

FACULDADE DE ENFERMAGEM NOVA ESPERANÇA DE MOSSORÓ
CURSO DE GRADUAÇÃO EM FARMÁCIA

FRANCISCO THALES COSTA DE OLIVEIRA

**A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO
MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE**

Mossoró/RN

2022

FRANCISCO THALES COSTA DE OLIVEIRA

**A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO
MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE**

Monografia apresentada à Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN – como requisito obrigatório para obtenção do título de bacharel em Farmácia.

ORIENTADOR: Me. Francisco Ernesto de Sousa Neto

Mossoró/RN

2022

Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró/RN – FACENE/RN.
Catalogação da Publicação na Fonte. FACENE/RN – Biblioteca Sant'Ana.

O48a Oliveira, Francisco Thales Costa de.

A automedicação por influência das mídias sociais no município de Quixeré/CE / Francisco Thales Costa de Oliveira.
– Mossoró, 2022.

43 f. : il.

Orientador: Prof. Me. Francisco Ernesto de Sousa Neto.
Monografia (Graduação em Farmácia) – Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró.

1. Publicidade de medicamentos. 2. Mídias de comunicação. 3. Automedicação. I. Sousa Neto, Francisco Ernesto de. II. Título.

CDU 615.035.7(813.1)

FRANCISCO THALES COSTA DE OLIVEIRA

**A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO
MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE**

Monografia apresentada à Faculdade de
Enfermagem Nova Esperança de Mossoró
– FACENE/RN – como requisito
obrigatório para obtenção do título de
bacharel em Farmácia.

Aprovado em: **02/ 06/ 2022**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Francisco Ernesto de Souza Neto

Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró - FACENE/RN

Profa. Esp. Patrícia Araújo Pedrosa do Vale

Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró - FACENE/RN

Profa. Dra. Jéssica Costa de Oliveira

Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró - FACENE/RN

AGRADECIMENTOS

A Deus por me possibilitar vencer todas as barreiras que insistiram em aparecer durante a construção do trabalho, me direcionando sempre para o melhor caminho.

Aos meus familiares, que me apoiaram em todas as decisões que tive que tomar para concluir meu curso e minha pesquisa.

Ao meu orientador que me conduziu de forma extraordinária durante todo o trabalho, com paciência, sabedoria e dedicação contribuindo com todo meu processo de experiência e aprendizagem me proporcionando todo esse resultado.

Aos amigos que me deram apoio e me ajudaram na divulgação dos questionários.

A banca por aceitar avaliar o meu trabalho e pelas sugestões construtivas atribuídas durante a apresentação do projeto de pesquisa.

RESUMO

As propagandas chegam cada vez mais a uma maior quantidade de pessoas, principalmente se for considerado o progresso das mídias digitais (internet), que junto de suas estratégias de marketing e ganhos exorbitantes, leva a informação a todas as pessoas, não importando sua idade, gênero ou localização. Isso, de certa forma, pode ser considerado algo positivo, a menos que esses informes cheguem à casa do telespectador de forma irresponsável, gerando grande impacto na saúde de cada um, como é o caso do incentivo ao autoconsumo de medicamentos proporcionados por essas grandes redes de comunicação. Com isso, este trabalho teve como objetivo a identificação da incidência das propagandas realizadas pelas mídias sociais, sobre o autoconsumo de medicamentos em adultos, sendo também importante observar o papel essencial do farmacêutico nessa situação, além da reflexão educativa referida a atitudes errôneas que determinam a prática da automedicação. Apropriando-se da utilização de questionários virtuais a pesquisa de caráter exploratório, qualitativa e quantitativa recebeu a autorização e a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) para obter como base a população do município de Quixeré, localizado na região do Vale do Jaguaribe no estado do Ceará, que constituída por 22.432 habitantes segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) foi submetida no mês de maio de 2022 ao levantamento de dados com uma amostra de 64 pessoas, determinando através de pontos de vista distintos conclusões essenciais para a afirmação confirmatória dos objetivos deste trabalho, tendo o processo comparativo entre pensamentos equivalentes e/ou diferenciados derivados das respostas à análise de conteúdo método fundamental para a elaboração dos gráficos sintetizados a partir das respostas do respectivo instrumento de coleta.

Palavra-chave: publicidade de medicamentos; mídias de comunicação; automedicação.

ABSTRACT

Advertisements increasingly reach a greater number of people, especially if one considers the progress of digital media (internet), which together with their marketing strategies and exorbitant earnings, takes information to all people, regardless of age, gender or location. This, in a way, can be considered a positive thing, unless these reports reach the viewer's home in an irresponsible way, generating a great impact on the health of each one, as is the case of the incentive to self-consumption of medicines provided by these large networks of communication. With this, this work aims to identify the incidence of advertisements carried out by digital media, on the self-consumption of medicines in adults. Thus, this study aimed to identify the incidence of advertisements carried out by social media on self-consumption of medicines in adults, and it is also important to observe the essential role of the pharmacist in this situation, in addition to the educational reflection referring to erroneous attitudes that determine the practice of self-medication. Appropriating the use of virtual questionnaires, the exploratory, qualitative and quantitative research received authorization and approval from the Research Ethics Committee (CEP) to obtain as a base the population of the municipality of Quixeré, located in the region of Vale do Jaguaribe in the state of Ceará, which consists of 22,432 inhabitants according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) was submitted in May 2022 to data collection with a sample of 64 people, determining through different points of view essential conclusions for the affirmative confirmatory of the objectives of this work, having the comparative process between equivalent and/or differentiated thoughts derived from the answers to the content analysis fundamental method for the elaboration of the graphs synthesized from the answers of the respective collection instrument.

Keyword: drug advertising; communication media; self-medication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Gráfico da pesquisa sobre o uso de medicamentos sem receita.....	22
Figura 2 – Gráfico da pesquisa sobre o uso de medicamentos sem receita por outras pessoas.....	23
Figura 3 – Gráfico da pesquisa sobre a indicação de medicamentos a outras pessoas.	23
Figura 4 – Gráfico da pesquisa sobre o conhecimento do risco da automedicação pelos participantes.....	24
Figura 5 – Gráfico da pesquisa sobre a influência da mídia digital na automedicação.	25
Figura 6 - Gráfico da pesquisa sobre a influência da mídia analógica na automedicação.	25
Figura 7 - Gráfico da pesquisa sobre o grau de escolaridade entre os participantes.	26
Figura 8 – Gráfico da pesquisa sobre os medicamentos em uso pelos participantes sem a obtenção de receita.....	26
Figura 10 – Gráfico da pesquisa sobre as mídias analógicas que mais influenciam a automedicação.	27
Figura 11 – Gráfico da pesquisa sobre os fármacos utilizados por outras pessoas sem a obtenção de receitas.....	28
Figura 12 - Gráfico da pesquisa sobre a consulta ao profissional para a adesão do medicamento.....	29
Figura 13 - Gráfico da pesquisa sobre a importância do farmacêutico na orientação do uso de medicamentos.....	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS X AUTOMEDICAÇÃO.....	13
2.2 PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS	13
2.3 PÚBLICO INFLUENCIADO	14
2.3.1 Influência através das patologias.....	15
2.4 A PROPAGANDA EM OUTRAS MÍDIAS.....	15
2.5 PROPAGANDAS NAS MÍDIAS DIGITAIS	16
2.6 FARMACÊUTICOS NOS CUIDADOS DA DIVULGAÇÃO DE MEDICAMENTOS.....	17
3 METODOLOGIA.....	19
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	19
3.2 LOCAL DA PESQUISA	19
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	19
3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	20
3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	20
3.7 FINANCIAMENTO.....	21
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS	32
APÊNDICES.....	36

1 INTRODUÇÃO

As mídias digitais têm como sua principal definição o uso da internet como meio de divulgação através de publicações em sites, redes sociais e plataformas digitais. Grande parte das informações exibidas em meio virtual são baseadas em perfis individuais que geram informações precisas para que a entrega do material ocorra no momento certo e a quem o tenha desejado (PIZETA *et al.*, 2016).

As informações obtidas através dos perfis individuais de cada pessoa promovem um banco de dados, que servirá como base para a divulgação de propagandas a um público alvo. No caso da saúde, a publicidade pode gerar a prática da automedicação que se refere ao uso de medicamentos sem a devida orientação médica, estando relacionada muitas vezes à necessidade de sanar algum sintoma, observando a dificuldade de comunicação com um profissional de saúde e conseqüentemente ao acesso do medicamento adequado. Porém, o incentivo à automedicação não se detém apenas aos problemas de dificuldade de acesso aos fármacos, essa prática também deriva de influências geradas por propagandas disponíveis na mídia (LIMA, 2016).

Tendo em vista que a internet é cada vez mais o principal meio utilizado pelas pessoas para a obtenção facilitada de informações e que a procedência dessas, em sua grande maioria deriva de fontes duvidosas, fica notório o risco de qualquer ato praticado ou influenciado por divulgação de fármacos a indivíduo leigo ou de pouco conhecimento técnico para distinguir um informe verdadeiro ou falso (SILVA, 2021). Entretanto, existem estudos indicando também que o consumo de medicamentos pode ocorrer entre pessoas com um nível de conhecimento maior, tendo em vista que por possuírem mais informações, essas se sentem mais seguras para se automedicarem (JESUS *et al.*, 2013).

A internet tem evoluído bastante, e junto dela o trabalho de marketing e divulgação tem ganhado cada vez mais espaço, gerando renda e proporcionando novas oportunidades de crescimento pessoal e empresarial visando os principais objetivos: dinheiro e fama. Segundo Moraes e colaboradores (2020) as decisões de compra para 77% das pessoas no Brasil são influenciadas pelas redes sociais, que protagonizada por influenciadores digitais divulgam as propagandas, que na maioria das vezes sem o mínimo de preocupação com as possíveis reações do produto, principalmente no que se refere aos medicamentos, indicam aos seus seguidores inúmeras qualidades supostas ou até mesmo inexistentes, gerando risco ao consumidor.

O crescimento da publicidade virtual baseado nos dados de navegação individual, já se equipara ao grande sucesso das propagandas idealizadas pela mídia analógica, que caracterizada como o processo de comunicação unilateral, visa a audiência do público conciliada aos grandes lucros obtidos, deixando o telespectador incapacitado de responder ou interagir com a informação ou conteúdo recebido (CARVALHO, 2011).

Observando a forma com que a mídia analógica também divulga suas informações é possível identificar a ocorrência de riscos aos consumidores de medicamentos, pois retratar ao público as propagandas das empresas que mais pagam para terem seus anúncios exibidos com a ausência de informação sobre as advertências e os cuidados, no uso, a indicação de segurança e a eficácia do fármaco torna-se aparente, o que pode induzir o risco da automedicação de forma irresponsável (HONORATO, 2014).

A utilização figuras famosas, sejam no rádio ou na TV, para a constante publicidade de medicamentos do momento, tem grande potencial de influência na decisão de compra dos telespectadores, o que aumenta consideravelmente a ocorrência dos riscos gerados pela automedicação, principalmente quando o incentivo é realizado de forma irresponsável (TORRES *et al.*, 2018).

O uso racional de medicamentos compreendido como o recebimento apropriado do tratamento, englobando todas as condições clínicas, que se referem aos horários e tempo adequado de administração dos fármacos, tem fundamental importância no auxílio da recuperação de um indivíduo portador de uma determinada patologia, sendo, porém as facilidades atribuídas à automedicação os principais fatores que impedem a sua concretização (AQUINO, 2021).

O ato errôneo de tomar medicamentos por vontade própria, para sanar de forma imediata algum tipo de sintoma sem a devida orientação de um profissional da saúde é definido como automedicação (MARQUES *et al.*, 2014).

A Automedicação como prática constante, leva ao aumento do risco de vida das pessoas, já que o diagnóstico pode sofrer atraso ou até mesmo ser mascarado podendo ocorrer o agravamento de determinada patologia, assim como o surgimento de reações alérgicas e intoxicações provocadas principalmente por erros de aplicações, ou dosagens incorretas de fármacos (MATOS *et al.*, 2018).

Segundo a Agência Nacional de Vigilância sanitária (ANVISA) na RDC nº 96 de 2008 as informações dos medicamentos que por obrigação devem ser comprovadas

cientificamente, não podem estimular o diagnóstico e nem uso indiscriminado ao público em geral, o que reflete nas atitudes a serem tomadas antes de qualquer ato publicitário, devendo sempre englobar consulta ou pesquisa a um profissional ou site farmacêutico respectivamente, com o intuito de melhorar os aspectos negativos que constroem os malefícios da automedicação.

O incentivo provocado pelas diversas informações e formas de propagandas de medicamentos nas mídias digitais vem gerando um aumento na prática da automedicação. Tomando como base esse quesito, qual o tamanho da incidência dessas informações no prejuízo da saúde da população? E o que deve ser feito para que haja uma conciliação entre as propagandas e o uso correto de medicamentos?

A velocidade, a facilidade e a quantidade de informações divulgadas às pessoas pela a internet são muito intensas, por isso o trabalho embasa sua principal justificativa na incidência de propagandas e informações referentes a medicamentos em adultos proporcionados pela mídia digital, envolvendo a inserção da importância do farmacêutico nesta área como o principal intermediador entre a veracidade das informações e a chegada dessas a população, não se esquecendo da intervenção necessária do profissional, mesmo depois da divulgação.

Tomando como base o objetivo geral, o presente trabalho consistiu em avaliar a influência da propaganda de medicamentos, produzida pela mídia social, na prática da automedicação nos habitantes de Quixeré juntamente dos objetivos específicos que consistem em avaliar a influência da mídia digital na automedicação, observar as mídias analógicas e sua influência na automedicação, comparar a influência entre os tipos de mídia na automedicação e determinar a influência do farmacêutico no controle da automedicação estimulada pela propagandas Investigando qual público tem maior prática de automedicação estimulada por propagandas, levando em consideração as hipóteses nula: que se refere a não influência das propagandas de medicamentos pelas mídias digitais aos habitantes de Quixeré a realizarem a automedicação; e a alternativa: que afirma sobre as propagandas de medicamentos influenciarem os habitantes do município a realizarem a automedicação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS X AUTOMEDICAÇÃO

De acordo com o Ministério da Saúde (MS) em 2021 o uso racional de medicamentos, tem grandes benefícios na saúde do paciente, principalmente se tomados como base os conceitos que compõem esse termo como a adesão ao tratamento adequado e o tempo da utilização de doses corretas de fármacos referentes a cada patologia específica, levando em consideração que todos esses fatores são fundamentais para a rápida recuperação do indivíduo.

Por outro lado à falta de cuidado referente ao uso dos medicamentos tem fundamental importância na vagarosa ou até mesmo piora dos quadros clínicos, pois se considerados a perda de eficácia derivada do descontrole no tempo de administração de um fármaco, assim como as possíveis reações adversas ocorridas por interações medicamentosas, excesso de fármacos na corrente sanguínea ou a complicações já existentes, podem gerar quadros de intoxicação o que afeta em cerca de 20% o orçamento financeiro dos hospitais, gerando como consequência 29% dos casos de falecimento dos pacientes no Brasil pela prática da automedicação (PEREIRA *et al.*, 2009).

É de grande relevância que os devidos cuidados na hora da utilização de um fármaco sejam tomados, levando em consideração principalmente as devidas orientações do produto sempre buscando a ajuda de um profissional qualificado antes mesmo de adquiri-lo (SILVA *et al.*, 2017).

2.2 PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS

As propagandas de medicamentos devem, segundo o portal da ANVISA, apresentarem informações completas, claras e equilibradas, para que não ocorra a tendência de uso do produto, quando destacado apenas os benefícios. Infelizmente a contradição entra quando o trabalho de marketing tende a direcionar a divulgação para todos os públicos, utilizando a manipulação psicológica para operar sobre a estrutura de motivação e tomar como base a vulnerabilidade peculiar de um sujeito passivo (NASCIMENTO, 2010).

O trabalho de marketing tem bastante influência na informação e no psicológico de quem pretende consumir medicamentos por meio de propagandas. Segundo Nascimento (2010) a moldagem produzida por quem está manipulando, influencia diretamente nas conclusões obtidas pelo influenciado, principalmente se for levado em consideração o poder de ocultar informações importantes sobre os malefícios de uso do produto, por exemplo.

Tomando como base a influência da manipulação de informação também é possível idealizar os conceitos dos trabalhos de marketing que usados para atrair o consumidor apresentam muita importância, principalmente quando se é aplicado à estratégia de publicar aquilo que se torna mais propício para o momento. A internet tem grande influência sobre essa forma de publicidade, tendo em vista que, anunciantes da mídia digital estão atentos ao perfil individual de cada pessoa, o que ajuda a entender melhor os pedidos mais requisitados do período, para que ocorra a aplicação da propaganda (HUERTAS *et. al.* 2008).

2.3 PÚBLICO INFLUENCIADO

A propaganda apropriada de momentos ou de perfis individuais têm grande influência sobre as decisões dos consumidores de todas as idades, seja por meio da internet, da TV, do rádio ou até mesmo da panfletagem, é possível manipular um indivíduo, para que ele adquira um produto, mesmo que não tenha necessidade de utilizá-lo. Igualar as diferentes opiniões que podem existir entre as pessoas é a principal maneira encontrada pela publicidade para estabelecer determinado padrão referente ao favorecimento de seus interesses (MARANHO *et al.*, 2008).

Tomar como base as publicações do momento, supondo ter conhecimentos para a prática da automedicação, é um risco que correm a maioria das pessoas com alto nível de escolaridade. Segundo Silva e colaboradores (2011) o conhecimento adquirido com relação ao efeito positivo do fármaco pode gerar uma falsa sensação de segurança o que levará a utilização de medicamento sem consulta a um profissional, podendo acarretar efeitos indesejáveis adiante. Porém, a falta de recursos orçamentários também está relacionada ao exacerbado consumo de medicamentos, o que destaca um grande índice na prática da automedicação determinado entre as classes mais baixas (COUTINHO, 2016).

A confiança em informações adquiridas, entretanto, não se restringe a pessoas com nível superior, grande parte da população semianalfabeta, principalmente as mais idosas tem a propaganda como principal fator para que ocorresse o consumo de medicamento sem que ao menos fossem levados em consideração os efeitos adversos (SILVA *et al.*, 2021). Segundo estudos realizados por Santos em 2019, cerca de 56,2% desse grupo realizaram automedicação no consumo de antitérmicos e analgésicos, sendo que 62% afirmaram ter realizado essa prática por meio de influências geradas por propagandas atribuídas à necessidade de sanar os sintomas de suas patologias crônicas.

2.3.1 Influência através das patologias

As patologias também têm grande papel no consumo de medicamentos, principalmente quando a publicidade está aliada ao objetivo de acabar com elas (COSTA, 1995). Durante as incertezas atribuídas pela pandemia da COVID 19, muitos medicamentos tiveram o consumo aumentado, os suplementos vitamínicos, os antigripais e antitérmicos ganharam os holofotes nos palcos do mundo todo, aparecendo em propagandas de Tv, rádio, redes sociais, plataformas digitais e até mesmo em panfletos promocionais nas prateleiras de farmácia, porém os malefícios atribuídos ao consumo exacerbado desses fármacos não acompanharam o ritmo de divulgação. A ingestão exagerada de vitamina D pode gerar reações adversas, como por exemplo, a formação do aumento de íons de cálcio, levando a causa de lesões permanentes em artérias e órgãos como o rim, assim como também o excesso do consumo de vitamina C pode acarretar diarreia crônica acompanhada de cálculos urinária (RIBEIRO, 2021).

Além do excesso ocasionado pelo alto consumo de vitaminas, por exemplo, a eficiência divulgada como grande aliada no combate a COVID, não se mostra presente em estudos realizados com pacientes portadores da doença. Segundo Thomas e colaboradores (2021) pacientes tratados com altas doses de gluconato de zinco, ácido ascórbico ou com a combinação de ambos, não obtiveram sucesso na redução significativa da duração dos sintomas ocasionados pelo SARS-CoV-2.

2.4 A PROPAGANDA EM OUTRAS MÍDIAS

A capacidade de padronização estabelecida pelas redes de rádio e TV faz com que a indústria farmacêutica invista cada vez mais na propaganda dos medicamentos,

sendo esse método de divulgação um grande fornecedor de lucros tanto para a indústria dos fármacos como para as emissoras que cobram por cada minuto de exibição dos anúncios ao grande público (HONORATO, 2014). O consumo de medicamentos por pessoas solitárias ou depressivas aumentou devido às influências de uso propagado pela publicidade e as poucas informações sobre os malefícios dos fármacos, contribuindo para que as pessoas extinguissem a ideia da existência de efeitos adversos em medicamentos anunciados pela TV (CARMINAT, 2014).

É preciso que essa situação seja controlada, evitando o uso incorreto, irracional, inconsciente, perigoso e, muitas vezes, desnecessário dos medicamentos. A própria mensagem divulgada aos finais de cada propaganda “AO PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO”, fortalece a cultura já existente de que primeiro é preciso adquirir o produto e usá-lo, para que só em caso de reações, ocorra a procura de um profissional especializado a fim de resolver o problema (NASCIMENTO *et al.*, 2005).

2.5 PROPAGANDAS NAS MÍDIAS DIGITAIS

A internet cresce cada vez mais, tanto que a mídia tradicional recorre muitas vezes a ela para atraírem seus consumidores, tendo em vista a busca pelos gostos individuais, as mídias digitais proporcionam a sensação no consumidor de que ele é quem comanda aquilo o que está vendo, quando na verdade está sendo atraído e manipulado de uma forma ainda mais intensa e específica (MAIA, 2019).

As propagandas de medicamentos divulgadas na internet principalmente nas redes sociais ultrapassam as regras estabelecidas pela RDC Nº 96. Publicações como *pague 2 leve 3*, propaganda de medicamentos genéricos e tarjados são alguns absurdos que aconteceram na mídia digital (PAULA, 2017).

A divulgação de medicamentos pela internet influencia diretamente no consumo dos jovens, pois, embora hoje a mídia digital esteja disponível a todos, na grande maioria das vezes são eles quem tem o primeiro contato e uma maior facilidade de se adaptarem às mudanças constantes deste meio de comunicação. A má interação com familiares, amigos e pessoas no geral, junto da orientação incompleta por parte da propaganda sobre efeitos adversos e componentes do fármaco contribuem bastante para que ocorra a manipulação inadequada da prática auto medicamentosa, tendo em vista que a maioria das pessoas a praticarem este ato recusa-se de forma ignorante a obterem

informações de outras pessoas, formando suas próprias conclusões a partir do que veem na mídia digital (SOUZA *et al.*, 2008).

Adequar-se de condutas individuais, baseado no que se vê pela internet, não é uma atitude muito segura, pois o que esse meio de informação mostra a cada um de seu público é simplesmente uma parte de seu comportamento e gosto que estará sendo refletida, individualizando cada vez mais as ações e opiniões do próprio. Esse tipo de conduta pode acarretar sérios riscos para a população, principalmente se relacionados ao consumo de medicamentos, pois as propagandas atribuídas ao perfil do usuário podem não conter, por exemplo, as explicações dos efeitos adversos, muito menos os riscos de uma posologia inadequada causar determinada intoxicação, além, é claro da tomada de hábito referente a prática da automedicação atribuída por supostos sucessos obtidos nas primeiras adesões de fármacos. Todos esses fatos podem agravar ou sintetizar novas patologias (AQUINO, 2021).

É possível também constatar que a manipulação de consumo atribuída por pessoas que se intitulam influenciadores digitais mexe com o psicólogo de quem os acompanham, estando este fator relacionado aos medicamentos, muitas vezes a falta da busca por informações verdadeiras ou especialidade no assunto, geram publicação incompletas ou até mesmo conteúdo falsificado, exaltando o poder de compra e diminuindo o potencial de segurança do consumo dos fármacos (JESUS, 2021).

2.6 FARMACÊUTICOS NOS CUIDADOS DA DIVULGAÇÃO DE MEDICAMENTOS

É primordial que o farmacêutico cuide da segurança de uso dos medicamentos, inclusive na hora de divulgá-lo, já que segundo Sousa e colaboradores (2008), esse profissional acompanha o produto desde a sua fabricação até o momento de entregá-lo ao paciente, sendo ele o portador das principais informações contidas ali.

Conhecer a efetividade do tratamento e identificar possíveis reações de interações ou intoxicação medicamentosa é o papel do farmacêutico que aliado ao seu grande conhecimento sobre os malefícios causados pelo consumo exacerbado de medicamentos pode contribuir de forma essencial para a diminuição da automedicação (SILVA, 2020).

Tomando como base os conhecimentos farmacêuticos, é preciso destacar o seu grande domínio no que se refere a comunicação, já que a formação desse profissional,

deve abranger também um caráter pedagógico se levada em consideração a sua condição de orientar aos pacientes, transmitindo seu conhecimento em prol da utilização correta dos medicamentos, podendo essa orientação ocorrer de forma individual sendo ele o último profissional da saúde junto ao paciente antes do consumo dos fármacos, ou de forma coletiva agindo na prevenção e promoção da saúde, discorrendo e alertando sobre os riscos de um consumo inadequado (POSSAMAI *et al.*, 2007).

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Para a elaboração deste trabalho fez-se necessária a apreciação e a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), para que fossem utilizados questionários virtuais, referidos ao presente assunto, tendo como foco a construção de uma pesquisa exploratória, com intuito de adquirir dados qualitativos e quantitativos, tendo a fundamentação teórica como base portadora da total autonomia para estabelecer a garantia de um trabalho seguro e, portanto, eficaz.

3.2 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa teve como base para a obtenção e determinação dos dados o município de Quixeré, localizado na região do Vale do Jaguaribe no estado do Ceará, que segundo o IBGE tem sua população estimada em 22.432 pessoas no ano de 2021.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

É interessante ressaltar que os mais de vinte e dois mil habitantes compõem a população determinada para que seja estabelecido um senso referente ao tema que foi abordado nesta pesquisa, entretanto, a amostra limitou-se a um determinado grupo de pessoas maiores de 18 anos que contribuíram para determinar as intensidades quantitativas e qualitativas atribuídas ao consumo de medicamentos por propaganda nas mídias sociais. Para a obtenção da amostra foi estabelecida a coleta dos dados nos meses de abril e maio de 2022, através de uma amostragem probabilística, cerca de 64 pessoas responderam o questionário. Tal amostra ficou condicionada a disponibilidade e interesse na participação da pesquisa.

A divisão entre a opinião das pessoas em geral, foi de fundamental importância para a visualização e interpretação das diferenças e similaridades entre os pontos de vista reportados por cada um.

3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para a realização da coleta dos diferentes pontos de vista foi aplicado um questionário de forma virtual através *Google Forms* (APÊNDICE B), contendo 23 perguntas, versando em questionamentos abertos e fechados. A utilização de aplicativos e dispositivos eletrônicos como computador e celular fez-se necessária para a sintetização e distribuição das questões ao público, que também teve de possuir os mesmos dispositivos para o preenchimento das respostas.

A auto aplicação do questionário teve como propósito obter dados e informações que caracterizaram a prática de automedicação influenciada pelas mídias sociais entre a população maior de 18 anos no município de Quixeré/CE. As informações colhidas foram analisadas de forma confidencial, com o intuito de não expor os participantes e não serem utilizadas para quaisquer outros fins que não sejam a realização deste estudo. Após a coleta e análise dos dados, foram feitos o *download* dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, e em seguida tais informações tiveram que ser deletadas de todo e qualquer registro da plataforma virtual utilizada, ambiente compartilhado ou "nuvem".

3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Após a aprovação pelo Comitê de Ética e Pesquisa com a CAAE: 56341422.1.0000.5179 e parecer número: 5.449.793 a coleta dos dados iniciou-se com o envio e/ou divulgação em forma de *link* por meio de aplicativos de comunicação virtual (WhatsApp, Telegram, Instagram ou Messenger) de maneira direta, ou através de grupos, à população a qual o presente estudo se enquadra. Junto ao *link* foi enviado a seguinte mensagem: “Olá! Sou Francisco Thales, discente do curso de Farmácia na FACENE/RN. Estou desenvolvendo meu trabalho de conclusão de curso sobre a influência da propaganda de medicamentos, produzida pelas mídias sociais, na prática da automedicação nos habitantes de Quixeré/CE. Se você tem mais de 18 anos e é residente de Quixeré/CE, por favor, poderia reservar um tempo e responder esse questionário?! Importante: Para respondê-lo você terá que ler atentamente o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido TCLE, e dar seu consentimento, caso esteja de acordo com o exposto.” Assim, ficou orientado desde o primeiro momento a

importância de tomar ciência do TCLE (APÊNDICE A) e em seguida responder as perguntas constantes no questionário (APÊNDICE B).

A partir disso, os participantes responderam o instrumento seguindo a sua própria realidade e conhecimento sobre o tema, ou seja, não foi necessário realizar pesquisas para o auxílio do preenchimento do questionário. Caso o participante não se sentisse confortável em responder determinada pergunta, este teve a opção de se abster sem nenhuma explicação ou justificativa, podendo, inclusive, se retirar da pesquisa a qualquer momento. O participante logo no início do questionário teve o espaço para colocar seu e-mail, através dessa informação foi possível enviar uma cópia das respostas dadas pelo mesmo no preenchimento do instrumento.

Ao coletar a quantidade prevista de respostas ao instrumento de coleta, considerando tempo e interesse da população em participar, as informações que o próprio *Google Forms* disponibilizou foram analisadas e utilizadas para a discussão dos resultados. Foi feito uso de outros programas como o Excel e Word para auxiliar na compilação e melhor entendimento dos dados obtidos. Após isso, como já supracitado, foram feitos o *download* dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, e em seguida ocorreu a exclusão das informações de todo e qualquer registro da plataforma virtual utilizada, ambiente compartilhado ou "nuvem".

3.7 FINANCIAMENTO

Esta pesquisa foi financiada pelo próprio discente, que assumiu os custos referentes aos procedimentos de pesquisa, transporte, coleta, apresentação e publicação do trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O caráter exploratório deste trabalho foi de fundamental importância para a adoção do método de pesquisa de campo, pois a obtenção dos dados quantitativos e qualitativos representados pela opinião coletiva tem grande impacto no que se refere a construção de uma interpretação específica relacionada ao tema proposto.

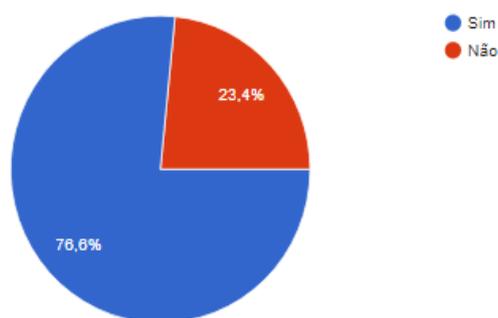
Tomando como base que 95,3% das pessoas que responderam o questionário são residentes do município de Quixeré/CE foi possível obter informações direcionadas, que entregaram valores construtivos à pesquisa. A identificação do nível de conhecimento relacionado aos riscos da automedicação por parte da população, assim como a intensidade da influência ao consumo dos diferentes tipos de mídia, o papel do farmacêutico e a automedicação entre as diferentes idades, foram fatores que se consolidaram de forma confirmatória ou divergente durante análise.

O público foi composto por cerca de 67,2% de pessoas do gênero feminino contra 32,8% masculino que dentre níveis de escolaridade e profissões destacaram já no início da aplicação do questionário o alto uso de medicamentos sem receita médica ou auxílio de um profissional da saúde, com 76,6 % de confirmações do ato (Figura 1).

Figura 1 – Gráfico da pesquisa sobre o uso de medicamentos sem receita.

3. Você costuma fazer uso de medicamentos sem receita médica ou auxílio de um profissional da saúde?

64 respostas



Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

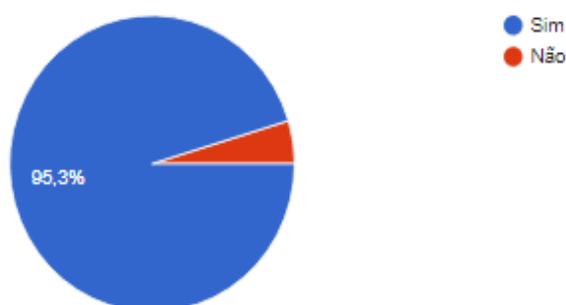
A partir do questionamento sobre o conhecimento de outras pessoas que também fazem uso de medicamentos sem receita ou orientação, o consumo indiscriminado

citado por Lessa e colaboradores em 2008 como uma das principais causas para a ocorrência de efeitos tóxicos se confirma, pois 95,3% dos participantes responderam afirmativamente (Figura 2).

Figura 2 – Gráfico da pesquisa sobre o uso de medicamentos sem receita por outras pessoas.

4. Você conhece alguém que costuma fazer uso de medicamentos sem receita médica ou auxílio de um profissional da saúde?

64 respostas



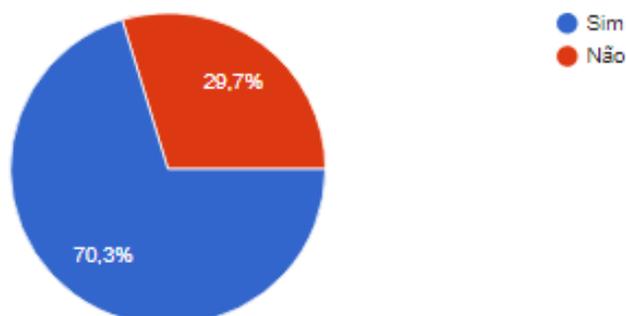
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

Aliado ao resultado do questionamento anterior, para confirmar a falta de conhecimentos sobre os riscos da automedicação, 70,3% responderam afirmativamente, quando questionadas sobre se já fizeram indicações a terceiros, levando em consideração o seu uso próprio (Figura 3).

Figura 3 – Gráfico da pesquisa sobre a indicação de medicamentos a outras pessoas.

5. Você já indicou uma pessoa a tomar algum medicamento que te fez bem?

64 respostas



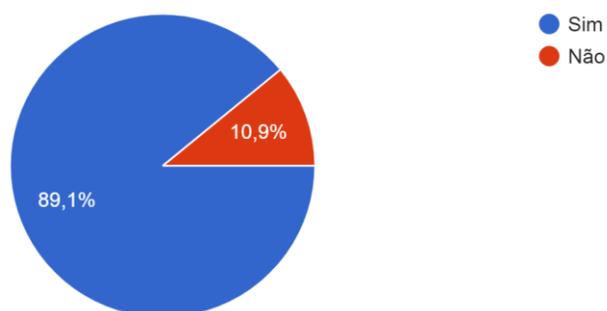
ados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

O que se contradiz com as 89,1% das afirmações obtidas a partir do questionamento sobre o conhecimento dos riscos da automedicação (Figura 4), que, segundo Matos e colaboradores (2018) podem levar ao mascaramento dos sintomas e ao aparecimento de intoxicações e ou alergias.

Figura 4 – Gráfico da pesquisa sobre o conhecimento do risco da automedicação pelos participantes.

14. O ato errôneo de tomar medicamentos por vontade própria, para sanar de forma imediata algum tipo de sintoma sem a devida orientação de um profissional da saúde é definido como automedicação (MARQUES et al., 2014). Diante dessa informação você conhece os riscos da automedicação?

64 respostas



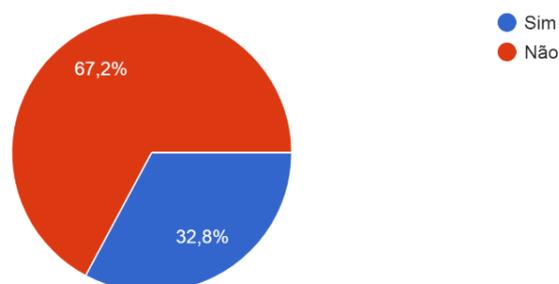
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

A influência de propagandas na internet ou nos meios analógicos de comunicação relatados por Honorato (2014) e Aquino (2021) são capazes de manipular o consumo de medicamentos por conta própria. Com os dados da presente pesquisa esse fato mostrou-se ineficaz se levado em consideração os gráficos gerados, pois segundo 67,2% (Figura 5) e 55,6% (Figura 6) das pessoas participantes, o uso de medicamentos por influência de propagandas realizadas pelas mídias sociais e analógicas, respectivamente, jamais aconteceu em sua rotina.

Figura 5 – Gráfico da pesquisa sobre a influência da mídia digital na automedicação.

6. Você já tomou algum medicamento indicado por propagandas do Instagram, Whatsapp, Facebook, Telegram, Youtube?

64 respostas

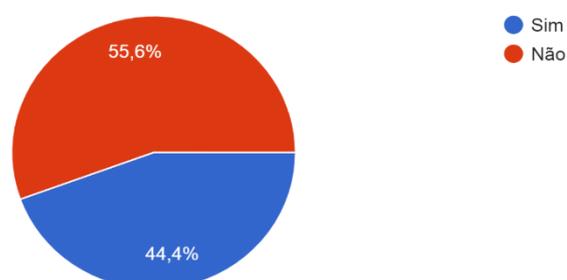


Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

Figura 6 - Gráfico da pesquisa sobre a influência da mídia analógica na automedicação.

8. Você já tomou algum medicamento por causa de uma propaganda feita na TV, Rádio, Jornais ou Cartazes em estabelecimentos?

63 respostas



Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

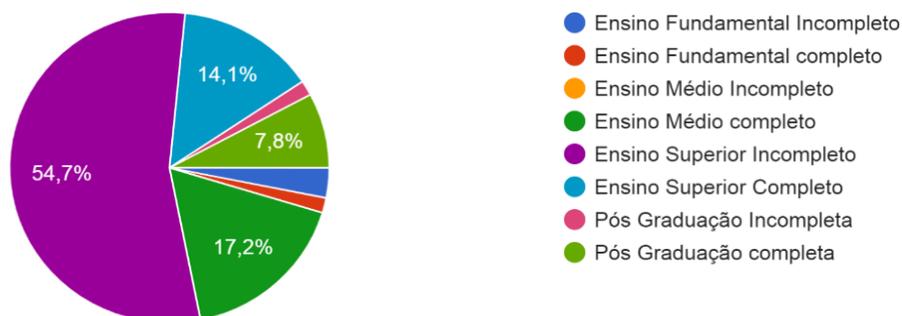
Por outro lado, como cita Silva e colaboradores (2011) e Jesus e seus colaboradores (2013), a confiança em efeitos positivos derivados da utilização de um fármaco sem prescrição, determina, de alguma forma, uma sensação de conhecimento, porém sem nenhum embasamento científico, o que torna inseguro o consumo.

Esse ponto vai de encontro aos resultados sobre os estudantes de nível superior, a maior parcela dentre os participantes da amostra deste trabalho (Figura 7), que mostraram supostamente ter conhecimentos sobre os riscos da utilização de medicamentos sem orientação profissional, entretanto o consumo livre de medicamentos que necessitam de determinado grau de instrução para serem utilizados, como por exemplo anticoncepcionais, corticóides, antialérgicos e analgésicos, (mesmo

tendo esse último baixo risco relacionados à intoxicação, mas podendo agir gravemente de forma secundária na oclusão dos sintomas de patologias em desenvolvimento) foi apresentado (Figura 8).

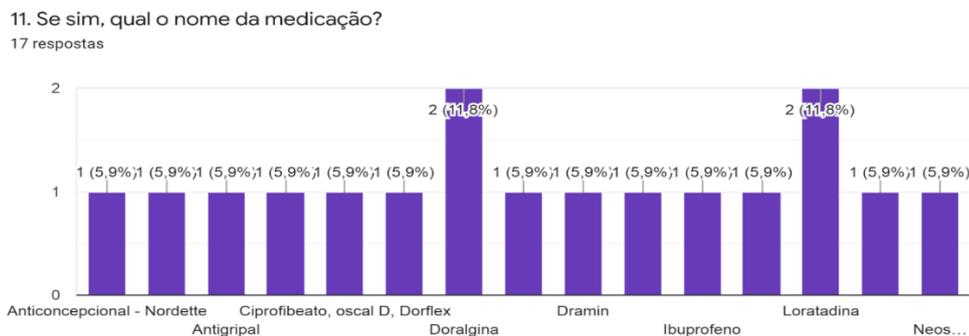
Figura 7 - Gráfico da pesquisa sobre o grau de escolaridade entre os participantes.

Escolaridade:
64 respostas



Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

Figura 8 – Gráfico da pesquisa sobre os medicamentos em uso pelos participantes sem a obtenção de receita.



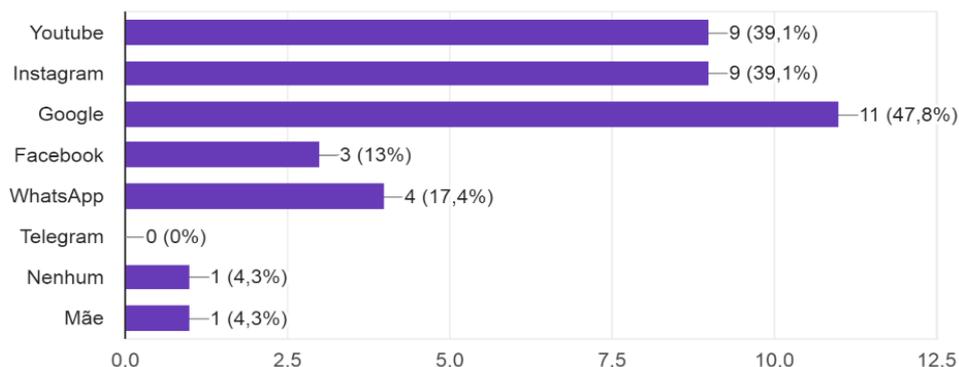
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

De acordo com a coleta dos dados obtidos durante a aplicação do questionário, foram 32,8% para a média digital e 44,4% para a média analógica as afirmações relacionadas ao conhecimento da influência a prática do autoconsumo de medicamentos, tendo o Google na primeira colocação da lista com 47,8%, seguidos do Youtube e Instagram com 39,1% das respostas positivas cada (Figura 9).

Figura 9 -Gráfico da pesquisa sobre as mídias sociais que mais influenciam o consumo de medicamentos.

7. Se na pergunta anterior você marcou (sim), qual desses meios te indicou o medicamento? (Pode marcar mais de uma alternativa).

23 respostas



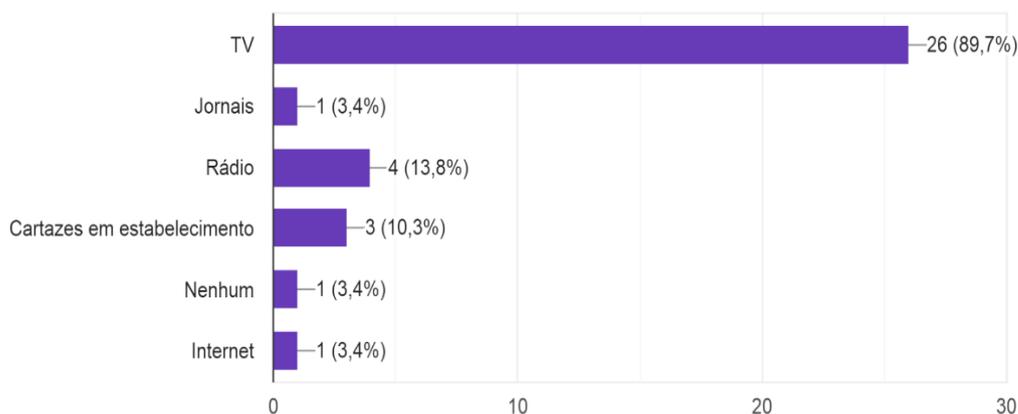
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

No modo analógico Carminat (2014) discorre que a TV se destaca por seu protagonismo de influência, dados que foram confirmados durante a pesquisa que com cerca de 89,7% de afirmações, seguidos de longe por 13,8% do rádio e 10,3% de cartazes em estabelecimentos (Figura 10).

Figura 10 – Gráfico da pesquisa sobre as mídias analógicas que mais influenciam a automedicação.

9. Se na pergunta anterior você marcou (sim), em qual desses meios você teve acesso a essa propaganda? (Pode marcar mais de uma alternativa).

29 respostas



Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

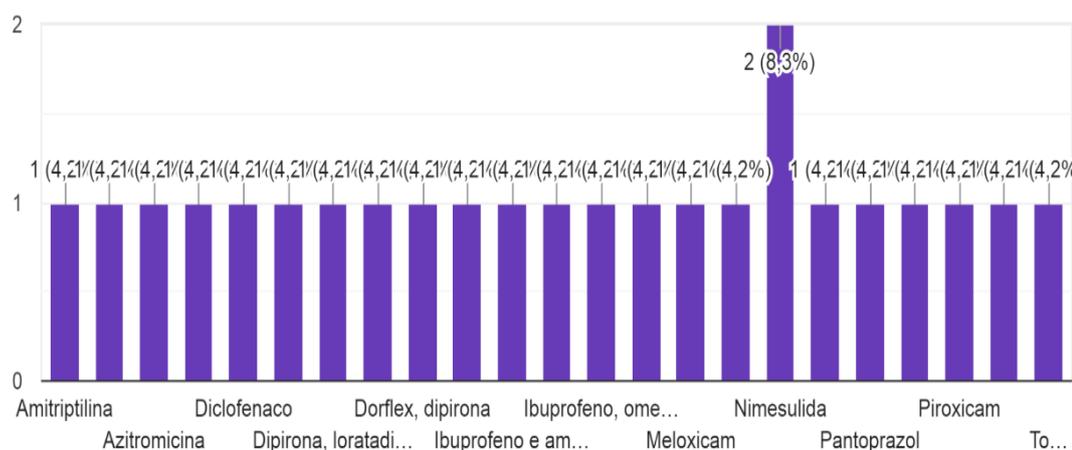
Com a apresentação de ambos os gráficos é possível distinguir que a amostra utilizou ou utiliza das mídias sociais e analógicas como referência para adesão de medicamentos, o que de forma relevante confirma a hipótese desta pesquisa no que tange a ocorrência da influência do consumo de medicamentos pelas mídias sociais. Porém, é preciso também entender que este não é o único motivo para que as pessoas realizem a automedicação. Como já citado por Coutinho (2016), a falta de recursos financeiros está diretamente ligada a essa prática, por isso também precisa ser levado em consideração toda a parte da amostra que não confirmou a influência pelos meios de propaganda e que consequentemente não apareceram no gráfico.

A pergunta sobre o conhecimento de pessoas que fazem prática da automedicação mostrou informações importantes e ao mesmo tempo preocupantes, sendo intensificada pelas respostas sobre qual medicação estava em uso. A lista não se limitou apenas aos Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs), nela também é possível encontrar medicamentos, os quais são necessários a prescrição em receita para serem adquiridos como: os anti-inflamatórios (nimesulida, meloxicam, diclofenaco), antibióticos (azitromicina, amoxicilina) e medicamentos controlados (amitriptilina) além de corticoides e anti-alérgicos (Figura 11).

Figura 11 – Gráfico da pesquisa sobre os fármacos utilizados por outras pessoas sem a obtenção de receitas.

13. Se sim, qual o nome da medicação?

24 respostas



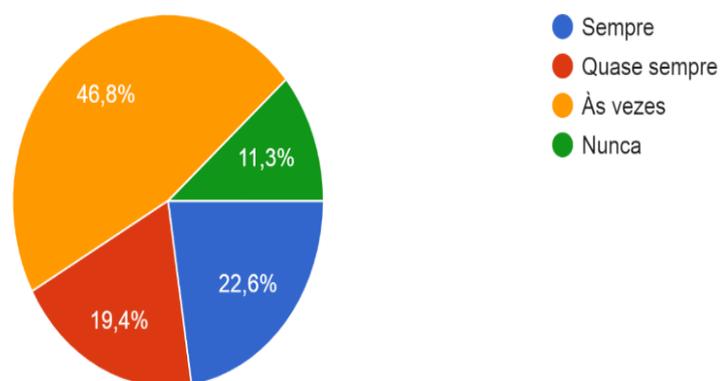
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

O que deixa todo o contexto ainda mais preocupante é que apenas 22,6% dos participantes procuram sempre pelo profissional médico ou farmacêutico antes de tomarem qualquer tipo de medicamento (Figura 12), ou seja, evidenciando o déficit na procura pelos profissionais capacitados para entregar soluções seguras.

Figura 12 - Gráfico da pesquisa sobre a consulta ao profissional para a adesão do medicamento.

18. Você consulta o médico ou farmacêutico antes de usar um medicamento por indicação de propaganda?

62 respostas



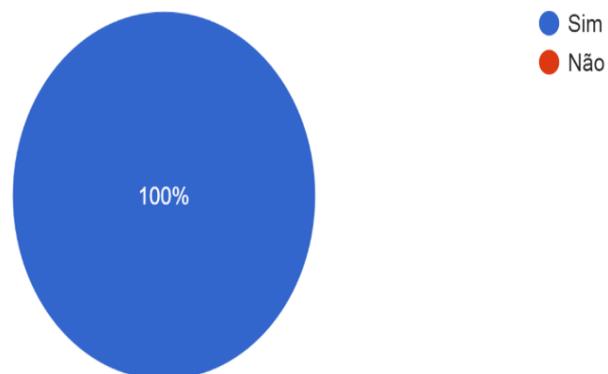
Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

A eficiência do profissional farmacêutico que compreende desde a fabricação até a entrega sendo ele o detentor das informações mais específicas do medicamento, como já dito por Sousa e seus colaboradores (2008) também não perdeu sua característica durante a pesquisa, foram mais de 76% as pessoas com afirmação de que este profissional já indicou um tratamento eficaz e diferente do que ela pretendiam, conferindo sucesso em sua atuação assim como explanado no gráfico referente a pergunta sobre a importância da participação do farmacêutico na orientação do uso de medicamentos, 100% das respostas foram positivas (Figura 13).

Figura 13 - Gráfico da pesquisa sobre a importância do farmacêutico na orientação do uso de medicamentos.

20. Você acha importante a participação do farmacêutico na orientação de medicamentos?

64 respostas



Fonte: Dados de autoria própria com gráfico gerado a partir do *Google Forms* (2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização do meio virtual para a propaganda de medicamentos, necessita ser cautelosa. Dentre as variações encontradas na pesquisa, foi possível obter um caráter positivo com relação a participação do farmacêutico como principal atuante na área da orientação e divulgação das informações de um fármaco para a população, porém é preciso que essa educação não chegue somente aos olhos e ouvidos da população, mas sim a todos os que trabalham com a importante missão de mostrar os medicamentos ao público. É preciso que a forma de divulgação desses produtos sejam discutida com mais seriedade, já que a hipótese inicial referida a influência da automedicação pelas mídias teve sua confirmação.

A educação em saúde é algo que precisa ser intensificada na população, para que conclusões precipitadas não aconteçam pelo impulso de curar algum sintoma ou querer conhecer o novo, é preciso entender os benefícios, mas também compreender os riscos e prevenir-se utilizando da conduta de indicar um profissional da saúde ao invés de simplesmente divulgar um fármaco para outra pessoa, esperando que este possa lhe trazer a cura.

É evidente que a automedicação não acontece somente pelo consumo por influências, o baixo recurso financeiro das classes mais baixas da sociedade também influencia nesse contexto.

REFERÊNCIAS

Aquino, D.S.. **Por que o uso racional de medicamentos deve ser uma prioridade?**. Cien Saude Colet [periódico na internet] (2007/Dez). [Citado em 14/12/2021]. Está disponível em: <http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/por-que-o-uso-racional-de-medicamentos-deve-ser-uma-prioridade/1509?id=1509>

Brasil. Ministério da Saúde (MS). **Uso Racional de Medicamento**, Brasília, 2021. Acesso em: 14 dez. 2021

CARMINAT, Mariana Carvalho. **A propaganda de medicamentos no brasil subsídios teóricos, reflexões críticas e contribuições para o estudo do tema**. 2014. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia Social, Universidade de São Paulo Instituto de Psicologia, São Paulo, 2014.

CARVALHO, João Henrique Dourado de. **A publicidade nas redes sociais e a geração y: a emergência de novas formas de comunicação publicitária**. Revista **Negócios em Projeção**, [S. I.], v. 2, n. 2, p. 91-105, jul. 2011.

COSTA, Ester Evangelista da. **A publicidade enganosa nas relações de consumo**. 1995. 434 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1995.

COUTINHO, Thais Sant'Anna. **O marketing e o uso irracional de medicamentos: propaganda de medicamentos e sua função, história de propaganda de medicamentos no brasil e a sua influência sobre o consumidor**. In: MONOGRAFIA BRASIL ESCOLA, 1391., 2016, [S. I.]. O MARKETING E O USO IRRACIONAL DE MEDICAMENTOS. [S. I.]: Brasil Escola, 2016. p. 1-10. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/imprimir/15391>. Acesso em: 10 ago. 2021.

E SILVA, A., SILVA, W., FREITAS, J., PEREIRA, M.. **O papel do farmacêutico na automedicação de medicamentos isentos de prescrição**. revista de trabalhos acadêmicos-campus niterói, América do Norte, 0, nov. 2016. Disponível em: <http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=1reta2&page=article&op=view&path%5B%5D=3137>. Acesso em: 13 Nov. 2021.

HONORATO, Fernando. **Análise da propaganda de medicamentos em TV aberta para o distrito federal e “entorno”**. Infarma - Ciências Farmacêuticas, Anápolis, v. 26, n. 1, p. 35-44, 2 abr. 2014. Conselho Federal de Farmacia. <http://dx.doi.org/10.14450/2318-9312.v26.e1.a2014.pp35-44>.

HUERTAS, Melby Karina Zuniga; SEGURA, Antonio Cássio. **Propaganda na Internet no Brasil: Estratégias e Estruturas de Execução nas Mensagens**. In: **Congresso Nacional de Pós-Graduação**, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2008, Rio de Janeiro. Propaganda na Internet no Brasil:

Estratégias e Estruturas de Execução nas Mensagens. Rio de Janeiro: Enanpad, 2008. p. 1-16.

JESUS, Ana Paula Giaácomo A. S. *et al.* **Prevalência da Automedicação entre Acadêmicos de Farmácia, Medicina, Enfermagem e Odontologia.** *Evs Estudos Vida e Saúde*, Goiânia, v. 40, n. 2, p. 151-164, 22 mar. 2013. Disponível em: <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/estudos/article/view/2718/1659>. Acesso em: 23 ago. 2021.

JESUS, Natalia Daniela Santos de. **Influenciadores digitais e a sua influência entre estudantes universitários na prática do uso irracional de medicamentos.** 2021. 45 f. Monografia (Especialização) - Curso de Farmácia, Centro Universitário Bacharelado em Farmácia, Paripiranga, 2021.

LESSA, M. de A.; BOCHNER, R. Análise das internações hospitalares de crianças menores de um ano relacionadas a intoxicação e efeitos adversos de medicamentos no Brasil. *Revista Bras. Epidemiol*, v.11, n.4, p.660–674, 2008.

LIMA, Sabrina dos Santos. **A influência do marketing de conteúdo feito por empresas de saúde na automedicação.** 2016. 35 f. TCC (Graduação) - Curso de Marketing Digital, Centro Universitário de Brasília Instituto Ceub de Pesquisa e Desenvolvimento - Icpd, Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/12292/1/51500273.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2021.

MAIA, Nilo Cesar Barros Guimarães. **TV 2.0: A internet como plataforma de convergência.** 2009. 54 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro Centro de Filosofia e Ciências Humanas Escola de Comunicação Jornalismo, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2271/1/NMAIA.pdf>. Acesso em: 26 set. 2021.

MARANHO, Gicelma et al. **“A publicidade e o consumo”.** in: programa de desenvolvimento educacional, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2008, Paraná. **“A PUBLICIDADE E O CONSUMO”.** Curitiba: Secretaria de Estado da Educação Superintendência da Educação, 2008. p. 1-24. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/955-4.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.

MARQUES, Thais Rodrigues *et al.* **Fatores Associados à Automedicação Factors Associated With Medication.** 2014. 17 f. TCC (Graduação) - Curso de Farmácia, Faculdade de Ciências e Educação Sena Aires, Valparaíso de Goiás, 2014.

MATOS, Januária Fonseca; PENA, Davi Alexander Costa; PARREIRA, Milena Pereira; SANTOS, Tamires do Carmo dos; COURA-VITAL, Wendel. **Prevalência, perfil e fatores associados à automedicação em adolescentes e servidores de uma escola pública profissionalizante.** *Cadernos Saúde Coletiva*, Ouro Preto, v. 26, n. 1, p. 76-83, mar. 2018. *FapUNIFESP (SciELO)*. <http://dx.doi.org/10.1590/1414-462x201800010351>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/65DK5G5dCrhCsWJZgWXBsmF/?lang=pt&format=pdf>

2021, Rio de Janeiro. O uso de vitaminas na pandemia. Rio de Janeiro: Uff, 2021. p. 1-3. Disponível em:
https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/22116/O%20uso%20de%20vitaminas%20na%20pandemia_1.pdf;jsessionid=D6F705EE7E1BBCAC113D5665895CD800?sequence=1. Acesso em: 25 set. 2021.

SANTOS, Renata de Oliveira; SILVA, Vanuza Mendonça da; LIMA, Amanda Gaião; FERREIRA, Denise Cristina. **A cultura de automedicação em idosos e seus riscos a saúde: uma revisão integrativa.** in: **congresso internacional de envelhecimento humano**, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2015, Campina Grande. A cultura de automedicação em idosos e seus riscos a saúde: uma revisão integrativa. Campina Grande: Cieh, 2019. p. 1-10.

SILVA, Brunno Tavares de França *et al.* **O papel do farmacêutico no controle da automedicação em idosos.** 2017. 8 v. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Farmacêuticas, Universidade Federal de Pernambuco – Ufpe, Pernambuco, 2017.

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. Acesso em: 26 ago. 2021

SILVA, Lucas Salles Freitas e et al. **Automedicação em acadêmicos de cursos de graduação da área da saúde de uma universidade privada do sul do estado de minas gerais.** *Sielo*, Recife, v. 10, n. 1, p. 1-7, mar. 2011. Disponível em:
<http://revodonto.bvsalud.org/pdf/occ/v10n1/a11v10n1.pdf>. Acesso em: 01 set. 2021.

SOUZA, João Fábio R. de et al. **Consumo de medicamentos e internet: análise crítica de uma comunidade virtual.** *Revista da Associação Médica Brasileira*, [S.L.], v. 54, n. 3, p. 225-231, jun. 2008. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-42302008000300015>. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/ramb/a/yFKBQbGN5hLgJvj88hQdG3q/?lang=pt>. Acesso em: 28 set. 2021.

THOMAS, Suma et al. **Effect of High-Dose Zinc and Ascorbic Acid Supplementation vs Usual Care on Symptom Length and Reduction Among Ambulatory Patients With SARS-CoV-2 Infection.** *Jama Netw Open*. (S. I.), p. 1-10. 12 fev. 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*, João Pessoa, v. 16, n. 3, p. 7-18, dez. 2018. Disponível em: http://www.facene.com.br/wp-content/uploads/2018/12/CAP-01_N3.pdf. Acesso em: 15 set. 2021.

APÊNDICES

APÊNDICE A –

A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE

Questionário de desenvolvimento de pesquisa

franciscoliveirathales@gmail.com [Alternar conta](#)



*Obrigatório

E-mail *

Seu e-mail

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Prezado(a) Senhor(a),

Estamos convidando o senhor(a) a participar do projeto intitulado A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE, desenvolvido pelo(s) discente(s) FRANCISCO THALES COSTA DE OLIVEIRA, do curso de FARMÁCIA da Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN, Mossoró, sob orientação do(a) Professor(a) FRANCISCO ERNESTO DE SOUZA NETO, pesquisador responsável.

Destacamos que sua participação nesta pesquisa será de forma voluntária, e que você possui liberdade para decidir participar do estudo, bem como retirar-se a qualquer momento sem prejuízos a você, de qualquer natureza.

O objetivo desta pesquisa é avaliar a influência da propaganda de medicamentos, produzida pelas mídias sociais, na prática da automedicação nos habitantes de Quixeré/CE, bem como identificar os riscos da automedicação; comparar a influência entre os tipos de mídias sociais na automedicação; determinar o papel do farmacêutico no controle da automedicação estimulada por propagandas; investigar qual público tem maior prática de automedicação estimulada por propagandas. Para tanto, após assinatura deste termo, você poderá responder a um questionário de forma virtual através Google Forms, contendo 23 perguntas, versando em questionamentos abertos e fechados. As perguntas serão de caráter sociodemográfico e questões específicas sobre o tema de nosso estudo. As informações colhidas serão analisadas de forma confidencial, com o intuito de não expor você, e não serão utilizadas para quaisquer outros fins que não sejam a realização deste estudo. Após a coleta e análise dos dados, serão feitos o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, e em seguida será deletado tais informações de todo e qualquer registro da plataforma virtual utilizada, ambiente compartilhado ou "nuvem". Depois faremos a análise e tabulação dos dados e

subsequentemente exposição em gráficos e tabelas, que mostrará de forma mais clara a influência das mídias sociais no autoconsumo de medicamentos, considerando os fatores de posicionamento, área de atuação, qual mídia tem maior impacto, qual o perfil que sofre maior influência sobre automedicação e a importância do profissional farmacêutico na prevenção de tal atitude. Isso será possível a ferramentas que o próprio Google Forms disponibiliza. Havendo necessidade será feito uso de outros programas como o Excel e Word para auxiliar na compilação e melhor entendimentos dos dados obtidos. A pesquisa pode acarretar em riscos mínimos, podendo ocasionar constrangimento a você em responder perguntas em situações desagradáveis. Assim sendo, o questionário via plataforma Google Forms, será em formato autoaplicável, respeitando o seu tempo, espaço, conhecimento e a sua disposição em depositar as respostas em concordância aos seus pensamentos. À vista disso, será assegurado a você o sigilo das informações e o anonimato das respostas. Apesar disso, através de sua participação, será possível benefícios superiores, nos quais você dará sua contribuição aos estudos do tema, facilitando as condutas da comunidade científica quanto a interferência na intensidade e segurança em que as propagandas de medicamentos nas mídias sociais influenciam uma determinada população. Além de dar clareza aos profissionais farmacêuticos quanto ao seu papel, como agente fiscalizador e mitigador, dos danos causados pela automedicação crescente frente ao uso das mídias sociais. Você não terá qualquer tipo de despesa por participar desta pesquisa, como também não receberá remuneração por sua participação. Informamos ainda que os resultados deste estudo poderão ser apresentados em eventos da área de saúde, publicados em revista científica nacional e/ou internacional, bem como apresentados nas instituições participantes. Porém asseguramos o sigilo quanto às informações que possam identificá-lo, mesmo em ocasião de publicação dos resultados. Caso necessite qualquer esclarecimento adicional, ou diante de qualquer dúvida, você poderá solicitar informações ao pesquisador responsável¹. Também poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP da Faculdade de Enfermagem Nova Esperança – FACENE². Este documento está elaborado em duas vias, uma delas ficará com você e a outra com a equipe de pesquisa.

¹Pesquisador Responsável: Rua Frederico Trota, 159 Apto 202 C- Bairro Alto de São Manoel - Mossoró - Rio Grande do Norte - Brasil, Fone: +55 (84) 988536979, E-mail: ernestosouza@facenemossoro.com.br. Horário de atendimento (Segunda à Sexta das 08h às 17h)

²Comitê de Ética em Pesquisa (CEP): O Comitê de Ética, de acordo com a Resolução CNS nº 466/2012, é um colegiado interdisciplinar e independente, de relevância pública, de caráter consultivo e educativo, criado para defender os direitos dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro dos padrões éticos.

CEP FACENE/FAMENE - Av. Frei Galvão, 12 - Bairro Gramame - João Pessoa - Paraíba - Brasil, CEP: 58.067-695. Fone: +55 (83) 2106-4790. Horário de atendimento (Segunda à Sexta das 08h às 17h). E-mail: cep@facene.com

Próxima

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE

franciscooliveirathales@gmail.com [Alternar conta](#)



*Obrigatório

Consentimento

Fui devidamente esclarecido sobre a pesquisa, seus riscos e benefícios, os dados que serão coletados e procedimentos que serão realizados além da garantia de sigilo e de esclarecimentos sempre que necessário.

Aceito participar voluntariamente e estou ciente que poderei retirar meu consentimento a qualquer momento sem prejuízos de qualquer natureza.

Receberei uma via deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), assim como uma cópia das minhas respostas através do e-mail disponibilizado.

*

- Aceito participar.
- Não aceito participar.

[Voltar](#)

[Próxima](#)

[Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

APÊNDICE B -

A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE

franciscooliveirathales@gmail.com [Alternar conta](#) 

***Obrigatório**

Perguntas sociodemográficas.

Idade:

Sua resposta _____

Sexo:

Masculino

Feminino

Outro: _____

Escolaridade:

Ensino Fundamental Incompleto

Ensino Fundamental completo

Ensino Médio Incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Pós Graduação Incompleta

Pós Graduação completa

Outro: _____

1. Você mora em Quixeré/CE? *

Sim

Não

2. Qual a sua profissão? *

Sua resposta _____

[Voltar](#) [Próxima](#) [Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

A AUTOMEDICAÇÃO POR INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERÉ/CE

franciscooliveirathales@gmail.com [Alternar conta](#) 

Perguntas específicas ao tema da pesquisa.

3. Você costuma fazer uso de medicamentos sem receita médica ou auxílio de um profissional da saúde?

Sim

Não

4. Você conhece alguém que costuma fazer uso de medicamentos sem receita médica ou auxílio de um profissional da saúde?

Sim

Não

5. Você já indicou uma pessoa a tomar algum medicamento que te fez bem?

Sim

Não

6. Você já tomou algum medicamento indicado por propagandas do Instagram, Whatsapp, Facebook, Telegram, Youtube?

Sim

Não

7. Se na pergunta anterior você marcou (sim), qual desses meios te indicou o medicamento? (Pode marcar mais de uma alternativa).

- Youtube
- Instagram
- Google
- Facebook
- WhatsApp
- Telegram
- Outro: _____

8. Você já tomou algum medicamento por causa de uma propaganda feita na TV, Rádio, Jornais ou Cartazes em estabelecimentos?

- Sim
- Não

9. Se na pergunta anterior você marcou (sim), em qual desses meios você teve acesso a essa propaganda? (Pode marcar mais de uma alternativa).

- TV
- Jornais
- Rádio
- Cartazes em estabelecimento
- Outro: _____

10. Você está usando algum medicamento sem receita médica?

- Sim
- Não

11. Se sim, qual o nome da medicação?

Sua resposta _____

12. Você conhece alguém que está usando algum medicamento sem receita médica?

- Sim
- Não

13. Se sim, qual o nome da medicação?

Sua resposta _____

14. O ato errôneo de tomar medicamentos por vontade própria, para sanar de forma imediata algum tipo de sintoma sem a devida orientação de um profissional da saúde é definido como automedicação (MARGUES et al., 2014). Diante dessa informação você conhece os riscos da automedicação?

- Sim
- Não

15. Você já sofreu intoxicação por uso de medicamentos?

- Sim
- Não

16. Você conhece alguém que já sofreu com intoxicação por uso de medicamentos?

- Sim
- Não

17. Você acha que as propagandas possuem informações suficientes para a divulgação dos medicamentos?

- Sim
- Não

18. Você consulta o médico ou farmacêutico antes de usar um medicamento por indicação de propaganda?

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Nunca

19. O profissional farmacêutico já te indicou outro medicamento no lugar daquele que você pretendia usar ?

- Sim
- Não

20. Você acha importante a participação do farmacêutico na orientação de medicamentos?

- Sim
- Não

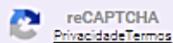
Uma cópia das suas respostas será enviada para o endereço de e-mail fornecido

[Voltar](#)

[Enviar](#)

[Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.



Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários