



**FAPAC- FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
INSTITUTO TOCANTINENSE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS PORTO
LTDA CURSO DE MEDICINA**

**JULIANA DE ASSIS ROLDÃO
THOMÁS NATAL TELES FLEURY
VANDERLÚCIA DE BRITO SILVA**

**ANÁLISE BIOÉTICA DA PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS
FARMACOLÓGICOS NO ESTADO DO TOCANTINS NO PERÍODO DE
2019-2020**

**PORTO NACIONAL – TO
2020**

**JULIANA DE ASSIS ROLDÃO
THOMÁS NATAL TELES FLEURY
VANDERLÚCIA DE BRITO SILVA**

**ANÁLISE BIOÉTICA DA PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS
FARMACOLÓGICOS NO ESTADO DO TOCANTINS NO PERÍODO DE
2019-2020**

Projeto de pesquisa submetido ao Curso de Medicina da FAPAC - Faculdade Presidente Antônio Carlos, ITPAC Porto Nacional, como requisito parcial para aprovação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I.

Orientador: Prof. Rodrigo Ventura Rodrigues

PORTO NACIONAL – TO
2020



FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 – CNPJ: 10.261.569/0001 – 64
 www.itpacporto.edu.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

ANÁLISE BIOÉTICA DA PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS FARMACOLÓGICOS NO ESTADO DO TOCANTINS NO PERÍODO DE 2019-2020

Projeto de pesquisa submetido ao Curso de Medicina da FAPAC- Faculdade Presidente Antônio Carlos- ITPAC Porto Nacional, como requisito parcial para aprovação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I.

Aprovado em: ____/____/____

Devido ao afastamento social, proveniente da Pandemia com a Covid-19, as bancas de TCC foram suspensas no semestre 2020/2, sendo assim, assina pela aprovação a professora titular da disciplina, no Curso de Medicina.

Msc. Nelzir Martins Costa

Professora Titular da Disciplina TCC

PORTO NACIONAL – TO

2020

RESUMO

Introdução: Sendo uma das mais lucrativas indústrias do mundo, a indústria farmacêutica destina grande parte dos seus investimentos para o marketing da empresa. A propaganda de medicamentos é fiscalizada pela ANVISA, estabelecendo parâmetros de segurança para a população. **Metodologia:** Consiste em uma pesquisa descritiva, exploratório e transversal, a qual será realizada nas cidades de Porto Nacional e Palmas, analisando informes publicitários disponibilizados por farmácias e drogarias, serão avaliadas por meio de uma ficha de coleta de dados. **Resultados esperados:** Analisar a propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins durante o período de 2019-2020 de acordo com o que determina a ANVISA. **Considerações finais:** Tem-se como objetivo final, transformar essa pesquisa em um artigo para publicação em revistas de saúde e apresentá-lo em eventos destinados a essa temática.

Palavras-chave: Indústria farmacêutica. Propaganda. Medicamentos.

ABSTRACT

Introduction: Being one of the most profitable industries in the world, the pharmaceutical industry allocates a large part of its investments to the company's marketing. Drug advertising is supervised by ANVISA, establishing safety parameters for the population. **Methodology:** It consists of a descriptive, exploratory and transversal research, which will be carried out in the cities of Porto Nacional and Palmas, analyzing advertising reports made available by pharmacies and drugstores, and will be evaluated through a data collection form. **Expected results:** To analyze the advertisement of pharmacological drugs in the state of Tocantins during the period of 2019-2020 according to what ANVISA determines. **Final considerations:** The final objective is to transform this research into an article for publication in health journals and present it at events in the health area.

Keywords: Pharmaceutical industry. Advertising. Medicines.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência de Vigilância Sanitária
SARS-CoV-2	Coronavírus
COVID-19	Patologia causada pelo Coronavírus
MIPs	Medicamentos Isentos de Prescrição
AINEs	Anti-inflamatórios
IBGE	Instituto brasileiro de geografia e estatística
CDC	Código de Defesa do Consumidor
RDC 96/2008	Resolução da Vigilância Sanitária

LISTA DE QUADROS

Quadro 01	Cronograma do projeto de pesquisa “Análise bioética da propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins no período de 2019-2020”.	24
Quadro 02	Orçamento do projeto de pesquisa “Análise bioética da propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins no período de 2019-2020”.	25

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	10
1.2 HIPÓTESE.....	10
1.3 JUSTIFICATIVA.....	11
2 OBJETIVOS.....	12
2.1 OBJETIVO GERAL.....	12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
4 METODOLOGIA	17
4.1 DESENHO DO ESTUDO.....	17
4.2 LOCAL E PERÍODO DA REALIZAÇÃO DA PESQUISA.....	17
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	17
4.4 CRITÉRIOS DE INCLUSÃO	17
4.5 CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO	17
4.7 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS, ESTRATÉGIAS DE APLICAÇÃO, ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS	18
5 DELINEAMENTO DE PESQUISA	19
6 ASPECTOS ÉTICOS	20
6.1 RISCOS.....	20
6.2 BENEFÍCIOS.....	20
6.3 CRITÉRIOS PARA ENCERRAMENTO DA PESQUISA	21
7 DESFECHO	22
7.1 DESFECHOS PRIMÁRIOS.....	22
7.2 DESFECHO SECUNDÁRIO	22
8 CRONOGRAMA	23
9 ORÇAMENTO	24
REFERÊNCIAS.....	25
APÊNDICES	27
APÊNDICE 1.....	28
APÊNDICE 2.....	30
APÊNDICE 3.....	32
APÊNDICE 4.....	33
APÊNDICE 5.....	34

1 INTRODUÇÃO

A indústria farmacêutica é uma das mais bem sucedidas e lucrativas do mundo. Durante o ano de 2015, no Brasil, a indústria farmacêutica ficou na sétima posição do *ranking* mundial de faturamento deste setor, com uma movimentação de cerca de 75 milhões de reais (ABDALLA, CASTILHO, 2017). Ademais, com o advento do novo Coronavírus (SARS-CoV-2), causador da COVID-19, diversos estudiosos acreditam que o lucro com tratamentos e vacinas será exorbitante e o setor será o que mais irá lucrar com isso (LERNER, 2020).

Tendo em vista esse cenário e levando em consideração a inserção dessa indústria dentro do mercado capitalista, nota-se a crescente necessidade de se investir em publicidade e propaganda, com a finalidade de atrair consumidores, tornar marcas e produtos conhecidos, ampliar as vendas e os lucros das empresas e se tornar uma empresa competitiva no ramo.

Das dez maiores empresas farmacêuticas do mundo, nove possuem um investimento maior em *marketing* do que em pesquisa científica, com um valor de 30 a 80% a mais de investimento (FERRAIRO, GARATONNI, 2019). Isso demonstra claramente a posição que o *marketing* representa para as empresas desse ramo. Ele possui o poder de persuadir e incentivar o consumo de determinado produto, ou ainda de criar uma necessidade para incentivar a aquisição do mesmo.

Todavia, a propaganda de medicamentos pode trazer consigo diversas problemáticas. Por exemplo, alguns estudos demonstram uma relação entre o poder do *marketing* e o consumo excessivo de medicamentos, muitos dos quais realizados sem prescrição médica. Atualmente ainda há um número baixo de estudos acerca da relação entre o *marketing* abusivo e os danos causados ao consumidor (MACEDO *et al.*, 2016).

Logo, deve-se levar em consideração ao realizar propaganda e publicidade destes produtos, que os medicamentos são itens de consumo de interesse à saúde, com um potencial lesivo em casos de uso indiscriminado pela população. Portanto, sua divulgação e fiscalização são regulamentadas pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), o órgão responsável no Brasil por regular medicamentos, alimentos, agrotóxicos e outros produtos sujeitos à vigilância sanitária. Portanto, ao realizar o *marketing* e produzir seus

produtos, as empresas devem seguir a legislação imposta pelas autoridades competentes.

As propagandas que são permitidas são referentes apenas aos medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs). Na grande maioria das vezes, as propagandas só transmitem ao público os benefícios por detrás do seu uso, omitindo na grande maioria das vezes os efeitos adversos destes, aspectos referentes à segurança, dentre outras informações importantes. Isso incentiva o seu uso indiscriminado e aumenta o risco de intoxicação e interações medicamentosas, tendo em vista que boa parte dos usuários destes não são profissionais de saúde, e o fazem sem prescrição. Dentre os medicamentos mais envolvidos na automedicação estão antieméticos, antitérmicos, analgésicos e antiinflamatórios não esteroidais (AINEs) (GIMENES *et al.*, 2019).

Portanto, levando-se em consideração a importância que o *marketing* tem para as empresas farmacêuticas, os problemas que a prática da automedicação pode ter e a existência de uma legislação que rege essas empresas, o presente projeto visa a realizar uma análise bioética da propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins durante o período de 2019-2020.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins durante o período de 2019-2020 não condiz com os preceitos bioéticos regulamentados pela ANVISA.

1.2 HIPÓTESE

H¹: A desobediência a uma legislação vigente sobre a propaganda de medicamentos traz sérios riscos ao consumidor.

H²: A falta de conhecimento do consumidor sobre uma legislação que dita as regras da propaganda de medicamentos contribui para o aumento da automedicação.

1.3 JUSTIFICATIVA

Há tempos que a propaganda de medicamentos incentiva o uso indiscriminado desses produtos. Dessa forma, a automedicação pode trazer consequências drásticas para o consumidor, podendo levá-lo até mesmo a óbito. Para evitar que isso aconteça a Agência Nacional de Saúde (ANVISA) criou uma legislação própria sobre a propaganda de medicamentos. No entanto, algumas indústrias farmacêuticas ainda insistem em burlar o sistema e divulgam essa comercialização para todo o Brasil de forma indiscriminada.

Diante desse contexto, torna-se relevante analisar como essa publicidade de medicamentos vem sendo abordada no Estado do Tocantins, de acordo com o que rege a ANVISA, já que, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Tocantins já acumula em seu território 1.590.248 habitantes em 2020.

Diante desse panorama, verificar se a propaganda de medicamentos no Estado do Tocantins vem seguindo à risca o que preconiza a legislação, contribui para identificar possíveis transgressores das Resoluções propostas pela ANVISA, além de incentivar o Órgão a fiscalizar de forma mais eficaz o cumprimento da Lei em todo o território tocantinense, podendo, assim, diminuir os impactos na população.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins durante o período de 2019-2020 de acordo com o que determina a ANVISA.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar quais os impactos da propaganda de medicamentos na vida do consumidor.
- Discutir sobre a indústria e o *marketing* farmacêutico
- Identificar as Resoluções da ANVISA relevantes no que diz respeito à propaganda de medicamentos

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS PUBLICITÁRIAS

As campanhas publicitárias fazem parte do cotidiano da população e se tornaram o meio mais utilizado para seduzir os consumidores tentando convencê-los a qualquer maneira de adquirir o produto que está apresentado (FARIA, 2015). Em boa parte dos casos, as propagandas procuram evidenciar em seus produtos apenas seus benefícios e indicações, omitindo algumas informações (GIMESES *et al*, 2018).

O consumidor frente a essa relação sempre esteve em uma situação inferior, tornando-o suscetível frente às empresas e estabelecimentos que detêm conhecimento (FARIA, 2015). Sendo assim, evidencia-se um aumento exacerbado no consumo de medicamentos de forma indiscriminada pela população em geral, incentivada por essas campanhas publicitárias.

O Brasil está no ranking entre os países que mais consomem medicamento, explicando o alto investimento das empresas nas campanhas de medicamentos (TORRES; SERRANO; COELHO, 2018). A indústria de medicamentos investiu, ultimamente, uma quantia muito grande de recursos em publicidade, na intenção de visar ao lucro. Dessa forma, as empresas não se preocupam com passar informações completas aos consumidores, ocultando de suas propagandas, os aspectos negativos e deixando em ênfase os benefícios dos medicamentos (STUANI, 2017).

Com a intenção de convencer o consumidor e transmitir uma imagem de segurança e de popularidade, as empresas de marketing procuram utilizar celebridades com seus filhos, utilizando um discurso de família (TORRES; SERRANO; COELHO, 2018). As propagandas publicitárias, na maioria das vezes, destacam visualmente a apresentação, pontos positivos e a posologia e, propositalmente, desfavorecem as informações de restrições de uso, reações adversas e as devidas precauções, induzindo os pacientes (ABDALLA; CASTILHO, 2016).

Os médicos não reconhecem que as atividades promocionais e as estratégias de marketing das empresas influenciam no momento da prescrição

médica, já que muitas dessas estratégias são direcionadas aos prescritores e gestores de unidades de saúde (ABDALLA; CASTILHO, 2016). Utilizando essa linha de raciocínio, percebe-se que o consumidor, ao ser manipulado, faz uso da automedicação desacreditando nos possíveis riscos à saúde (MARINEZ; LIMA, 2015). As empresas farmacêuticas visam a passar aos consumidores uma falsa ideia de que os medicamentos possam ser utilizados para alcançar um bem-estar ou vitalidade (VIDAL; OLIVEIRA, 2015).

3.2 REGULAMENTAÇÕES DAS PROPAGANDAS DE MEDICAMENTOS

Na época colonial, o Brasil já possuía maneiras de proteger o consumidor frente ao interesse dos produtores. No entanto, antes do Código de Defesa do Consumidor (CDC), criado em 1990, essa proteção não era tão eficaz. Buscando ser mais eficaz, o CDC buscou equilibrar a relação entre produtor e consumidor, de uma maneira que nenhum se torne prejudicada (FARIA, 2015).

Frases como “Esse medicamento não é indicado para suspeitas de dengue” e “Isto é um medicamento. Seu uso pode trazer riscos e efeitos colaterais. Leia atentamente a bula, e em caso de dúvida, consulte o médico ou a orientação de um farmacêutico” foram acrescentadas nas propagandas, com a intenção de alertar os pacientes e informá-los que há riscos em fazer uso desses medicamentos (MACEDO ET AL 2016).

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e seus órgãos são responsáveis pelo monitoramento das publicidades dos medicamentos no Brasil e tem um papel de proteger os riscos da população. No entanto, mesmo com todas essas regulamentações, percebe-se que os órgãos têm uma grande dificuldade em monitorar todas essas propagandas (STUANI, 2017).

Mesmo com todas essas regulamentações, preocupa-se que essas propagandas tenham uma intenção apenas comercial, desconsiderando o fato de que estaria incentivando de maneira indiscriminada a automedicação (CARVALHO, 2018). Sendo assim, é de extrema importância que a ANVISA busque uma fiscalização mais eficiente para evitar falhas no cumprimento das normas e, conseqüentemente, trazer mais segurança para a população.

Sendo assim, é evidente que há a necessidade de um modelo mais rígido responsável por fiscalizar essas propagandas e que priorize o interesse

dos consumidores, protegendo-os de serem manipulados pelas propagandas enganosas (ABDALLA; CASTILHO, 2016).

3.3 A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA NA AUTOMEDICAÇÃO

Automedicação é o ato de ingerir medicamentos sem, anteriormente, ter uma orientação ou prescrição médica. Os fármacos podem se tornar prejudiciais à saúde quando indicados por pessoas que não são capacitadas para tal função (MACEDO *et al*, 2016).

A ANVISA afirma que a produção de propaganda em grande quantidade, a falta de conhecimento dos usuários em relação aos efeitos nocivos dos medicamentos e a ausência das orientações dos farmacêuticos, são uma das causas da automedicação, causando intoxicações, resistência bacteriana por uso inadequado de antibióticos e camuflagem de doenças mais graves (MARINEZ; LIMA, 2015). A persuasão da propaganda é ampla e está crescendo a cada dia, sendo um instrumento de grande influência sobre a população (STUANI, 2017).

Apesar da implantação da RDC número 96/2008, percebe-se que o consumo de medicamentos sem as motivações corretas para utilizá-los ainda está na cultura da população (TORRES; SERRANO; COELHO, 2018). O uso de medicamentos é comum mesmo em populações esclarecidas e/ou de alta renda, se tratando de uma clara cultura de medicamentos enraizada no país. (MACEDO *et al* 2016).

O profissional farmacêutico deve ser responsável por fornecer aos consumidores em potencial, as informações necessárias com contraindicações, efeitos adversos, no objetivo de assegurar o uso racional desses medicamentos (FAVARO *et al*, 2017).

É de muita relevância entender o papel dos farmacêuticos em orientar os pacientes frente a esse uso irracional de medicamentos, conscientizando-os dos riscos da automedicação. Dessa forma, a assistência farmacêutica é o maior dos recursos para se promover educação em saúde aos consumidores, sendo necessária a presença de um farmacêutico em todas as farmácias (GIMENEZ *et al.*, 2018).

As intoxicações por medicamentos como calmantes, antigripais, antidepressivos e antiinflamatórios ocupam o primeiro lugar no ranking por

intoxicações no país e é responsável por 18% das mortes por intoxicações. (FAVARO *et al.*, 2017). Com essa promoção em saúde em relação ao uso de fármacos, pode-se gerar uma redução dos números de intoxicação e internações por medicamentos.

O controle da automedicação é um processo difícil de controlar, mas há também meios para reduzi-la ou torna-la algo mais segura para a saúde dos consumidores (MACEDO *et al.*, 2016). O fato é que a automedicação é um problema grave de saúde pública, e é indiscutível que as propagandas publicitárias de medicamentos têm relação direta ao aumento desse consumo na sociedade.

4 METODOLOGIA

4.1 DESENHO DO ESTUDO

Trata-se de um método de pesquisa descritivo, exploratório e transversal e utilizou-se a técnica observacional de propagandas publicitárias de medicamentos.

4.2 LOCAL E PERÍODO DA REALIZAÇÃO DA PESQUISA

O estudo será realizado nas cidades de Porto Nacional e Palmas, no Estado do Tocantins, no período de fevereiro a outubro de 2021.

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Informes publicitários (encartes) disponibilizados por farmácias e drogarias localizadas nas cidades de Porto Nacional e Palmas, ambas no Estado do Tocantins. Dessa forma serão consultados tantos informes publicitários quantos forem necessários até que a amostra se finalize por saturação dos dados obtidos.

4.4 CRITÉRIOS DE INCLUSÃO

- Peças publicitárias expostas em farmácias cadastradas pelo Órgão Sanitário

4.5 CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO

- Materiais de outra classificação sanitária, diferente de medicamentos, tais como cosméticos e alimentos, entre outros.

4.6 VARIÁVEIS

- Nome da Substância ativa do medicamento
- Legibilidade do nome da substância ativa
- Número de Registro da Anvisa
- Uso da frase de advertência “Se persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado”.
- Imagem de medicamentos com vendas sob prescrição médica

4.7 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS, ESTRATÉGIAS DE APLICAÇÃO, ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Os informes publicitários serão colhidos mensalmente nas drogarias e farmácias de Palmas e Porto Nacional, no Estado do Tocantins. Serão escolhidas 4 redes de farmácias distintas para a pesquisa.

Para a avaliação dos informes publicitários será elaborada uma ficha de coleta de dados na qual constarão artigos da Resolução de Diretoria Colegiada - RDC Nº 96/2008, normalizada pela Anvisa, referentes à publicidade de impressos, para verificar se esses encartes cumprem ou não os artigos da resolução. Serão incluídos na análise pela RDC de medicamentos, todos os produtos que em sua publicidade alegarem propriedades terapêuticas.

A análise estatística será realizada utilizando como variáveis os artigos da RDC Nº 96/2008 que apresentaram infrações quanto ao nome da substância ativa do medicamento, legibilidade do nome da substância ativa, número de Registro da Anvisa, uso da frase de advertência “Se persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado” e imagem de medicamentos com vendas sob prescrição médica. Os resultados serão colocados em gráficos e tabelas, divididos entre cada variável.

5 DELINEAMENTO DE PESQUISA

Refere-se a uma pesquisa em que originalmente se enquadra em um método de estudo descritivo, exploratório e transversal. O trabalho busca analisar as propagandas de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins. Os resultados serão obtidos por meio de uma ficha de coleta de dados, na qual constarão artigos da resolução de diretoria colegiada - RDC N° 96/2008. A coleta será sucedida pela tabulação em *Software MSExcel®* e análise posterior de dados com formulação de tabelas e gráficos para melhor compreensão.

6 ASPECTOS ÉTICOS

Esta pesquisa será submetida ao Conselho de Ética e Pesquisa - CEP do ITPAC-PORTO para apreciação e análise. No entanto, ressalta-se que a mesma estará de acordo com a resolução do Conselho Nacional de Saúde nº 466/2012, outorgada pelo Decreto nº 93.333 de 12 de dezembro de 2012, que traduz sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Esta resolução aborda tanto os direitos e deveres dos pesquisadores, quanto do indivíduo que foi submetido à pesquisa.

Após a aprovação do projeto pelo Comitê de Ética em Pesquisa, os dados relativos aos alunos entrevistados serão coletados, mas nenhum dos participantes terá suas identidades reveladas, sem nenhuma menção nos gráficos e tabelas do presente estudo.

6.1 RISCOS

A pesquisa só será realizada após a aprovação pelo CEP da instituição ITPAC-PORTO, que será notificada por meio do termo de solicitação de autorização de pesquisa. Dessa forma a pesquisa acarretará riscos mínimos aos envolvidos, sem que isso envolva a saúde dos mesmos.

Entende-se como riscos inerentes a este estudo, o não cumprimento ao sigilo das informações pessoais. Nesse sentido, conforme a resolução n.º 466/2012, o presente projeto de pesquisa se propõe a garantir à confidencialidade, a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização dos envolvidos da pesquisa, assegurando a não utilização das informações em prejuízo das pessoas, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou de aspectos econômico-financeiros. Não serão realizados registros fotográficos e tampouco filmagens dos questionários e fichas de identificação.

6.2 BENEFÍCIOS

Entre os benefícios, estão: compreender quais os impactos da propaganda de medicamentos na vida do consumidor, discutir sobre a indústria e o marketing farmacêutico, identificar as resoluções da ANVISA que são relevantes no que diz respeito à propaganda de medicamentos, assim como evidenciar o problema que a propaganda de medicamentos pode ocasionar quando esta provoca a automedicação.

6.3 CRITÉRIOS PARA ENCERRAMENTO DA PESQUISA

A suspensão ou encerramento da pesquisa ocorrerá mediante a não autorização da apuração dos dados por conta das instituições pesquisadas; diante de uma negativa do CEP, ou por considerar acontecimentos externos, que impeçam a realização do estudo.

7 DESFECHO

7.1 DESFECHOS PRIMÁRIOS

Analisar as propagandas de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins, verificando se elas estão de acordo com o que a ANVISA preconiza.

7.2 DESFECHO SECUNDÁRIO

Em seguida, pretende-se apresentar o resultado desse estudo em eventos da área da saúde, como também elaborar um artigo científico para publicação em revistas do gênero e que foquem nessa problemática.

9 ORÇAMENTO

QUADRO 2 – Orçamento do projeto de pesquisa “Análise bioética da propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins no período de 2019-2020”.

GASTOS COM RECURSOS MATERIAIS			
ITENS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Caneta	5	3,00	15,00
Resma Papel	1	25,00	25,00
Xerox	200	0,15	30,00
Encadernação	3	2,50	7,50
Impressão	200	0,25	40,00
TOTAL			117,50
GASTOS COM RECURSOS HUMANOS			
ITENS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Combustível	50L	4,79	239,50
TOTAL			239,50
GASTOS TOTAIS COM A PESQUISA			
Gastos com Recursos Materiais		117,50	
Gastos com Recursos Humanos		239,50	
TOTAL		357,00	

Fonte: Autores

As despesas para realização do projeto de pesquisa serão custeadas pelos acadêmicos, autores desse projeto.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, Marcela Campos Esqueff; CASTILHO, Selma Rodrigues. Análise da propaganda de medicamentos dirigida a profissionais de saúde. **Revista de Direito Sanitário**, v.18, n.1, p.101-120, 2017.

AGUIAR, Ana Caroline Araújo. A imagem da Enfermagem nas mídias do Tocantins: uma análise das publicações. 2020.

BOMBARDA, Fábio; ROCHA, Damião. A espetacularização dos corpos whein protein: as propagandas de suplementos e o fenômeno de objetificação. **Educação, Escola & Sociedade**, v. 13, n. 15, p. e202003-e202003, 2020.

CARVALHO, Ana Sarrala. Análise de peças publicitárias de medicamentos dirigidas ao público geral. 2018.

DE ALMEIDA FAVARO, Patricia Ramacciotte et al. INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA AUTOMEDICAÇÃO.

DOS SANTOS, SHEILA DANIELA MEDEIROS. Rastros na memória: propagandas de medicamentos, história e patologização da vida.

FARIA, Guilherme Martins. **A regulação da publicidade de medicamentos no Brasil: análise de seu desenvolvimento e eficácia**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso.

FERRAIRO, Fernanda; GARATONNI, Bruno. A indústria farmacêutica gasta mais em marketing do que em pesquisa. **Superinteressante**, 11 dez 2019. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/saude/a-industria-farmaceutica-gasta-mais-em-marketing-do-que-em-pesquisa/>>. Acesso em 20 set. 2020.

GIMENES, Letícia da Silva et al. A influência da propaganda de medicamentos na automedicação. **Revista Amazônia Science & Health**, v.7 n.2, p.14-19, 2019.

LERNER, Sharon. Indústria farmacêutica enxerga pandemia do Coronavírus como oportunidade única para os negócios. **The Intercept Brasil**, março 2020. Disponível em: <<https://theintercept.com/2020/03/16/industria-farmaceutica-pandemia-coronavirus-lucro/>>. Acesso em 20 set. 2020.

MACEDO, Alisson Landin. O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE COMO INSTRUMENTO DE CONTROLE SOCIAL DO ESTADO E SEU IMPACTO NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL. **Vertentes do Direito**, v. 3, n. 2, p. 151-167, 2016.

MACEDO, Giani Rambaldi et al. O poder do marketing no consumo excessivo de medicamentos no Brasil. **Revista Transformar**, [s.l.], 2016. Disponível em: <<http://www.fsj.edu.br/transformar/index.php/transformar/article/view/79/75>>.

Acesso em 20 set. 2020.

MARTINEZ, Regina Célia; LIMA, Marco Antonio. VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR VERSUS PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS. **Revista Direito & Paz**, v. 2, n. 33, p. 26-42, 2015.

OLIVEIRA, Moacir Carvalho. O QUE NÃO TEM REMÉDIO MEDIATEZADO ESTÁ: SAÚDE, BELEZA E PODER NA PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS DO INÍCIO DO SÉCULO XX. **Revista Mosaico-Revista de História**, v. 10, p. 6-26, 2017.

TORRES, Luciana Vilar et al. INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE SOBRE O CONSUMO DE MEDICAMENTOS NUMA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA DE JOÃO PESSOA-PB. **Revista de Ciências da Saúde Nova Esperança**, v. 16, n. 3, p. 7-18, 2018.

VIDAL, Thaís Jeronimo et al. Publicidade de medicamentos no Brasil: um prejuízo à promoção do uso racional de medicamentos. 2015.

APÊNDICES



FAPAC - Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 - Jardim dos Ypês - Porto Nacional - TO - CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363 - 9600 - CNPJ - 10.261. 569/0001 - 64
www.itpacporto.com.br

APÊNDICE 1

DISPENSA DO TCLE (TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO)

Eu Juliana de Assis Roldão, Thomás Natal Teles Fleury, Vanderlúcia de Brito Silva, pesquisadores responsáveis pelo projeto de pesquisa intitulado “Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020”, solicitamos a dispensa da aplicação do Termo de Consentimento Livre (TCLE), com a seguinte justificativa: os dados coletados não envolvem seres humanos e nenhuma identificação das instituições pesquisadas.

Declaro:

- a) Que o acesso aos dados registrados nas propagandas de medicamentos para fins da pesquisa científica será feito somente após aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa;
- b) Que o acesso aos dados obedecerá às exigências de confiabilidade;
- c) Meu compromisso com a privacidade e a confidencialidade dos dados utilizados, preservando integralmente o anonimato e a imagem das pessoas que, por ventura, aparecerem nas propagandas;
- d) Não utilizar as informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou econômico-financeiro;
- e) Que o pesquisador responsável estabeleceu salvaguardar e assegurar a confidencialidades dos dados de pesquisa;

- f) Que os dados obtidos na pesquisa serão usados exclusivamente para finalidade prevista no protocolo;
- g) Que os dados obtidos na pesquisa somente serão utilizados para o projeto vinculado, os quais serão mantidos em sigilo, em conformidade com o que prevê os termos da resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, assino este termo para salvaguardar seus direitos.

Devido à impossibilidade de obtenção do TCLE (Termo de Consentimento Livre Esclarecido) de todos os participantes, assino este termo para salvaguardar seus direitos.

Porto Nacional, ____de ____ de 2020.

Juliana de Assis Roldão

Thomás Natal Teles Fleury

Vanderlúcia de Brito Silva



FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 – CNPJ: 10.261.569/0001 – 64
www.itpacporto.edu.br

APÊNDICE 2

CARTA DE ENCAMINHAMENTO AO COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA

Senhor Coordenador

Prof. Dr. Carlinni Vicentini

Coordenador do Comitê de Ética em Pesquisa da FAPAC/ITPAC/Porto

Senhor coordenador,

Encaminho o Projeto de Pesquisa intitulado “Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020”, sob a responsabilidade dos acadêmicos pesquisadores Juliana de Assis Roldão, Thomás Natal Teles Fleury, Vanderlúcia de Brito Silva, a ser realizado, em Porto Nacional-TO, por meio de uma ficha de coleta de dados, na qual constarão artigos da resolução de diretoria colegiada - RDC N° 96/2008.

Este projeto de pesquisa tem como objetivo analisar a propaganda de medicamentos farmacológicos no estado do Tocantins durante o período de 2019-2020 de acordo com o que determina a ANVISA.

Utilizaremos a dispensa do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), porque não haver o envolvimento de seres humanos neste trabalho.

Confirmo que toda a pesquisa seguirá ainda os seguintes princípios:

- O cumprimento das determinações éticas da Resolução N. 466/2012 CNS/CONEP e da Norma Operacional N. 001/2013;
- Iniciar esta pesquisa apenas após emissão do parecer favorável emitido pelo CEP;
- A garantia do sigilo quanto à identidade dos pesquisados;
- Não haverá nenhuma despesa para esta instituição que seja decorrente da participação dessa pesquisa;

- No caso do não cumprimento dos itens acima, há liberdade daqueles que tiveram seus prontuários analisados, para tentarem impedir a divulgação da pesquisa em qualquer meio de comunicação, sem penalização nenhuma para os donos dos documentos pesquisados.

Porto Nacional, TO, ____ de ____ de ____

Prof. Orientador Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues
Pesquisador Responsável



FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 – CNPJ: 10.261.569/0001 – 64
www.itpacporto.edu.br

APÊNDICE 3

DECLARAÇÃO DO ORIENTADOR

PROJETO: “Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020”.

PESQUISADOR RESPONSÁVEL: Prof. Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues

Declaro estar ciente e de acordo com a apresentação do projeto acima identificado, sob a responsabilidade dos acadêmicos do Curso de medicina, Juliana de Assis Roldão, Thomás Natal Teles Fleury, Vanderlúcia de Brito Silva sob a minha orientação.

Declaro também, que li e entendi a Resolução CNS 466/2012, responsabilizando-me pelo andamento, realização e conclusão deste projeto.

Em caso de desistência ou abandono dos acadêmicos Juliana de Assis Roldão , Thomás Natal Teles Fleury, Vanderlúcia de Brito Silva comprometo-me a enviar ao CEP/ FAPAC ITPAC Porto, relatório do projeto quando da sua conclusão, ou a qualquer momento, se o estudo for interrompido.

Porto Nacional, _____ de _____ de _____.

Prof. Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues
Pesquisador Responsável



FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 – CNPJ: 10.261.569/0001 – 64
www.itpacporto.edu.br

APÊNDICE 4

TERMO DE COMPROMISSO SOBRE O INÍCIO DA PESQUISA

PROJETO: “Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020”.

PESQUISADOR RESPONSÁVEL: Prof. Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues

Eu, Professor Orientador Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues, pesquisador responsável pela pesquisa acima identificada, com a anuência da IES FAPAC/ITPAC Porto declaro que conheço e cumprirei as normas vigentes expressas na Resolução 196/1996 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde, e em suas complementares (Resoluções CNS/MS 240/97, 251/97, 292/99, 340/2004 e 510/2016 e assumo, neste termo o compromisso de:

- 1) Somente iniciar a pesquisa após sua aprovação junto ao Comitê de Ética em Pesquisa FAPAC/ITPAC Porto e, nos casos assim previstos em lei (Resolução CNS/MS 196/96, VIII, 4 e CNS/MS 340/04, item VI), na Comissão Nacional Ética em Pesquisa – CONEP;
- 2) Caso a pesquisa seja interrompida, informar tal fato ao Comitê de Ética e Pesquisa, de forma justificada;
- 3) Na ocorrência de evento adverso grave comunicar imediatamente ao CEP, bem como prestar todas as informações que me foram solicitadas;
- 4) Utilizar os dados e/ou informações coletadas assegurando a confidencialidade e a privacidade dos mesmos.
- 5) Destinar os dados e/ou informações coletadas somente para o projeto ao qual se vinculam. Todo e qualquer outro uso deverá ser objeto de um novo projeto de pesquisa que deverá ser submetido à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa;
- 6) Apresentar relatório final, sobre o desenvolvimento da pesquisa ao CEP.

Porto Nacional-TO, ____de ____de ____.

Prof. Dr. Rodrigo Ventura Rodrigues
Pesquisador Responsável



FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 – CNPJ: 10.261.569/0001 – 64
www.itpacporto.edu.br

APÊNDICE 5

TERMO DE COMPROMISSO DE UTILIZAÇÃO DE DADOS (TCDU)

Eu, Rodrigo Ventura Rodrigues, docente do Curso de Medicina do ITPAC-PORTO, pesquisador responsável pela pesquisa intitulada “Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020”, sob a responsabilidade dos acadêmicos pesquisadores: Juliana de Assis Roldão, Thomás Natal Teles Fleury, Vanderlúcia de Brito Silva, comprometo-me com a utilização dos dados contidos nesta pesquisa, a fim de obtenção dos objetivos previstos, e somente após receber a aprovação do sistema CEP-CONEP.

Comprometo-me a manter a confidencialidade dos dados fornecidos, bem como a privacidade de seus conteúdos. Esclareço que os dados coletados se referem à Análise Bioética da Propaganda de Medicamentos Farmacológicos no Estado do Tocantins no Período de 2019-2020

Declaro entender que é minha a responsabilidade de cuidar da integridade das informações e de garantir a confidencialidade dos dados e a privacidade dos indivíduos que terão suas informações acessadas.

Também é minha responsabilidade de não repassar os dados coletados ou o banco de dados em sua íntegra, ou parte dele, a pessoas não envolvidas na equipe da pesquisa. Por fim, comprometo-me com a guarda, cuidado e utilização das informações apenas para cumprimento dos objetivos previstos nesta pesquisa aqui referida. Qualquer outra pesquisa em que eu precise coletar informações serão submetidas à apreciação do CEP da FAPAC/ ITPAC Porto.

Porto Nacional, _____ de _____ de _____.

Assinatura do Pesquisador Responsável