

Análise da Qualidade de Propagandas de Medicamentos Fitoterápicos disponibilizadas em Santa Catarina (Brasil).

Marisete Canello RESENER, Eloir Paulo SCHENKEL & Cláudia Maria Oliveira SIMÕES *

Laboratório de Farmacognosia, Departamento de Ciências Farmacêuticas, Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal de Santa Catarina. CEP 88040-900, Florianópolis, Santa Catarina-SC, Brasil.

RESUMO. O objetivo deste estudo foi analisar a qualidade das propagandas de medicamentos fitoterápicos, disponíveis em alguns estabelecimentos farmacêuticos do Estado de Santa Catarina, no que diz respeito ao cumprimento da legislação que regulamenta a propaganda de medicamentos e o registro de medicamentos fitoterápicos no Brasil, e sua conformidade com os Critérios Éticos para a Promoção de Medicamentos da Organização Mundial da Saúde (OMS). Em 367 estabelecimentos farmacêuticos, foram coletadas 61 diferentes peças publicitárias, que divulgaram 441 medicamentos fitoterápicos. Todas as peças publicitárias, em diferentes níveis, infringiram a legislação brasileira e/ou os Critérios Éticos da OMS. Muitas apresentaram apenas as qualidades dos medicamentos, omitindo informações que pudessem vir a restringir seu uso, tais como contra-indicações, precauções de uso e advertências.

SUMMARY. "Quality Analysis of the Advertisements of Herbal Medicines Available in Santa Catarina (Brazil)". The objective of this study was to analyze the quality of the advertisements of herbal medicines available in some drugstores in Santa Catarina state, Brazil, in order regarding to verify their conformity to the Brazilian laws concerning to the medicines advertisements of and to the herbal medicines registration, as well as to the Ethic Criteria for the Promotion of Medicines of the World Health Organization (WHO). Were collected, in 367 drugstores, sixty-one different advertisements announcing 441 herbal medicines. All of the advertisements infringed in some degree the Brazilian legislation and/or the WHO Ethic Criteria for the Promotion of Medicines. Almost all of the advertisements displayed only the medicine's qualities, omitting the informations that could limit their use, as well as their precautions of use, contraindications and even obligatory warnings.

PALAVRAS-CHAVE: Medicamentos fitoterápicos, Propagandas, Qualidade da informação.

KEY WORDS: Advertisements, Herbal medicines, Quality of information.

* Autor a quem a correspondência deverá ser enviada: *E-mail:* claudias@reitoria.ufsc.br