

Estrategias para la educación sanitaria y la información dirigida a los comunicadores de radio y la comunidad escolar en Brasil

Rodrigo Abrão Veloso Taveira¹, Renata Regina Leite de Assis², Claudia Passos Guimarães Rabelo³, Maria José Delgado Fagundes⁴

Resumen

En este trabajo se describen las actividades llevadas a cabo por un proyecto coordinado por la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa), que tiene por objetivo apoyar las acciones estratégicas para la educación y la información sobre el uso racional de los medicamentos y alimentos saludables, se volvió a los comunicadores de radio y las comunidades escolares. Fueron desarrollados seminarios para los comunicadores de radio, actividades educativas en las escuelas, materiales educativos, y también producción científica relacionada con todas las acciones. En los seminarios no hay mucha participación de los comunicadores de radio, haciendo ser urgente la necesidad de discutir nuevas estrategias dirigidas a este público. En las escuelas, hubo conferencias, juegos y otras actividades educativas, beneficiando directamente a casi 3.000 estudiantes y profesores que recibieron orientación sobre el uso correcto de medicamentos, la dieta y la influencia de la publicidad en el consumo. En total, se produjeron 42 materiales educativos diferentes, dirigidos a los comunicadores de radio y a la comunidad escolar. Se siguen produciendo 46 artículos académicos sobre el trabajo realizado. Además, representantes de instituciones de educación superior asistieron a los eventos científicos, que publicaron los resultados del proyecto, dando lugar a amplias repercusiones en los círculos académicos.

Palabras-claves

medicamentos, alimentación saludables, educación, comunicadores de radio, publicidad.

¹ Experto en vigilancia sanitaria
Experto en regulación y vigilancia sanitaria Anvisa

² Experta en regulación y vigilancia sanitaria Anvisa

³ Doctorada en Nutrición Humana
Experta en regulación y vigilancia sanitaria Anvisa

⁴ Experta en bioética, derecho privado, Salud Pública y Administración Hospitalaria
Gerente general de fiscalización y control de propaganda, publicidad y promoción de productos sometidos a vigilancia sanitaria

¹ 1. **Introducción**

La promoción del uso de medicamentos requiere un enfoque amplio de lo cual participen todos los involucrados desde la producción hasta el consumo del producto. En este contexto, aparte los profesionales de la salud y los usuarios de los medicamentos, es importante destacar el papel clave desempeñado por las personas responsables por la difusión de información sobre medicamentos.

La propaganda es una importante fuente de información sobre medicamentos en Brasil. Sin embargo, precisamente por su importancia, la propaganda se ha utilizado para inducir el uso inadecuado de la medicación que lo puede causar daños a la salud.

De acuerdo con estimaciones realizadas por Gagnon y Lexchin (2008), en 2004, aproximadamente el 24% de la facturación de las compañías farmacéuticas en los Estados Unidos han sido invertidos en la promoción de los medicamentos a los profesionales de la salud y usuarios. Este porcentaje es el doble de lo que se invierte en investigación y desarrollo de nuevos fármacos.

En Brasil, los principales medios utilizados de publicidad de los medicamentos son los materiales impresos y anuncios en periódicos, revistas, Internet, y especialmente en la radio y la televisión, los dos principales medios de comunicación. En 2009, el 91,3% y 94,6% de los hogares brasileños tenían, respectivamente, la radio y la televisión (MEDIA GRUPO DE SÃO PAULO, 2010).

La radio es la segunda fuente más utilizada de la información para los brasileños (83,5% de la población), sólo superada por la televisión que es visto por 99,3% de los encuestados (ASOCIACIÓN BRASILEÑA DE EMISORAS DE RADIO Y TELEVISION, 2010). Estos datos muestran la importancia de la radio para difundir información a la población.

Pensando en la necesidad de analizar críticamente la información difundida por los comunicadores de radio, sobre todo cuando se trata de productos que presentan riesgos para la salud de la población, la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa), representada por la Gerencia General de Fiscalización y control de propaganda, publicidad y promoción de productos sometidos a vigilancia sanitaria (GGPRO) desde hace algún tiempo dedicando esfuerzos para introducir al público en los debates sobre el uso racional de los medicamentos.

Durante sus acciones de fiscalización, uno de los problemas identificados por GGPRO fue la gran cantidad de productos no registrados divulgados en la radio así como propiedades no comprobadas por la vigilancia sanitaria, con informaciones mentirosas. Después de las sanciones para las estaciones de radio, representante de los comunicadores invitaron Anvisa a realizar conferencias.

En la primera conferencia celebrada, GGPRO puso en marcha, el guía "en las ondas de radio", con información sobre el cuidado para la difusión de los productos sometidos a vigilancia sanitaria. El folleto, innovador para este público en Brasil, tuvo una gran divulgación, para movilizar a los comunicadores y los propietarios de las radios.

Otra línea de acción explorado por la Anvisa se refiere a promoción de la salud en el entorno escolar. La educación constituye una de las maneras efectivas para informar y animar a la gente a adoptar y mantener los estándares de vida saludables, desarrollar un sentido de la responsabilidad de su propia salud y la salud de la comunidad a la que pertenecen.

En Brasil, el tema de la promoción de la salud en la escuela se convirtió en una obra de importancia nacional, colocando a la escuela como un entorno ideal para la enseñanza y el aprendizaje, que viven y crecen, en los que se adquieren los valores fundamentales. Sigue siendo el espacio ideal para la promoción de

programas de educación para la salud y de largo alcance y rebotes (Pelicioni, 1999).

En consecuencia, se desarrolló un proyecto en colaboración con Instituciones de Educación Superior (IES), con el objetivo de apoyar las acciones estratégicas para la educación y la información sobre el uso racional de los medicamentos y la alimentación saludable a los comunicadores de radio, los estudiantes y las comunidades académicas.

2. Metodología

El proyecto del IES fue financiado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), con la coordinación técnica GGPRO / Anvisa.

El proyecto describía que cada institución debería realizar las siguientes actividades: seminario para los comunicadores de radio, actividades educativas en las escuelas, el desarrollo de materiales educativos y la producción científica.

2.1 Las acciones de información para los comunicadores de radio

Las IES deberían realizar la planificación, coordinación y ejecución de un seminario para los comunicadores de radio sobre el uso racional de los medicamentos y las normas sobre publicidad de los productos sujetos a vigilancia sanitaria.

2.2 Las intervenciones educativas en las escuelas

Con el objetivo de llevar información a los estudiantes de escuelas públicas primaria y secundaria, las IES deberían llevar a cabo actividades educativas sobre el uso racional de los medicamentos, la dieta y la influencia de la publicidad.

2.3 Preparación de materiales informativos / educativos

Además de los seminarios, las IES debería producir material de información para los comunicadores de radio sobre las normas de publicidad de los productos sujetos a vigilancia sanitaria. Por la escuela pública deben ser desarrollados materiales educativos sobre la base de las actividades realizadas.

2.4. Producción Científica

Como una forma de dar a conocer las acciones, las IES deberían publicar tres artículos: uno sobre la actividad con los comunicadores de radio, uno en iniciativas de educación a cabo en las escuelas y otro sobre el impacto de las actividades de información y educación. Además, los representantes del IES deben participar en eventos científicos para dar a conocer las actividades.

3. Resultados y discusión

El proyecto fue desarrollado a partir del segundo semestre de 2009 por 16 instituciones de educación superior, 37 profesores, 64 becarios y 36 voluntarios, por un total de 137 personas que llevaron a cabo las acciones. La principal dificultad de la IES es la adhesión de los comunicadores de radio y el corto período de tiempo para desarrollar todas las actividades.

3.1. Acciones informativas a los comunicadores de radio

Las invitaciones para los seminarios fueron enviados a través de los órganos de representación de los comunicadores de radio y el contacto directo en la radios, además de la difusión a través de sitios web, comunicados a la prensa local e incluso en la radio. Como no había retorno significativo de los comunicadores, se decidió extender la invitación a los estudiantes y profesores en las áreas de comunicación y la salud.

Se llevaron a cabo 16 seminarios, que contó con la presencia de 714 invitados. Los comunicadores de radio había una baja participación: 162 profesionales, con un promedio aproximado de 10 por seminario. La dificultad para movilizar a los organismos de radiodifusión puede tener sido motivado por el posible conflicto de intereses económicos de la industria de la radiodifusión y los temas tratados en los seminarios.

Sin embargo, los eventos con la presencia de los comunicadores de radio, incluso en pequeñas cantidades, se observó que eran sensibles a las cuestiones debatidas y expresó su preocupación por la información transmitida al público y su responsabilidad social. Hubo informes de que no siempre han intervenir en los

asuntos descritos en los programas y comerciales que se transmiten en las emisoras de radio.

Por lo tanto, es necesario proponer acciones destinadas también a los propietarios de estaciones de radio, que son responsables por la información divulgada en la radio y los contratos publicitarios firmados con empresas. Por otra parte, existe la necesidad de nuevas estrategias para educar a los comunicadores de radio de su papel como formadores de opinión y el riesgo de que esto puede causar cuando se divulgue información relativa a la salud.

Incluso para los comunicadores de radio se prepararon 19 regiones informativo, como se muestra en la Tabla 1, con directrices sobre la publicidad de medicamentos, alimentos y otros productos sujetos a vigilancia sanitaria. Se reprodujeron y distribuyeron un total de 3.561 ejemplares de estos materiales para los profesionales de las localidades participantes del proyecto. A pesar de la baja participación de los comunicadores en los eventos, las actividades propuestas tenía un alcance que puede considerarse satisfactorio, dada la amplia distribución de los materiales a las estaciones de radio y asociaciones que representan a dichos profesionales.

3.2. Educación de los esfuerzos de las escuelas públicas

Las actividades educativas se llevaron a cabo en 27 escuelas primarias y secundarias, siendo en gran medida ya están participando en otros proyectos de educación Anvisa.

Los equipos del IES desarrollado conferencias, juegos y otras actividades educativas, beneficiando directamente a casi tres mil estudiantes y profesores que recibieron orientación sobre el uso correcto de medicamentos, la alimentación saludable y la influencia de la publicidad sobre el consumo de productos sujetos a vigilancia sanitaria. En Minas Gerais, los sujetos se introdujeron también en las zonas rurales de 16 municipios, donde las clases fueron entregados a aproximadamente 1200 alumnos de la escuela primaria, secundaria y alfabetización de adultos y también a profesionales de la salud.

Algunas IES se han ocupado sólo el problema de las drogas - incluyendo la influencia de la publicidad, la automedicación y la atención general de salud. Pero 12 instituciones han

llevado a cabo actividades que abarquen los tres ejes - el "uso racional de los medicamentos, la influencia de la publicidad y la alimentación saludable", algunos de los enfoques también se centró en la vigilancia, el cuidado de la salud, higiene oral, la sexualidad y la lactancia.

Para la comunidad escolar se produjeron 23 tipos distintos de materiales educativos (Tabla 1), que se reprodujeron en 10.351 ejemplares para su distribución a los estudiantes. Además de material impreso, se han fabricado material de promoción a medida para las botellas de agua, juegos, libretas y artesanías típicas de cada región.

Hay que considerar que las iniciativas de educación entre los estudiantes tienden a alcanzar indirectamente a una audiencia mucho más elevado ya que muchas actividades y materiales afectan a toda la comunidad, incluidos los alumnos, profesores, padres y familiares. Otra estrategia para difundir las actividades de educación fue la realización de conferencias para capacitar docentes multiplicadores.

Hay informes presentados por los profesores que muestran el progreso en las actitudes de los estudiantes con respecto al cuidado de la salud y, en particular, la incorporación de nuevos hábitos de la familia respecto a los medicamentos y un cambio de actitud de los propios docentes en relación a la automedicación.

Tabla 1: Número de materiales producidos, impresos y distribuidos por las IES a los comunicadores de radio y de la comunidad

	Materiales educativos y de información	Las copias impresas	Materiales de promoción
Radio comunicadores	19	3.561	-
Estudiantes de la Escuela	23	10.351	1.300
TOTAL	42	13.912	1.300

3.3 Producción Científica

Fueron preparados 46 artículos académicos sobre las actividades desarrolladas en las escuelas, la experiencia con los comunicadores de radio y el balance de las actividades emprendidas con los estudiantes, profesores y comunicadores de radio.

Anvisa está organizando un libro de textos técnicos con estos artículos para su publicación en el futuro. Esta publicación y los datos recopilados son de gran importancia, ya difundir las experiencias exitosas en la promoción del uso racional de los medicamentos y la alimentación saludable.

Los representantes de las instituciones también participaron de 20 reuniones científicas para difundir las actividades de información y educación desarrollado con los estudiantes, docentes y comunicadores de radio, la promoción de un amplio impacto en el mundo académico.

Agradecimientos

Damos las gracias a Fernanda Horne Cruz para traducir este manuscrito al español.

Referencias

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO – ABERT. **Radiodifusão – Uma Abordagem Numérica. 2010.** Formateado e organizado por: Luis Roberto Antonik. Disponível em

<http://www.abert.org.br/site/images/assessorias/radiodifusao.pdf>. Acesso em 18/08/2010.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Relatório “MÍDIA DADOS BRASIL 2010”**, 2010. Disponível em <http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx>. Acesso em 22/03/2011

GAGNON, M.A e LEXCHIN. J. **The cost of Pushing Pills: A New Estimate of Pharmaceutical Promotion Expenditure in The United States.** Public Library Of Science Medicine, v. 5, issue 1, e.1, 2008