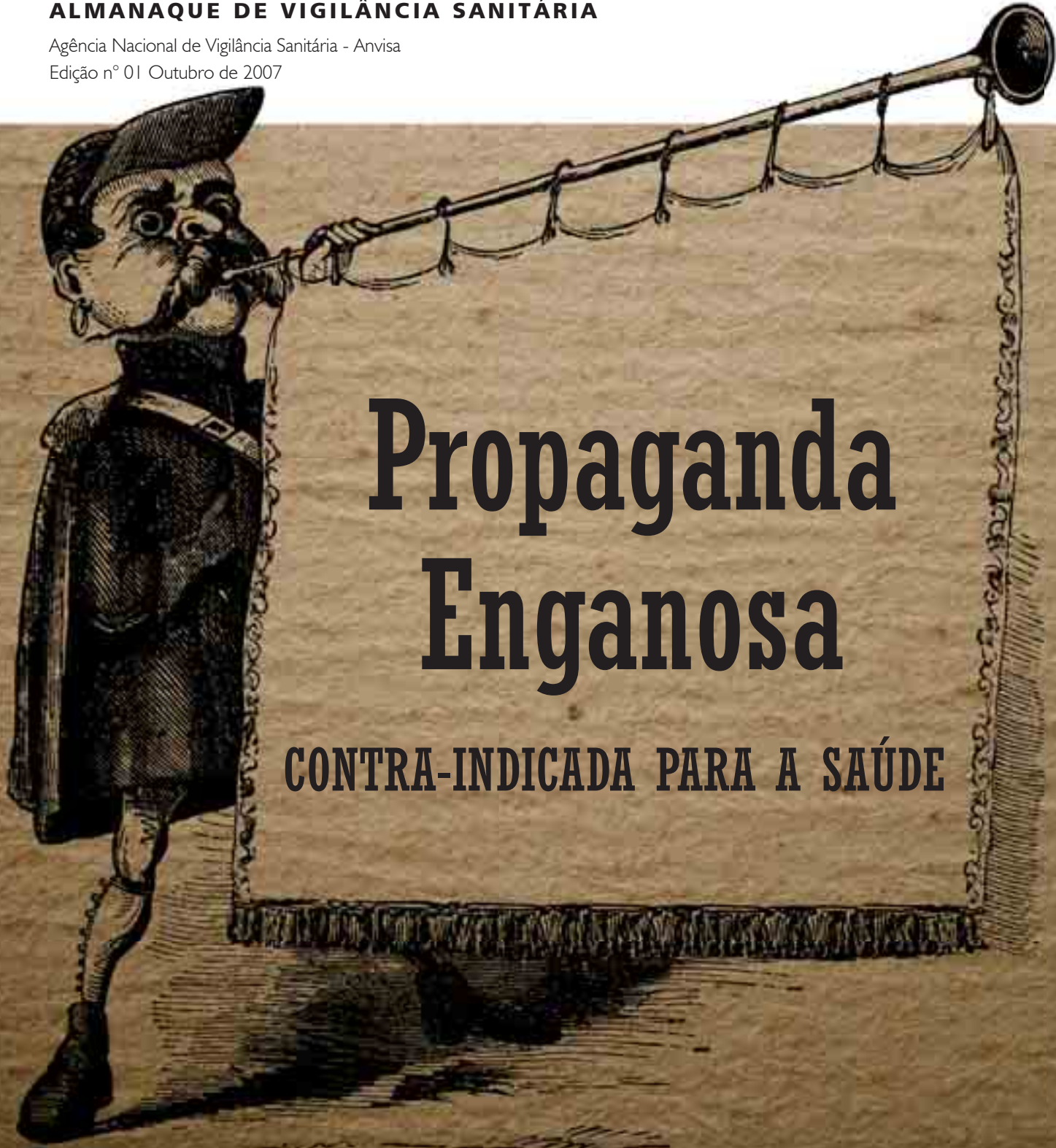


VISAÍ

ALMANAQUE DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa

Edição n° 01 Outubro de 2007



Propaganda Enganosa

CONTRA-INDICADA PARA A SAÚDE



A História da Vigilância Sanitária



A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) atua na regulação de bens e serviços essenciais à vida. A maior responsabilidade da Anvisa é prevenir, eliminar ou minimizar os riscos sanitários envolvidos nas áreas de atuação da agência.

Principal missão: proteger e promover a saúde da população brasileira.

Alimentos

Cosméticos

Inspeção e Controle de Insumos, Medicamentos e Produtos

Laboratórios de Saúde Pública

Medicamentos

Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos a Vigilância Sanitária

Monitoramento e Regulação de Mercado em Medicamentos

Portos, Aeroportos, Fronteiras e Recintos Alfandegados

Saneantes

Sangue, Outros Tecidos, Célular e Órgãos

Produtos Derivados do Tabaco

Tecnologia de Produtos para a Saúde

Tecnologica em Serviços de Saúde

Toxicologia



ANVISA

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Ministério
da Saúde



Carta ao Leitor

O almanaque Visa É trata-se de mais uma iniciativa da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para manter uma aproximação com você, leitor.

A nossa proposta é levar conhecimentos sobre a vigilância sanitária, principalmente aqueles relacionados à propaganda de medicamentos, uma das áreas de atuação da Anvisa, que queremos que você conheça.

Neste primeiro número, apresentamos um universo de textos, imagens, curiosidades e brincadeiras, traçando um panorama da vigilância sanitária no Brasil. Os conteúdos foram especialmente selecionados por uma equipe multidisciplinar que conta com profissionais das áreas de jornalismo, publicidade, editoração eletrônica, desenho, farmácia e educação.

O nosso desafio é que os conhecimentos aqui divulgados, de forma criativa e interativa, possam contribuir para provocar mudanças na história de nossa sociedade.

Esperamos que você aprecie a leitura.

Dirceu Raposo de Mello
Diretor presidente

VISA É

ALMANAQUE DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

Copyright © 2007. Agência Nacional de Vigilância Sanitária

É permitida a reprodução total ou parcial desta obra, desde que citada a fonte.
1ª edição – 10.000 exemplares

Diretor-presidente
Dirceu Raposo de Mello

Adjunto de Diretor-presidente
Norberto Rech

Diretores
Claudio Maierovitch
José Agenor Álvares da Silva
Maria Cecília Brito

Chefe de Gabinete
Aludima Mendes

Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, de Publicidade, de Promoção e de Informação de Produtos sujeitos à Vigilância Sanitária

Gerente
Maria José Fagundes Delgado

Editores
Luiz Silva Júnior
Maria José Delgado Fagundes
Maria Ruth dos Santos
Rosaura Hexsel

Textos
Luiz Silva Júnior
Maria Ruth dos Santos
Rosaura Hexsel

Revisão
Rosaura Hexsel

Apoio técnico
Aedê Cadaxa
Lorilei Wzorek
Mariana Von Collani

Apoio administrativo
Maria de Jesus Sousa

Assessoria de Divulgação e Comunicação Institucional

Assessora-chefe
Renatha Melo

Capa e Editoração Eletrônica
Camila Burns

Desenhos
Manuel Ribeiro



Sumário

3	O Homem e o Remédio: Qual é o Problema	12	Publicidade e Propaganda no Brasil: 180
	Carta Enigmática		Anos de História
4	A História da Vigilância Sanitária	14	Propaganda Enganosa
10	Curiosidades	18	Você Sabia?
11	Caça-palavras	19	Na Ponta da Língua
		20	Culinária
			A TV não é Doutor

O HOMEM E O REMÉDIO: QUAL O problema?

Texto de CARLOS DRUMIMOND DE ANDRADE

Ultimamente venho sendo consumidor forçado de drágeas, comprimidos, cápsulas e pomadas que me levaram a meditar na misteriosa relação entre a doença e o remédio. Não cheguei ainda a conclusões dignas de publicidade, e talvez não chegue nunca a elaborá-las, porque se o número de doenças é enorme, o de medicamentos destinados a combatê-las é infinito, e a gente sabe o mal que habita em nosso organismo, porém fica perplexo diante dos inúmeros agentes terapêuticos que se oferecem para extingui-lo. E de experiência em experiência, de tentativa em tentativa, em vez de acertar com remédio salvador, esbarramos é com um nova moléstia causada ou incrementada por ele, e para debelar a qual se apresenta novo pelotão de remédios, que por sua vez...

De modo geral, quer me parecer que o homem contemporâneo está mais escravizado aos remédios do que às enfermidades.

Ninguém sai de uma farmácia sem ter comprado, no mínimo, cinco medicamentos prescritos pelo médico ou pelo vizinho ou por ele mesmo, cliente. Ir à farmácia substitui hoje o saudoso hábito de ir ao cinema ou ao Jardim Botânico. Antes do trabalho, você tem de passar obrigatoriamente numa farmácia, e depois do trabalho não se esqueça de voltar lá. Pode faltar-lhe justamente a droga para fazê-lo dormir, que é a mais preciosa de todas. A conseqüente noite de insônia será consumida no pensamento de que o uso incessante de remédios vai produzindo o esquecimento de comprá-los, de modo que a solução seria montar o nosso próprio laboratório doméstico, para ter à mão, a tempo e hora, todos os recursos farmacêuticos de que pode necessitar um homem, doente ou sadio, pouco importa, pois todo sadio é um doente em potencial, ou melhor, todo ser humano é carente de remédio. Principalmente, de remédio novo com embalagem nova, propriedades novas e novíssima

eficácia, ou seja, que se não curar este mal, conhecido, irá curar outro, de que somos portadores sem sabê-los.

Em que ficamos: o remédio gera a doença, ou a doença repele o remédio, que é absorvido por artes do nosso fascínio pela droga, materialização do sonho da saúde perfeita, que a publicidade nos impinge? Já não se fazem mais remédios merecedores de confiança? Já não há mais doentes dignos de crédito, que tenham moléstias diagnosticáveis, e só estas, e não, pelo contrário, males absurdos, de impossível identificação, que eles mesmos inventaram, para desespero da Medicina e da farmacopéia?

Há laboratórios geradores de infecções novas ou agravadores das existentes, para atender ao fabrico de drogas destinadas a debelá-las? A humanidade vive à procura de novos males, não se contendo com os que já tem, ou desejando substituí-los por outros mais requintados? Se o desenvolvimento científico logrou encontrar a cura de males tradicionais, fazendo aumentar a duração média da vida humana, por que se multiplicam os remédios, em vez de se lhe reduzirem as variedades? Se o homem de hoje tem mais resistência física, usufrui tantas modalidades de conforto e bem-estar, por que não pára de ir à farmácia e a farmácia não pára de oferecer-lhe rótulos novos para satisfazer carências de saúde que ele não deve ter?

Estou confuso e difuso, e não sei se jogo pela janela os remédios que médicos, balconistas de farmácia e amigos dedicados me receitaram, ou se aumento o sortimento deles com a aquisição de outras fórmulas que forem aparecendo, enquanto o Ministério da Saúde não as desaconselhar. E não sei, já agora, se se deve proibir os remédios ou proibir o homem. Este planeta está meio inviável.

Carta Enigmática



- si



- a

+ o



- da



- nta +



- u



+ a



O início da era sanitária no

Brasil



No final do ano de 1807, em 27 de novembro, D. João VI e a Família Real zarparam de Portugal para o exílio no Brasil. Após quase dois meses de viagem, pelo Oceano Atlântico, a esquadra aportou em Salvador, no dia 22 de janeiro de 1808. Ao desembarcar, a comitiva real marcava, na história do Brasil, uma nova era, de muitas e grandes transformações, inclusive nas questões relacionadas à saúde pública.

O ato de “abertura dos portos brasileiros às nações amigas”, no dia 28 de janeiro daquele ano, assinado por D. João VI, é considerado o momento em que a vigilância sanitária finalmente se estabeleceu no Brasil. Inicia-se o controle dos navios, das tripulações e dos passageiros que chegavam às terras brasileiras. Muitas doenças eram trazidas de outros lugares do mundo, nessas embarcações. Ainda em Salvador, o rei criou a Escola de Medicina e Cirurgia da Bahia. Esses dois eventos passam a vincular o nome de D. João VI à história da saúde pública no Brasil.

A Nova Capital

No final de fevereiro a Família Real seguiu para a nova capital, o Rio de Janeiro que à época, era uma cidade pobre, suja e que exalava maus cheiros no ar.

A população carioca, vivia a expectativa de conhecer a Família Real, afinal, a nobreza passaria a viver naquela cidade. O povo surpreendeu-se com a feiúra do casal real - D. João e D. Carlota -, com a loucura de D. Maria I e com as cabeças raspadas das cortesãs, por conta de um surto de piolhos ocorrido na viagem de 64 dias pelo Oceano Atlântico.

O Rio de Janeiro era uma cidade com cem mil habitantes, rodeada de pântanos, morros e floresta. As casas eram baixas, pequenas e escuras, sem nenhum conforto. Os escravos representavam um terço da população da cidade. Eram os que mais andavam pelas ruas, praças, lavouras, no porto, nas matas e nos morros, em constantes e variadas atividades, dentre elas a de carregar barris de fezes e lixo, que eram despejados no mar.

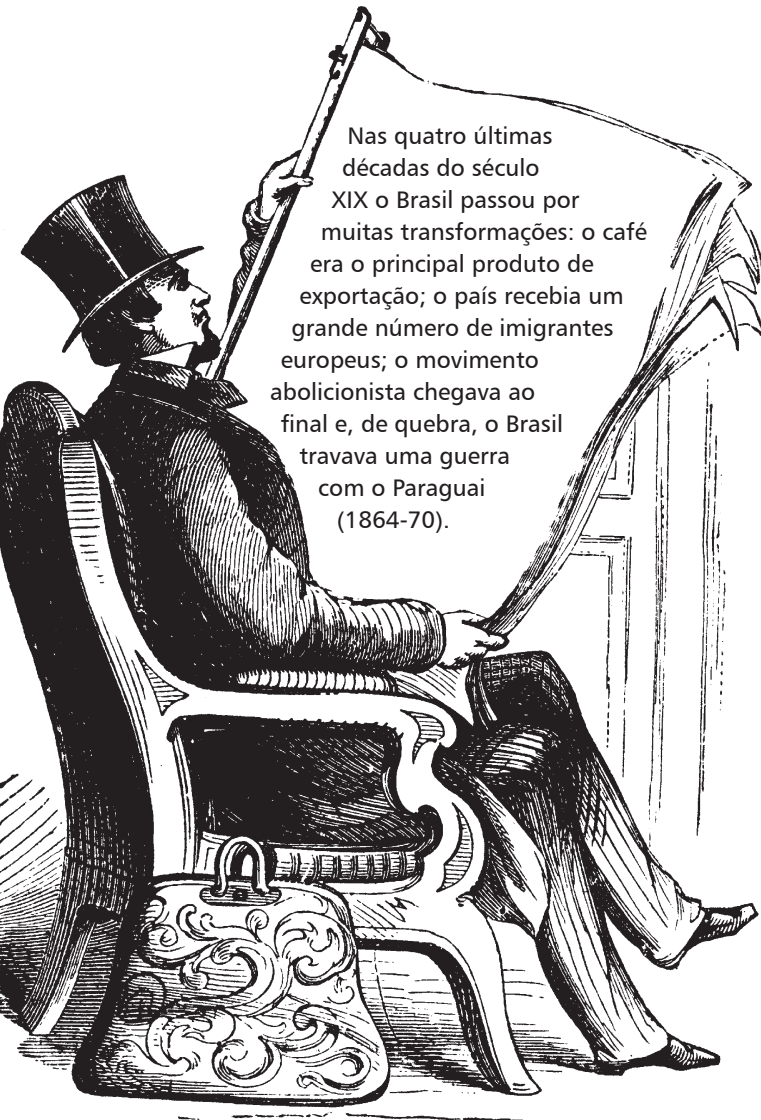
A preocupação com a frequência das doenças e a falta de higiene na cidade levou o príncipe-regente a tomar algumas atitudes: drenagem dos pântanos e alargamento das ruas; criação da Escola Anatômica, Cirúrgica e Médica e a criação de

laboratórios: um farmacêutico e um de química. Passados dois anos foi instituído um documento - Regimento da Provedoria - que estabelecia normas mais rígidas de controle sanitário nas áreas da alimentação, dos portos e das boticas, regulando, também, o exercício da medicina e da farmácia.

Independência ou Morte

Na ocasião do anúncio da Independência do Brasil, por D. Pedro I, em 1822, a área da saúde pública ainda era uma grande preocupação. O país vivia um momento em que muitas epidemias surgiam e se alastravam.

Em 1824, com a nova Constituição, foram criadas Câmaras Municipais para assumirem as questões de higiene pública de cada município. Insatisfeitos com a atuação das Câmaras, um grupo de médicos criou a Sociedade de Medicina e Cirurgia do Rio de Janeiro, em 1829. Mesmo assim, as epidemias não davam trégua e os problemas de saúde se agravavam cada vez mais.



Nas quatro últimas décadas do século XIX o Brasil passou por muitas transformações: o café era o principal produto de exportação; o país recebia um grande número de imigrantes europeus; o movimento abolicionista chegava ao final e, de quebra, o Brasil travava uma guerra com o Paraguai (1864-70).

De 1834 a 1836 o Brasil conheceu doenças graves como a varíola, a gripe, a febre tifóide e o sarampo, que ainda não tinham cura.

Para o combate à febre amarela, que ressurgiu em 1849 (a primeira epidemia da doença foi em 1599), foi criada a Comissão Central de Saúde Pública, transformando-se, em seguida, em Junta Central de Higiene Pública. A partir daí, estabeleceu-se uma nova organização da vigilância sanitária que se manteria até o final do século XIX.

O Brasil Republicano

O Imperador D. Pedro II (1840-1889) foi deposto por um grupo de militares do Exército brasileiro, chefiados pelo marechal Deodoro da Fonseca. Foi a Proclamação da República. Instalava-se um governo autoritário. Para a saúde pública essa nova ordem foi positiva, pois permitiu um maior controle sobre as questões de vigilância sanitária.

São Paulo saiu na frente em busca de autonomia e instituiu uma saúde pública estadual, passando a ser referência na área da saúde. A Inspetoria de Higiene da Província de São Paulo se transformou no Serviço Sanitário do Estado de São Paulo, que administrava uma rede de instituições criadas com dinheiro público, incluindo laboratórios, institutos de vacina, hospital de Isolamento e serviços de desinfecção que vistoriavam as casas sob suspeita de contaminação.

A Era Bacteriológica

Na São Paulo do final do século XIX, o foco estava na febre amarela. O Brasil era conhecido como "o túmulo dos estrangeiros". Esta fama prejudicava, principalmente, o complexo cafeeiro.

A conselho de um famoso cientista francês, Louis Pasteur, o governo criou, no ano de 1892, o Laboratório de Bacteriologia. Esse Laboratório contava com uma equipe de grandes nomes da ciência que, uma vez reunidos, tinham a missão de combater as doenças que assustavam o Brasil. Nele também, começou a produção do soro antiofídico – em São Paulo, por exemplo, morriam cinco mil pessoas, por ano, por picadas de cobras -. Adolfo Lutz estava na direção da instituição. O Laboratório de Bacteriologia tornou-se mais amplo. Vital Brasil, que trabalhara na fabricação do soro antiofídico em Paris, veio para reforçar a equipe de Lutz, em 1895.

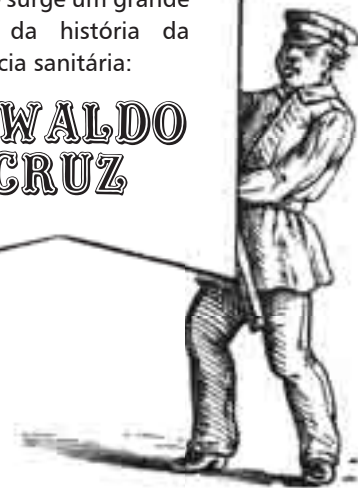


Quatro anos depois, chegou ao Brasil a peste bubônica – doença provocada pela picada de pulgas abrigadas no pelo de ratos - e cientistas como Emílio Ribas - diretor do Serviço Sanitário-, Adolfo Lutz, Vital Brasil e o jovem Oswaldo Cruz - recém chegado do Instituto Pasteur, em Paris -, se unem para combater a moléstia. O governo investiu na infra-estrutura necessária para equipar o Laboratório para produzir o soro “antipestoso”.

A saúde pública do Brasil ganha grande impulso. Enquanto em São Paulo era criada a Fundação do Instituto Butantan para a produção do soro, no Rio, em Manguinhos, é criado o Instituto Soroterápico Federal, assumido por Oswaldo Cruz, então, com 28 anos.

Com a entrada do século XX, uma nova etapa se inicia e surge um grande nome da história da vigilância sanitária:

**OSWALDO
CRUZ**



A saúde pública no século XX

Rodrigues Alves, governador de São Paulo por duas vezes, foi um político preocupado com a área da saúde em seu estado. Quando assumiu a Presidência da República, em 1902, tratou de reurbanizar a capital, Rio de Janeiro, modernizar o porto e sanear a cidade.

Um ano depois, Oswaldo Cruz foi indicado para assumir a Diretoria Geral da Saúde, com a tarefa de erradicar três doenças epidêmicas: a febre amarela, a peste bubônica e a varíola.

Em setembro de 1905, Oswaldo Cruz partiu para uma expedição de 111 dias, percorrendo 30 portos brasileiros, de Norte a Sul do país, para fazer a vigilância sanitária. Começam as expedições científicas ao interior do país.

Finalmente, depois de tantas críticas, pode-se dizer que o projeto sanitário de Oswaldo Cruz deu certo. No Rio, no ano de 1906, a febre amarela foi considerada extinta.



Entre os anos de 1901 a 1907 a tuberculose alastrava-se no Rio. A “peste branca” fazia um número sete vezes maior de vítimas, do que a febre amarela, no mesmo período e fazia muitas vítimas nas favelas, entre os pobres. O governo, na ocasião, tratou o problema com descaso.

Em 1908, Oswaldo Cruz deixou o cargo que ocupava na Diretoria Geral de Saúde Pública, permanecendo apenas como diretor do Instituto Oswaldo Cruz. No ano seguinte, Carlos Chagas, outro importante cientista da equipe de Oswaldo Cruz, descobre o agente causador da Doença de Chagas, o *trypanosoma cruzi*.

No período de 1911 a 1913 o Instituto Oswaldo Cruz promoveu diversas expedições ao interior do Brasil. Essas viagens de pesquisa permitiram traçar um quadro da situação de saúde dos brasileiros e possibilitaram um maior controle das doenças e das epidemias no país.

Quando Oswaldo Cruz morreu, em 1917, Carlos Chagas assumiu o cargo de diretor-geral do Instituto Oswaldo Cruz.

Um outro momento marcante na história sanitária de nosso país é a criação da Liga Pró- Saneamento do Brasil, em 1918, por um grupo de intelectuais nacionalistas que se opõem ao sistema de vigilância sanitária que exclui, em suas ações, o homem do campo. Começa, daí, o movimento sanitário no Brasil.



Instituto Oswaldo Cruz

Avanços e Retrocessos

Na década de 20, muitas mudanças ocorreram devido à necessidade de uma reforma na área da saúde. A criação do Departamento Nacional de Saúde Pública (DNSP), por exemplo, em substituição à Diretoria Geral de Saúde Pública, tinha por responsabilidade os serviços sanitários terrestres, marítimos e fluviais e os serviços de profilaxia rural. O sistema de vigilância sanitária, embora eficaz, era centralizador e autoritário, surgindo daí muitas críticas.

Nos anos 30, a saúde pública passa por uma fase de desmobilização, perda de poder e também de prestígio.

Em 1953 foi criado o Ministério da Saúde, no Rio de Janeiro. As ações de saúde ainda estão dispersas em vários outros órgãos. Nessa década o foco de atenção era a malária, a doença de Chagas, a peste bubônica e a febre amarela.

O Código Nacional de Saúde, instituído em 1961, ainda no governo de Juscelino Kubitschek, definiu um controle maior sobre as doenças no Brasil e deu atenção às questões do saneamento.

Para a saúde pública do país a realização da 3ª Conferência Nacional de Saúde, no Rio, no ano de 1963, representou um marco. O assunto em pauta foi a reorganização dos serviços de saúde e a municipalização do setor.

Cinco anos depois da Conferência, iniciou-se a Reforma Administrativa Federal que possibilitou a retomada da Política Nacional de Saúde – idéia há seis anos abandonada – sob a responsabilidade do Ministério da Saúde.

Continua na página 09



A trajetória de **OSWALDO CRUZ** e sua luta como médico sanitarianista no século XX

Extraído de <http://www.fiocruz.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1084&sid=194>, em 8/6/2006, com adaptações.

Filho do médico Bento Gonçalves Cruz e de Amália Taborda de Bulhões Cruz nasceu dia 05 de agosto de 1872, na cidade de São Luís de Paraitinga, São Paulo, onde viveu até 1877, quando seu pai se transferiu para o Rio de Janeiro. Estudou no Colégio Laure, no Colégio São Pedro de Alcântara e no Externato Dom Pedro II.

Aos quinze anos, ingressou na Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro. Antes de concluir o curso, já publicara dois artigos sobre microbiologia na revista Brasil Médico. Em 24 de dezembro de 1892, formou-se doutor em medicina, com a tese "Veiculação Microbiana pelas Águas". Seu interesse pela microbiologia levou-o a montar um pequeno laboratório no porão de sua casa. Contudo, a morte de seu pai, no mesmo ano de sua formatura, impediu temporariamente o aprofundamento de seus estudos. Somente em 1896 pôde realizar o seu sonho: especializar-se em Bacteriologia no Instituto Pasteur de Paris, que na época reunia grandes nomes da ciência.

Ao voltar da Europa, Oswaldo Cruz encontrou o Porto de Santos assolado por violenta epidemia de peste bubônica e logo engajou-se no combate à doença. Para fabricar o soro antipestoso, foi criado em 25 de maio de 1900 o Instituto Soroterápico Federal, instalado na antiga Fazenda de Manguinhos. O Instituto era dirigido pelo Barão de Pedro Afonso e o diretor técnico era o jovem bacteriologista. Em 1902, assumiu a direção geral do novo Instituto. Este, por sua vez, ampliou suas atividades não mais restringindo-se à fabricação de soro antipestoso, mas dedicando-se também à pesquisa básica aplicada e à formação de recursos humanos.

Em 1903, Oswaldo Cruz foi nomeado diretor geral de Saúde Pública, cargo que corresponde atualmente ao de Ministro da Saúde. Utilizando o Instituto Soroterápico Federal como base de apoio técnico-científico, desenvolveu memoráveis campanhas de saneamento. Em poucos meses, a incidência de peste bubônica diminuiu com o extermínio dos ratos, cujas pulgas transmitiam a doença.

Ao combater a febre amarela, na mesma época Oswaldo Cruz enfrentou vários problemas. Grande parte dos médicos e da população acreditava que essa doença era transmitida pelo contato com as roupas, suor, sangue e secreções de doentes. No entanto, Oswaldo Cruz acreditava em uma nova teoria: o transmissor da febre amarela era um mosquito. Assim, suspendeu as desinfecções, método tradicional no

combate à moléstia e implantou medidas sanitárias com as brigadas mata-mosquitos. Eram grupos de homens uniformizados que percorriam casas, jardins, quintais e ruas, para eliminar focos de insetos e também impediam a manutenção de águas paradas, onde se desenvolviam as larvas dos mosquitos. A atuação autoritária de Oswaldo Cruz provocou violenta reação popular.

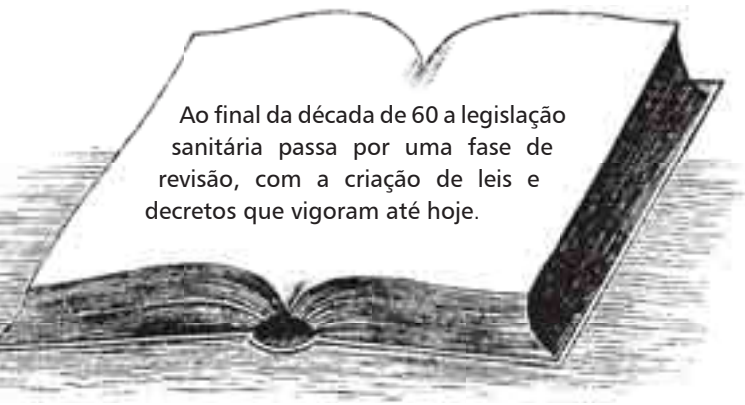
Em 1904, a oposição a Oswaldo Cruz atingiu seu auge. Com o agravamento dos surtos de varíola, o sanitarianista tentou promover a vacinação em massa da população. Os jornais lançaram uma campanha contra a medida. O congresso protestou e foi organizada a Liga contra a vacinação obrigatória. No dia 13 de novembro, estourou a rebelião popular e, no dia 14, a Escola Militar da Praia Vermelha se levantou. O Governo derrotou a rebelião, mas suspendeu a obrigatoriedade da vacina.

Oswaldo Cruz acabou vencendo a batalha. Em 1907, a febre amarela estava erradicada do Rio de Janeiro. Em 1908, uma epidemia de varíola levou a população aos postos de vacinação. O Brasil finalmente reconhecia o valor do sanitarianista.

No mundo científico internacional, porém, seu prestígio era já incontestável. Em 1907, no XIV Congresso Internacional de Higiene e Demografia de Berlim, recebeu a medalha de ouro pelo trabalho de saneamento do Rio de Janeiro. Oswaldo Cruz ainda reformou o Código Sanitário e reestruturou todos os órgãos de saúde e higiene do país.

Em 1909, deixou a Diretoria Geral de Saúde Pública, passando a se dedicar apenas ao Instituto de Manguinhos, que fora rebatizado com o seu nome. Do Instituto lançou importantes expedições científicas que possibilitaram a ocupação do interior do país. Erradicou a febre amarela no Pará e realizou a campanha de saneamento da Amazônia. Permitiu, também, o término das obras da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, cuja construção havia sido interrompida pelo grande número de mortes entre os operários pela malária.

Em 1913, foi eleito para a Academia Brasileira de Letras. Em 1915, por motivos de saúde, abandonou a direção do Instituto Oswaldo Cruz e mudou-se para Petrópolis. Eleito prefeito daquela cidade, traçou vasto plano de urbanização, que não pôde ser construído. Sofrendo de crise de insuficiência renal, morreu a 11 de fevereiro de 1917, com apenas 44 anos.



Ao final da década de 60 a legislação sanitária passa por uma fase de revisão, com a criação de leis e decretos que vigoram até hoje.

A saúde pública no Brasil continua enfrentando desafios. São Paulo e o Rio de Janeiro são atingidos por uma epidemia de meningite, em 1971, de grandes proporções. O governo federal promoveu uma campanha nacional de vacinação contra a doença, que só foi debelada em 1975.

Ao final dos anos 70 o Ministério da Saúde passou por uma reestruturação e foi criada a Secretaria Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), que faria o controle sanitário dos portos, aeroportos e fronteiras; medicamentos; alimentos; saneantes; cosméticos e produtos de higiene.

O Sistema Único de Saúde

O Sistema Único de Saúde – SUS é o resultado de uma luta de profissionais de saúde, lideranças políticas, sindicais, populares e de gestores públicos, que teve início nos anos 70 e se chamou de Movimento pela Reforma Sanitária. O SUS representa uma conquista da sociedade brasileira, tendo sido criado pela Constituição Federal de 1988.

Trata-se de um sistema público de saúde destinado a todas as pessoas e financiado com recursos arrecadados dos impostos pagos pela população.

Ao SUS cabe promover e proteger a saúde, garantindo atenção qualificada e contínua aos indivíduos e às coletividades, assegurando a cidadania e o fortalecimento da democracia.

O SUS é de responsabilidade das três esferas de governo, ou seja, da União, estados e municípios e para isso conta com um conjunto de serviços, unidades e órgãos para desenvolver diversas atividades e ações de saúde, sob a coordenação do Ministério da Saúde. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) integra esse Sistema.

A Anvisa

Criada 191 anos após o desembarque da Família Real, no Rio de Janeiro, a Anvisa tem contribuído para tornar a vigilância sanitária uma força autônoma, independente e atuante.

A Anvisa tem por missão promover a proteção da saúde da população fazendo o controle e a vigilância sanitária sobre a produção, comercialização e circulação de produtos como medicamentos, alimentos, produtos de limpeza, cosméticos, dentre outros e de serviços hospitalares, laboratoriais e ambulatoriais. Além disso, a Agência faz o controle de portos, aeroportos e fronteiras e mantém parceria com o ministério das Relações Exteriores e as instituições estrangeiras para tratar de assuntos internacionais, na área de vigilância sanitária.

Com relação à fiscalização da propaganda, da publicidade, da informação e da promoção dos produtos submetidos à vigilância sanitária, a Anvisa conta com uma gerência específica, a Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária.

Esta área tem a responsabilidade de monitorar as propagandas veiculadas e verificar se elas estão de acordo com a lei. A legislação

A saúde é um direito universal e fundamental do ser humano, firmado na Declaração Universal dos Direitos Humanos e assegurado pela Constituição Federal de 1988. Em seu artigo 196 "A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação."



é rigorosa com as empresas que podem ser responsabilizadas por divulgarem propaganda irregular. Para quem descumprir as regras, a Anvisa poderá multar e, até mesmo, suspender a propaganda.

As peças publicitárias são analisadas em relação à legislação brasileira e aos regulamentos criados pela Anvisa para orientar as empresas anunciantes quanto à prática da publicidade dos produtos sujeitos à vigilância sanitária. Quando a irregularidade é identificada na propaganda, as empresas são autuadas e é aberto um processo administrativo sanitário para apurar as responsabilidades. As multas variam de R\$ 2 mil a R\$ 1,5 milhão. Estes valores podem dobrar em caso de reincidência.

Saiba mais

À sua Saúde – A Vigilância Sanitária na História do Brasil - Eduardo Bueno. Brasil: Anvisa, 2006.

O SUS no seu município – Garantindo saúde para todos. Brasil: Ministério da Saúde, 2004. Série B. Textos Básicos de Saúde.

O SUS de A a Z, garantindo saúde nos municípios. Brasil. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Secretários Municipais de Saúde. 2005. Série F. Comunicação e Educação em Saúde.

CURIOSIDADES

Paster, Pasteurizar

O termo “pasteurização” vem do nome de Louis Pasteur, um grande cientista francês, conhecido por suas descobertas e desenvolvimento de vacinas e soros, além da identificação do processo de fermentação dos alimentos.

Compradores de Ratos

Oswaldo Cruz, em 1902, criou a “profissão” de compradores de ratos – funcionários públicos que saíam às ruas pagando pelos ratos que a população apanhava. Porém, a iniciativa não deu certo. Alguns desonestos criavam ratos para vender ao governo. Essas medidas foram muito criticadas pela população e se tornaram motivo de deboche, por muito tempo.



Escravos Tigres

No Brasil, no início do século 19, os “tigres” eram os escravos que carregavam os barris cheios de fezes e refugos. Recebiam este nome porque o conteúdo escorria-lhes pelos ombros e pelo corpo dando-lhes aquele aspecto rajado. Os dejetos eram despejados nas águas da baía da Guanabara, em frente ao Palácio Imperial, no Rio de Janeiro.

A Revolta da Vacina

A vacina contra a varíola tornou-se obrigatória. O governo, muitas vezes, usava a força para fazer cumprir a lei. Nesse ano, 1904, surgiu um grande movimento de revolta popular – a chamada Revolta da Vacina. Isso levou o presidente a revogar, no início de 1905, a lei que tornava a vacina obrigatória.



Saiba mais:

À sua Saúde – A Vigilância Sanitária na História do Brasil. Eduardo Bueno



Caca-Palavras

Medicalização da sociedade. O que é isso?

Os **medicamentos** desempenham um papel importante na **recuperação da saúde**. No entanto, na sociedade de consumo, os produtos farmacêuticos romperam os limites da saúde e passaram a ser concebidos e disseminados como a solução de praticamente todos os aspectos do viver, seja na estética, no comportamento ou na qualidade de vida. Para estimular o consumo, a indústria farmacêutica, por meio da **propaganda**, tenta promover a idéia da “saúde em pílulas”, prometendo o ideal do corpo e mente mais saudáveis.

Isso implica dizer que para todas as **dificuldades** – uma simples dor de cabeça, um problema de impotência sexual ou até mesmo a flacidez – existe uma maneira fácil e imediata de resolver, seja tomando um comprimido, um elixir ou fazendo uma cirurgia plástica. São situações que vivenciamos todos os dias. A “solução” para todos os males é oferecida por meio de anúncios na TV, no rádio, em jornais, revistas ou internet e, até mesmo, por pessoas conhecidas.

Foi criada uma imagem de que medicamentos ou procedimentos médicos poderiam proporcionar **bem-estar**, alívio imediato – de algum desconforto físico – e trazer beleza física, por exemplo. Isso pode ser entendido como uma das formas de **medicalização** da sociedade, que por definição, é o processo de transformar as necessidades e as carências das pessoas em exigência por atenção médica. Ou seja, os problemas sociais passam a ser um problema médico.

Fique claro, portanto, que os medicamentos devem ser vistos como coadjuvantes e não protagonistas do **tratamento**, o que significa dizer que eles podem aliviar, controlar e, muitas vezes, contribuir na recuperação da saúde ou proporcionar cura, quando indicados por um profissional **médico** ou **farmacêutico**.

Importante considerar que os caminhos para se ter uma saúde melhor passam por mudanças nos modos de vida das pessoas. Quem adota hábitos e **atitudes saudáveis** poderá prevenir doenças. É bom lembrar que, para muitos dos problemas de saúde, a melhor receita ainda é adotar uma alimentação saudável, praticar alguma atividade física e procurar estar de bem com a vida, cuidando da mente e do espírito, em perfeita harmonia com a natureza.

Procure no quadro abaixo as palavras e expressões em destaque no texto.



R B C V M L O E F L P T L D S Ç L O U B I R I P A R M E D I C A M E N T O S K S L O O S M E D D C I
E E P E R U D I F I C U L D A D E S I Y L W T R Z A Ñ I H I N H O U T R E S D E W Q A Ç Ã I Ö M N
C S C O H L O Q A C N V K B I D E T F G H X I O T F M I N M Ç Ã O H G F D T R O I N C O N J D O I M
U S I L N C B V K O Ç P E R T I E D S F I I C P É Z X D C H U V O I U R E Q W N Ã L T I N T S A R O
P Ç M O N T B J O L U E Y O U T E R M L K I I A S T L I L A T R A T A M E N T O L Ç K O Ã M C X R M
E O P U W E R A R Ã F L A S T G R I M A V E I G D I S P O R A Ç Ã L O N I C A K F J S O E I U H S I
R Z O M B F R U I L E R G A L A P A G U Y R Y A C R O I S T M A N O S C Ô M O M S D E R T I L O P O
A Q A C N V K B I D E T F G H E O T F M I N I N O H G F D T R O I N C O N J D O I M O L C H L O Q P
Ç G H E O T F M C O H L O Q A C N V K G B I D D G H E O T F M E S C O C O H L O Q A C V K B I D E I
Ã C S I L N C B V K O Ç P E R T I E D S O Ã Ç A Z I L A C I D E M Ã L T I N T A R T B O L E C B I N
O S C O H L O Q A C N V K B I D E T F G H E O T F M I N I M Ç Ã O H G F T R O I N C O N J D M O L I
D S I L N C B V K O Ç P E R T I E D S F I I S A R T M U M É D I C O I N C O N J D I N Ã O N N I Ã I
A M A N O S C Ô M O M S D E R V E T F G H E O T F M I N I M Ç Ã O H G F D T R O I N C O N J D O I O
S B G H Y T F R S E L É M N I C O D I C O H L O Q A C N V K B I D E T F G H E O T F M V O I U R W N
A T I U D E S S A U D Á V E I S M S R E E S T R U G L P Ã C T A W Q A S D F K L Ç P O I U O P I Y M
Ú L O Q A C I V K B I D E T F G H E O T F M C O H L O I A C N V V A R O Ã M Ã Õ M I S D E R L H F I
D P I E R T O D U I Y L Ç P I E R I O B B E M - E S T A R L Ç P I E R T O D Ç W N Ã L T I W N Ã L T
E V C D E S O I U D F R I E N D J F H I E Y Y D K G L Ç P O N C P O Ç Ã D I F A R M A C Ê U T I C O

Publicidade e Propaganda

no **BRASIL**



ANOS de História

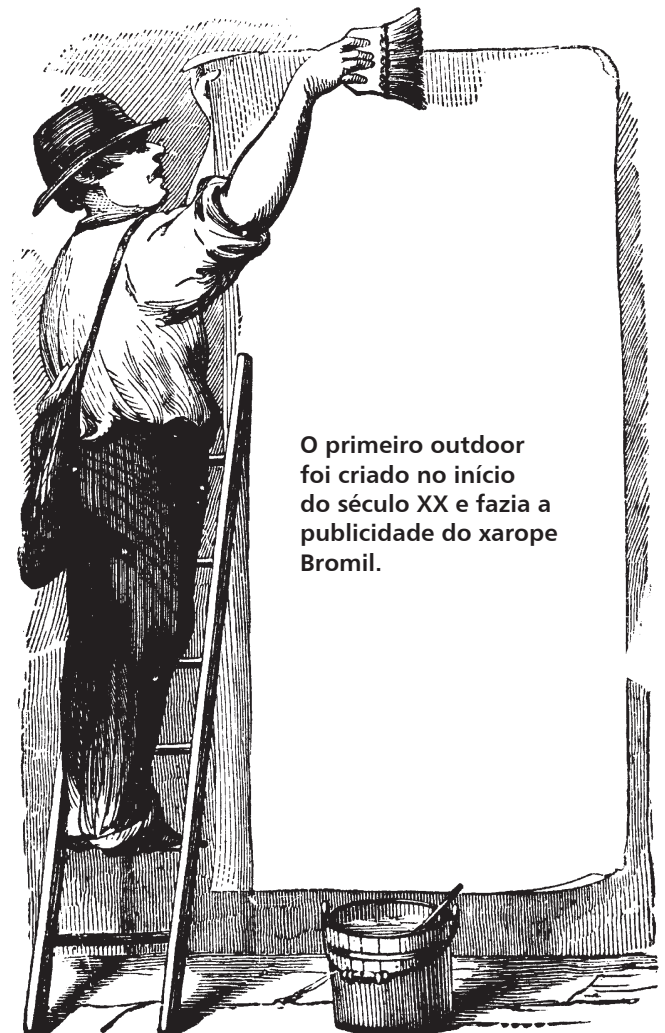
A propaganda no Brasil começa em 1808 com a criação do jornal Gazeta do Rio de Janeiro. Nele é publicado o primeiro anúncio de que se tem notícia: "Quem quiser comprar uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita, fale com Joaquina da Silva, que mora nas mesmas casas". A partir daí, as propagandas começam a evoluir na forma de classificados de compra e venda de imóveis e de escravos.

Os primeiros painéis de rua, bulas de remédios e panfletos de propaganda aparecem a partir de 1860. Somente quinze anos mais tarde surgem os anúncios ilustrados. Os textos das propagandas eram extensos e normalmente criados por poetas como Olavo Bilac (1865-1918) e os desenhos eram assinados por artistas conhecidos.

As técnicas foram se aperfeiçoando e, aos poucos, os textos se tornaram mais objetivos. No final do século XIX, as propagandas apresentavam-se em formatos maiores e eram publicadas em jornais, praças públicas e instituições.

Mas, é apenas no começo do século XX que surge a primeira revista brasileira - Revista da Semana, no Rio de Janeiro. A importação de novas técnicas de impressão multiplicava, sobretudo nas capitais, periódicos ilustrados cada vez mais coloridos.

As peças de propagandas de remédios eram cada vez mais numerosas. Os anúncios apresentavam um formato menor e em preto e branco. As mensagens tinham forte apelo milagroso, sugerindo a cura imediata de muitos males. Essa era a marca da indústria farmacêutica, emergente, do começo do século passado. A imagem de políticos e de pessoas conhecidas foi muito utilizada para valorizar os produtos anunciados.



O primeiro outdoor foi criado no início do século XX e fazia a publicidade do xarope Bromil.





Na década de 20, surge o rádio no Brasil. Em 1926, os Laboratórios Fontoura contratam Monteiro Lobato para desenvolver as campanhas publicitárias da empresa. Lobato criou a figura de Jeca Tatu, personagem que ilustrou várias peças de propaganda. A propaganda do Biotônico Fontoura, por exemplo, até hoje no mercado, utilizava-se da imagem do Jeca Tatu para ilustrar o “caboclo de família magra, pálida e triste, que se transformava em saudável ao experimentar o biotônico”. “O mais completo fortificante” consagrado pelo “bê, á – bá, bê, é – bé, bê, i – bi, Biotônico Fontoura!”. Nessa mesma época, a propaganda, em geral, alcançou as salas de cinema com projeções de slides coloridos em lâminas de vidro.

Julho de 1932. Explodiu em São Paulo uma revolta contra o presidente Getúlio Vargas. As tropas federais foram enviadas para conter a rebelião. As forças paulistas lutaram contra o exército durante três meses. Esse episódio, conhecido como a Revolução Constitucionalista de 1932, provocou a paralisação da propaganda e os profissionais de comunicação, buscando alternativas, passaram a lidar com novas técnicas de trabalho.

O rádio foi a grande sensação da década de 30, porém ainda não veiculava propagandas. Os locutores faziam a leitura dos textos e os programas não tinham patrocínio. Nessa ocasião, o forte da publicidade eram os meios impressos que anunciavam vários produtos. Os painéis ganhavam as ruas e as estradas. Já com relação às propagandas de medicamentos os anúncios apareciam raramente.



Em 1941, os Laboratórios Fontoura, produziram 10 milhões de exemplares da revistinha do Jeca Tatuzinho. Ao final da 2ª Grande Guerra surgiram as rádios-novelas e com elas os patrocínios, inclusive os de medicamentos. “A propaganda é a alma do negócio” e os slogans criativos e os reclames de rádio marcaram o surgimento da sociedade de massa. Deu-se início às primeiras tentativas de disciplinar a ética da propaganda.

Em setembro de 1950 começa a funcionar a televisão brasileira com a pioneira TV Tupi, de São Paulo. No começo, a televisão não conseguia convencer os anunciantes de sua eficiência. Bastou a primeira propaganda ir ao ar para as empresas reconhecerem o potencial daquele novo meio de comunicação. E a TV se tornou a preferida do público.

Mas foi na década de 60 que o foco principal da comunicação desviava-se da informação objetiva e partia para um conceito que articulava o texto à imagem, associando a marca do produto – dentre eles os medicamentos - à psicologia do consumidor. Esse período marca o desenvolvimento tecnológico na mídia brasileira. Outras emissoras de televisão são criadas, como a Globo, no Rio de Janeiro (1964) e a TV Paulista (1965) em São Paulo.

A revista Veja é lançada pela Editora Abril no ano de 1968. A criatividade tornava-se o diferencial no mercado da comunicação e nesse mesmo ano foi criada a pioneira Duailibi Petit Zaragoza Propaganda – DPZ, empresa que escreveu importantes capítulos da publicidade brasileira.



Propaganda Enganosa

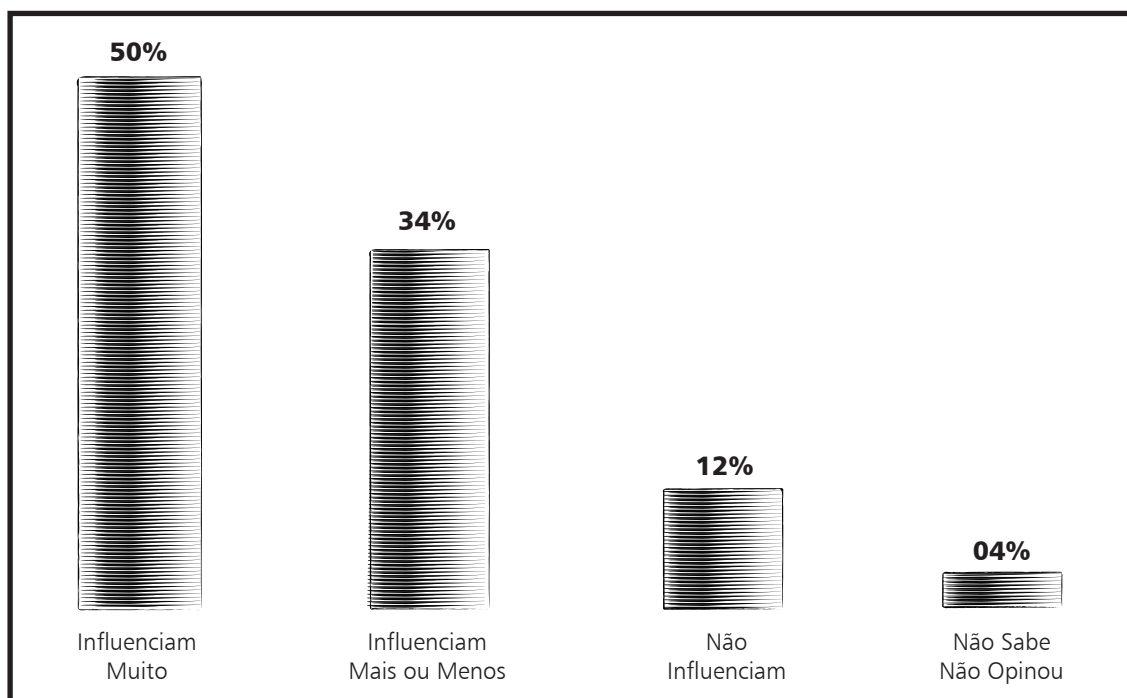
CONTRA-INDICADA PARA A SAÚDE

Uma pesquisa do IBOPE¹ revelou que 84% das duas mil pessoas entrevistadas, em 140 municípios brasileiros, admitiram sofrer a influência da propaganda em suas vidas, principalmente na hora de decidir o que comprar.

A televisão, o rádio, o jornal, as revistas e até a indicação de alguém podem estimular uma determinada ação de consumo, sobretudo porque os lançamentos de marcas e produtos no mercado geralmente são divulgados por um desses meios.

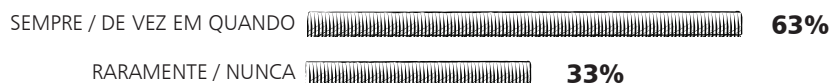
A propaganda, seja ela qual for, está presente no dia-a-dia das pessoas, nas rodas de conversa, nas ruas, nos murais e nas roupas. E quando elas são esquecidas, porque pararam de circular, em seguida vem uma outra para lembrar a sua existência.

INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA NO COMPORTAMENTO



¹ Pesquisa encomendada pela Associação Brasileira de Propaganda (ABP), em 2004, realizada com a população brasileira de 16 anos ou mais, de ambos os sexos, residentes nas regiões Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul do país.

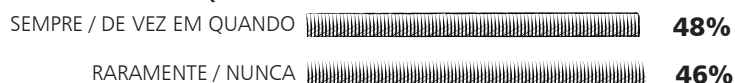
SE DIVERTE VENDO PROPAGANDAS



TEM VONTADE DE COMPRAR UM PRODUTO QUE VIU NA PROPAGANDA



PREFERE A MARCA QUE VIU NA PROPAGANDA



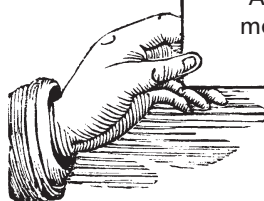
Na história da saúde pública tem-se conta que a indústria farmacêutica chegou ao Brasil na década de 30 e, desde então, vem crescendo. Isso, de certa forma, tem a ver com os avanços tecnológicos tanto em pesquisa quanto na produção de novos medicamentos. Os produtos farmacêuticos – respeitando a lógica do mercado – passam a ser oferecidos como se fossem quaisquer outros objetos de consumo e, como tais, necessitam da propaganda para serem divulgados pelos meios de comunicação.

Porém, ao se tratar da propaganda de produtos relacionados à saúde, como os medicamentos, por exemplo, que são compostos de substâncias que podem causar intoxicações, torna-se necessária a existência de leis e de regulamentos que garantam a qualidade das informações que são divulgadas para o público como uma maneira de proteger a saúde da população.

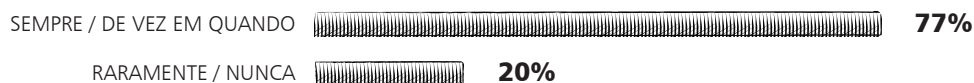
As peças publicitárias que omitem alguma informação obrigatória pela legislação e também aquelas que contêm informações falsas para induzir as pessoas ao consumo - as propagandas enganosas - são o foco de atenção da Anvisa. Nesses dois casos, a legislação é rigorosa e prevê desde multas, que podem chegar a dois milhões de reais ou, até mesmo, suspensão da propaganda.



As peças publicitárias sobre medicamentos devem trazer, obrigatoriamente, informações tais como: contra-indicação, princípio ativo, o número de registro na Anvisa e a advertência: "Ao persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado".



FICA SABENDO DA EXISTENCIA DE PRODUTOS E MARCAS ATRAVES DA PROPAGANDA



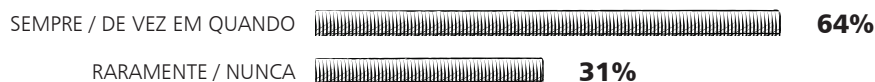
TEM MAIS VONTADE DE COMPRAR SE A PROPAGANDA É BOA



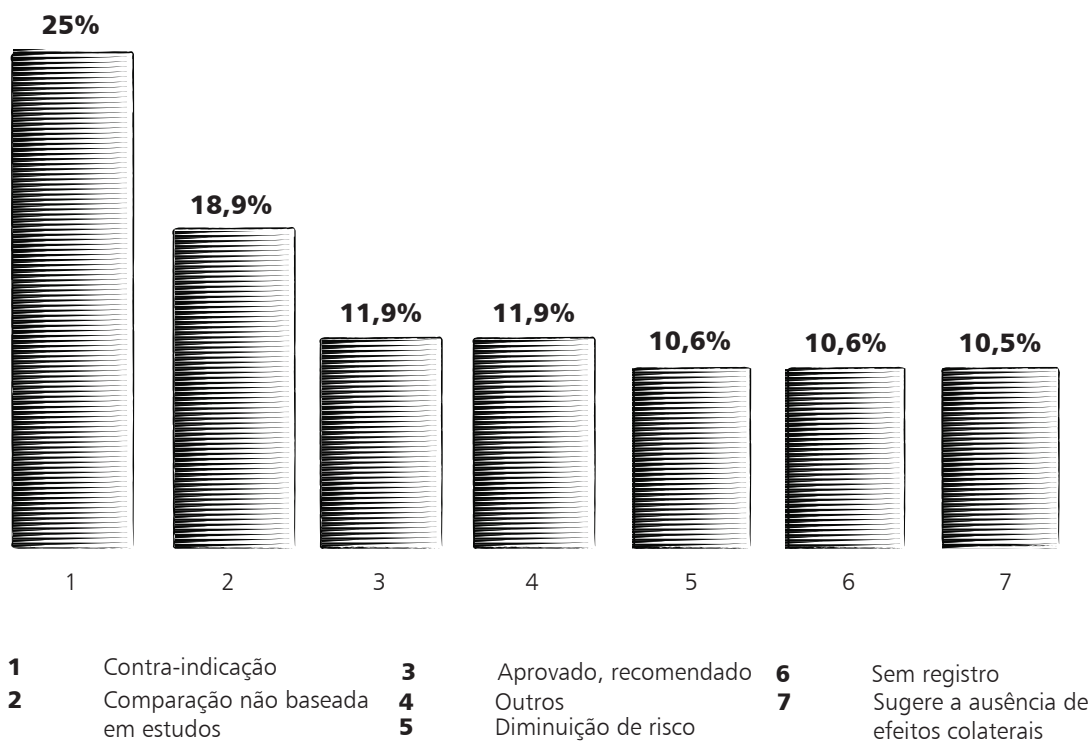
CONVERSA SOBRE PROPAGANDAS COM AMIGOS E FAMILIARES



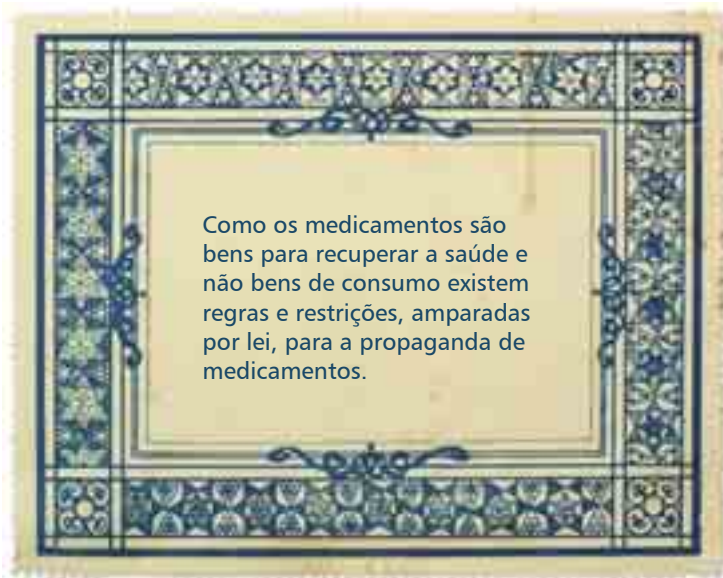
AS PROPAGANDAS LEMBRAM PRODUTOS E MARCAS QUE ESQUECE



IRREGULARIDADES NAS PROPAGANDAS



Gráficos: XXVI Simpósio Acadêmico de Estudos Farmacêuticos. Universidade Federal de Minas Gerais - Belo Horizonte - 22 a 26 de agosto de 2006



Como os medicamentos são bens para recuperar a saúde e não bens de consumo existem regras e restrições, amparadas por lei, para a propaganda de medicamentos.

SE É NATURAL, ENTÃO NÃO FAZ MAL?

As intoxicações pelo uso inadequado de medicamentos estão entre as causas mais frequentes de internações hospitalares, de acordo com as informações do Ministério da Saúde. Especialistas da área da saúde alertam que todo medicamento produz efeito colateral no organismo, mesmo aquele de venda sem prescrição médica.

Uma outra interpretação equivocada e muitas vezes reforçada pela propaganda é a seguinte: “se o produto é natural, não faz mal”. Qualquer medicamento, mesmo os fitoterápicos – os chamados “naturais” – possuem propriedades tóxicas que podem produzir efeitos indesejáveis e interferir na ação de outros medicamentos. Entram nesta relação produtos como os chás e as ervas medicinais, que se não forem consumidos de forma adequada, podem causar intoxicações.

Segundo a equipe técnica da Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária (Gprop), da Anvisa, que é a área que faz o controle das propagandas, tanto de medicamentos quanto de outros produtos submetidos à vigilância sanitária, muito material publicitário é elaborado para aumentar as vendas de medicamentos. Os fiscais assinalam, também, que as empresas de publicidade usam muitos artifícios para “vender” saúde e bem-estar para convencer o consumidor a adquirir algum produto, que nem sempre é o indicado para a sua necessidade.

Para quem trabalha na área de fiscalização da propaganda existe uma certeza: o papel da Anvisa é o de proteger e promover a saúde da população e, por isso, tem que estar atenta ao que a indústria farmacêutica coloca no mercado e de que forma está anunciando os seus produtos.

Saiba mais:
Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda,
Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária (Gprop)
e-mail: gprop@anvisa.gov.br





Você Sabia ?



...**Que remédio e medicamento não são a mesma coisa?**

Remédio: provém do latim *remedium*, aquilo que cura. Compreende tudo que é empregado para a cura de uma doença, inclusive o medicamento.

Ex.: Exercícios físicos, repouso, fisioterapia... Podem ser remédios, porém não são medicamentos.

Medicamento: provém do latim *medicamentum*, que significa cuidar de, tratar, proteger. São substâncias ou preparações que se utilizam como remédio, elaborados em farmácias ou indústria farmacêutica que atendem especificações técnicas e legais.

...**Que as faixas coloridas nas caixas servem para identificar ou classificar os medicamentos quanto ao grau de risco que eles têm?**

Os medicamentos que têm a faixa preta somente podem ser vendidos com prescrição médica, pois podem causar dependência física ou psíquica.

Os medicamentos que têm a faixa vermelha somente podem ser vendidos sob prescrição médica. Todos eles possuem contra-indicações ou efeitos colaterais e podem causar alergias ou agravos à saúde se mal utilizados. Além disso, alguns deles também podem causar dependência física ou psíquica.

A faixa amarela designa o Medicamento Genérico, que leva uma grande letra G sobre a faixa e o texto "Medicamento Genérico" escrito em azul.

Medicamentos sem as faixas na embalagem podem ser adquiridos sem receita médica. Mas isso estritamente quando necessário, de forma segura e responsável, evitando possíveis riscos da automedicação.

...**Que as farmácias e drogarias são obrigadas pela lei a manter uma lista dos medicamentos genéricos que são vendidos, em local que todos possam ver, acompanhada do nome dos medicamentos de referência (ou de marca) a que eles correspondem, que deve ser atualizada todo mês?**

...**Que partir comprimidos ao meio para dividir a dose, abrir cápsulas, interromper o tratamento por conta própria pode comprometer a eficácia dos medicamentos e favorecer o retorno da doença?**

...**Que mesmo que indicados por amigos ou parentes, você não deve utilizar medicamentos sem orientação médica? Cada organismo é único e exige indicações e doses de medicamentos apropriadas.**

...**Que as plantas medicinais, medicamentos homeopáticos e fitoterápicos também provocam efeitos indesejáveis e apresentam contra-indicações? Além disso, você sabia que eles podem ainda prejudicar a ação de outros medicamentos? Assim, todos os remédios devem ser tomados sob orientação do médico ou farmacêutico.**

...**Que em todas as farmácias e drogarias brasileiras, durante todo o período de funcionamento dos estabelecimentos, é obrigatória a presença do Farmacêutico?**

...**Que existe um regulamento específico que estabelece normas para a veiculação da propaganda de medicamentos? É a Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa (RDC) n.º 102/2000.**

Conheça mais:
<http://www.anvisa.gov.br/propaganda/legis.htm#>

...**Que a Constituição Federal de 1988 traz, no seu artigo 220, a garantia do estabelecimento de meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde ou ao meio ambiente? E que este é o mesmo artigo que fala sobre a liberdade de pensamento, criação, expressão e a informação, sob qualquer forma?**

Conheça mais:
Artigo 220, Capítulo V (DA COMUNICAÇÃO SOCIAL) da Constituição Federal de 1988
<http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/>

NA PONTA DA LÍNGUA



BOTICA

Estabelecimento onde ficavam os medicamentos expostos à venda, armazenados em potes etiquetados, contendo pomadas e unguentos; em frascos e jarros com xaropes e outras soluções; ou em caixinhas de madeira com pílulas, sobre o balcão ou dispostos em prateleiras. O boticário, responsável pelo estabelecimento, fazia a manipulação em uma sala reservada, vedada ao público. O termo vem da caixa-de-botica, que era uma arca de madeira que continha certa quantidade de medicamentos, trazida pelo cirurgião – barbeiro e o aprendiz de boticário que chegaram com os primeiros povoadores, ao Brasil. Hoje, as antigas boticas são conhecidas como farmácias. (José Gomes Temporão. A propaganda de medicamentos e o mito da saúde)

ENDEMIAS

Doença que existe constantemente em determinado lugar e ataca número maior ou menor de indivíduos. Extraído do Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI

EPIDEMIA

Doença que surge rapidamente num lugar e acomete, a um só tempo, grande número de pessoas; Surto de agravação duma endemia; Fig. Uso generalizado de alguma coisa que está em moda. Extraído do Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI

FARMACOPÉIA

Livro oficial em que se reúnem fórmulas e preceitos relativos à preparação de medicamentos e à sua identificação, e se arrolam os medicamentos aprovados pelo Estado; Coleção ou repositório de receitas de medicamentos básicos ou gerais. Extraído do Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI

MEDICAMENTO GENÉRICO

Medicamento que tem as mesmas características e o mesmo efeito que um medicamento de referência. Não possui nome comercial ou marca, apenas o nome da substância ativa.

MEDICAMENTO DE REFERÊNCIA

São produtos que possuem um nome comercial ou uma marca, comercializados no país e registrados na Anvisa.

MÍDIA

Grafia aportuguesada da palavra media, conforme é pronunciada em inglês. Alguns dicionários preferem a forma média. Media é plural de médium (palavra latina que significa “meio”). Designa os meios - ou o conjunto dos meios - de comunicação: jornais, revistas, TV, rádio, cinema etc. (Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa. Dicionário de Comunicação. Editora Campus. 2004)

PANDEMIA

Doença epidêmica amplamente difundida. Extraído do Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI.

SANITARISTA

Especialista em saúde pública, higienista (higiene). Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.

SURTO

Aparecimento repentino; irrupção. Extraído do Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI.

Respostas

Pág. 03

No meio do caminho tinha uma pedra.

Pág. 11

RBCVLMOEFLPTLDSCLUBIRIPARNEDICAMENTOSKSL0OSMEDDCIEPERUDIFICULDADESILWTRZAANIHINHOUTRESDEWOACAIOMNCSCOHLOOACNVKBIDETFGHXIOTFMINMÇAOHGFDTRONCONJDOIMUSILNCBVKOCPERTIEDSFIIICPEZXCHUVOIUREQWNAITINTSAROPCMONTBJOLUEYOUTERMLKIIASTLILAIRATAMERTOLCQOAMKARMEPIWERARÁFLASTGRIMAVEIIGDISPORACALOMICAKFJSOEIHUSIRZOMBFRUI LER GALAPAGUYRYACROISTMANOSCOMOMSDERTILOOQAACNVKBIDETFGHEOTFMININOHGFDTRONCONJDOIMOLCHLOOPCGHEOTFMCOHLOOACNVKGBIDGHEOTFMESCOCHLOQA CVKBIDEIACSI LNCBVKOCPERTIEDSOAGAZILACIDEMALTIINTARTBOLECBINOSCOHLOOACNVKBIDETFGHEOTFMINIMÇAOHGFDTRONCONJDMOLIDSI LNCBVKOCPERTIEDSFIIISARTMUMEDI CONCONJDI NÁONNII AMANOSCOMOMSDERVETFGHEOTFMINIMÇAOHGFDTRONCONJDOIOSBGHYTFRSELEMNICODICORLOOACNVKBIDETFGHEOTFMVOIURWNA TLUDSSAUDAVEISMSREESTRUGLPACTAWOASDEFKLCPOIUOPIYMULOQACIVKBIDETFGHEOTFMCOHLOIACNVVAROAMÁOMISDERLHFIDPIERTODUIYLCPIERIORBEM-ESTARLCPERTODCWNÁLTINWÁLTIEVCEISOIUDFRITENDJFHIEYYDKGLÇPONÇOÇADI FARMACEUTICO

Culinária

Canja de Galinha

A canja de galinha é um prato de grande valor nutricional, pois possui vários alimentos que se complementam e oferecem uma grande variedade de vitaminas e minerais. Os alimentos que compõe esta preparação possuem diversos nutrientes que trazem benefícios ao organismo.

Ingredientes:

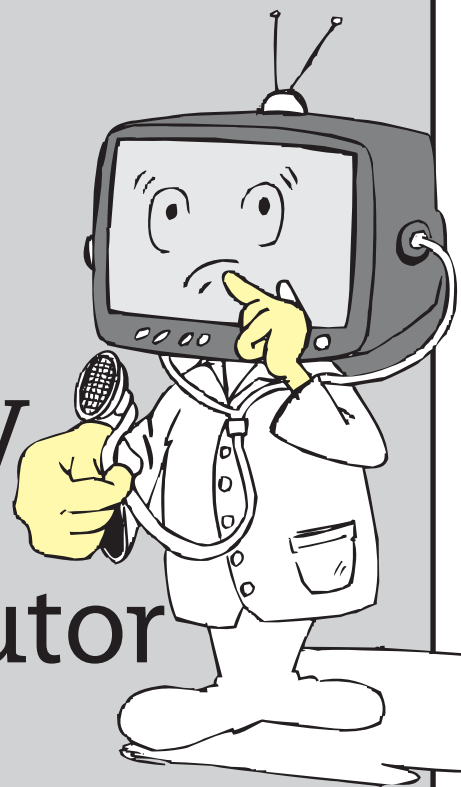
- 1 peito de frango desossado
- 1 cebola pequena
- 3 dentes de alho
- 2 cenouras
- 2 batatas
- 1 tomate
- 1 xícara de arroz cru
- 1 pitada de sal
- 1 folha de salsão

Modo de fazer:

Tempere o frango com 1 dente de alho misturado com sal. Reserve. Numa panela grande com óleo, adicione o alho restante e refogue até começar a dourar. Acrescente o frango e deixe fritar, mexendo com uma colher de pau. Junte a cenoura, a batata, o tomate, a cebola e 1 litro de água. Tampe a panela e deixe cozinhar em fogo alto até ferver. Acrescente a água restante. Coloque o arroz e cozinhe até que fique macio. Adicione a salsinha, tampe a panela e retire do fogo. Se desejar, desfie a carne. Sirva quente. Rendimento para 6 pessoas.



a TV não é Doutor



Meus queridos amiguinhos, vou falar da televisão É uma caixinha mágica que traz muita diversão Mas o que eu vou dizer agora, é bom que você me escute e fique atento.

É que essa caixinha de que tô falando, Apesar de ser interessante Ela pode estar enganada Quando se trata de medicamento.

Tem propaganda que fala que o medicamento é legal e que pode tomar por conta própria, Que vai curar o seu mal.

Mas remédio é coisa séria, Exige acompanhamento Fale sempre com seus pais Para cuidarem com os medicamentos.

Nem tudo que se vê é verdade na telinha da televisão lembre-se, ela é uma caixinha mágica e tudo pode ser ilusão.

A TV não é médica, nem farmacêutica ou dentista Faça o que é certo Antes de tomar um medicamento Procure um profissional especialista.

Cordel elaborado pelos alunos integrantes do Projeto de Monitoração de Propaganda de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária, da Universidade Federal da Paraíba, conveniada com a GPROP/Anvisa.



CALENDÁRIO DA SAÚDE

Prevenção e Cidadania

Janeiro

- 20 Dia do Farmacêutico
- 30 Dia de Luta Contra Hanseníase (4º Domingo)

Março

- 08 Dia Internacional da Mulher
- 21 Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial
- 21 Dia Internacional da Floresta
- 22 Dia Internacional da Água
- 24 Dia Mundial da Tuberculose

Abril

- 07 Dia Mundial da Saúde
- 08 Dia Mundial de Combate ao Câncer
- 12 Dia do Obstetra
- 15 Dia Mundial da Conservação do Solo

Maiο

- 01 Dia do Trabalho
- 10 Dia do Campo
- 12 Dia Mundial do Enfermeiro
- 13 Dia Nacional de Luta contra o Racismo no Brasil
- 15 Dia do Assistente Social
- 15 Dia Nacional do Controle da Infecção Hospitalar
- 18 Dia Nacional de Luta Anti-Manicomial
- 18 Dia Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes
- 28 Dia Internacional de Ação pela Saúde da Mulher
- 31 Dia Mundial sem Tabaco

Junho

- 04 Dia Internacional das Meninas e Meninos Vítimas de Agressão
- 05 Dia Mundial do Meio Ambiente
- 21 Dia Internacional de Luta por uma Educação não-sexista e sem discriminação
- 27 Dia Mundial de Controle do Diabetes

Julho

- 01 Início da Semana de Prevenção contra Incêndios
- 02 Dia do Hospital
- 11 Dia Mundial da População
- 17 Dia do Protetor de Florestas
- 28 Dia Nacional do Controle do Colesterol

Agosto

- 05 Dia Nacional da Saúde
- 27 Dia do Psicólogo
- 29 Dia Nacional de Combate ao Tabagismo

Setembro

- 05 Dia Mundial da Amazônia
- 06 Dia Internacional de Ação pela Igualdade da Mulher
- 16 Dia Nacional da Campanha Anti-Rábica Canina e Felina
- 23 Dia Internacional contra a Exploração Sexual e o Tráfico de Mulheres e Meninas/os

Outubro

- 01 Início da Semana de Proteção aos Animais
- 1 a 7 Semana Mundial de Amamentação
- 03 Dia dos Animais
- 04 Dia Internacional da Ecologia
- 05 Dia Internacional das Aves
- 10 Dia Mundial de Saúde Mental
- 18 Dia do Médico
- 24 Dia Mundial de Controle da Tuberculose
- 25 Dia do Dentista Brasileiro
- 28 Dia do Servidor Público

Novembro

- 05 Dia Nacional de Controle da Dengue
- 14 Dia Nacional de Controle da Diabete
- 17 Dia Nacional de Controle da Tuberculose
- 20 Dia Nacional da Consciência Negra no Brasil
- 25 Dia Internacional da Não Violência contra a Mulher
- 27 Dia Nacional de Combate ao Câncer

Dezembro

- 01 Dia Mundial de Luta contra a AIDS
- 02 Dia Pan-Americano da Saúde

Extraído do site: <http://www.nunesegrossi.com.br/calendario/index.asp>



Realização:

Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa
SEPN 515 - Bl. B, Ed Ômega
CEP 70770-502
Brasília - DF
Tel.: (61) 3448-6000

www.anvisa.gov.br

Disque Saúde: 0800 61 1997

Disque-intoxicação: 0800 722 6001