

PROPAGANDA TELEVISIVA E SUA IMPLICAÇÃO NA AUTOMEDICAÇÃO: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Ione Lara Ribeiro Tertuliano¹
Priscilla Castro Martins²
Laiara de Alencar Oliveira³
Maysa Victoria Lacerda Cirillo⁴
Mayla Rosa Guimarães⁵

INTRODUÇÃO

Assistimos hoje em dia um extraordinário progresso no campo dos medicamentos, notadamente após o intercâmbio científico - caucionado pela invenção da imprensa -, no qual favorece uma difusão dos conhecimentos farmacológicos. Pela primeira vez na história da humanidade, grupos inteiros de causas de morte foram completamente controlados (SECOLI et al, 2018).

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), a automedicação é entendida como parte das ações de autocuidado que as pessoas fazem por si mesmas para estabelecer e manter a saúde, prevenir e lidar com a doença. É um conceito lato sensu, pois engloba higiene, nutrição, estilo de vida, fatores ambientais e fatores socioeconômicos (JUNIOR; CARSONI, 2018).

A principal função da propaganda é divulgar informações e ideias que permitam aos consumidores estarem informados sobre os produtos e serviços existentes à sua disposição e, por outro, possibilitar aos anunciantes o aumento de seus negócios, através da conquista de mais consumidores. Ademais, quando se trata de medicamento a propaganda tem que ser realizada com grande responsabilidade, utilizando os termos corretos, porém, sem exageros, de modo a não induzir a automedicação (COUTINHO, 2015).

Vários fatores induzem a prática da automedicação, iniciando com a venda indiscriminada de medicamentos, relacionada a dificuldade de acesso ao sistema de saúde e do

¹ Graduanda do Curso de Enfermagem da Universidade Federal do Piauí-UFPI, ionelara02@gmail.com;

² Graduanda do Curso de Enfermagem da Universidade Federal do Piauí-UFPI, priscillamartins19992014@gmail.com;

³ Graduanda do Curso de Enfermagem da Universidade Federal do Piauí-UFPI, laaiaraalencar@gmail.com;

⁴ Graduanda do Curso de Enfermagem da Universidade Federal do Piauí-UFPI, maysavictoria_lacerda@hotmail.com;

⁵ Professora Orientadora: Mestre em Ciências e Saúde, Universidade Federal do Piauí-UFPI, m_aylaguimaraes@hotmail.com.

custeamento de planos e consultas médicas. Além disso, as características da população associadas a tal prática pouco se é estudado para determinar as características de cada indivíduo e chegar a obter uma observação dos grupos de maior risco, e por conseguinte, realizar um atendimento especial (DOMINGUES et. al., 2017).

O interesse econômico acima do interesse a saúde e a automedicação é um dos grandes e graves problemas de saúde pública, pois a prática da automedicação pode colocar em risco o bem maior do ser humano, a vida. Além disso, no Brasil, o uso inadequado de medicamentos tem apresentado 28% dos casos de intoxicação. Ao passo que o mercado farmacêutico tem registrado um significativo aumento no faturamento (FERNANDO; MATOS e GARCIA, 2016).

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), em abordagem a propaganda direcionada ao consumidor, remete um apanhado ao tipo de regulação executada sobre a propaganda medicamentosa, veiculada pela grande mídia à população. Ainda, existe uma dificuldade pela ANVISA em realizar uma fiscalização efetiva nas propagandas de medicamentos, pois uns dos principais motivos é o fato da fiscalização e a punição das propagandas que infringem a legislação ocorrerem após o contato com a sociedade, depois do “mal” já ter acontecido (FERNANDO; MATOS e GARCIA, 2016).

Desse modo, na perspectiva do uso racional, medidas preventivas, como reeducação alimentar, estilo de vida, exercícios físicos, são medidas preventivas não farmacológicas que devem ser incluídas no dia do paciente. Entretanto, as propagandas de medicamento passam a informação farmacológica de maneira isolada. Todo medicamento possui um risco, mesmo os de venda sem prescrição médica, devendo ser consumidos com consciência e responsabilidade.

METODOLOGIA

Foi realizada uma revisão bibliográfica descritiva, de natureza qualitativa, acerca do incentivo que as propagandas de televisão aberta atuam na automedicação. Para isso foram utilizados os bancos de dados *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO) e Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), um índice bibliográfico relevante da literatura relativa às ciências da saúde que disponibiliza publicações a partir de 1982 dos países da América Latina e Caribe.

A pesquisa foi realizada em julho de 2019, por meio da utilização das palavras chaves: automedicação, medicamento e propaganda em livre associação. Como critérios de inclusão, foram elencados os seguintes: texto completo disponível, publicações na modalidade artigo nos idiomas português e inglês, compreendidos nos anos de 2015 a 2019, totalizando 16 artigos.

Foram excluídos aqueles que se apresentaram repetidos e, não conservaram relação com o tema principal, resultando em amostra composta por 10 artigos.

DESENVOLVIMENTO

Nos dias de hoje, os indivíduos são vulneráveis ao mal-estar, muitas vezes provocado pelo estresse circadiano como, insônia, depressão, ansiedade, dentre outros motivos resultantes do ritmo acelerado de vida. Neste caso, há uma maior busca da população pelos medicamentos "milagrosos", no qual as publicidades e propagandas mostram um universo idealizado, onde o medicamento pode levar a busca do bem-estar e equilíbrio fisiológico. O ser humano tem uma tendência de tratar as dores sem mesmo buscar alternativas e nesta fragilidade a propaganda reforça o consumo do medicamento sem orientações necessárias para o indivíduo (OLIVEIRA et al., 2018).

Os medicamentos livres de receitas médicas se usados de maneira indiscriminados, sem orientação, pode trazer sérios danos à saúde, como intoxicações, dependência, seleção de bactérias resistentes, sangramento digestivo, reações de hipersensibilidade, elevar os riscos de neoplasias, entre outros malefícios, pois todos apresentam contraindicações que deve ser esclarecidas ao público. De uma maneira em geral, a influência pelo consumo indicado numa propaganda que tal medicamento é o correto pode levar a população ao uso indiscriminado de medicamentos sem qualquer orientação profissional, Sob essa ótica, o marketing farmacêutico efetuado pelas indústrias e laboratórios de medicamentos faz das fragilidades do paciente, oportunidade de negócio e lucro (JUNIOR; CARSONI, 2018).

Os meios de comunicação são considerados um dos meios mais rápidos e fáceis de levar uma informação desejada ao público. A grande maioria das pessoas possui algum acesso a este meio, em que torna mais atrativa e lucrativa esta utilização por parte das indústrias farmacêuticas, pois atinge um público bem maior. O risco acontece, pois as informações chegam de uma maneira rápida, atinge uma grande parte da população e os números de danos também podem ser desastrosos. Por isso, faz-se essencial uma fiscalização mais rigorosa quanto às informações de medicamentos que são levadas ao público (PALODETO.; FISCHER, 2019).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Arrais et al. (2016) destaca que a população brasileira é adepta da prática da automedicação, havendo algumas diferenças regionais. Soma-se a dificuldades de acesso, demora e baixa qualidade do atendimento nos serviços de saúde e aspectos ligados à veiculação

de propagandas de medicamentos prescritos na mídia. A maioria dos medicamentos consumidos não requer prescrição, mas não é isenta de risco, o que requer maior atenção dos gestores e profissionais de saúde, pois a possível intoxicação e efeitos adversos podem aumentar os gastos em saúde.

Em 2016 a prevalência da automedicação no Brasil foi de 16,1% (IC95% 15,0-17,5), sendo maior na região Nordeste (23,8%; IC95% 21,6-26,2). Após análise ajustada, automedicação mostrou-se associada a ser do sexo feminino, pertencer às faixas etárias 10-19 anos, 20-29 anos, 40-59 anos e 60 anos ou mais, residir na região Norte, Nordeste ou Centro-Oeste, e ter uma ou duas ou mais doenças crônicas. Os grupos terapêuticos mais utilizados para automedicação foram os analgésicos e os relaxantes musculares, sendo a dipirona o fármaco mais consumido. No geral, a maioria dos medicamentos usados por automedicação foram classificados como isentos de prescrição (65,5%) (ARRAIS et al., 2016).

A comprovação no aumento do uso de analgésicos para a automedicação reflete a alta prevalência de dor na população geral, que é causada por tensão, situações estressantes ou demanda física, representando um aspecto prejudicial na qualidade de vida das pessoas. No entanto, outros casos estão relacionados com o uso de tranquilizante e de anfetaminas, nos quais, as autoridades na área da saúde constataram que mais de 30% dos casos de intoxicação dos brasileiros são causados por uso desses medicamentos sem a devida prescrição médica (JUNIOR ; CARSONI,2018).

Da população adulta residente no Distrito Federal de uma amostra de 1.820 indivíduos, 646 relataram ter consumido pelo menos uma medicação nos últimos sete dias sem prescrição médica. A prevalência foi de 14,9%, sendo mais frequente entre adultos jovens de 18 a 34 anos; a análise ajustada apontou associação negativa em pessoas na idade de 50 a 65 anos. Esses achados corroboram na identificação de dois grupos mais adeptos a prática da automedicação: adultos jovens e aqueles com dificuldades em realizar atividades cotidianas (DOMINGUES et. al., 2017).

Uma pesquisa realizada com 180 indivíduos numa cidade de São Paulo revelou a utilização de 62 diferentes tipos de medicamentos. De acordo com a análise no que tange sexo, 62% foram mulheres e 38% homens, tendo como faixa etária predominante 26 a 40 anos (37%). A maioria dos participantes afirmou que concluiu ensino médio (66%) e que são empregados (92,8%). Ademais, foram informados a utilizar o uso do medicamento três vezes na semana (21%) e quatro a sete vezes na semana 11%, este somatório compreende um número bastante

relevante, visto que o uso de medicamentos em excesso pode causar intoxicação e dependência (BISPO et al., 2017).

Estudo realizado por Jucier et al. (2018) relata a influência da publicidade na automedicação na população de um município brasileiro de médio porte (Crato-Ceará) 67% de uma amostra de 104 pessoas praticavam automedicação. Destas, 80% conheciam os riscos para a prática. Uma parcela de 67,6% dos praticantes revelou ser influenciada pela propaganda para a escolha do medicamento e, entre eles, a taxa de automedicação foi de 1,6x maior ($p=0,004$). O sexo, a idade e a renda não exerceram influência sobre a referida prática.

Nesse contexto, Secoli et al. (2018) expõe que 19% dos idosos que praticam automedicação têm dificuldade de entender a informação do rótulo e 12% não podem lê-lo, entre os responsáveis pela indicação da automedicação, destacou-se a inclusão de familiares, amigos e/ou vizinhos. Os fatores que parecem favorecer a participação de terceiros na decisão dos indivíduos. Independentemente do envolvido na indicação da automedicação, o uso de medicamentos sem a devida avaliação clínica é um risco.

Ainda, pesquisa efetuada com 100 participantes revela que aproximadamente 1/3 das internações no Brasil ocorrem devido ao uso incorreto de fármacos; além disso, este mesmo motivo também é o responsável por 27% das intoxicações e 16% das mortes. Souza et al. (2019) alerta para a necessidade de intensificação de campanhas populares mais abrangentes que contemplem os perigos do uso errôneo de medicamentos. Além disso, Silva et al. (2019) reforça a importância da comunicação em saúde, as quais permitem avanços significativos para estabelecer novos paradigmas que auxiliem no desenvolvimento de programas que contribuam para melhoria da qualidade de vida da população, independentemente de sua classe econômica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso de medicamentos de forma inadequada pode gerar o agravamento de uma doença, visto que a utilização incorreta pode esconder determinados sintomas, como é o caso do antibiótico. Outra preocupação em relação ao uso do medicamento refere-se à combinação inadequada. Neste caso, o uso de um fármaco pode anular ou potencializar o efeito do outro. Ademais, medicamento administrados de forma incorreta pode trazer, ainda, consequências como: reações alérgicas, dependência e até a morte.

A fragilidade do indivíduo diante dos interesses do mercado farmacêutico indica a necessidade de se construírem instrumentos capazes de tornar a regulação pública do setor de

publicidade e propaganda de medicamentos mais efetiva juntamente com a atual Política Nacional de Medicamentos, cujos objetivos incluem o acesso de qualidade destes, e seu uso racional. Entre os instrumentos de intervenção, pode-se destacar o desenvolvimento de um novo modelo regulatório, que assegure a disseminação de informações cientificamente embasadas, por meio da articulação de interesses dos segmentos industriais, dos profissionais de saúde responsáveis pela prescrição e dispensação medicamentosa, além de representantes dos órgãos de defesa do consumidor e gestores do SUS.

PALAVRAS-CHAVE: Automedicação, Medicamento, Propaganda.

REFERÊNCIAS

AMORIM C. S.; BRANDÃO D. C. Aspectos regulatórios da promoção de medicamentos. **Rev. Acadêmica Oswaldo Cruz**. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2012.

ARRAIS, P. S. et al. Prevalence of self-medication in Brazil and associated factors. **Rev saúde pública**, v. 26, n. 2, p. 1-12, 2016.

BISPO, N. et al. Automedicação: solução ou problema?. **Revista eletrônica SEPA**, v. 16, p. 1-16, 2017.

DOMINGUES, P. et. al. Prevalência e fatores associados à automedicação em adultos no Distrito Federal: estudo transversal de base populacional. **Epidemiol. Serv. Saúde**. Brasília. V.26, n. 2, p. 319-330, 2017.

HONORATO, F. Análise da propaganda de medicamentos em tv aberta para o distrito federal e “entorno”. **Infarma-Ciências Farmacêuticas**, v. 26, n. 1, p. 35-44, 2014.

JUNIOR, G. et al. Influência da publicidade na automedicação na população de um município brasileiro de médio porte. **J Health Biol Sci**, v. 6, p. 152-155, 2018.

JUNIOR, D.; CARSONI, L. Marketing farmacêutico: relação das publicidades televisivas com a automedicação. **Visão acadêmica**, v. 19, n. 4, p. 55-66, 2018.

OLIVEIRA, M. et al. Automedicação em acadêmicos: uma revisão da literatura brasileira entre 2000 a 2017. **Revista Saúde e Pesquisa**, v. 11, n. 3, p. 623-630, 2018.

PALODETO, M.; FISCHER, M. Apropriação da terminologia “uso consciente de medicamentos” visando a promoção da saúde global. **Rev. Eletron. Comun Inf Inov Saúde**, p. 191-207, 2019.

SECOLI, S. et al. Tendência da prática de automedicação entre idosos brasileiros entre 2006 e 2010. **Rev bras epidemiol**, v. 21, p. 1-14, 2019.