



ANÁLISE DAS PROPAGANDAS DE MEDICAMENTOS PSICOATIVOS PARA PROMOÇÃO DO USO RACIONALE PREVENÇÃO AO ABUSIVO.

Patrícia de Carvalho Mastroianni, Ana Regina Noto, José
Carlos Galduróz

Pós-Graduação do departamento de Psicobiologia da EPM-UNIFESP



Aplicabilidade ao SUS

- Segundo a Organização Mundial da Saúde, as propagandas de medicamentos devem ser fidedignas, exatas, verdadeiras, informativas, equilibradas, atualizadas e passíveis de comprovação; os textos e ilustrações devem ser compatíveis com os dados científicos.
- A promoção não ética de medicamentos é um problema na maior parte do mundo, gera o uso irracional e promove superprescrição, automedicação e abuso

Objetivos

- *Verificar* a acessibilidade das referências bibliográficas citadas nas propagandas de medicamentos psicoativos;
- *Conferir* as informações de textos, gráficos e tabelas com as respectivas referências;
- *Identificar* as diferenças entre as figuras humanas segundo o gênero, a etnia, a faixa etária e o contexto social, e identificar possíveis estereótipos dos distúrbios mentais

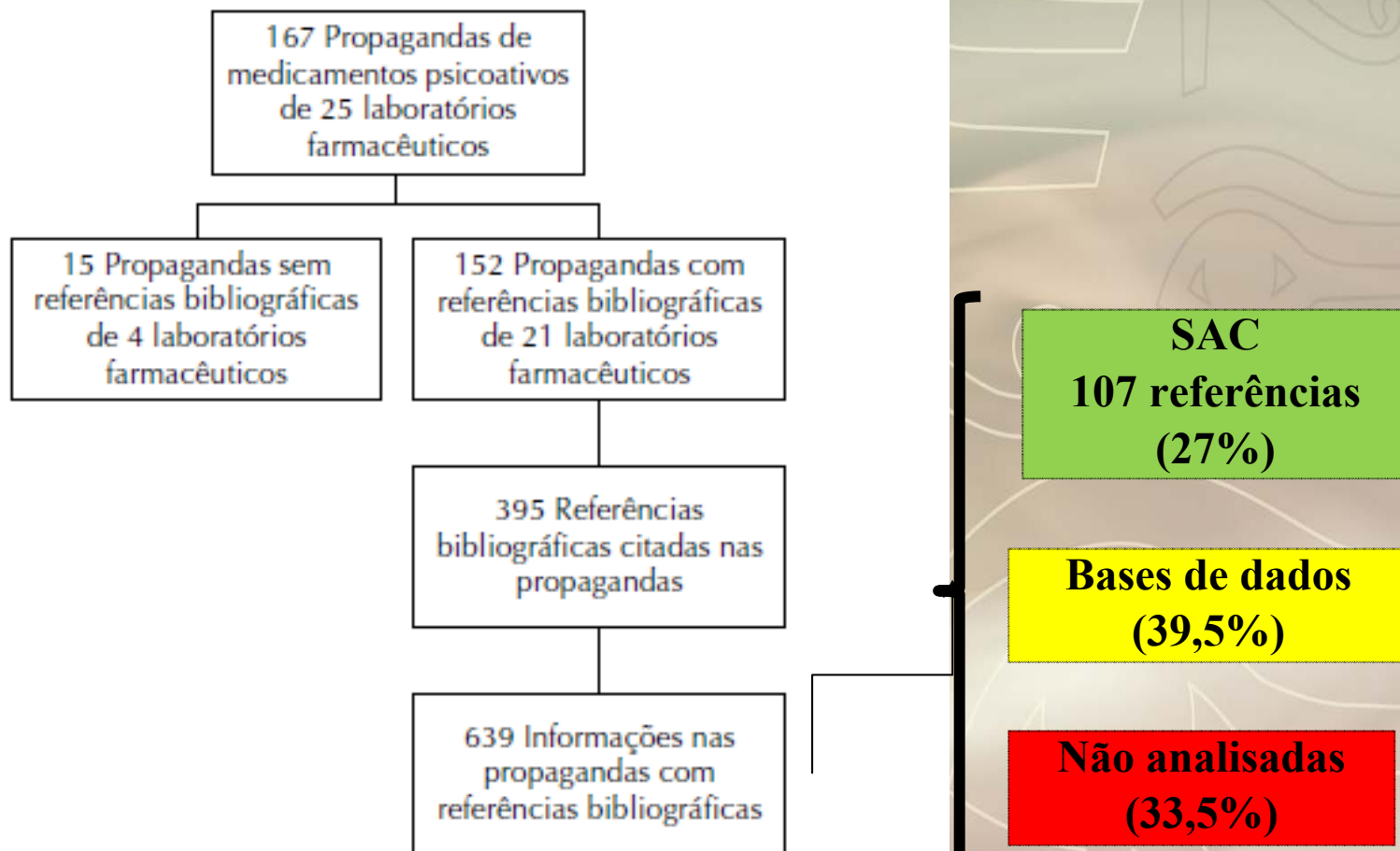


Figura. Diagrama de distribuição das referências bibliográficas citadas na propaganda dos medicamentos psicoativos estudados. Araraquara, SP, 2005.

Resultado

Tabela 1. Motivos da dificuldade no acesso às referências bibliográficas citadas nas propagandas de medicamentos psicoativos. Araraquara, SP, 2005.

Motivo	N	%
Artigos não disponíveis e não entregues pelo SAC	52	39,4
Revistas de preço de medicamentos	22	16,7
Apresentação oral ou pôsteres em reuniões científicas	15	11,4
Livros	10	7,6
Referências não citadas nas propagandas	9	6,8
Material de laboratório não publicado	7	5,3
Relatório de vendas não publicados	5	3,8
Referências incompletas/incorretas	5	3,8
Artigos em idioma francês	3	2,3
Artigos em idioma alemão	3	2,3
Diário Oficial da União	1	0,6
Total	132	100,0

SAC: Serviço de Atendimento ao Consumidor

67.7%

Resultado

Foram avaliadas 2/3 das afirmações, sendo que 67,7% afirmações conferiam com as referências citadas, as demais não conferiam:

Tabela 3. Motivos de não concordância e concordância parcial entre as afirmações contidas nas propagandas de medicamentos psicoativos e suas respectivas referências bibliográficas. Araraquara, SP, 2005.

Motivo*	N	%
Informações não encontradas	87	62,0
Extrapolação de indicação/morbididade/ classe terapêutica	12	12,0
Informação contraditória ou errada	14	10,0
Extrapolação para humanos	8	5,6
Extrapolação dos dados estatísticos	7	5,0
População diferentemente ou específica	6	4,0
Extrapolação para qualidade de vida	2	1,4
Total	141	100,0

* Cada afirmação podia ter mais de um motivo de não concordância

Tabela. Características das figuras humanas retratadas nas propagandas de medicamentos psicoativos segundo gênero. Brasil, 2005.

Característica de figuras retratadas	n	Masculino %	Feminino %	Ambos %
Etnia				
Branca	85	10,5	61,6	26,7
Negra	1	-	1,2	-
Faixa etária				
Adolescente	3	-	3,5	-
20 – 40 anos	62	8,1	40,7	23,2
41 – 60 anos	10	1,2	5,8	4,6
> 60	11	2,3	5,8	4,6
Local*				
Casa/jardim	25	2,3	18,6	8,1
Natureza	14	3,5	10,4	2,3
Trabalho	6	4,6	1,2	1,2
Contexto social**	12	2,3	3,5	8,1
Não identificado	29	-	20,9	12,8
Posição social***				
Profissional	7	4,6	2,3	1,2
Família	12	2,3	5,8	5,8
Lazer	40	5,8	30,2	10,5
Outros	27	-	17,4	14,0

* $p= 0,017$ pelo teste exato de Fisher

** Locais de lazer, restaurantes, clubes

*** $p=0,003$ pelo teste exato de Fisher

Resultados

- mulheres (4): homens (1)
- jovens adultas (72%)
- etnia branca (98,8%)
- lazer (46,5%)
- lar (29%)
- contato com a natureza (16,2%)

Considerações Finais

- Os resultados demonstraram a dificuldade de acesso às referências citadas;
- as mensagens de eficácia, segurança e custos, entre outras, nem sempre são respaldadas por estudos científicos, evidenciando falta de fidedignidade, exatidão e veracidade.
- As mensagens transmitidas por meio de figuras humanas relatam que os medicamentos tratam sintomatologias subjetivas de desconforto do dia-a-dia, muito aquém dos dados científicos, induzindo a um apelo irracional que pode refletir na prescrição medicamentosa.
- São necessárias mudanças nas exigências legais e uma fiscalização efetiva das propagandas de medicamentos.

Referências

- MASTROIANNI, Patrícia C; NOTO, Ana Regina; GALDUROZ, José Carlos F. Propagandas de medicamentos psicoativos: análise das informações científicas. **Rev. Saúde Pública**, São Paulo, v. 42, n. 3, jun. 2008 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102008000300020&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 07 dez. 2009. Epub 18-Abr-2008. doi: 10.1590/S0034-89102008005000023.
- MASTROIANNI, Patrícia C et al . Análise do conteúdo de propagandas de medicamentos psicoativos. **Rev. Saúde Pública**, São Paulo, v. 42, n. 5, out. 2008 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102008000500025&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 07 dez. 2009. Epub 14-Ago-2008. doi: 10.1590/S0034-89102008005000045.