
PROJETO DE EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO DA GERÊNCIA GERAL DE MONITORAMENTO E FISCALIZAÇÃO DE PROPAGANDA, PUBLICIDADE, PROMOÇÃO E INFORMAÇÃO DE PRODUTOS SUJEITOS À VIGILÂNCIA SANITÁRIA: UM RELATO SOBRE AS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELA UFPR E SEU IMPACTO.

EDUCATION PROJECT AND INFORMATION OF THE GENERAL MANAGEMENT OF MONITORING AND PROPAGANDA FISCALIZATION, PUBLICITY, PROMOTION AND INFORMATION OF PRODUCTS SUBJECT TO THE SANITARY SURVEILLANCE: A REPORT ABOUT THE ACTIVITIES DEVELOPED BY UFPR AND ITS IMPACT.

LENZI, Luana.¹; VENSON, Rafael¹; PONTAROLO, Roberto²

1 – Mestrando(a) do Programa de Pós-Graduação em Ciências Farmacêuticas – Universidade Federal do Paraná

Email: luanalnz@yahoo.com.br

2 – Doutor em Bioquímica; Professor do Departamento de Farmácia – Universidade Federal do Paraná

REC: 08/09 AC: 09/09

RESUMO:

Desde 2002 a ANVISA, em parceria com Universidades, realiza atividades de monitoração de propaganda de produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária. Durante o ano de 2009, surgiu um novo projeto, vinculado às etapas de monitoração, objetivando informar e educar a população e os profissionais atuantes na divulgação das propagandas. Durante as monitorações evidenciou-se alta quantidade de infrações nas peças publicitárias de diversas mídias, destacando entre estas, o rádio. Assim, surgiu a necessidade de se tratar o assunto fora dos órgãos reguladores, pois as irregularidades ultrapassam o campo legal e invadem o social, devendo ser tratado como um problema de saúde pública. A falta de conhecimento dos profissionais que divulgam esses produtos leva a infrações sanitárias e a falta de conhecimento dos pacientes leva a uma automedicação potencialmente perigosa. Com o objetivo de conscientizar radialistas de seu papel social na divulgação de produtos para a saúde, realizou-se um evento educativo e distribuiu-se material informativo. A fim de ensinar a comunidade em relação ao consumo e uso adequado de produtos ligados à saúde tais como alimentos e medicamentos, o projeto atuou na comunidade escolar por meio de atividades educativas com crianças do ensino fundamental e seus pais. Tanto as atividades com radialistas quanto as atividades pedagógicas surtiram o efeito desejado: despertar o interesse e a curiosidade dos ouvintes sobre os temas abordados, caracterizando um impacto positivo na realização deste projeto.

Palavras-chave: automedicação, propaganda, medicamento, uso racional de medicamentos.

ABSTRACT:

Since 2002, ANVISA, with universities, do activities of product for health advertisement monitoring. During 2009, a new project began, related to the monitoring steps. It aimed to teach people and communication professionals. During the monitoration several legal infractions were detected in different kinds of medias, including the radio. Thus, the need to discuss the subject out of the regulatory organs arose because the irregularities go beyond the legal field and go to the social field. It must be treated like a problem of the public health. The lack of knowledge of communication professionals leads to legal irregularities, and the lack of knowledge of the patients leads to a potentially dangerous selfmedication. Aiming to aware the broadcasters of their social role in disclosing health products, an event was done and educative material was distributed. With the objective to teach the community about the

adequate use of these products, such as medicines and food, the project intervened in an scholar community through educative activities with children of fundamental teaching and their parents. Not only the activities with broadcasters but also the pedagogical activities were considered effective, since they arose the interest and the curiosity of people about the themes, what characterized a positive outcome of this work.

Keywords: selfmedication, disclose, medicine, rational use of medicines

1. INTRODUÇÃO

Desde o ano de 2002, a Universidade Federal do Paraná faz parte de um projeto desenvolvido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, inicialmente denominado de Projeto de Monitoração de Propaganda de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária. Esse projeto passou por três etapas anteriores até chegar à quarta fase, realizada durante o ano de 2009 e que tomou o nome de Projeto de Educação e Informação da Gerência Geral de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária.

O projeto visava, no início, somente conciliar conhecimento técnico-científico, aliado à ética e a questões sociais, para desenvolver um estudo sobre a qualidade da publicidade e propaganda de medicamentos veiculada nos mais diversos tipos de mídia. Porém o projeto tomou dimensões maiores com o passar dos anos, e hoje tem um papel social importante, buscando informar e educar a população e os profissionais que atuam na divulgação das propagandas.

Além de objetivar uma redução da exposição da população à publicidade abusiva e enganosa, minimizando os riscos relacionados ao uso inadequado de medicamentos, possui ainda o objetivo de subsidiar o aprimoramento da legislação e propiciar a implementação de novas políticas de educação e conscientização sobre o uso racional de medicamentos.

A simples existência de uma legislação específica sobre o assunto, por mais direta e clara que seja não é garantia de que será cumprida. Prova disso é que diversos trabalhos de pesquisa, realizados depois da publicação da RDC nº. 102/00 (PETROVICK, 2003; CARVALHO, 2004; NASCIMENTO, 2003; WZOREK, 2003; RESENER, 2004; MASTROIANNI, 2003) confirmam que apesar do aparente caráter informativo, muitas infrações são cometidas. No que diz respeito à presença de informações essenciais exigidas pela legislação (como contraindicações, DCB/DCI, reações adversas) estas estão presentes em média, em 70% das propagandas brasileiras.

A Constituição Federal atribui ao Estado, além de outras prerrogativas, a proteção da pessoa e da família quanto à publicidade de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente, inclusive com restrições legais à propaganda (BRASIL, 1988).

Não basta informar e orientar o setor regulado para que este cumpra as normas estabelecidas e se reconheça como sujeito atuante no processo de proteção e promoção da saúde da sociedade. De igual importância é a informação e a orientação do indivíduo comum, para que este tome consciência dos seus direitos e dos perigos a que sua saúde é exposta quando as regras sanitárias não são obedecidas.

Uma população informada e com postura fiscalizadora promove saúde, assume

a defesa sanitária própria e de sua comunidade, obrigando produtores e fornecedores à mudança de atitudes, no sentido de oferecer à população produtos e serviços de qualidade, que não coloquem a sua saúde em risco (GARRAFA, 2007).

O consumidor consciente dos seus direitos e responsabilidades, e bem informado das normas sanitárias, exige seu cumprimento. Pois, embora existam órgãos de fiscalização em todas as etapas de produção e comercialização, somente o consumidor final é capaz de avaliar criticamente o produto que lhe é oferecido e denunciar quando entender que seus direitos foram desrespeitados (FAGUNDES, 2007).

Para a informação e educação da comunidade, o projeto buscou trabalhar com alunos do ensino fundamental, tomando como princípio a transformação do aluno em um multiplicador do conhecimento para os seus familiares e demais indivíduos do seu convívio. Este princípio fundamentou-se nos resultados alcançados em etapas anteriores, onde as crianças participantes do projeto tornaram-se peça fundamental na sua divulgação e conseqüentemente no sucesso das atividades realizadas.

A propaganda de medicamentos isentos de prescrição, nitidamente voltada ao público leigo, enfatiza os benefícios do uso do produto, e não os problemas advindos do seu uso. Essa espécie de propaganda não educa, mas sim estimula o consumo de medicamentos e apóia a automedicação, trazendo o medicamento como o único artifício capaz de curar, apresentando-o como uma solução (CUSTÓDIO, 2008; PACHELLI, 2003).

Os prejuízos trazidos pela propaganda irregular de medicamentos são diversos: agravamento do estado de saúde do paciente; falta de estabelecimento de uma farmacoterapia adequada; intoxicação pela falta de conhecimento quanto ao correto uso e aos eventos adversos decorrentes do seu uso; entre outros (SANTI, 1999).

Dessa forma, é parte integrante desse projeto, a educação e informação de uma das classes de profissionais que realiza a divulgação de propagandas de produtos sujeitos à Vigilância Sanitária – o radialista. Este grupo de profissionais foi selecionado para o projeto por inúmeros motivos, dentre os quais, citam-se: o grande número de peças publicitárias de produtos pertencentes ao escopo do projeto divulgadas nesse tipo de mídia; o grande número de irregularidades encontradas nas peças publicitárias de rádio analisadas durante as etapas anteriores do projeto; o alto risco sanitário associado à divulgação dessas propagandas irregulares nesse tipo de mídia; e a possibilidade do anunciante (o radialista) interferir diretamente no texto publicitário, podendo enfatizar ou criar palavras, frases ou chavões inapropriados, no inocente instinto de melhorar a divulgação ou o apelo do ouvinte pelo anúncio realizado.

Desde o seu surgimento e fortalecimento, entre os anos 20 e os 60 do século XX, o rádio foi o principal veículo de comunicação de massa do Brasil. Ao final dos anos 50 e início dos 60, estava consolidado em sua posição de meio de comunicação de massa, representando um elemento fundamental na formação de hábitos na sociedade brasileira. O rádio ajudou a criar novas práticas culturais e de consumo por toda a sociedade brasileira. Dos anos 30 aos 60, o rádio foi o meio através do qual as novidades tecnológicas, os modismos culturais, as mudanças políticas, as informações e o entretenimento chegavam ao mesmo tempo aos mais distantes lugares do país, permitindo uma intensa troca entre a modernidade e a tradição. Devido ao menor custo quando comparado a outros meios de comunicação como a televisão e a internet,

pode-se afirmar que ocorreu um processo de popularização do rádio, fazendo dele quase que uma presença obrigatória nos lares brasileiros, uma espécie de utensílio indispensável. O seu poder de divulgação em massa está relacionado à sua capacidade de alcançar qualquer cidadão, independente da classe social e do grau de alfabetização (BRASILCULTURA, 2009).

Assim, o Projeto de Educação e Informação da Gerência Geral de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária, trouxe para o mundo acadêmico, escolar e da comunicação social, elementos importantes para o debate, buscando a informação e a educação no que diz respeito a temas relacionados à saúde, tais como alimentação saudável, automedicação e a influencia das propagandas desses produtos nos hábitos e no consumo da população.

2. OBJETIVOS

Conscientizar radialistas de seu papel social na hora de divulgar produtos para a saúde por meio da realização de um evento educativo e de distribuição de material informativo, e estimular a mudança de hábitos da comunidade em relação ao consumo e uso adequado de produtos ligados à saúde tais como alimentos e medicamentos, a partir da atuação na comunidade escolar.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Conforme proposto pela ANVISA, a Universidade Federal do Paraná realizou um evento para um público formado por radialistas, comunicadores e atividades educativas para crianças.

O evento para radialistas foi realizado com colaboração da Secretaria de Estado da Saúde do Paraná (SESA-PR) e da Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP), e consistiu de um seminário intitulado “A Ética nas Ondas do Rádio”, destinado à profissionais e estudantes da área da comunicação.

Para aumentar a atratividade do evento frente aos profissionais da área da comunicação, buscou-se trazer outros temas e outros palestrantes, da área da comunicação social. Por isso, além do professor doutor Roberto Pontarolo, que falou sobre “A Propaganda de Medicamentos para Comunicadores de Rádio”, a jornalista Melissa Bergonsi e a professora doutora Nair Prata falaram sobre “A Ética na Rádio” e “Web Rádio”, respectivamente.

A divulgação do evento foi realizada em rádios universitárias, em centros acadêmicos e nas coordenações dos cursos de farmácia, jornalismo, e comunicação social em diferentes Instituições de Curitiba e região Metropolitana. Além disso, houve divulgação pela Rádio Saúde, da SESA-PR, pela internet e diretamente em escolas de formação de radialistas de Curitiba. Todas as rádios de Curitiba e região Metropolitana bem como algumas cidades do interior do Paraná receberam convite pelo correio e via telefone.

No dia do evento, material educativo (*folders* e cartilhas) foi entregue aos participantes.

Com relação às atividades realizadas com crianças de ensino fundamental, uma escola municipal de ensino fundamental de Curitiba, no estado do Paraná foi escolhida após reunião com colaboradores da Secretaria Municipal da Educação. A escola eleita foi a Escola Municipal José Lamartine, localizada no bairro Pinheirinho. A mesma possui atividades em tempo integral e um projeto pedagógico bem estruturado.

Após reunião com a diretora da escola, foram definidos datas, horários e programação das atividades. Foram eleitas duas turmas de 3ª série do ensino fundamental, com crianças de aproximadamente 9 anos de idade, para fazerem parte do programa educativo.

As atividades se constituíram de aulas expositivas sobre medicação/uso racional de medicamentos/automedicação e sobre alimentação saudável. Foram realizadas dinâmicas com o material desenvolvido descrito a seguir e distribuídas cartilhas informativas.

O material desenvolvido sobre a temática do uso racional de medicamentos consistiu em quebra-cabeças relacionados aos temas abordados - automedicação, a influencia da propaganda de produtos sujeitos à vigilância sanitária e intoxicações - e uma cartilha com informações em forma de história em quadrinhos e contendo atividades de caça-palavras, jogo dos 7 erros, entre outros, envolvendo os temas referentes ao trabalho. Para o tema da alimentação saudável, foram realizadas uma simulação de pirâmide alimentar e dinâmicas sobre a lavagem correta das mãos e hábitos de higiene como escovação dentária, dentre outros.

Alem disso, tivemos a oportunidade de participar de um evento anual realizado pela escola, a ExpoLamartine, que ocorreu num sábado e cujo objetivo foi a exposição de trabalhos realizados na escola durante o ano letivo transcorrido. Nesse evento, houve a participação dos pais e da comunidade, além dos alunos e dos educadores. Durante a manhã, os bolsistas do projeto de educação distribuíram folders educativos e conversaram com a comunidade sobre medicação/automedicação/uso racional de medicamentos e alimentação saudável.

4. RESULTADOS

Tanto as atividades com radialistas quanto as atividades pedagógicas surtiram o efeito desejado: de despertar o interesse e a curiosidade dos ouvintes quanto aos temas propostos.

As crianças se mostraram satisfeitas e interessadas com os assuntos abordados. Houve uma participação muito ativa por parte desses alunos em todas as etapas das dinâmicas e das aulas. A instituição de ensino também mostrou muita receptividade para com os temas e para com o projeto, sugerindo inclusive a implementação de um projeto de educação continuada com as crianças e com os pais.

As crianças demonstraram aptidão para repassar as informações aprendidas. Cada uma possuía um relato sobre algum problema de saúde vivenciado entre seus familiares, demonstrando interesse em repassar as observações e orientações aos mesmos, como forma de retribuir os cuidados e carinhos recebidos por parte destes.

Durante a dinâmica da montagem dos quebra-cabeças, buscou-se relembrar em grupo sobre os cuidados e observações discutidos anteriormente.

Surpreendentemente, apesar de os temas discutidos não consistirem em parte do conteúdo escolar, as crianças demonstraram conhecimento, curiosidade e fácil compreensão durante o desenvolvimento das atividades, demonstrando que podem sim caracterizar um potencial grupo multiplicador dos diversos assuntos abordados.

Na realização das atividades sobre alimentação saudável, conseguimos discutir sobre os benefícios alcançados quando nos propomos a mudanças alimentares, substituindo um biscoito recheado por uma fruta no lanche, ou um refrigerante por um suco natural. As crianças foram bastante receptivas e conseguiram elaborar um prato nutritivo e saboroso ao seu paladar. Quando indagados se gostariam de comer aquela refeição, a resposta positiva foi unânime.

Ainda durante a dinâmica da pirâmide alimentar, abordamos que não há necessidade de privação total das guloseimas tão buscadas e preferidas nessa faixa etária, podendo estas serem consumidas em pequena quantidade e eventualmente, mas nunca preferencialmente, em detrimento de outros alimentos mais saudáveis e com melhor benefício à saúde.

Dentre os malefícios de uma má alimentação salientamos a presença de grandes quantidades de gordura saturada, sódio, açúcar e gordura trans, os quais constituem ingredientes comuns nas guloseimas adoradas pelas crianças. Relacionando os malefícios a saúde, citaram-se a hipertensão arterial, problemas cardíacos, diabetes mellitus e a obesidade, problemas esses que atualmente estão inseridos no cenário infantil.

Além das atividades desenvolvidas em sala de aula com as crianças da 3ª série, tivemos a oportunidade de conversar com os pais e com a comunidade, durante o evento de exposição de trabalhos realizados no colégio – a Expolamartine.

Nesse evento, conversamos sobre a utilidade prática dos temas abordados com as crianças, e a importância de estar atento aos perigos acerca da exposição indevida aos medicamentos.

Muitos pais se mostraram receptivos a mudanças nos hábitos da família, em prol da busca por uma vida mais saudável e da proteção de seus filhos quanto aos perigos das intoxicações. Informaram que as crianças comentaram em casa sobre o que tinham aprendido e que já começaram a observar mudanças em relação à alimentação e à preferência por alimentos mais saudáveis. Fizeram elogios em relação às atividades realizadas na escola, comentaram que as crianças chegaram em casa contando sobre os temas e propondo mudanças e praticamente todos pediram que as atividades pudessem ser realizadas mais vezes com as crianças e que se possível, abordassem também outros temas relacionados à saúde, para que além das crianças, eles (os pais) possam aprender por intermédio dos filhos.

Quanto às atividades realizadas com os radialistas, a produtividade também atingiu o esperado. Muitos dos radialistas mostraram-se animados a realizar inclusive um segundo evento; houve até sugestão de um evento em nível nacional.

No seminário realizado, estiveram presentes 61 participantes, dentre os quais estavam radialistas, estudantes de jornalismo e comunicação social, estudantes de farmácia, representantes da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, da Secretaria do Estado de Saúde do Paraná e da prefeitura de Curitiba.

A primeira palestra, sobre ética, trouxe um certo incômodo ao público, que passou a se questionar sobre seus comportamentos durante suas atividades profissionais

diárias. Muitos com certeza passaram a rever os conceitos e alguns devem ter mudado o jeito de trabalhar.

A segunda palestra, sobre a propaganda de medicamentos, tinha fins mais de ensino. Os radialistas e profissionais da saúde tomaram mais conhecimento sobre o projeto de monitoração promovido pela ANVISA, sobre como divulgar, sobre o que não fazer numa publicidade que envolva produtos para a saúde. O objetivo disso foi evitar futuras infrações sanitárias.

A terceira palestra “webrádio”, um tema atual e interessante para profissionais da área teve como objetivo atrair os radialistas para o evento. O curioso é que não somente os profissionais da área da comunicação social se interessaram pelo tema, mas também os profissionais da saúde.

5. DISCUSSÃO

A escola é um ambiente que fomenta a discussão e a participação, cumprindo a sua função de preparação para a vida, adulta e pública, na busca do exercício da cidadania plena. Como espaço privilegiado, nela devem ser desenvolvidas estratégias que envolvem tanto o estabelecimento de ensino, quanto o seu entorno, visando à qualidade de vida de toda a sociedade. Assim, qualquer ação que pretenda melhorar as condições de vida das populações menos favorecidas tem maior chance de sucesso se contar com a participação da comunidade escolar.

Quando a escola possui um projeto político-pedagógico construído por meio de um processo coletivo, que envolva toda a comunidade escolar, a mesma consegue despertar verdadeiramente o interesse do aluno, tornando-o multiplicador capaz de influenciar sua família, vizinhos, amigos e outros indivíduos que se relacionam com ele. A escola atinge também os profissionais da educação (professores e auxiliares), pais e responsáveis, que por sua vez tornam-se, da mesma forma, difusores do conhecimento, iniciando cada um a sua própria cadeia de influência: família, amigos, vizinhos e outros (ANVISA, 2008).

Mais do que aprender, os alunos tiveram o estímulo de ensinar aos colegas, pais e à comunidade, tornando-se verdadeiros multiplicadores. A vida saudável e o uso de medicamentos são assuntos que envolvem toda a população, desde as crianças até as pessoas mais idosas, e por isto as orientações a respeito desses temas são de grande importância para a saúde e devem despertar o interesse de todos.

Uma população bem informada está menos sujeita aos riscos sanitários associados à divulgação errônea ou equivocada das informações veiculadas nas propagandas, uma vez que conhece melhor os seus direitos enquanto consumidor e cidadão. Da mesma forma, o profissional que realiza a divulgação das propagandas, quando consciente dos seus deveres e das normas que regulamentam as propagandas de produtos sujeitos à vigilância sanitária, torna-se capacitado a realizar a correta divulgação de acordo com a legislação.

O rádio constitui uma importante fonte de comunicação, já que atinge 100% do território brasileiro, por tratar-se de uma forma de mídia cujo acesso é de baixo custo à população. Por essa e por outras razões, ele é a principal mídia de anunciantes menores (SANTOS, 2005). Mesmo após o surgimento da televisão e da internet, o rádio

não perdeu sua importância, sendo que é, até hoje, um dos principais veículos de comunicação em massa. É a única mídia que não exige 100% de dedicação para seu consumo, podendo ser ouvido durante o trabalho, esporte e enquanto dirige ou realiza atividades domésticas. Por isso e por estar presente na grande maioria dos lares brasileiros, o rádio é um vigoroso instrumento de divulgação e informação, convencendo muito bem a população de todas as classes sociais.

Frases como: “Sem contraindicação”, “Não apresenta efeitos colaterais”, “Ervas importadas” e “Produto natural” são relativamente comuns em propagandas e dão a falsa impressão de produtos de qualidade e totalmente seguros. Estudo realizado no Rio Grande do Sul demonstrou que, de 250 peças publicitárias veiculadas nas principais emissoras de rádio sul rio grandenses entre agosto de 1995 e janeiro de 1996, 80% não apresentava declaração quanto ao nome genérico, à composição, à posologia e ao laboratório fabricante do produto. Também 39% enfatizava a ausência de riscos (através de frases como “Não contém contraindicações”), o que leva ao estímulo ao consumo indiscriminado (HEINECK, 1998).

O fato de 34% dos radialistas distorcerem a informação recebida para o anúncio é preocupante, pois a propaganda pode vir do laboratório farmacêutico conforme regulamenta a legislação e no momento da realização ocorrer a irregularidade. O radialista não deve incrementar de forma alguma a propaganda, devendo realizá-la da maneira como a recebe, estando preferencialmente, em acordo com a legislação, para evitar a ocorrência de infrações.

Algumas pessoas afirmaram desconhecer o conceito de medicamento de venda livre. Isso é um percalço muito grande para a regulamentação da propaganda de medicamentos. Somente essa classe de medicamentos pode ser divulgada para o público leigo. O radialista ou a população em geral podem atuar como fiscalizadores de propagandas de medicamentos, porém para isso eles devem conhecer conceitos básicos da área de farmácia, como o conceito de medicamento isento de prescrição médica ou a diferença entre a divulgação de um produto alimentício e um farmacêutico. Com posse de tais conhecimentos, o radialista, no momento em que receber uma divulgação para fazer, poderá se recusar a fazê-la ou exigir alterações no texto do anúncio publicitário.

Foram constantes durante as palestras discussões, debates sobre ética e proibição/liberação da propaganda de medicamentos e de outros produtos para a saúde.

A maior dificuldade presenciada para a organização do evento foi a de atrair radialistas. Segundo alguns radialistas que foram indagados do porquê da baixa presença da classe, a justificativa foi a de que o transporte do interior para Curitiba é dificultoso, e que muitos deles não podem deixar seus postos nas rádios por serem os únicos presentes durante o dia.

Entretanto, conforme algum comentário recebido, e mediante a análise das respostas do questionário aplicado aos participantes, verificou que foi possível deixar os participantes pensativos sobre os temas abordados no seminário. Esse é um importante passo para a conscientização desses profissionais quanto à ética e a regularidade da divulgação das propagandas dos produtos sujeitos à Vigilância Sanitária. Certamente, a partir desse evento haverá um número maior de profissionais refletindo sobre o assunto

antes de divulgar qualquer produto para a saúde.

6. CONCLUSÃO

O projeto de monitoração da ANVISA, em parceria com as IES, possibilitou uma redução do número de infrações em publicidades de alimentos e medicamentos com o passar dos anos. Isso demonstra que a atividade de fiscalização e sanção das infrações segue um caminho produtivo. Porém, apesar da evolução legal que tem ocorrido nesse escopo, resta ainda muito trabalho a se fazer, pois ainda não se consegue coibir totalmente os abusos ocorridos.

O estudo demonstra a necessidade de se tratar o assunto fora dos órgãos reguladores. As inúmeras infrações encontradas nas peças publicitárias desses produtos ultrapassam o campo legal e invadem o social, devendo ser tratado como um problema de saúde pública.

Essas infrações nem sempre ocorrem por má-fé dos profissionais de comunicação. Às vezes a falta conhecimento por parte desses profissionais, leva a infrações à legislação vigente. Cabe aos profissionais da área da saúde e dos órgãos regulamentadores o dever social de ensiná-los. E cabe à sociedade debater o assunto.

A responsabilidade de regulamentar e fiscalizar a propaganda de medicamentos é, segundo a Constituição Federal e normas infraconstitucionais, de responsabilidade do Estado, porém isso não exclui a responsabilidade de todos.

Conseguimos resultados positivos com os profissionais da comunicação que participaram do evento, tendo em vista que os mesmos puderam refletir sobre as conseqüências da publicidade, nosso papel foi propiciar ferramentas para a luta por uma prática mais responsável e comprometida com a verdade, a fim de cumprir com o que a sociedade necessita e espera.

Em relação às atividades realizadas com as crianças de ensino fundamental, o forte impacto social alcançado permitiu mais uma vez afirmar a idéia de que o aluno é uma importante fonte de multiplicação e disseminação do conhecimento, pois consegue aprender e ao mesmo tempo ensinar as pessoas que os cercam.

REFERÊNCIAS

ANVISA. Educação para o Consumo Responsável de Medicamentos e de outros Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária: Educanvisa. Relatório final - Julho de 2005 a novembro de 2008.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 5 de outubro de 1988. Diário Oficial da União, 1988.

BRASILCULTURA. A PARTICIPAÇÃO DO RÁDIO NO COTIDIANO DA SOCIEDADE BRASILEIRA (1923-1960). Disponível em <<http://www.brasilcultura.com.br/perdidos/a-participacao-do-radio-no-cotidiano-da-sociedade-brasileira/>> Acesso em 20 de dezembro de 2009.

CARVALHO, Ana Cecília Bezerra, et all. **Avaliação Legal da propaganda e Publicidade de Medicamentos Fitoterápicos Anunciados na Paraíba (Brasil)**. São Paulo. Acta Farm. Bonaerense 23,vol3p. 413 – 417, 2004.

CUSTODIO, B.; VARGAS, S. L. Z. Medicamentos e lucro: uma associação pouco saudável. Monografia de especialização. Rio de janeiro, 2008.

FAGUNDES, M. J. D.; SOARES, M. G. A.; DINIZ, N. M.; PIRES, J. R.; GARRAFA, V. Análise bioética da propaganda e publicidade de medicamentos. Ciência & Saúde Coletiva, 12(1):221-229, 2007.

GARRAFA, V.; MELLO, D. R.; PORTO, D. Bioética e Vigilância Sanitária. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária. Brasília, 2007.

HEINECK, I.; GALLINA, S. M.; SILVA, T.; DAL PIZZOL, F.; SCHENKEL, E. P.. Análise da publicidade de medicamentos veiculada em emissoras de rádio do Rio Grande do Sul, Brasil. Cad. Saúde Públ., Rio de Janeiro, 14(1):193-198, jan-mar, 1998.

LENZI, L. Diagnóstico situacional das propagandas de produtos sujeitos à vigilância sanitária veiculadas em Curitiba e região metropolitana. Monografia de conclusão de curso. UFPR, 2009.

MASTRONIANNI, Patrícia de Carvalho, GALDUREZ, José Carlos fenadez e CARLINI, Elisaldo Araújo. **Influência da Legislação sobre as Propagandas de Medicamentos Psicoativos no Brasil**. Ver. Brás. Psiquiatria, set. 2003, vol.25, número 3, p.146-155. ISSN 1516-4446.

NASCIMENTO, A.C. **Ao Persistirem os Sintomas o Médico Deverá ser Consultado: Isto é Regulação?** Rio de Janeiro: UERJ, 2003. 124p. Dissertação (Mestrado em saúde Coletiva) Instituto de Medicina Social, Universidade do estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

PACHELLI, C. A. **A propaganda de medicamentos e a prática da automedicação no Brasil**. Ver Adm Pública, 2003, v.37;p.409-425.

PETROVICK,P.R; LIMA,M.A. **Avaliação da publicidade Visual de Medicamentos em Estabelecimentos Farmacêuticos de Porto Alegre-RS**. Revista Farmácia brasileira. Ano III, número 36, mar/abr. In. *Infarma*, v.15, n1/3, p.52-56,2003.

RESENER, M. C. **Análise da qualidade de propagandas de medicamentos fitoterápicos disponibilizadas em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 2004. 262 p. [Dissertação de Mestrado em Farmácia. Faculdade de Farmácia. Universidade Federal de Santa Catarina]

SANTI, V. **Medicamentos: Verso e Reverso da Propaganda**. Ponta Grossa: UEPG, 1999.

SANTOS, Gilmar. **Princípios da Publicidade**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

WZOREK, L. F.; PONTAROLO, R.; KAI, D. C. **Análise de peças publicitárias de medicamentos, veiculadas na mídia da Curitiba-PR e Região Metropolitana, no período de outubro/02 a abril/03**. In: Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde (COMSAÚDE), 6., 2003, São Bernardo do Campo. Mídia, Mediação e Medicalização. São Bernardo do Campo: UMESP, 2003. CD-ROM.