



# Propaganda de medicamentos: um desafio para todas as profissões

## Drug advertising: a challenge for all professions

Recebido em 27/08/2009

Aceito em 22/04/2011

Alexandra Morais de Alexandri<sup>1</sup>, Aline Aparecida Foppa<sup>1</sup>, Ana Carolina Welter<sup>1</sup>, Célia Maria Teixeira De Campos<sup>1\*</sup>, Heloísa Pamplona Cunha<sup>1</sup>, Maria Leonor Santana Scherer<sup>2</sup>, Marina Raijche Mattozo Rover<sup>1</sup>, Marlene Zannin<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Departamento de Ciências Farmacêuticas, Florianópolis, SC, Brasil.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Departamento de Letras e Literaturas Vernáculas, Florianópolis, SC, Brasil.

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Departamento de Toxicologia, Florianópolis, SC, Brasil.

### RESUMO

As propagandas de medicamentos, freqüentemente, são criadas sem levar em consideração os critérios científicos, divulgando somente seus benefícios. A consequência disto é a influência negativa nas prescrições, o consumo indiscriminado e o aumento no número de intoxicações medicamentosas. Buscou-se ampliar o conhecimento dos profissionais de rádio e acadêmicos sobre a propaganda de produtos sujeitos a vigilância sanitária e a importância do uso racional de medicamentos através de uma *webconferência*, na qual foram convidados radialistas da grande Florianópolis. O assunto também foi apresentado no 3º Congresso Brasileiro sobre Uso Racional de Medicamentos e em um curso na 8ª SEPEX. Em decorrência da participação pouco expressiva dos comunicadores da rádio foi enviado para as principais rádios materiais informativos sobre os assuntos abordados na *webconferência*. O trabalho buscou estimular uma reflexão com os acadêmicos sobre a promoção comercial de medicamentos e contribuir para a redução do número de inconformidades nos anúncios de produtos sob vigilância sanitária veiculados nas rádios locais, além de conscientizar os comunicadores e acadêmicos sobre os riscos a saúde relacionada à propaganda irregular. Sabe-se que este é um trabalho o longo prazo e ações como essas devem ser executadas mesmo diante da dificuldade vivenciada.

**Palavras-chave:** Uso de medicamentos Controle da Publicidade de Produtos. Meios de Comunicação

### ABSTRACT

Drugs advertising often are created without considering scientific criteria, publishing only their benefits. The consequence is a negative influence on the receipt, the indiscriminate consumption and the increase in the number of drugs intoxication. Thus we tried to increase the knowledge of radio professionals and academics about the advertisements of products submitted to the sanitary surveillance and the importance of rational use of medicines through the participation of a web conference about this subject. To this webconference were invited broadcasters of Florianopolis city. The subject was also presented in the 3<sup>rd</sup> Brazilian Congress of Rational Use of Medicines and in a course in the 8<sup>th</sup> SEPEX. Due to the little participation of radio communicators, were sent to the most important radios a informative material about the topics of this conference. This work tried to stimulate in the students a reflection about the commercial promotion of pharmaceutical products and also expected to contribute to reduce the number of non-conformities in ads of products under sanitary surveillance propagated in the local radio and to increase the critical consciousness of media professionals and academics about the health risks related to illegal advertising. It is known that this is a work for a long time and actions like this must be performed even in the face of difficulty experienced.

**Keywords:** Drug Utilization, Products Publicity Control, Communications Media

\* **Contato:** Célia Maria Teixeira De Campos, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Departamento de Ciências Farmacêuticas, Florianópolis, SC, Brasil, e-mail: celinha@ccs.ufsc.br

## INTRODUÇÃO

As propagandas são estratégias de *marketing* amplamente utilizadas nos diversos meios de comunicação (Kotler & Armstrong, 2005). As propagandas de medicamentos têm como objetivo exercer influência sobre o público por meio de ações que promovem e/ou induzem à prescrição, dispensação, aquisição e utilização de medicamentos. Na maioria dos casos, as propagandas de medicamentos são criadas sem levar em consideração critérios científicos, divulgando somente seus benefícios e omitindo as informações relativas a sua segurança (Soares, 2008). Isso leva a um aumento do consumo indiscriminado de medicamentos por meio da automedicação e conseqüente aumento do número de intoxicações medicamentosas (Arrais *et al.*, 1997; Bortoletto & Bochner, 1999).

A automedicação é a iniciativa do paciente ou de seu responsável de obter e utilizar um medicamento por conta e risco próprio sem acompanhamento de profissional responsável (Brasil, 1998). Segundo Arrais, a escolha de medicamentos é baseada principalmente na recomendação de pessoas leigas, sendo também relevante a influência de prescrições anteriores (Arrais *et al.*, 1997). A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) menciona dentre as causas da automedicação a propaganda massiva de medicamentos; desespero causado por sintomas ou pela possibilidade de adquirir uma doença; falta de conhecimento sobre os efeitos adversos; tentativa de solucionar problemas de saúde sozinho; ausência de orientação de um farmacêutico (Brasil, 2007).

Os problemas decorrentes da automedicação são principalmente o uso de medicamento inadequado devido à falta de diagnóstico; uso de forma incorreta, pois cada patologia e cada pessoa requerem uma dose, frequência e tempo de tratamento apropriados; intoxicações; alergias; interações; gastos desnecessários; resistência microbiana e alívio de sintomas leves e passageiros podendo mascarar doenças mais graves (Brasil, 2007). Dessa forma, a automedicação se contrapõe ao conceito de uso racional de medicamentos (OMS, 1986).

As intoxicações medicamentosas ocupam o primeiro lugar no ranking de intoxicações no Brasil, sendo responsável por cerca de 18% dos casos de mortes por intoxicações são causados por medicamentos. Os calmantes, antigripais, antidepressivos e antiinflamatórios são os medicamentos mais comumente relacionados aos casos de intoxicações (Alonzo & Corrêa, 2001). Em 2006, o Sistema Nacional de Informações Tóxico Farmacológicas (SINITOX) consolidou a ocorrência de aproximadamente 113 mil casos de intoxicação humana, sendo que deste total, os medicamentos responderam por 30,7% (Brasil, 2006). Assim, o medicamento é o principal agente tóxico que causa intoxicação em seres humanos no país, ocupando o primeiro lugar, nas estatísticas do SINITOX, desde 1994 (Bortoletto & Bochner, 1999).

A regulação da propaganda de medicamentos no Brasil teve suas primeiras normas publicadas no âmbito da Lei 6.360 de 1976, regulamentada pelo Decreto 79.094 de

1977 (Brasil, 1976; Brasil, 1977). No ano de 2000, a ANVISA publicou a Resolução de Diretoria Colegiada (RDC) 102/2000, que atualiza e reafirma várias determinações legais já existentes. Na RDC 102/2000, destaca-se a exigência de constar, em português, de forma clara e precisa, a contra-indicação principal do medicamento. Esta norma veda a realização de propagandas que contenham comparações que não estejam baseadas em informações comprovadas por estudos clínicos veiculados em publicações indexadas e a prática de provocar temor, angústia ou sugerir que a saúde de uma pessoa será ou poderá ser afetada por não usar o medicamento. Proíbe a atribuição de propriedades curativas ao medicamento quando este é destinado apenas ao tratamento sintomático e ao controle de doenças crônicas e afirma que a publicidade não pode sugerir ausência de efeitos colaterais ou adversos, ou utilizar expressões como: "inócuo", "seguro" ou "produto natural" (Brasil, 2000).

Um estudo realizado em Goiás avaliou a propaganda/publicidade de medicamentos, constatou que a maioria das propagandas se tratava de medicamentos de venda livre (88,63%). Nesse mesmo trabalho a mídia impressa foi identificada como a principal veiculadora de peças irregulares (81,06%), seguidas pela televisão (14,40%) e rádio (4,54%), sendo que das 132 peças analisadas foram constatadas diversas não conformidades com a legislação, com destaque para a ausência de informações sobre "cuidados e advertências" (Freitas, *et al.*, 2005).

Em outro estudo realizado em São Paulo verificou-se que 3,6% dos produtos veiculados nos anúncios analisados não eram registrados; 17,5% das campanhas publicitárias não apresentaram a principal contra-indicação do medicamento; 15,5% do material analisado estimulavam e/ou induziam ao uso indiscriminado de medicamentos, cujo consumo exige prescrição médica e que 38,5% das campanhas de vendas com receita médica não apresentavam o número do registro no Ministério da Saúde (Luchessi *et al.*, 2005).

Ao analisar cem peças publicitárias de medicamentos e comparar o conteúdo destes anúncios (imagens, texto e indicações terapêuticas de cada produto) com as disposições exigidas pela legislação que regula a prática da propaganda farmacêutica, Nascimento e Sayd concluíram que todas as cem peças infringem pelo menos um artigo da norma, sendo que a média por peça ultrapassa quatro infrações (Nascimento & Sayd, 2005). A própria ANVISA afirmou após analisar 6.002 peças publicitárias que "mais de 90% das peças publicitárias de medicamentos apresentavam informações irregulares, o que contribui para a desinformação de profissionais e consumidores" (BRASIL, 2005). Percebe-se uma significativa fragilidade no modelo de regulação da propaganda de medicamentos no Brasil. (Nascimento & Sayd, 2005; Soares, 2008).

Nesse sentido a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) com a participação das Vigilâncias Sanitárias do Estado de Santa Catarina e Secretarias Estadual de

Educação, vem desenvolvendo o Projeto de Educação e Informação da Gerência-Geral de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda (GPROP), de Publicidade, de Promoção e de Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária (Fase III), cujo objetivo é estimular e apoiar ações estratégicas de educação e informação, de maneira a promover discussões sobre propaganda de produtos sujeitos à vigilância sanitária, uso racional de medicamentos e alimentação saudável.

Assim, o presente artigo tem como objetivo apresentar um relato sobre uma experiência de discussão sobre a propaganda de medicamentos com os comunicadores de rádio e acadêmicos, que tem como intuito a ampliação do conhecimento destes sobre as normas que regulamentam a divulgação dos produtos sujeitos a vigilância sanitária, os problemas relacionados, bem como a importância do uso racional de medicamentos.

## MATERIAL E MÉTODOS

A fim de facilitar a participação dos comunicadores de rádio, escolhemos travar a discussão por meio de uma *webconferência*. A obtenção da relação das rádios da região da grande Florianópolis se deu por meio de contato com a Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão e Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão que se comprometeram em repassar o convite para seus associados. Além disso, as cinco principais rádios da grande Florianópolis foram convidadas pessoalmente, e outras foram contatadas via e-mail e contato telefônico. A *webconferência* foi realizada para comunicadores de rádio, publicitários, jornalistas e empresários de comunicação no dia 03 de junho de 2009 na Rede Universitária de Telemedicina do Hospital Universitário da UFSC. A *webconferência* foi intitulada: “Propaganda de medicamentos: um desafio para todas as profissões”. Para a sua realização contou-se com a colaboração de um representante da ANVISA que abordou assuntos referentes à legislação que regulamenta a divulgação ou promoção comercial de produtos sujeitos a Vigilância Sanitária, incluindo a RDC 96/2008; e, professores da UFSC que apresentaram a influência da indústria na prescrição/uso de medicamentos, as consequências e estatísticas do uso indiscriminado de medicamentos. A fim de atingir um número maior de comunicadores de rádio e despertar neles a discussão acerca da temática, também, foi elaborada uma cartilha informativa com orientações e critérios sobre propaganda de medicamentos, sendo esta enviada para as principais rádios de Florianópolis juntamente com um DVD contendo o conteúdo da *webconferência*. A experiência vivenciada foi levada na forma de apresentação de *poster* ao 3º Congresso Brasileiro sobre Uso Racional de Medicamentos em Fortaleza/Ceará no mês de outubro de 2009.

No intuito de promover discussões multidisciplinares entre alunos de graduação dos cursos de jornalismo, direito, medicina e farmácia sobre propaganda de produtos sujeitos à vigilância sanitária no Brasil e o seu impacto no Uso Racional de Medicamentos, foi ministrado um curso na 8ª Semana de Pesquisa e Extensão da UFSC (SEPEX),

no dia 21 de outubro de 2009, intitulado: “Informação sobre propaganda e uso racional de medicamentos. O foco do evento foi o impacto social, econômico e a análise frente à legislação vigente da propaganda de medicamentos, seus riscos e perigos, e ainda, temas relacionados como o uso racional de medicamentos.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O papel da mídia extrapola a simples função de informar, tendo o poder de influenciar a opinião pública e auxiliar o processo de educação da sociedade. Sabendo-se dessa abrangência da rádio e do importante papel do radialista nessa relação de proximidade com o ouvinte é que a ANVISA em parceria com as universidades desenvolve este projeto de conscientização (Brasil, 2008).

Na *webconferência* foram discutidos os riscos à saúde da população relacionados à propaganda irregular, e a legislação referente a publicidade, propaganda e promoção de produtos sujeitos à Vigilância Sanitária na qual os veículos de comunicação respondem legalmente em caso de infração sanitária.

A participação na *webconferência* foi pouco expressiva por parte dos comunicadores de rádio no evento, apesar da demonstração de interesse verificada nos e-mails enviados por eles. Percebe-se um descomprometimento dos mesmos com relação a problemática da propaganda de medicamentos e dos riscos que podem ocorrer advindos de uma peça publicitária ser vinculada sem que alguns cuidados sejam tomados. Isso talvez possa ser explicado pelo fato que é por meio da propaganda que as rádios e meios de comunicação em geral têm sua maior lucratividade. O conhecimento da legislação impõe algumas normas que podem limitar o desenvolvimento do seu serviço e prejudicar assim, a lucratividade. Dessa forma a omissão desse conhecimento pode ser interessante, visto que possibilita a atribuição dos erros ao não conhecimento.

O tema foi apresentado na forma de *poster* no 3º Congresso Brasileiro sobre Uso Racional de Medicamentos, o qual amplia a divulgação sobre as consequências da propaganda irregular e demonstra uma estratégia para trabalhar o assunto com os comunicadores de rádio. Além disso, os estudantes de jornalismo da UFSC publicaram uma matéria sobre o assunto no jornal ZERO (ano XXVII, número 3).

O curso realizado na 8ª. SEPEX contou com a participação de oito acadêmicos dos cursos de farmácia, enfermagem e jornalismo. Os assuntos trabalhados nesse evento possibilitaram uma reflexão, através de exemplos trazidos pelos participantes sobre as principais infrações observadas cotidianamente, a cerca da importância do cumprimento das normas legais, os benefícios da propaganda realizada de forma ética e dos riscos das propagandas que não respeitam os dispositivos legais.

Percebe-se que há existência de alguns estudos nacionais tem verificado o grande número de irregularidades nas peças publicitárias que circulam em nosso país (Freitas, *et al*, 2005; Luchessi *et al.*, 2005; Brasil, 2005), sendo que

estes estudos se restringem a analisar as infrações praticadas por meios de comunicação. Trabalhos de conscientização sobre o tema com a população e profissionais envolvidos na área da comunicação são escassos e devem ser estimulados uma vez que, a fiscalização e punição das irregularidades cometidas atualmente são realizadas *a posteriori* do cometimento da infração quando a população já foi exposta a risco sanitário (Nascimento & Sayd, 2005).

Estes dados podem auxiliar às autoridades a modernizar e atualizar o regulamento da propaganda de medicamentos, bem como na implementação de políticas de educação e conscientização da população sobre os perigos da automedicação.

Segundo Nascimento a regulação da propaganda de medicamentos no Brasil incorpora algumas fragilidades que resultam no grande número de inconformidades observadas. Porém ressalta que há saídas viáveis para a superação das deficiências verificadas hoje, como por exemplo, através do estabelecimento de aprovação prévia das peças publicitárias cumprindo desta forma, a estratégica função de prevenir o risco a que a sociedade puder vir a ser exposta (Nascimento, 2009).

## CONCLUSÃO

Com essa iniciativa buscou-se contribuir para a redução do número de inconformidades nos anúncios de produtos sob vigilância sanitária veiculados nas rádios locais e conscientizar os comunicadores da importância de ter um senso crítico antes de anunciar uma propaganda relacionada a medicamentos. No ambiente acadêmico buscou-se sensibilizar e envolver todo o meio na discussão da problemática. Sabe-se que este é um trabalho o longo prazo e ações como essas devem ser executadas mesmo diante da dificuldade vivenciada, de trazer os comunicadores para um diálogo a cerca da temática.

## REFERÊNCIAS

Alonzo HGA. & Corrêa CL. Analgésicos, antipiréticos e antiinflamatórios não esteroidais: dados epidemiológicos em seis centros de controle de intoxicações do Brasil. *Rev Bras Toxicol.* 14(2): 49-54, 2001.

Arrais PSD, Coelho HLL, Batista MCDS, Carvalho ML, Righi RE, Arnau JM. Perfil da automedicação no Brasil. *Rev Saúde Pública.* 31(1): 76, 1997.

Bortoletto ME & Bochner R. Impacto dos medicamentos nas intoxicações humanas no Brasil. *Cad Saúde Pública.* 15(4): 859-69, 1999.

Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. O controle necessário para as propagandas na construção da cidadania. Disponível em: [HTTP://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2005/261205\\_1\\_texto\\_de\\_esclarecimento.pdf](http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2005/261205_1_texto_de_esclarecimento.pdf). Acesso 6 jun. 2008.

Brasil. Ministério da Saúde. Fundação Oswaldo Cruz. Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas - Sinitox. Centro de Informação Científica e

Tecnológicas. Casos registrados de intoxicação humana e envenenamento. Brasil, 2006. Disponível em: <http://www.fiocruz.br/sinitox/>. Acesso 26 jan.2009.

Brasil. Ministério da Saúde. Portaria n 3916, de 30 de outubro de 1998. Aprova a Política Nacional de Medicamentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 10 nov. 1998.

Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos sujeitos a Vigilância Sanitária (GPROP/DIFRA). Projeto de educação e promoção da saúde no contexto escolar: o contributo da Agência Nacional de Vigilância Sanitária para uso racional de medicamentos. Caderno do Professor, Brasília, ANVISA, p.40, 2007.

Brasil. Decreto n 79.094 de 5 de janeiro de 1977. Regulamenta a Lei no 6.360, de 23 de setembro de 1976, que submete a sistema de vigilância sanitária os medicamentos, insumos farmacêuticos, drogas, correlatos, cosméticos, produtos de higiene, saneantes e outros. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 jan. 1977.

Brasil. Resolução RDC n.102, de 30 de novembro de 2000. Aprova o Regulamento sobre propagandas, mensagens publicitárias e promocionais e outras práticas cujo objeto seja a divulgação, promoção ou comercialização de medicamentos de produção nacional ou importados, quaisquer que sejam as formas e meios de sua veiculação, incluindo as transmitidas no decorrer da programação normal das emissoras de rádio e televisão. Diário Oficial da União, Brasília, 01 dez 2000.

Brasil. Lei n. 6360, de 23 de setembro de 1976. Dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 24 set. 1976.

Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 96, de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 dez. 2008.

Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Nas ondas do Rádio. Orientações e dicas para comunicadores de rádio sobre a propaganda de medicamentos (2008). Disponível em:

[http://www.anvisa.gov.br/propaganda/educacao\\_saude/gui\\_a\\_orientações\\_radio\\_atualizado\\_final.pdf](http://www.anvisa.gov.br/propaganda/educacao_saude/gui_a_orientações_radio_atualizado_final.pdf). Acesso 10 nov. 2009.

Freitas JS, Zampierre ALTC, Aquino AT, Lobo LMC, Montes PR, Soares A, Silva ET, Neto JCA, Araujo MP, Tresvenzol LFM, Prudente LR, Lima DM. Análise da Publicidade de Medicamentos veiculada em Goiás – Brasil. *Rev. Elet. Farm.* 2 (S2):194-97, 2005.

Kotler P & Armstrong G. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2005.

Luchessi AD, Marçal BF, Araújo GF, Rocha MRG, Pinto TJA. Monitoração de propaganda e publicidade de medicamentos: âmbito de São Paulo. *Rev. Bras. Ciênc. Farm.* 41(3): 345-50, 2005.

Nascimento AC & Sayd JD. Ao persistirem os sintomas o médico deverá ser consultado: isto é regulação? *Rev. Saúde Coletiva.* 15 (2): 67-75, 2005.

Nascimento AC. Propaganda de medicamentos no Brasil. É possível regular? *Ciênc Saúde Col.* 14(3):869-77, 2009.

OMS (Organização Mundial da Saúde). Guidelines for the medical assesment of drugs for use in self medication. Copenhagen, 1986.

Soares JCRS. Quando o anúncio é bom, todo mundo compra: o projeto Monitoração da propaganda de medicamentos no Brasil. *Ciênc Saúde Colet.* s.13, p. 641-49, 2008.