

Vanessa Teles de Almeida^a

Jéssica Nayane Pereira^a

Ana Lúcia Teixeira de
Carvalho Zampieri^{a*}

^aCentro Universitário de Anápolis
(UniEVANGÉLICA), Curso de
Farmácia.

*Autor para correspondência:
Farmácia Escola da
UniEVANGÉLICA – Avenida
Universitária, km 3,5, Cidade
Universitária. CEP 75083-515,
Anápolis, Goiás. E-mail:
analucia.zampieri@terra.com.br
Telefone: +55(62)3310.6780.



Congresso de Ciências
Farmacêuticas do Brasil Central



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-
GRADUAÇÃO

Endereço: BR-153 – Quadra Área
75.132-903 – Anápolis –
revista.prp@ueg.br

Coordenação:
GERÊNCIA DE PESQUISA
Coordenação de Projetos e Publicações

Publicação: 19 de setembro de 2013

Modalidade: Graduação

ANÁLISE QUALITATIVA DE MATERIAL PUBLICITÁRIO DIRECIONADO AO PÚBLICO LEIGO DA CIDADE DE ANÁPOLIS - GOIÁS

QUALITATIVE ANALYSIS OF ADVERTISING MATERIAL DIRECTED TO LAY PEOPLE OF ANAPOLIS CITY – GOIAS

RESUMO

Introdução e objetivos: a propaganda de medicamentos visa o marketing, por isso geralmente não alerta sobre os riscos sanitários do consumo indiscriminado de substâncias farmacológicas e muito menos, sobre o uso racional de medicamentos (URM). O objetivo desse trabalho foi monitorar a qualidade da propaganda de medicamentos, na cidade de Anápolis, Goiás, dirigida à população em geral, frente à legislação em vigor, com ênfase na RDC nº96/2008. **Metodologia:** 20 peças publicitárias de medicamentos foram coletadas ao acaso, em quatro das principais redes de drogarias da cidade. A pesquisa foi qualitativa e a análise baseada no risco sanitário, publicitário e legal. **Resultados e discussões:** todas as peças apresentaram infrações, como, ausência de advertências, estímulo ao uso indiscriminado, preços informados incorretamente, ilegibilidade, ausência do número de registro na ANVISA, data de publicação da peça, inclusão de imagens e mensagens direcionadas a crianças, anúncio do medicamento como novo, estímulo de diagnóstico, indicação de características organolépticas agradáveis, imagens indicando o sabor do medicamento e uso de linguagem direta ou indireta relacionando o medicamento ao desempenho físico, intelectual, emocional, sexual ou à beleza. A propaganda de medicamentos tem se tornado um catalisador de problemas e não um aliado à saúde^{1,2}. **Conclusões:** os resultados evidenciaram a necessidade de maior controle das peças publicitárias divulgadas em Anápolis, ressaltando a importância da orientação à população sobre o URM.

Palavras-chave: promoção em saúde, publicidade de medicamentos, legislação sanitária.

ABSTRACT

Introduction and objectives: the drug advertising aimed at marketing, so it usually does not warn about the health risks of indiscriminate use of pharmacological substances and much less on rational drug use. The main line of this study was to observe the quality of drugs advertisements in the city of Anápolis, Goiás, addressed to the general population, compared to the existing legislation, with an emphasis on RDC 96/2008. **Methodology:** 20 drug advertisements were randomly collected in four major drugstore chains in the city. The research was based on qualitative analysis and health risk, publicist and legal. **Results and discussion:** all the pieces presented infractions, as, no warnings, encouragement to use indiscriminate prices reported incorrectly, illegibility, no registration of ANVISA's number, publication date, including images and messages directed to children, advertising the product as new, stimulus diagnostic, indication of pleasant organoleptic characteristics, images indicating the taste of the medicine and the use of directly or indirectly language linking the medication to physical, intellectual, emotional, sexual or beauty. The drug advertisements have become a catalyst of problems and not a health allied^{1,2}. **Conclusions:** the results highlighted the need for greater control of advertising published in Anápolis, emphasizing the importance of guidance to the public on the rational drug use.

Keywords: health promotion, advertising of medicines, sanitary legislation.

¹ SILVA RB, CORTE TWF. A propaganda de medicamentos e sua adequação conforme a RDC 96/2008. *Revistas Eletrônicas de Graduação PUCRS*. V. 3, p. 1-11. 2009.

² RAMALHO, V.C.V.S. *Discurso e ideologia na propaganda de medicamentos: um estudo crítico sobre mudanças sociais e discursivas*. Brasília: UnB, 2008. (Tese de Doutorado).