentos de diferentes classes farmacológicas, alimentos e produtos de saúde, esse trabalho apresentou como objetivo específico a avaliação de propagandas referentes a medicamentos analgésicos e anti-inflamatórios. De novembro de 2004 a abril de 2005 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 97 peças publicitárias irregulares captadas. As peças foram analisadas conforme “Roteiro de Verificação de Conformidade das Publicidades e Propagandas de Medicamentos”⁽⁵⁾, baseado especialmente na RDC nº 102/00⁽⁶⁾ e demais legislações pertinentes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Das 97 peças publicitárias irregulares captadas 61% eram medicamentos, dos quais 25% foram classificados como analgésicos e anti-inflamatórios. Embora o veículo que mais divulgou propagandas desses medicamentos tenha sido o material impresso (67%), a TV (20%) e o rádio (13%) também merecem destaque (figura 01). A prevalência da divulgação através do material impresso para a classe odontológica pode ser entendida a partir do menor custo que representa para o anunciante e da linguagem direta que possui⁽⁷⁾. Entretanto, vale ressaltar que a informação veiculada nesses materiais deve agregar conhecimento científico ao profissional, e, conseqüentemente, levar a escolha racional desses fármacos. Já as propagandas veiculadas nas mídias de TV e rádio, devido à linguagem utilizada, foram mais direcionadas ao público leigo. Isso pode afetar a prescrição tanto indiretamente, através da alteração desta no ponto de venda, quanto diretamente, através da pressão exercida sobre os profissionais, durante a prescrição.

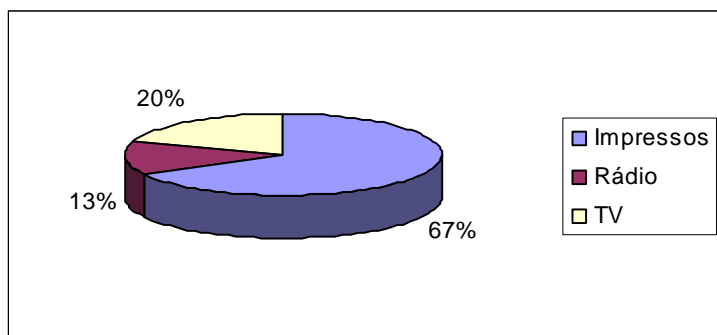


Figura 01: Medicamentos Analgésicos e Anti-inflamatórios por mídia

As principais infrações detectadas nas peças publicitárias de medicamentos analgésicos e anti-inflamatórios estão apresentadas na figura 02. Esses resultados demonstraram que 33% das propagandas analisadas não trouxeram a advertência obrigatória “Ao persistirem os sintomas o médico deverá ser consultado”; 73% sugeriram menor risco e/ou ausência de contra-indicações; 27% não apresentaram o número de registro no MS/ANVISA e 73% estimularam ou induziram o uso indiscriminado do medicamento. Esses resultados demonstraram

ausência de compromisso dos anunciantes com a saúde pública, já que atingiram tanto o cirurgião-dentista, como o público leigo. A ausência dessas informações pode levar ao uso indiscriminado de medicamentos, potencializando efeitos adversos, gerando intoxicações e agravos à saúde. Outra informação relevante consiste na infração de todas as propagandas analisadas à RDC nº 102/00(6) (Resolução que determina as normas para a propaganda de medicamentos no Brasil), além de outras legislações sanitárias, confirmando assim o risco à saúde pública.

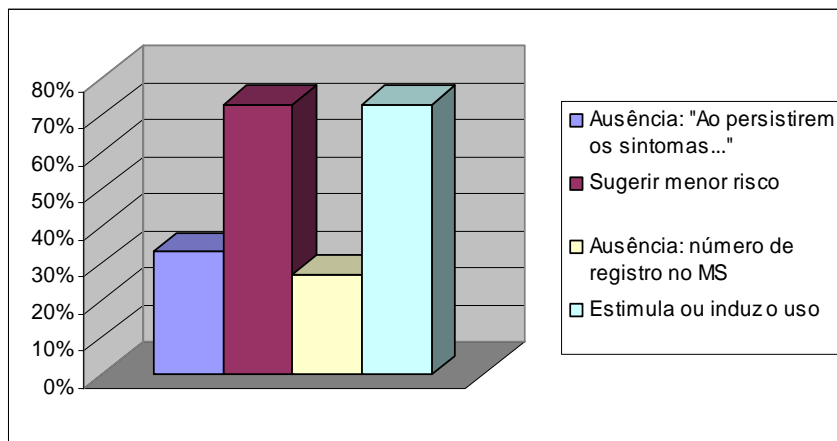


Figura 02- Principais infrações detectadas em propagandas de analgésicos/antinflamatórios

4. CONCLUSÕES

Os resultados demonstraram que, as infrações detectadas a partir de propagandas de medicamentos analgésicos e antiinflamatórios no Estado de Goiás, podem gerar risco à saúde pública. Portanto, o correto teor dessas mensagens publicitárias favorece a prescrição consciente, sendo de suma importância a saúde pública.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIMA M. A.; PETROVICK P. R. Avaliação da publicidade visual de medicamentos em estabelecimentos de Porto Alegre-RS. *Infarma*, Brasília, v. 15, 2003, n. 1/3, p. 52-55, mar-abr.2003.

ANDRADE E.D; RANALI J.; VOLPATO M. C. Uso de medicamentos na prevenção e controle da dor. In: ANDRADE E. D, *Terapêutica medicamentosa em Odontologia*. São Paulo: Artes Médicas, 1999, p. 46.

LIMA R. K. P.; OLIVEIRA-FILHO R. M.; JACOBOWITZ M. Uso de antiinflamatórios não-esteroidais (AINES) no controle da resposta inflamatória inespecífica- Uma revisão. *J Bras Clin Odontol Int*, Curitiba, v.6, n.31, p. 29-33, jan/fev. 2002.

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

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

BRASIL, RDC 102/00. 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: setembro, 2005

MA. A statistical analysis of the magnitude and composition of drug promotion in the United States in 1998. Clin Ther, v.25, n.5, p.1503-17, May 2003.

FINANCIAMENTO: ANVISA

¹Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Odontologia UFG, ericatati29@hotmail.com

²Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Direito UFG, arthurslopes@hotmail.com

³Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmica: Faculdade de Farmácia UFG, prmontes@yahoo.com.br

⁴ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG, joao_ataides@yahoo.com.br

⁵ Bolsista/ Projeto de Extensão da Faculdade de Farmácia. Acadêmico: Faculdade de Medicina UFG, sanfet@bol.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 Nutrição UFG, lina_monteiro2005@yahoo.com.br

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

⁹ Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, luciana@farmacia.ufg.br

¹⁰ Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, dmarcal@farmacia.ufg.br

¹¹Colaboradora / Faculdade de farmácia/ UFG, alineta@farmacia.ufg.br

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