

PROPAGANDAS DE MEDICAMENTOS EM REVISTAS MÉDICAS: MARKETING OU SEGURANÇA?

Wesley V. Moraes¹, Gabriela Maria R. Ribeiro¹, Bruna Maria M. Pereira¹, Juliana Maria R. S. Crespo²

1. Estudante de Farmácia da Faculdade de Minas - FAMINAS; *owenmoraes@hotmail.com

2. Professor/Orientador do curso de Farmácia, FAMINAS, Muriaé/MG

Palavras Chave: Anúncios, OMS, Medicamentos.

Introdução

A automedicação e o uso irracional de medicamentos vêm crescendo devido a diversos fatores políticos, econômicos e culturais [1]. As propagandas de medicamentos em diversos meios de comunicação estimulam de forma indireta seu consumo inadequado, dando a impressão que não causam problemas à saúde, apenas benefícios [2]. Os argumentos visuais e não visuais utilizados nas propagandas incentivam o médico na escolha do fármaco para o paciente [3]. Considerando a importância do tema, o presente estudo objetiva documentar e analisar a qualidade das propagandas de medicamentos em revistas médicas, seguindo critérios éticos estabelecidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Resultados e Discussão

Foram selecionadas três classes de Revistas Brasileira destinadas aos profissionais médicos; sendo 26 Revistas Brasileira de Anestesiologia (RBA), 3 Revistas Brasileira de Medicina (RBM) e outras 2; ambas com edições variadas e bimestrais do ano de 2003 à 2012. Foi analisada a qualidade das propagandas utilizando como base os Critérios Éticos para a Promoção de Medicamentos, da OMS, sendo estes básicos e obrigatórios. Em seguida, foram selecionados os anúncios com base nas classes terapêuticas mais presentes. No total, foram encontrados 72 anúncios de propaganda de medicamentos, sendo 56 na RBA, 13 na RBM e 3 em outras. Na Tabela 1, representada, observa-se os critérios obrigatórios pela OMS para constarem nas propagandas de medicamentos em revistas e resultados obtidos.

Tabela 1: Freqüência dos critérios sugeridos pela OMS para constarem das informações sobre medicamentos presentes no conjunto das três revistas selecionadas (em números absolutos e em porcentagem).

Critérios propostos pela OMS	Revista Brasileira de Anestesiologia		Revista Brasileira de Medicina		Outras	
	Anúncios com presença	%	Anúncios com presença	%	Anúncios com presença	%
Nome Genérico	3	5,35	0	0	0	0
Mecanismo de ação	3	5,35	2	15,38	1	33,33
Efeito Farmacológico	56	100,0	13	100,0	3	100,0
Indicação Terapêutica	56	100,0	12	92,30	3	100,0
Contraindicações	56	100,0	13	100,0	3	100,0
Posologia	50	89,28	12	92,30	3	100,0
Reações Adversas	52	92,85	11	84,61	3	100,0
Interação Medicam.	40	71,42	11	84,61	1	33,33
Superdosagem	30	53,57	4	30,76	1	33,33
Apres. Farmacêutica	50	89,28	10	76,92	3	100,0
Fabricante/Importador	56	100,0	13	100,0	3	100,0
Total = 72	56	100,0	13	100,0	3	100,0

Nas Tabelas 2 e 3, podem-se observar as classes terapêuticas e laboratórios mais frequentemente citados nos anúncios.

Tabela 2: Categorias terapêuticas mais frequentemente anunciadas no conjunto das três revistas analisadas (em números absolutos e em porcentagem).

Categoria terapêutica	Anúncios com presença	%
Anestésicos	26	36,11
Anti-hipertensivos	23	31,94
Bloqueadores Neuromusculares	9	12,5
Antiestrogênicos	4	5,55
Antineoplásicos	9	12,5
Analgésicos	1	1,38
Total	72	100,0

Tabela 3: Laboratórios e Indústrias Farmacêuticas anunciadas no conjunto das três revistas analisadas (em números absolutos e em porcentagem).

Laboratórios e Indústrias	Anúncios com presença	%
Cristália	50	69,44
BioChimico	19	26,38
Eurofarma	3	4,16
Total	72	100,0

Conclusões

Pode-se dizer que os medicamentos são vistos e tratados como um simples bem de consumo, onde o importante é gerar lucro. Fato este, resultante das propagandas incompletas em revistas médicas cometendo infrações gravíssimas? Eis a questão. Referente ao estudo observa-se que a real importância dos laboratórios/indústrias era promover seu marketing; não obstante, deixando de lado informações valiosas e importantes a respeito dos fármacos; que farão total diferença no conhecimento técnico-científico dos médicos no momento da prescrição, com a finalidade de evitar erros, promover, proteger e recuperar a saúde da população.

[1] ARAUJO, A. L. A.; UETA, J. M.; FREITAS, O. Assistência farmacêutica como um modelo tecnológico em atenção primária à saúde. *Rev. Ciênc. Farm. Bási. Apl.*, v. 26, n.2, p. 87-92, 2005. [2] AQUINO, D. S. D. Por que o uso racional de medicamentos deve ser uma prioridade? *Rev. Ciênc. & Saúde Col.*, 13(Sup):733-736, 2008. [3] PIZZOL, F. D.; SILVA, T. D.; SCHENKEL, E. P. Análise da adequação das propagandas de medicamentos dirigidas à categoria médica distribuídas no Sul do Brasil. *Cad. Saúde Públ.*, Rio de Janeiro, 14(1):85-91, jan-mar, 1998. [4] FAGUNDES, M. J. D. *et al.* Análise bioética da propaganda e publicidade de medicamentos. *Rev. Ciênc. & Saúde Col.*, 12(1):221-229, 2007.