

A propaganda de medicamentos no Brasil e a prática de automedicação: Uma Revisão Bibliográfica

Drug advertising in Brazil and the practice of self-medication: A bibliographic Review

DOI:10.34119/bjhrv4n3-103

Recebimento dos originais: 18/04/2021

Aceitação para publicação: 18/05/2021

Ingrid Rocha de Souza

Acadêmica de Farmácia do Centro Universitário Fametro de Manaus.
Instituição: Centro Universitário Fametro – CEUNI, Faculdade de Farmácia.
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204 - Chapada, Manaus - AM, 69050-000.
E-mail: ingridrdsouza@gmail.com

Juliana Ribeiro Souza

Acadêmica de Farmácia do Centro Universitário Fametro de Manaus.
Instituição: Centro Universitário Fametro – CEUNI, Faculdade de Farmácia.
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204 - Chapada, Manaus - AM, 69050-000.
E-mail: juliana_ribeiro61@hotmail.com

Yonnara Loureiro Mesquita

Acadêmica de Farmácia do Centro Universitário Fametro de Manaus.
Instituição: Centro Universitário Fametro – CEUNI, Faculdade de Farmácia.
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204 - Chapada, Manaus - AM, 69050-000.
E-mail: yonnara.mesquita12@gmail.com

Anne Cristine Gomes de Almeida

Professora Doutora do Centro Universitário FAMETRO.
Instituição: Centro Universitário Fametro - CEUNI. Instituto Metropolitano de Ensino.
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204 - Chapada, Manaus - AM, 69050-000.
E-mail: anne.almeida@fametro.edu.br

Marcelo Augusto Mota Brito

Professor Doutor do Centro Universitário FAMETRO.
Instituição: Centro Universitário Fametro - CEUNI. Instituto Metropolitano de Ensino.
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204 - Chapada, Manaus - AM, 69050-000.
E-mail: marcelo.brito@fametro.edu.br

RESUMO

INTRODUÇÃO: Automedicação é o ato de consumir medicamentos por conta própria, sem avaliação médica. Prática esta realizada para solucionar ou aliviar de imediato alguns sintomas, porém pode trazer consequências na saúde ou até mesmo a morte.

OBJETIVO: Avaliar a influência da propaganda de medicamentos no processo de automedicação da população brasileira, além de evidenciar a contribuição do farmacêutico quanto ao uso racional de medicamentos, através de uma revisão bibliográfica.

MÉTODOS: Para realização da pesquisa foram utilizadas as palavras-chave Automedicação, Propaganda de medicamento, Reações adversas e Atenção farmacêutica, utilizando as bases de dados Scielo, PubMed, LILACS, bem como google acadêmico, revistas de saúde, e Resoluções da diretoria colegiada (RDCs).

RESULTADOS: Foram identificados 282 trabalhos, dos quais 266 foram excluídos e 16 selecionados para revisão. Conforme literaturas analisadas, observou-se que o uso de medicamentos sem prescrição e orientação médica tem se constituído uma prática comum pode ser considerado um sério problema de saúde pública, ao considerar que são diversos os danos acometem os indivíduos. Contudo, nota-se que a propaganda influencia significativamente através dos meios de comunicação como a televisão e internet. Esta prática ocorre em função de vários fatores de cunho social, econômico e cultural, em virtude da propaganda que apresenta os medicamentos como medida rápida de eliminar um sintoma ou uma determinada patologia.

CONCLUSÕES: O estudo evidenciou que a automedicação é considerada um problema de saúde pública e que os meios de comunicação como a televisão e a internet tem um grande poder de influência sobre a população.

Palavras-Chave: Automedicação, Propaganda de Medicamento, Reações Adversas. Atenção farmacêutica.

ABSTRACT

INTRODUCTION: Self-medication is the act of consuming medications on your own, without medical evaluation. This practice is carried out to solve or immediately relieve some symptoms, but it can have consequences on health or even death.

OBJECTIVE: Evaluate the influence of drug advertising on the self-medication process of the Brazilian population, in addition to highlighting the pharmacist's contribution to the rational use of drugs, through a literature review.

METHODS: The following keywords were used to carry out the research: Self-Medication, Drug Advertising, Adverse Reactions and Pharmaceutical Care, using Scielo, PubMed, LILACS as databases, as well as academic Google, health journals, and Collegiate Board Resolutions (RDCs).

RESULTS: 282 papers were identified, of which 266 were excluded and 16 selected for review. According to the literature analyzed, it was observed that the use of drugs without prescription and medical guidance has become a common practice and can be considered a serious public health problem, considering that there are several damages that affect individuals. However, it is noted that advertising influences significantly through media such as television and the internet. This practice occurs due to several factors of a social, economic and cultural nature, due to the advertising that presents medicines as a quick measure to eliminate a symptom or a certain pathology.

CONCLUSIONS: The study showed that self-medication is considered a public health problem and that the media, such as television and the internet, have great influence over the population.

keywords: Self-Medication, Medicine Advertisement, Adverse Reactions, Pharmaceutical Attention.

1 INTRODUÇÃO

A OMS estima que, em todo o mundo, mais da metade de todos os medicamentos são prescritos, dispensados ou vendidos inadequadamente, e que a metade dos pacientes não os utiliza, corretamente (CRF-RS, 2019).

Segundo a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), automedicação é o ato de consumir medicamentos por conta própria ou por indicação de pessoas não habilitadas, sem avaliação prévia de um profissional médico ou odontólogo (BRASIL, 2020; BERNARDES et al., 2020). Muitas vezes vista como uma solução para o alívio imediato de alguns sintomas pode trazer graves consequências como: reações alérgicas, dependência, intoxicação, resistência de fungos ou bactérias ao medicamento e até a morte (BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE, 2012).

O Instituto de Ciência Tecnologia e Qualidade (ICTQ, 2020) realizou uma pesquisa sobre a automedicação no Brasil, onde em 2020, foi observado que 81% dos brasileiros indicam consumir medicamentos por conta própria. Outro dado relevante mostra que 40% da população faz o autodiagnóstico por meio da internet.

Dentre as classes de medicamentos mais procurados em farmácias ou em conveniências no Brasil estão os analgésicos, antitérmicos, anti-inflamatórios, anticoncepcional, antiácidos, anti-histamínicos, antigripal, descongestionantes e miorrelaxantes. Portanto os não opióides são os mais vendidos, isso acontece pelo fato de que os indivíduos não aguentam sentir dor, visto que esta circunstância afeta o bem-estar, o raciocínio, a eficácia, além de prejudicar o relacionamento social e efetivo (GARCEZ; BRITO, 2012; BELO; MAIO; GOMES, 2017). Diante desta realidade, é que surgem casos de uso inadequados ou excessivos de medicamento isento de prescrição (MIP) ou Over-The-Counter (OTC), que são medicamentos que podem ser dispensados sem prescrição médica, nas farmácias e drogarias.

Segundo Naves (2010) as razões pelas quais a população busca tratamento primário em drogarias e farmácias são devido à insatisfação pelo atendimento nos serviços público de saúde e a qualidade dos serviços oferecidos. A facilidade de comercialização de medicamentos como solução mais rápida para o alívio de sintomas; a grande variedade de informações médicas disponíveis, sobretudo em sites, blogs e redes sociais, também está entre os fatores que contribuem para a automedicação (BVS do Ministério da Saúde, 2012).

A promoção comercial de medicamentos, ou somente propaganda, refere-se a todas “as atividades informativas e de persuasão que realizam os produtores de

medicamentos, a fim de induzir a prescrição, a provisão, a aquisição ou a utilização de medicamentos” (RESOLUÇÃO-RDC Nº 96/2008).

Normalmente, como as pessoas apontam que o medicamento é eficaz na propaganda, há uma grande influência sobre a população que passam a consumir e usar a droga à vontade, sem orientação profissional. Coloca a saúde pública em risco pelo lucro, não pela saúde (JESUS, 2012).

Diante dos apontamentos surge a oportunidade de evidenciar a importância do profissional farmacêutico em conscientizar a população sobre o uso correto de medicamentos e finalização do tratamento adequado para cada patologia de acordo com a necessidade de cada paciente. Pois mediante o panorama atual, entende-se que a influência da propaganda sobre as pessoas é algo difícil de ser desconstruído e que isto é fator diretamente relacionado à automedicação.

O objetivo do presente estudo é analisar a literatura sobre a influência da propaganda de medicamentos na automedicação da população brasileira, averiguar os principais riscos e causas, além disto, evidenciar a contribuição do farmacêutico na atenção farmacêutica com base na orientação e conscientização ao paciente.

2 MÉTODOS

Realizou-se um estudo por meio de uma revisão da literatura do tipo exploratória e descritiva de caráter bibliográfico sobre a propaganda de medicamentos no Brasil e a prática de automedicação, com a finalidade de demonstrar os fatores que influenciam esta prática.

Para consultas de dados para apoio e desenvolvimento deste trabalho, foram utilizados artigos científicos publicados e disponíveis na íntegra, através de buscas nos bancos: Scielo, PubMed, LILACS, bem como as revistas de saúde, Resoluções da diretoria colegiada (RDCs), e Google acadêmico, além de outras fontes. Foram utilizadas para a busca de material as seguintes palavras-chaves: Automedicação, Propaganda de medicamentos, Reações adversas, Atenção Farmacêutica em combinações, em língua portuguesa e inglesa. Foram incluídos artigos publicados entre os anos de 2008 a 2020, nos idiomas português e inglês, de acordo com o tema proposto. Foram excluídos os artigos repetidos, artigos fora do período, artigos de opinião e artigos não relacionados ao tema. Após a pesquisa foi realizada análise comparativa de conteúdo e registradas as principais conclusões e potenciais limitações dos estudos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme a pesquisa foram selecionados 282 artigos, destes 15 eram da base de dados Scielo, 67 Lilacs, 169 no Pubmed e 31 em outras fontes de pesquisa.

Após as etapas de seleção determinada, foram excluídos 266 artigos e selecionados apenas 16 para análise que cumpriram com os critérios de inclusão e exclusão.

O fluxograma apresenta o número de estudos selecionados e excluídos (por ferramentas de busca). Esta ferramenta foi utilizada para garantir uma melhor estruturação das etapas do trabalho, otimizando os processos, aumentando a visão geral do estudo, auxiliando no alcance dos objetivos estabelecidos. Está estruturado de acordo com os critérios do Prisma, e apresenta como os artigos foram minuciosamente selecionados (Figura 1).

Dos 16 artigos selecionados pela revisão, 8 trouxeram as informações mais relevantes sobre a temática. Os dados destes foram resumidos na tabela 1.

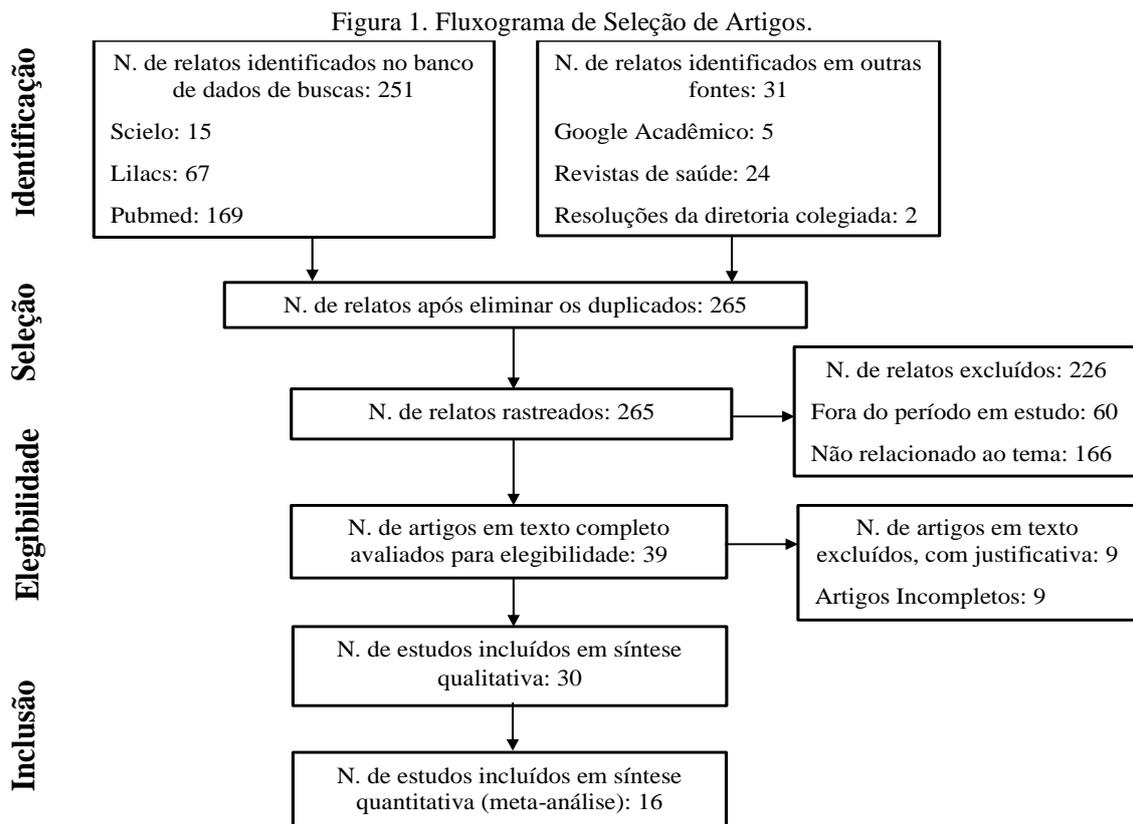


Tabela 1. Resumo das informações dos principais estudos sobre a propaganda de medicamentos e automedicação no Brasil, obtidos por esta revisão.

	AUTOR/ANO	TÍTULO DO ARTIGO	OBJETIVO	CONCLUSÕES
1	VALE, B. N.; GIMENES, L. S.; GARCIA, S. C. S.; XAVIER, M. P.; LEÃO, N. M. L. (2019).	A influência da propaganda de medicamentos na automedicação	Verificar se a propaganda de medicamentos por meio dos meios de comunicação pode influenciar na prática de automedicação.	Faz-se necessário que os órgãos de farmacovigilância atuem com campanhas de conscientização da população sobre a automedicação e seus riscos.
2	CARDOSO, L. A.; ANDRADE, N. F. R. B.; SOUSA, I. G.S; SOUZA, C. M. P. (2018).	Perigos da automedicação irresponsável.	Averiguar na literatura científica os perigos ocasionados pela automedicação entre a população.	Observa-se que a automedicação é uma prática costumeiramente exercida pelos usuários, e que geralmente é influenciada por uma série de fatores.
3	NASCIMENTO, A. C. (2008).	Propaganda de medicamentos no Brasil: é possível regular?.	Analisar uma alternativa de regulação, considerando o estatuto da anuência prévia da publicidade pelo sistema de vigilância.	É necessário um debate sobre esta iniciativa, que impõe a lógica da promoção e da prevenção num setor fundamental para a saúde pública, o de uso correto e racional do medicamento.
4	FERNANDES, W. S.; CEMBRANELLI, J. C. (2014).	Automedicação e o uso irracional de medicamentos: o papel do profissional farmacêutico no combate a essas práticas.	Evidenciar o uso irracional de medicamentos, fatores que contribuem para a prática, e a contribuição do profissional farmacêutico para a população.	Pontua-se que a prescrição farmacêutica apresenta-se como ferramenta de segurança, garantindo aos pacientes o uso correto de medicamentos.
5	JÚNIOR, J. G. et al. (2018).	Influência da publicidade na automedicação na população de um município brasileiro de médio porte.	Estimar a prevalência da automedicação e avaliar a influência da propaganda nesse hábito.	A prevalência de automedicação entre os participantes é elevada, o que denota uma necessidade real de se repensar as normas regimentais de publicidade.
6	BISPO, N. S.; FERREIRA, M. M. G.; VASCONCELOS, A. C.; ESTEVES, M. B. (2017).	Automedicação: solução ou problema?.	Identificar o perfil dos indivíduos que mais praticam a automedicação e, avaliar o conhecimento da população estudada sobre tais medicamentos.	Conclui-se que, o uso de fármacos sem orientação médica constitui um sério problema de saúde pública, visto que danos acometem os indivíduos.
7	OLIVEIRA, A. P.; FREY, J. A.; MARQUEZ, C. O. (2020).	Influência da propaganda na prática de automedicação	Analisar a influência da propaganda na prática de automedicação em	É necessário aprofundamento sobre a propaganda envolvendo a população,

		em um grupo de moradores residentes em um bairro de Redenção-PA.	um grupo de moradores residentes em um bairro de Redenção-PA.	profissionais de saúde e órgãos reguladores, a fim de avaliar os riscos e benefícios provenientes do marketing de medicamentos.
8	SILVA, L. F.; OLIVEIRA, C. G. A.; SILVA, D. A. (2020)	Influência da propaganda na dispensação de medicamentos isentos de prescrição médica.	Avaliar o tipo de veiculação das propagandas que mais influenciam o público, como os argumentos mais atraentes e os medicamentos mais envolvidos.	A conclusão indica que a propaganda influencia diretamente na prática da automedicação. Desta forma, revela-se necessária uma fiscalização mais rigorosa, a fim de evitar riscos à saúde pública.

A automedicação é um ato comum diante a sociedade brasileira no qual a população por sua vez desinformada procura aperfeiçoar o processo saúde-doença que, de maneira exagerada pode gerar danos gravíssimos à saúde populacional.

Diante das literaturas analisadas e buscando avaliar a influência da propaganda de medicamentos no processo de automedicação da população brasileira, a pesquisa aponta a contribuição de alguns estudos considerados fundamentais para o resultado da presente pesquisa.

De acordo com Bispo et al., (2017) em sua pesquisa, o uso de fármacos sem prescrição e orientação médica tem se constituído uma ação corriqueira e pode ser considerado um sério problema de saúde pública, ao considerar que são diversos os danos acometem os indivíduos.

Percebe-se que a automedicação é uma prática comum e pelo fato de algumas medicações não necessitarem de prescrição médica grande parte da população faz uso motivado por familiares, amigos e pelas propagandas televisivas e internet.

Conforme as pesquisas realizadas foram entrevistadas 1.048 pessoas, tendo como base de dados informações coletadas através da aplicação de questionários confeccionados pelos autores da pesquisa de acordo com referencial teórico e senso comum. Tendo como faixa etária entre 18 a 66 anos de ambos os sexos, com prevalência do sexo feminino, demonstrando um início precoce da prática da automedicação, com idade variando entre 16 a 45 anos. Entre os homens, a frequência se dá entre as idades extremas.

Contribuindo com o debate Segundo Torres et al., (2018) afirmam que a automedicação acomete cerca de mais 50% da população sendo predominante entre as mulheres motivados principalmente pela indicação de amigos e propagandas

televisadas que tem gerado uma cultura de consumo de medicamentos entre a sociedade.

Segundo Cardoso et al., (2018) em seu estudo afirma que a automedicação é uma prática costumeiramente exercida pelos usuários, e que geralmente é influenciada por uma série de fatores.

Dentre esses fatores pode-se destacar os fatores de cunho social, econômico e cultural, pois a automedicação ocorre impulsionada principalmente em virtude da propaganda que apresenta os medicamentos como medida rápida de eliminar um sintoma ou uma determinada patologia. Fato que contribui para que o paciente não se preocupe com as possíveis reações adversas do fármaco.

Nesse contexto, De Alexandri et al., (2011) citam que a automedicação tem como causa, a eliminação de sintomas e o combate de possíveis doenças, falta de informação dos efeitos adversos, solução individual para problemas de saúde sozinho, que em muitos casos são intensificados pela massificação publicitária dos fármacos possibilitando o uso excessivo de medicamentos sem a orientação de um farmacêutico.

Nota-se conforme as literaturas analisadas que a propaganda influencia significativamente a automedicação principalmente de fármacos que não necessitam de prescrição médica, mas cabe ressaltar que mesmo não sendo necessária a prescrição é fundamental que ocorra de forma mais rígida uma fiscalização da comercialização e propagandas desses medicamentos.

De acordo com De Jesus (2012) o brasileiro culturalmente sempre se automedicou pela cultura de fazer consumo de chá pelo fato de poder entrar em uma farmácia e poder comprar de forma indiscriminada medicamentos que não necessitam de prescrição médica como os analgésicos e antitérmicos.

Nesse sentido, Silva; Oliveira; Silva (2020), em seu estudo mencionam que os principais meios de comunicação que podem influenciar na compra de medicamentos e na prática de automedicação são 73,6% a televisão e 46,1% a internet, dado este que revela o avanço da rede já ultrapassa meios mais antigos como rádio, com 8,9%, e revistas com 6,6%.

É notório que os meios de comunicação como rádio, televisão e hoje a internet sejam os principais meios de divulgação da indústria farmacêutica, pois esses meios são os que atualmente têm o maior poder de alcance da população e se propagam com maior rapidez.

Nesse sentido, Macedo et al., (2016) ressalta que a norma sanitária RDC nº 96/2008, permite a divulgação e propaganda dos medicamentos por diversos canais (rádio, internet, televisão), desde que se cumpra os princípios básicos da norma como as características relativas ao medicamento e advertências em relação ao uso do fármaco.

Entretanto, De Jesus (2012) frisa que em 2000 a ANVISA (Agencia Nacional de Vigilância Sanitária) por meio da Resolução RDC nº 102/2000, vetou a participação de atrizes, atletas, apresentadores e celebridades em propagandas tomando ou indicando medicamentos, fato que freou e tornou a indústria farmacêutica mais cautelosa ao realizar suas propagandas.

Cabe mencionar que a Resolução RDC nº 102/2000, entrou em vigor em 2009 e as mudanças propostas obrigou a indústria farmacêutica a tornar visíveis os princípios básicos da norma sanitária e diminuiu os testemunhos abusivos a respeito dos milagrosos efeitos dos analgésicos e antigripais apresentados pelas figuras públicas famosas.

Júnior et al., (2018); em seu estudo afirmam que o motivo pelo qual as pessoas se automedicavam era a dor, destacando como queixa principal a cefaleia, febre, dor na garganta e as cólicas. Dados estes corroboram com os encontrados por Dos Santos et al., (2020) onde demonstra em seus estudos que a procura por medicamentos para dores de cabeça é a maior fator de automedicação com 81,5%.

De acordo com Bispo et al., (2017), os dados referentes a frequência com que a população faz automedicação, as pessoas entrevistadas informaram fazer uso de medicamentos de três vezes na semana (21%), quatro vezes por semanas (11%). Dado este preocupante, pois o uso em excesso pode causar consequência como intoxicação e dependência.

Segundo Dos Santos et al., (2020) aproximadamente 5% das pessoas que se automedicam acreditam que essa prática não oferece risco algum à saúde e que 6,3% já apresentaram reações adversas na administração de medicamentos por conta própria.

O desconhecimento dos efeitos colaterais e adversos mostrou ser um importante agravante, podendo gerar diversas iatrogenias, uma vez que os medicamentos, se usados incorretamente, pode trazer malefícios a saúde do indivíduo tendo potencial de mascarar determinados sintomas ou doenças, vindo a provocar a intoxicação, resistência medicamentosa, reações alérgicas, interações medicamentosas e até a morte. Porém a população duvida da existência de riscos nessa prática, visto que essa informação é básica e de extrema importância – e que, devido a esta, pessoas continuam tendo complicações por simples falta de orientação profissional.

No que se refere aos medicamentos mais utilizados e que são frequentemente alvos da propaganda, Silva; Oliveira; Silva (2020), mencionam que a propaganda influencia diretamente na prática da automedicação, em especial de medicamentos para gripe, vitaminas e para dor musculares e cabeça, sendo a rapidez no efeito um dos quesitos mais procurados pelos usuários. Ver gráfico 1 e 2.

Gráfico 1. Principais Classes Terapêuticas apontadas na prática de automedicação.

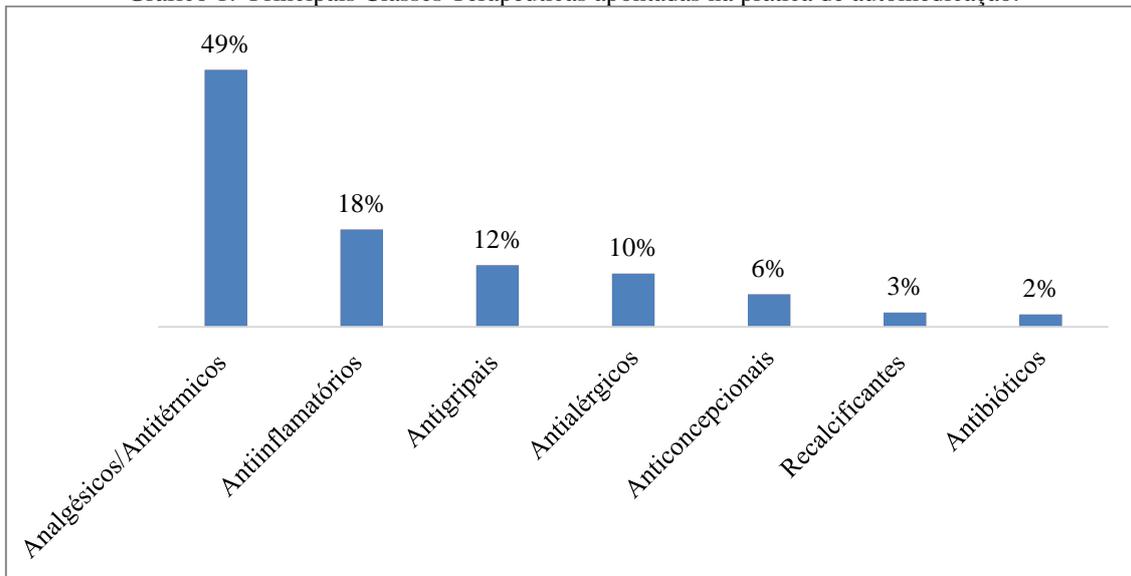
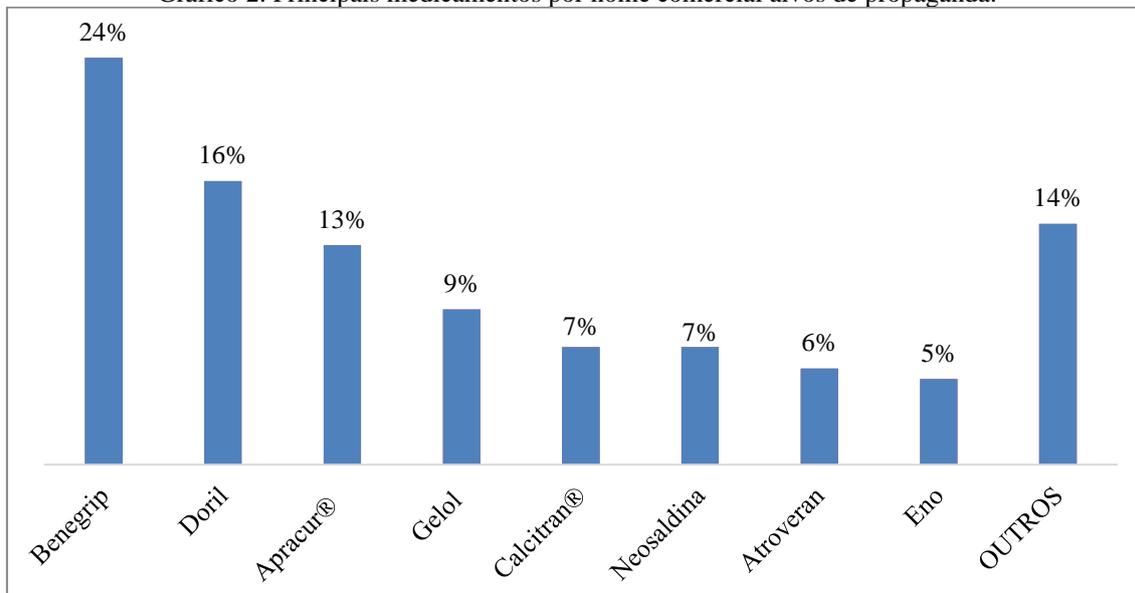


Gráfico 2. Principais medicamentos por nome comercial alvos de propaganda.



Conforme Junior et al., (2018) em seu estudo, mostra que a propaganda tem um papel de grande influência na promoção da automedicação, pois devido ao grande alcance

de público diversos medicamentos principalmente os analgésicos e relaxantes musculares que tem um uso elevado de 65% por não precisarem de prescrições médicas. Segundo os autores esse fato levanta uma discussão sobre as normas regimentais de publicidade, pois a automedicação é um assunto de preocupação da saúde pública e a propaganda gera impacto significativo na automedicação.

Fica evidente conforme gráfico 1 que os antitérmicos, analgésicos e antigripais são os principais medicamentos utilizados e que mais são explorados pela mídia contribuindo com a automedicação.

Segundo os autores Silva Neto et al., (2017) a alta procura torna a orientação e o exercício do farmacêutico uma tarefa árdua e cautelosa para combater a prevenção da automedicação.

Com relação a fiscalização e aplicação de medidas para combater a propaganda massiva e ilegal dos medicamentos, Vale et al., (2019), em sua pesquisa, mostra que devido ao elevado consumo de medicamento sem prescrição médica, torna-se necessário que os órgãos reguladores atuem maior fiscalização sobre os anúncios que estão disponíveis e realizem campanhas de conscientização da população sobre a automedicação e seus riscos.

Conforme a análise das literaturas observou-se que são escassos os trabalhos e pesquisas sobre a conscientização da população e profissionais quanto a automedicação e a propaganda de medicamentos. Logo, a pesquisa aponta ser necessária uma discussão para ampliar e sugerir maior fiscalização e rigor nas propagandas e comercialização desses fármacos.

Logo, os profissionais da área da comunicação necessitam ser alertados e devem ser fiscalizados antes que as propagandas ocorram, pois, a punição das irregularidades cometidas só ocorre depois que a infração é acometida e nesses casos a população já foi exposta a risco sanitário (DE ALEXANDRI, et al., 2011).

Nesse sentido, Nascimento (2009) em seu estudo, aponta ser necessário um debate sobre as normas regimentais de publicidade, visando combater o caráter que propaga a lógica da promoção da automedicação e promover o a prevenção e uso correto e racional do medicamento fundamental para a saúde pública.

Segundo De Alexandri et al., (2011) deve-se considerar que existem diversas fragilidades na regulação da propaganda de medicamentos no país que causam inúmeras inconformidades que podem ser minimizadas com uma medida preventiva ou paliativa de aprovação prévia das campanhas ou peças publicitárias verificando se as mesmas

cumprem a norma sanitária RDC nº 96/2008, que regula a divulgação, propaganda, e publicidade de medicamentos para diminuir o risco e o aumento da automedicação.

Nessa perspectiva, Fernandes; Cembranelli (2014), afirmam que a prescrição farmacêutica se apresenta como ferramenta de segurança, garantindo aos pacientes o uso correto de medicamentos.

Dessa forma, essas medidas de fiscalização prévia norteiam a propaganda de medicamentos, e ajudam as autoridades na implementação de políticas de educação e conscientização da população sobre os perigos da automedicação (DE ALEXANDRI, et al., 2011).

Para Oliveira; Frey (2020), em seu estudo, mostram que a exploração do valor simbólico do medicamento propagado pela indústria farmacêutica, representa um dos mais poderosos instrumentos para a indução e o fortalecimento do hábito da automedicação.

Como citado anteriormente à ausência ou as fragilidades nos serviços de saúde do país contribui para a criação de um cenário favorável para a indústria farmacêutica propagar a prática da automedicação como um fenômeno natural e cultural na sociedade moderna.

Quanto ao objetivo de evidenciar a contribuição do farmacêutico quanto ao uso racional de medicamentos, através de uma revisão bibliográfica, a pesquisa destaca os estudos de Oliveira; Frey (2020), mostram que é necessário maior aperfeiçoamento no debate sobre a propaganda envolvendo tanto a população quanto profissionais de saúde e órgão reguladores, a fim de avaliar os riscos e benefícios provenientes do marketing de medicamentos.

Contribuindo com a pesquisa referente ao papel e importância do profissional farmacêutico, Dos Santos et al., (2020) afirmam que esse profissional exerce papel fundamental na informação e orientação tanto verbal, quanto escrita para auxiliar os pacientes e consumidores sobre os possíveis efeitos colaterais e a correta administração dos medicamentos, assim como orientar sobre os riscos da automedicação e da interrupção de um tratamento sem o conhecimento do médico.

Nesse sentido, Silva; Oliveira; Silva (2020), em seu estudo **mencionam que devido** irregularidades e a falta de fiscalização mais rigorosa, a automedicação tornou-se uma prática comum na atual sociedade.

Logo, o profissional farmacêutico surge como norte direcionador para informar o consumidor quanto aos riscos da automedicação e seu prejuízo à saúde pública,

profissional este que é plenamente capacitado no que tange o total conhecimento da ação dos medicamentos no organismo, bem como dos efeitos colaterais que eles podem causar em diferentes pessoas.

Entende-se que este possui papel determinante na conscientização e orientação no uso de medicamentos que venham a ser procurados sem orientação médica, visto que, nesses casos, onde não há contato prévio com um médico que possa receitar estes fármacos, o farmacêutico é a única barreira entre o indivíduo e um irresponsável uso de medicações que podem, ao invés de tratar condições patológicas, agravá-las ou até mesmo causar o desenvolvimento de problemas maiores.

4 CONCLUSÃO

A automedicação é uma prática rotineiramente exercida pelos usuários que almejam o alívio imediato da dor e mal-estar. Esse processo inadequado é considerado um problema de saúde pública no Brasil, que ocorre em função de vários fatores de cunho social, econômica e cultural associados a ausência ou as fragilidades nos serviços de saúde no país.

Nesse sentido o estudo evidenciou que os meios de comunicação como rádio, televisão e hoje a internet sejam os que mais influenciam a automedicação, pois esses meios são os que atualmente tem o maior poder de alcance da população e se propagam com maior rapidez.

Como medida para combater esse problema, a pesquisa aponta como sugestão campanhas de sensibilização e conscientização da sociedade por meio da própria indústria farmacêutica como um cumprimento da norma sanitária RDC nº 96/2008, para que se cumpra os princípios básicos da norma apresentando aos consumidores de forma clara as características relativas ao medicamento e advertências em relação ao uso do fármaco, e uma maior fiscalização dos órgãos de farmacovigilância brasileiro sobre os anúncios que estão disponíveis em farmácias, drogarias e até mesmo rede sociais.

Portanto, o profissional farmacêutico assume importante papel como orientador e agente sanitário, pois na ausência de prescrição médica, o farmacêutico ao cumprir com sua conduta ética tem o papel de informar o consumidor quanto aos riscos da automedicação e seu prejuízo à saúde pública, bem como pode orientar e intervir na orientação e indicação dos medicamentos, colaborando para o uso racional de medicamentos e minimizando problemas relacionados ao uso inapropriado de fármacos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Marcus Vinicius. AUTOMEDICAÇÃO: FARMACÊUTICO, A CULPA NÃO É SUA, ENTENDA POR QUE. ICTQ, 2020. Disponível em: <<https://www.ictq.com.br/opiniaio/1110-automedicacao-farmaceutico-a-culpa-nao-e-sua-entenda-por-que>>. Acesso em: 02 de out 2020.

ANVISA. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Resolução da diretoria colegiada-RDC nº 96, de 17 de dezembro de 2008. Disponível em: <<https://media.crfes.org.br/orientacao/rdc-96-de-17-de-dezembro-de-2008-79.pdf>>. Acesso em: 04 de out 2020.

AUTOMEDICAÇÃO. Biblioteca Virtual em Saúde, 2012. Disponível em: <https://bvsm.sau.gov.br/bvs/dicas/255_automedicacao.html>. Acesso em: 03 de out 2020.

BERNADES, Helena Cardoso et al. Perfil epidemiológico da automedicação entre acadêmicos de medicina de uma universidade pública brasileira. *Brazilian Journal of Health Review*, Curitiba, v.3, n.4, p. 8631-8643, 2020. Disponível em: <<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/view/13482/11298>>. Acesso em: 19 de mar 2021.

BISPO, Naiara Santos et al. AUTOMEDICAÇÃO: SOLUÇÃO OU PROBLEMA?. Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, v. 16, 2018. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/sepa/article/view/4899>>. Acesso em: 04 de fev 2021.

BRITO, A. F.; GARCEZ, E. A. M.; SOUZA, K. S. Classes Terapêuticas mais Consumidas no Município de Ceres-GO no ano de 2012. *JIC-Jornada de Pesquisa e Iniciação Científica*, v. 3, n. 3, 2012. Disponível em: <<https://silo.tips/download/palavras-chave-automedicacao-analgescicos-disfunao-eretil>>. Acesso em: 08 de out 2020.

CARDOSO, L. A.; ANDRADE, N. F. R. B.; SOUSA, I. G.S; SOUZA, C. M. P. Perigos da automedicação irresponsável. Universidade Estadual da Paraíba – Campina Grande. 2018. Disponível em: <http://editorarealize.com.br/editora/anais/conbracis/2018/TRABALHO_EV108_MD1_SA7_ID34_20042018100934.pdf>. Acesso em: 04 de fev 2021.

DE ALEXANDRI, Alexandra Morais et al. Propaganda de medicamentos: um desafio para todas as profissões. *Rev. Bras. Farm*, v. 92, n. 2, p. 66-70, 2011. Disponível em: <<http://www.rbfarma.org.br/files/rbf-2011-92-2-5.pdf>>. Acesso em: 10 de fev 2021.

DE JESUS, Paula Renata Camargo. O consumo desenfreado de medicamentos no Brasil e a responsabilidade da propaganda. 2012. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/3409143-O-consumo-desenfreado-de-medicamentos-no-brasil-e-a-responsabilidade-da-propaganda.html#>>. Acesso em: 09 de nov 2020.

DOS SANTOS, Marília Clementino et al. Perfil da automedicação por clientes de uma farmácia privada em cidade do Agreste de Pernambuco. *Revista Brasileira de Educação e Saúde*, v. 10, n. 2, p. 50-56, 2020. Disponível em:

<<https://editoraverde.org/gvaa.com.br/revista/index.php/REBES/article/view/7576/0>>.
Acesso em: 20 de mar 2021.

FERNANDES, Wendel Simões; CEMBRANELLI, Julio César. Automedicação e o uso irracional de medicamentos: o papel do profissional farmacêutico no combate a essas práticas. *Revista Univap*, v. 21, n. 37, p. 5-12, 2015. Disponível em: <<http://revista.univap.br/index.php/revistaunivap/article/view/265>>. Acesso em: 15 de fev 2021.

JÚNIOR, Jucier Gonçalves et al. Influência da publicidade na automedicação na população de um município brasileiro de médio porte. *Journal of Health & Biological Sciences*, v. 6, n. 2, p. 152-155, 2018. Disponível em: <<http://periodicos.unichristus.edu.br/jhbs/article/view/1447>>. Acesso em: 02 de fev 2021.

MACEDO, Giani Rambaldi et al. O poder do marketing no consumo excessivo de medicamentos no Brasil. *Revista Transformar*, v. 9, p. 114-128, 2016. Disponível em: <<http://www.fsj.edu.br/transformar/index.php/transformar/article/view/79>>. Acesso em: 15 de mar 2021.

NASCIMENTO, Álvaro César. Propaganda de medicamentos no Brasil: é possível regular?. *Ciênc. saúde coletiva*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 869-877, June 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232009000300022&script=sci_arttext>. Acesso em: 02 de fev 2021.

NAVES, Janeth de Oliveira Silva et al. Automedicação: uma abordagem qualitativa de suas motivações. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 15, p. 1751-1762, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v15s1/087.pdf>. Acesso em: 05 de nov 2020.

OLIVEIRA, Adriana Passos; FREY, Jaqueline Almeida. Influência da propaganda na prática de automedicação em um grupo de moradores residentes em um bairro de Redenção-PA. Trabalho de Conclusão [TCC] Faculdade Integrada Carajás (FIC). Curso de Farmácia. Redenção- PA. 2020. Disponível em: <<http://files.revista-academica-online.webnode.com/200000651-b4d9cb4d9f/artcient01072020.pdf>>. Acesso em: 02 de fev 2021.

SANTOS, Vanessa Sardinha dos. "Riscos da automedicação"; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/saude-na-escola/riscos-automedicacao.htm>>. Acesso em: 02 de out 2020.

SILVA NETO, Antônio A. et al., A influência da propaganda, publicidade e promoção no consumo de medicamentos em uma drogaria no município de Paulo Ramos-MA. *Rev. Interfac EHS-Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade*, v. 12, n. 1, p. 83-100, 2017. Disponível em: <<http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/InterfacEHS/wp-content/uploads/2017/12/07-Publicar.pdf>>. Acesso em: 19 de mar 2021.

SILVA, Lorena Fonseca da. OLIVEIRA, Cristiano Guilherme Alves de. SILVA, Denise Aparecida da. Influência da propaganda na dispensação de medicamentos isentos de prescrição médica. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*. Ano 05,

Ed. 12, Vol. 16, pp. 67-84. Dezembro de 2020. Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/saude/prescricao-medica>>. Acesso em: 19 de mar 2021.

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. Disponível em: <<https://revista.facene.com.br/index.php/revistane/article/view/15>>. Acesso em: 04 de fev 2021.

USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS. Conselho Regional de Farmácia do RS, 2020. Disponível em: < <https://www.cfrs.org.br/noticias/uso-racional-de-medicamentos>>. Acesso em: 01 de out 2020.

VALE, Bruno Nunes do; DA SILVA GIMENES da, Letícia; GARCIA, Sirlene Carvalho Soares; XAVIER, Millena Pereira; LEÃO, Natallia Moreira Lopes. A influência da propaganda de medicamentos na automedicação. AMAZÔNIA: SCIENCE & HEALTH, v. 7, n. 2, p. 14-19, 2019. Disponível em: <<http://ojs.unirg.edu.br/index.php/2/article/view/1819>>. Acesso em: 04 de out 2020.