

Automedicação influenciada pela mídia no Brasil

Media-influenced self-medication in Brazil

Automedicación influenciada por los medios en Brasil

Recebido: 20/05/2022 | Revisado: 09/06/2022 | Aceito: 11/06/2022 | Publicado: 12/06/2022

Vanilson Silva Costa Junior

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8051-3468>

Centro Universitário UniFTC, Brasil

E-mail: vanilson26silva@gmail.com

Ana Livia Rodrigues de Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6798-7941>

Centro Universitário UniFTC, Brasil

E-mail: liviarodrigues2809@gmail.com

Aline Teixeira Amorim

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2597-8665>

Centro Universitário UniFTC, Brasil

E-mail: aline.amorim2011@hotmail.com

Resumo

O objetivo estimar, através de referências e artigos científicos, os impactos causados pela mídia e pelas publicidades de medicamentos, bem como esses fatores aumentam a prática de automedicação, identificando os riscos de saúde que a mesma pode ocasionar na população. O presente estudo trata-se de uma revisão de literatura integrativa, baseada a partir de um estudo bibliográfico, a qual tem como objetivo alcançar profundo entendimento de um determinado fenômeno com base em estudos anteriores. O farmacêutico desempenha um papel importante na uma oferta de medição para evitar o uso irracional de drogas, ser um especialista que pretenda prestar assistência médica, de acordo com lei e código de conduta, serviços de garantia, e acesso a medicamentos, atendimento administrativo especializado e consciência dos perigos das reações adversas, interações medicamentosas e dependência de drogas. Nesse sentido, o farmacêutico é considerado um promotor de saúde e deve fornecer informações ao usuário que escolherá o melhor produto prevenção e tratamento de doenças, principalmente quando o paciente opta a prática da automedicação. O farmacêutico também é responsável por identificar sinais e sintomas de problemas de saúde e tomar decisões, aconselhar o encaminhamento do paciente a um médico. A população é muito influenciada por anúncios de medicamentos, que produzem automedicação indiscriminadamente. Nota-se ao ver nos estudos a dificuldade dos profissionais médicos diariamente no exercício do papel de direcionar o uso efetivo de remédios, a prática da automedicação sempre foi utilizada por muito tempo, principalmente pela dificuldade de acesso da população no sistema de saúde. A publicidade destina-se a destacar o produto também como resultado do aumento de suas vendas, deixando de lado, em muitos casos, às vezes, informações sobre a segurança do medicamento, como efeitos colaterais, reações adversas e interações medicamentosas, mostrando apenas seus benefícios e indicadores.

Palavras-chave: Automedicação; Influência da propaganda de medicamentos na população; Propaganda de medicamentos.

Abstract

The objective is to estimate, through references and scientific articles, the impacts caused by the media and drug advertisements, as well as these factors increase the practice of self-medication, identifying the health risks that it can cause in the population. The present study is an integrative literature review, based on a bibliographic study, which aims to achieve a deep understanding of a given phenomenon based on previous studies. The pharmacist plays an important role in providing a measurement to prevent the irrational use of drugs, being a specialist who intends to provide medical care, in accordance with the law and code of conduct, guarantee services, i access to medicines, specialized administrative care and awareness of the dangers of adverse reactions, drug interactions and drug addiction. In this sense, the pharmacist is considered a health promoter and must provide information to the user who will choose the best product for the prevention and treatment of diseases, especially when the patient chooses to practice self-medication. The pharmacist is also responsible for identifying signs and symptoms of health problems and making decisions, advising the patient's referral to a doctor. The population is heavily influenced by drug advertisements, which indiscriminately produce self-medication. It is noticed in the studies the difficulty of medical professionals daily in the exercise of the role of directing the effective use of medicines, the practice of self-medication has always been used for a long time, mainly due to the difficulty of accessing the population in the health system. Advertising is intended to highlight the product also as a result of increasing its sales, leaving aside, in many cases, sometimes information about the safety of the drug, such as side effects, adverse reactions and drug interactions, showing only its benefits. and indicators.

Keywords: Self-medication; Influence of drug advertising on the population; Drug advertising.

Resumen

El objetivo es estimar, a través de referencias y artículos científicos, los impactos que provocan los medios de comunicación y la publicidad de medicamentos, así como estos factores incrementan la práctica de la automedicación, identificando los riesgos para la salud que puede ocasionar en la población. El presente estudio es una revisión integrativa de la literatura, basada en un estudio bibliográfico, que tiene como objetivo lograr una comprensión profunda de un determinado fenómeno a partir de estudios previos. El farmacéutico juega un papel importante al brindar una medida para prevenir el uso irracional de los medicamentos, siendo un especialista que pretende brindar atención médica, de conformidad con la ley y el código de conducta, garantizar servicios, acceso a medicamentos, atención administrativa especializada y conciencia de los peligros de las reacciones adversas, las interacciones medicamentosas y la adicción a las drogas. En este sentido, el farmacéutico es considerado un promotor de salud y debe brindar información al usuario que elegirá el mejor producto para la prevención y tratamiento de enfermedades, especialmente cuando el paciente opta por practicar la automedicación. El farmacéutico también es responsable de identificar signos y síntomas de problemas de salud y tomar decisiones, aconsejando la derivación del paciente a un médico. La población está fuertemente influenciada por la publicidad de medicamentos, que indiscriminadamente produce automedicación. Se nota en los estudios la dificultad de los profesionales médicos diariamente en el ejercicio del rol de orientar el uso efectivo de los medicamentos, la práctica de la automedicación siempre ha sido utilizada por mucho tiempo, principalmente por la dificultad de acceso a la población en el sistema de salud. La publicidad tiene como objetivo resaltar el producto también como resultado del aumento de sus ventas, dejando de lado, en muchos casos, a veces información sobre la seguridad del medicamento, como efectos secundarios, reacciones adversas e interacciones medicamentosas, mostrando solo sus beneficios e indicadores.

Palabras clave: Automedicación; Influencia de la publicidad de medicamentos en la población; Publicidad de drogas.

1. Introdução

Muitos pacientes recorrem à prática da automedicação ou do auto prescrição, as quais envolvem, respectivamente, na utilização de medicamentos isentos de prescrição sem nenhuma orientação pelo farmacêutico, ou a utilização de medicamentos que deveriam ser vendidos sob prescrição médica, mas que são adquiridos de maneira incorreta. Essa é uma atividade que vem se tornando cada vez mais comum por diversos fatores, entre eles a dificuldade de acesso a serviços básicos de saúde para a população, falta de fiscalização na venda de medicamentos principalmente os isentos de prescrição, onde sintomas como dores de cabeça e no corpo, enjoo, e alergias são comuns em diversas patologias, o que ocasiona no aumento dessas práticas (Hoffmann et al., 2017).

Outro fator que favorece essas práticas é o cenário que a vida moderna tem propiciado. Um alto fluxo de informações obtidas pela mídia e redes sociais, tendenciam que o ser humano busque maneiras de se tratar de forma rápida, algo que a própria rotina de vida exige. Muitas vezes essa procura por um auto tratamento é ocasionado por uma dor de cabeça ou para tratar de algum problema causado pelo estresse do dia a dia. Devido a essa alta interação com meios de comunicação, principalmente com a internet e a TV aberta onde a propaganda de medicamentos tem se tornado mais frequentes, a publicidade desses fármacos impactam de forma significativa o aumento do índice de pessoas que se automedicam (Nascimento, 2009).

A propaganda é um meio que estimula a comercialização de medicamentos, pois abrange um conjunto de táticas utilizadas para divulgar conhecimento e promover adesão princípios, ideais e teorias, tendo como objetivo exercer influência sobre a população (Favaro et al., 2017).

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), através da RDC N96/2008, define e regulamenta a propaganda e publicidade de medicamentos, como, técnicas e atividades para persuadir, objetivando divulgar determinado produto por meio de ações que induzem a prescrição, dispensação, aquisição e utilização desse medicamento (Vale et al., 2019).

O presente trabalho tem como objetivo estimar, através de referências e artigos científicos, os impactos causados pela mídia e pelas publicidades de medicamentos, bem como esses fatores aumentam a prática de automedicação, identificando os riscos de saúde que a mesma pode ocasionar na população.

2. Metodologia

O presente estudo trata-se de uma revisão de literatura integrativa, baseada a partir de um estudo bibliográfico, a qual tem como objetivo alcançar profundo entendimento de um determinado fenômeno com base em estudos anteriores. Portanto, elaborou-se a seguinte questão norteadora: qual o impacto da mídia na automedicação da população?

A finalidade do estudo bibliográfico será de colocar o investigador em contato com o que já se produziu sobre o tema da pesquisa. Trata-se de uma descrição acerca da temática voltada para a automedicação influenciada pela mídia no Brasil.

A pesquisa foi realizada em 2021 e as bases de dados utilizadas para foram: *Scientific Electronic Library Online (Scielo)*, Biblioteca Virtual em Saúde (Bvs), Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas (Sinitox), Conselho Nacional de Saúde (Cns) e Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A pesquisa utilizou os operadores booleanos “AND” e “OR” e os descritores: “automedicação”; “propaganda de medicamentos”; “influência da propaganda de medicamentos na população”.

Os critérios de inclusão dos artigos definidos, inicialmente, para a presente revisão integrativa foram: artigos publicados em português e inglês, com os resumos disponíveis nas bases de dados selecionadas, no período compreendido entre 2016-2021, publicado cuja metodologia adotada permita obter evidências relevantes em relação à temática proposta.

Foram excluídas publicações que se caracterizavam como cartas ao leitor, capítulos de livro, artigos que não estavam disponíveis para leitura gratuita, que não se enquadravam no período estipulado de publicação e os estudos que não apresentaram aspectos que contribuíssem com o objetivo desta pesquisa.

Os artigos foram avaliados por meio da leitura na íntegra e a análise e apresentação dos dados estão explanadas por meio de um quadro descritivo constando: autor e ano de publicação, tipo de estudo, objetivos, principais resultados e conclusão.

A apresentação dos resultados e discussão dos dados obtidos foi feito de forma descritiva, possibilitando ao leitor a avaliação da aplicabilidade da revisão integrativa oportunamente elaborada, de forma a atingir o objetivo desse método, ou seja, impactar positivamente na qualidade da prática de enfermagem, fornecendo subsídios ao enfermeiro na sua tomada de decisão cotidiano.

3. Resultados e Discussão

Durante a busca, foram encontrados 192 periódicos diversos de acordo com a pergunta de pesquisa. Após a revisão dos estudos e aplicação dos critérios de inclusão e exclusão foram excluídos artigos repetidos e os demais incluídos nos critérios estabelecidos. Desta forma, foram excluídos 184 e selecionados 08 artigos científicos que mais se encaixavam com a temática e problemática proposta neste estudo, conforme exposto no Quadro 1.

Quadro 1 – Descrição dos artigos selecionados.

Autor(es)/Ano	Tipo de Estudo	Objetivos	Conclusões
Torres, Serrano, Coêlho, 2018	Estudo quantitativo de caráter exploratório.	Avaliar a relação usuário/propaganda/consumo, a partir das impressões de universitários, sobre as publicidades de medicamentos.	Mesmo com uma RDC vigente (96/08), não há mudança na cultura do consumo de medicamentos, já que as motivações em os usar se dá não só pela propaganda na TV, como também por indicação de outras pessoas.
Oliveira et al, 2020	Pesquisa bibliográfica descritiva	Análise sobre a influência da propaganda na prática de automedicação em um grupo de moradores residentes em um bairro de Redenção-PA	O alto índice de pessoas que se automedicam influenciadas pela propaganda realizada nos meios de comunicação sobre os medicamentos de venda livre e que em consequência disso prejudicam a saúde é preocupante.

Oliveira, 2020	Revisão de literatura	Revisar na literatura e discutir a automedicação, as leis que regulamentam a propaganda, o papel do profissional farmacêutico, averiguando assim a importância do seu serviço na vida dos pacientes.	A população sofre forte influência das propagandas de medicamentos contribuindo para o uso indiscriminado dos mesmos.
Porto et al, 2020	Estudo quantitativo, descritivo e exploratório.	Avaliar a automedicação influenciada pela mídia e fatores envolvidos entre estudantes de enfermagem.	Os fatores midiáticos são considerados recursos que aumentam a procura por medicamentos em busca de alívio rápido e muitas vezes paliativo de sintomas que tendem a surgir esporadicamente.
Wolff e Peder, 2021	Estudo descritivo e quantitativo	Elucidar a automedicação realizada a partir da influência de mídias sociais	Observa-se que essa prática se torna mais comum, principalmente pela facilidade de acesso aos medicamentos. Nota-se também que a classes de medicamentos mais utilizadas foram analgésicos e anti-inflamatórios, por um número estatisticamente maior de pessoas.
Souza et al, 2021	Revisão bibliográfica	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.	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.
Ferreira e Carvalho, 2021	Revisão Bibliográfica.	Revisar outras referências teóricas de como a propaganda de medicamentos por meio dos meios de comunicação influencia na prática de automedicação.	Acabar com a automedicação é impossível, todavia é possível diminuir e minimizar as consequências da automedicação.
Correia et al, 2022	Revisão bibliográfica, integrativa e qualitativa	Analisar a atuação do farmacêutico frente à automedicação influenciada pelas mídias sociais.	A implantação do farmacêutico nas equipes de saúde é necessária para a orientação correta do uso adequado dos medicamentos a fim de evitar e amenizar a prática da automedicação influenciada pelas mídias sociais

Fonte: Autores (2022).

3.1 A automedicação

Conforme os principais achados, percebe-se que a automedicação é um hábito social e não apenas farmacológico pelo fato de se manifestar a partir de comportamentos sociais de determinados grupos (Souza et al., 2021). Nessa perspectiva, Ferreira e Carvalho (2021) ressaltam que a automedicação é um grande problema para a saúde e constitui um desafio para diversos países. Oliveira e colaboradores (2020) em seu estudo abordam que o livre acesso aos medicamentos sem receita ou prescrição médica contribui para essa cultura podendo causar grandes problemas de saúde a quem adere a essa prática.

De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em nome do Conselho Federal de Farmácia (Cff) em 2019, a automedicação é uma prática comum entre 77% dos brasileiros, que fizeram uso de medicamentos nos últimos 6 meses do período da pesquisa. Esse mesmo estudo constatou que cerca de 47% das pessoas usam medicamentos por conta própria pelo menos uma vez por mês, outros 25% fazem essa prática todos os dias ou pelo menos uma vez por semana (Ferreira & Carvalho, 2021).

3.1.1 A propaganda e a comercialização

Corroborando com o autor supracitado, Porto e colaboradores (2020) afirmam que **essa** prática tem se tornado bastante comum e tem sido propagandeada principalmente pelas redes sociais, onde públicos como influenciadores digitais e Youtubers divulgam informações sobre seus benefícios alcançados com o uso de drogas que muitas vezes podem ser usadas até mesmo para fins estéticos, tornando a causa atual de diversos problemas. Corroborando com o autor supracitado, Correia e

colaboradores (2022) o uso de medicamento sem prescrição, orientação médica ou farmacêutica pode causar problemas como intoxicação, reações alérgicas, podendo levar à morte.

No que diz respeito a propagandas e a relação da mídia na automedicação, Oliveira (2020) pontua que a mídia desempenha papel fundamental na prevenção a este problema, tratando das informações de saúde com responsabilidade e ética, visto que o problema não está na falta de informações suficientes, mas sim, na qualidade dessas informações. Para Souza e colaboradores (2021) com a alta quantidade de farmácias no país a prática de publicidade televisiva se tornou ainda mais comum. Os medicamentos são fornecidos apenas como produtos para a publicidade industrial, os quais se destacam no uso de recursos publicitários e têm forte poder de persuasão. Dessa perspectiva, Porto e colaboradores (2020) menciona que a publicidade de medicamentos por empresas farmacêuticas e laboratórios transforma as fraquezas dos pacientes em oportunidades de negócios e lucros. A promoção comercial de produtos para a saúde é muito eficaz, transformando públicos em potenciais usuários.

Segundo Oliveira (2020) a transmissão televisiva pode desviar-se da função real da droga. Ao torná-la pública como um produto de consumo puro, irá gerar uma procura superior às necessidades reais, encorajar o consumo indiscriminado, induzir a autoadministração, agravar doenças e sintomas e causar perdas econômicas. Suas compras desnecessárias têm trazido custos ao país quando a doença se agrava ou ocorrem reações adversas.

Segundo Souza e colaboradores (2021), o aumento da automedicação está relacionado a comercialização de medicamentos isentos de prescrição na mídia, além disso, há também como fator relevante a existência de medicamentos armazenados em casa e a crença de que os medicamentos resolvem todos os problemas de saúde são fatores importantes que envolvem a automedicação. Oliveira e colaboradores (2020) ressaltam que os padrões de uso de medicamentos são um importante indicador de saúde. O conhecimento sobre esses padrões ajuda a identificar e determinar a prevalência de doenças que afetam populações específicas, além de fornecer informações sobre como os recursos terapêuticos são utilizados. Nesse contexto, a automedicação é uma questão importante, que pode retardar o diagnóstico e facilitar o surgimento de microrganismos resistentes e doenças iatrogênicas. Mesmo que os medicamentos sejam utilizados de forma correta, o auto uso pode estar associado a efeitos colaterais e aumento da chance de interações medicamentosas, incluindo interações droga-álcool. Também pode afetar a adesão ao tratamento e a qualidade de vida.

3.1.2A automedicação e o Brasil

Corroborando com os autores supracitados, o estudo de Porto e colaboradores (2020) mostra dados em que a automedicação no Brasil representa 35% do consumo de fármacos, sendo que 27% das intoxicações medicamentosas e 16% dos óbitos são resultantes dessa prática. Os hospitais gastam em média de 15 a 20% de seus orçamentos para lidar com as complicações causadas pelo uso indevido dos mesmos. Para Torres, Serrano, Coêlho (2018) vale destacar que a automedicação é praticada desde os primórdios da civilização, em que os povos usavam ervas de modo empírico para cura de alguma enfermidade.

A venda de medicamentos no Brasil é regulamentada pela Anvisa. Os medicamentos só podem ser adquiridos em farmácias, mas a receita é retida na farmácia apenas para determinados tipos de medicamentos (por exemplo, medicamentos psicotrópicos) (Correia et al., 2020). Entretanto, Porto e colaboradores (2020) evidenciam que a mídia influencia na venda de todos os outros medicamentos de livre acesso e que não exigem receita média, como remédios anti-inflamatórios, anti-hipertensivos, dentre outros. Deste modo, o comprador pode simplesmente mostrar a receita, mas ela não fica retida na farmácia.

Em concordância com o contexto acima, Oliveira (2020) pontua que a maioria das compras de medicamentos não sujeitos a receita médica é feita apenas pelo consumidor, usando as informações do produto contidas na embalagem para tomar

uma decisão informada sobre a compra. Quando os consumidores procuram ajuda no ponto de compra, isso pode ser chamado de automedicação facilitada (Carsoni et al., 2019).

Automedicação é definida pela iniciativa do indivíduo em obter e utilizar um medicamento que este acredita ser benéfica no tratamento de doenças ou alívio de seus sintomas, a automedicação é a utilização de medicamentos sem receita médica ou sem a indicação de um profissional habilitado e Para Torres, Serrano, Coêlho (2018) a automedicação pode ser classificada em várias maneiras destacando-se a obtenção de medicamentos sem receita médica, reutilização de receitas antigas, utilização de medicamentos através da indicação de pessoas não habilitados como amigos, parentes e vizinhos, ou ainda o ato de prolongar o tratamento com fármacos não respeitando o tempo orientado pelo profissional que o prescreveu.

A automedicação pode ser distribuída em três formas, a primeira é a cultural sendo aquela que se caracteriza pelo uso de produtos naturais sendo passada por várias gerações tendo como exemplo, o uso de pó de café como agente hemostático, a segunda é a forma orientada ao qual o indivíduo já conhece o medicamento bem como sua eficácia e seus possíveis efeitos colaterais, e a terceira é a forma induzida, onde o uso de medicamentos é incentivado através de campanhas publicitárias (Sampaio, 2019).

Esta prática está relacionada com diversas questões como nível de escolaridade, poder aquisitivo e acesso a informações e a automedicação está ligada a fatores como baixa renda da população e o precário atendimento nos hospitais públicos, o fator determinante do elevado grau de automedicação no Brasil é a falta de acessibilidade a assistência médica principalmente para a população de baixa renda, assim o brasileiro tende a se automedicar por não encontrar serviço de saúde próximo de sua casa ou ainda por permanecer dias ou até meses esperando por uma consulta médica, contudo a automedicação também acontece entre as camadas privilegiadas que possuem fácil acesso aos serviços de saúde (Carsoni et al., 2019).

O fenômeno da automedicação também é comum entre a população que possui um maior poder aquisitivo e que dispõe de todos os serviços médicos desejáveis, isto se dá devido à necessidade que esta camada populacional tem em procurar uma solução imediata para suas enfermidades afim de que suas atividades cotidianas não sejam interrompidas ou para possibilitar um pronto retorno a elas (Guedes et al., 2021). Desta maneira o uso de medicamentos sem prescrição médica tem crescido de forma indiscriminada em todas as camadas da sociedade brasileira, acontecendo, sobretudo à medida que as indústrias farmacêuticas produzem novos medicamentos e as campanhas publicitárias as associam a cura de várias doenças (Oliveira, 2020).

No Brasil pelo menos 35% dos medicamentos são consumidos sem receita médica, ou seja, para cada dois medicamentos um é adquirido com base na própria experiência, pelo conselho de amigos ou vizinhos ou ainda com base em propagandas publicitárias (Torres, Serrano, Coêlho, 2018). E, em relação aos idosos a média de medicamentos utilizados por essa classe de indivíduos é bastante elevada. Estudos realizados revelam que os idosos consomem em média três a sete medicamentos por dia, isso se dá devido ao grande número de patologia crônicas e agudas que os idosos adquirem ao longo da vida, assim não é de se estranhar que quase $\frac{1}{4}$ dos idosos receba no mínimo um fármaco impróprio (Da silva et al., 2021)

É importante ressaltar que os idosos apresentam alterações fisiológicas importantes relativas à absorção, metabolismo e excreção dos fármacos o que favorece a complicações inerentes a prática da automedicação como a presença de interações medicamentosas ou intoxicações, desta maneira a automedicação se torna ainda mais preocupante em indivíduos com faixa etária acima de 60 anos (Do nascimento et al., 2021).

3.2 Uso inadequado de medicamentos

Usar um medicamento de forma indiscriminada significa utilizá-lo de forma que os riscos de seus efeitos colaterais sejam maiores que seus benefícios e que qualquer prática de automedicação, como qualquer outra prática que diz respeito à saúde tem resultados incertos, por trás do ato aparentemente sem consequências da automedicação existe uma série de problemas potencialmente graves a saúde, desta maneira a automedicação deve ser encarada como uma prática na quais vários

riscos estão associados: risco de tomar um remédio que não resolva, risco de efeitos indesejáveis, o agravamento do problema, a melhora do problema ou surgimento de outro, entre outros (Dos santos porto et al., 2020).

Além disso, o indivíduo ao se automedicar pode mascarar ou agravar a patologia que motivou o consumo da medicação. Ademais uma dose de medicamento utilizada acima do indicado, em uma via de administração errada ou ainda para fins impróprios pode ser considerada uma ameaça à saúde do indivíduo adepto a prática da automedicação (Carsoni et al., 2019). Os erros mais comuns relacionados à automedicação são a ingestão de medicamentos impróprios, dose e frequência inadequada ou insuficiente e a combinação com outros fármacos podendo ocasionar efeitos indesejáveis, ademais é comum que as reações decorrentes da automedicação sejam confundidas com os sintomas da própria doença que motivou o consumo do medicamento, levando o indivíduo a ingerir um segundo fármaco para tratar os efeitos indesejáveis do anterior e, os prejuízos mais frequentes com o uso da automedicação são gastos supérfluos, atrasos no diagnóstico e tratamento, efeitos indesejáveis como reações alérgicas, intoxicações ou até mesmo lesões ao sistema digestório (Souza et al., 2021).

A falta de um diagnóstico preciso pode resultar em um paciente usando a medicação errada, tendo como exemplo: usar um medicamento para dor de cabeça, quando na verdade o que pode causar essa dor é a pressão arterial descontrolada. Deve-se ter em mente que o uso do medicamento conforme prescrito por um pode-se causar uma reação diferente, pois cada patologia é individual eles exigem certa quantidade e frequência, por exemplo: uma pessoa idosa e um adulto podem ter o mesmo peso e altura, mas devido a características específicas para cada idade, a dose necessária para esses usuários pode variar (Carsoni et al., 2019). É compreensível que o uso de drogas em relação à automedicação, realizada corretamente, com orientação profissional medicamentos, é diferente do uso irracional, onde os medicamentos são usados sem cuidados adequados, sempre que possíveis reações adversas ou interações medicamentosas, sem prescrição ou instruções para seu uso corretamente, torna-se uma prática perigosa (Hoffmann et al., 2017).

A automedicação é amigável, e muitas vezes influenciando vários recursos, entre esses fatores, podemos destacar os sociais, econômicos e tradicionais, como a automedicação ocorre principalmente, ela e a publicidade que introduz drogas como um passo rápido para erradicar a marca ou uma patologia específica (Correia et al., 2020). Esse fato ajuda o paciente a não ficarem excessivamente ansiosas e possíveis reações adversas a medicamentos. Nesse contexto, a automedicação causa eliminação de sintomas e combate a doenças potenciais, faltas de conhecimento de efeitos colaterais, uma solução individual apenas para problemas de saúde, que são muitos casos reforçados pela propaganda de medicamentos que permite o uso excessivo de medicamentos sem receita médica por um farmacêutico (Ferreira & Carvalho, 2021).

Não saber nada sobre os efeitos colaterais se tornou um fator agravante, quando usados incorretamente, podem prejudicar a saúde de uma pessoa, com a capacidade de esconder certos sintomas ou doenças, que causam intoxicação, resistência a medicamentos, alergias, interações medicamentosas e até a morte. Mas várias pessoas são céticas quanto aos riscos envolvidos nessa prática, pois essa informação é básica e o mais importante é que, como resultado, as pessoas continuam a ter problemas simplesmente por falta de orientação profissional (Sampaio, 2019).

3.3 A automedicação e o farmacêutico

O farmacêutico desempenha a função de prestador de serviços de saúde, fornece ao consumidor informações importantes sobre medicamentos, tais como: métodos de manejo para evitar interação com alimentos e outras drogas, detenção, na maioria dos casos, para evitar reações adversas, interações medicamentosas, mesmo possível negligência, aproximando-se do quadro saúde do paciente e, é importante um profissional de saúde, treinado para informar o consumidor sobre o risco forte relacionado ao uso de medicamentos de venda livre (Hoffmann et al., 2017).

O papel do farmacêutico é ajudar a determinar se as intenções terapêuticas esperadas sejam atendidas para garantir que tratamento foi eficaz. Ele é o último profissional a entrar em contato com o paciente antes de iniciar o tratamento, no entanto, seu papel social é importante (Correia et al., 2020). O farmacêutico tem uma intervenção de automedicação que

orienta o paciente a condições de doenças simples, evitar lesões e, se necessário, encaminhar o paciente a um serviço médico. É muito importante ter um especialista em medicina interna de farmácias que fazem um trabalho de sensibilização do público, pois o farmacêutico é responsável no momento da emissão e a promoção do uso efetivo de drogas, tranquilizando os usuários sobre a qualidade terapêutica e contribuição para a redução dos riscos da automedicação (Ferreira & Carvalho, 2021).

3.4 A comercialização de medicamentos

As indústrias farmacêuticas devem seguir os procedimentos legais de diretrizes para identificar o personagem publicidade, uso de televisão ou qualquer outro meio comunicação para promover a propaganda de medicamentos, que contém informações sólidas e precisas destinadas a minimizar os riscos da automedicação e não o uso de emoções para promover vendas, fazer publicidade, como forma de determinar drogas (Guedes et al., 2021). Acredita-se que os anúncios de drogas geralmente são direcionados, acusados de negligenciar os métodos científicos apenas para expressar seus benefícios, os anúncios são um conjunto de estratégias de publicidade, em particular utilizados em diversos meios de comunicação, nomeadamente, anúncios de drogas e/ou suplementos buscam influenciar também a sociedade causando perturbações diretas na vida diária das pessoas e nas compras de remédios (Hoffmann et al., 2017).

A propaganda de medicamentos parece ser um produto simples, uso de drogas é como promover a automedicação imprudente, que piora as doenças e sintomas, é compreensível, então, que incentivar o acesso aos medicamentos pode não funcionar ou ser adequado nessa situação, e pode causar um aumento de custos para o sistema público de saúde, em relação ao tratamento, internação e monitoramento de medicamentos (Do nascimento et al., 2021). Há necessidade de um novo modelo para maior orientação e controle, colocando os interesses pessoais em primeiro lugar, o público estará protegido de publicidade enganosa e abusiva, conhecer o uso racional de medicamentos, enfatizando que a ideia de saúde, bem-estar e felicidade deles dependem de vários fatores, e não apenas da droga em si (Wannmacher, 2012).

3.5 Automedicação na população

Grande parte da população brasileira formada inclusive por idosos está exposta a propaganda de medicamentos sem que ela traga algum tipo de advertência quanto ao seu uso (Correia et al, 2020). A propaganda de medicamentos visa ampliar seu consumo e conseqüentemente aumentar os lucros dos laboratórios farmacêuticos. Para veiculação de campanhas publicitárias cujos objetivos são meramente comerciais é comum a utilização de argumentos que estimulam o consumo indiscriminado de medicamentos (Domingues et al., 2015).

À medida que novos fármacos têm sido produzidos pelas indústrias farmacêuticas, as campanhas publicitárias os têm associado à cura de várias enfermidades. Desta forma muitas pessoas acabam por entender que o ato de se automedicar é o mesmo que adquirir saúde por meio da compra e da ingestão aleatória de medicamentos. Assim o medicamento acaba por ser conhecido como uma simples mercadoria que ao ser adquirido é capaz de sanar uma série de problemas assumindo um papel para o paciente não apenas de substância química, mas representando a possibilidade de solução nos mais diversos contextos englobando uma série de expectativas (Ferreira & Carvalho, 2021).

3.6 Automedicação e campanhas publicitárias

A publicidade segundo Sampaio (2019) fortalece o consumo de medicamentos seduzindo a população e incentivando maus hábitos como os alimentares, pois de acordo com determinada propaganda, por exemplo, ingerir comida gordurosa em excesso não traz nenhum problema desde que acompanhado por um determinado sal de fruta ou medicamento contra azia e má digestão ou ainda ingerir bebidas alcoólicas em grande quantidade não faz mal algum desde que acompanhado por um engov antes outro depois.

Ainda diante desse contexto é comum campanhas publicitárias incentivarem o consumo de suplementos alimentares como se fossem medicamentos utilizando argumentos como: aumento da longevidade, ampliação da disposição física ou da beleza, alívio imediato da dor, etc, fortalecendo a teoria de que a propaganda induz o consumo da automedicação e oculta suas possíveis complicações (Vale, Gimenez & Garcia., 2019).

A publicidade a favor da automedicação ocasiona grande motivação para o uso irracional e indiscriminado de medicamentos, a mídia faz com que a imagem do medicamento apareça como um objeto mágico, sobrepondo seus efeitos farmacológicos, desta maneira a sociedade acaba por receber o medicamento como um elemento de cura dotado de um poder milagroso esquecendo os riscos que envolvem seu consumo, assim o medicamento acaba por ser visto como um símbolo de mercadoria, desta forma ao fazer uso de fármacos o indivíduo procura não só a cura de doenças mais a respostas para uma série de problemas (Correia et al., 2020).

O uso de medicamentos é apenas a busca de um auxílio para resolver um problema de saúde não à completa solução deste, dados do projeto de monitoração de propaganda apontam que cerca de 90% dos comerciais de medicamentos apresentam algum tipo de irregularidade, a situação é mais alarmante na publicidade a médicos e farmacêuticos e, em 1,5 mil propagandas de vendas de medicamentos analisadas 15% não apresentavam cuidados e advertências, 14% não alertavam sobre as contraindicações e mais de 10% continham afirmações sem comprovação de estudos científicos (Carsoni et al., 2019).

As campanhas publicitárias são contempladas pelo grande número de farmácias existentes no país. O Brasil possui cerca de 50 mil estabelecimentos farmacêuticos sendo média de uma farmácia para cada três mil habitantes, quando a preconiza uma farmácia para cada oito mil habitantes, mostrando um excesso de pelo menos 30 mil farmácias contribuindo para o incentivo da prática da automedicação (Correia et al., 2020). Nesse contexto é relevante a informação de que o restabelecimento do estado de saúde de um indivíduo é um processo longo, multidimensional sendo resultado do conjunto de diversos fatores como biológicos, sociais, culturais e psicológicos. Contudo a prática da automedicação racional pode ser considerada positiva aos sistemas de saúde, afinal o sistema público não comportaria se para males como uma simples dor de cabeça de baixa intensidade e de um período curto de tempo ou ainda um resfriado típico de inverno a população procurasse um serviço médico especializado (Hoffmann et al., 2017).

A automedicação resulta em efeitos colaterais prejudiciais para as pessoas que a tomam, o que muitas vezes aumenta sua qualidade de vida ao longo do tempo, prática frequentemente observada no ambiente educacional, pelo desconhecimento dos efeitos colaterais e pelo fácil acesso às informações físicas, onde há poucos tratamentos sintomáticos disponíveis (Correia et al., 2020). A prática assistencial envolve grandes áreas como educação saúde, supervisão médica, distribuição, cuidados com medicamentos e atividade farmacoterapêutica, além de registro sistemático de atividades, avaliação de resultados. Esta situação exige conhecimento, empenho e responsabilidade, os frutos da formação acadêmica e da experiência de trabalho adquirida todo dia (Vale, Gimenez & Garcia., 2019).

O profissional deve ser reconhecido como agente de saúde, é responsável por fornecer orientação técnica confiável sobre medicamentos, com base no amplo conhecimento desta categoria de especialistas (Sampaio,2019). Diretrizes curriculares cursos nacionais de farmácia enfatizam muitas informações que devem ser adquiridos por um farmacêutico, inclui não só um caráter técnico-científico, mas e habilidades em outras áreas, como ética e comportamento humano (Guedes et al., 2021)

O próprio alto uso de drogas no Brasil pode estar relacionado em muitos aspectos, principalmente na correria do dia a dia (trabalho, tarefas domésticas, estudo) leva as pessoas a se tratarem, procurarem atendimento médico imediato ou tratamento externo interromper suas atividades diárias e, um grande número de anúncios prometendo soluções reais maravilhosas, muitas vezes retratados por artistas, transmite a ideia da importância de produto, onde todas as pessoas devem sempre ter fácil acesso aos medicamentos de alívio rápido dos sintomas e de qualquer tipo de dor (Da silva et al., 2021).

A prática de conservar remédios e receitas antigas também tem impacto com isso, especialmente em uma família, porque as pessoas ainda acreditam que se uma determinada droga e dose foram aplicadas a cada indivíduo, como resultado, é mostrado para algumas outras pessoas, assim, o “boca a boca” torna-se um centro de pesquisa de drogas (Bispo et al., 2018). Essa prática também facilita a troca de medicamentos, a deglutição acidental e a perda de peso eficiência devido ao armazenamento deficiente. Portanto, cabe aos trabalhadores da saúde e ao governo direcionar pessoas sobre acidentes e lesões que não optam por ser usado sem cautela, um profissional pode trazer informar e incentivar a adoção de um estilo de vida saudável, conhecimento da doença e cumprimento das instruções de um profissional de saúde. Do ponto de vista humano, acredita-se que o valor de internações hospitalares e abuso de álcool diminuirão significativamente (Hoffmann et al., 2017).

Devido ao influxo da mídia, a indústria farmacêutica, viu uma oportunidade de aumentar seus lucros através do tráfico de drogas prescrição médica gratuita. Esses anúncios têm como objetivo influenciar o uso de medicamentos com informações relevantes, a favor da venda, e geralmente omitiu fatos importantes relacionados a reações adversas e contraindicação a estas drogas (Correia et al., 2020).

Para a maioria dos ouvintes Classe C e D em programas de rádio existentes encontrada em 90% dos lares brasileiros. Este censo é frequentemente ensinado e, o iniciante não avalia criticamente as informações divulgadas como alvo é fácil enganar a publicidade. Um anúncio para publicidade de pesticidas instruções como um produto de consumo leva à automutilação, doenças graves, promove o uso de produtos ineficazes e, em última análise, aumenta o valor pacientes no sistema integrado de saúde devido ao alcoolismo (Bispo et al., 2018).

A automedicação é a atitude da pessoa ou pessoa responsável por aplicá-la da medicina correndo riscos e sem cautela profissional responsável. A popularidade dessas drogas é muitas vezes o resultado recomendações de pessoas comuns, influenciadas por instruções antigas e de difícil acesso aos serviços de saúde. Isso acaba aumentando o número de tratamentos resultando em vários casos de intoxicação medicamentosa. Por meio de um estudo realizado com idosos, constatou que entre os medicamentos mais utilizados pelos mesmos estão os analgésicos.

A assistência médica representa ser o ato de fornecer uso razoável de medicamento, por isso é tão importante enfatizar sua importância, quando é o farmacêutico direciona e conscientiza a prática, esse efeito depende da presença de farmacêutico em tempo integral em farmácias e drogarias, dessa forma, é função do farmacêutico transformar a automedicação em cura atestado médico e atuação ativa na alta, além de fornecer farmacoterapia eficaz, assume a responsabilidade de um promotor de saúde amor pelas pessoas (Carsoni et al., 2019). Os efeitos da automedicação são usados para se concentrar o suficiente prevenir, reverter ou aliviar condições patológicas, para isso, é importante que profissionais de saúde que fornecem medicamentos conhecem as dosagens, vias de gerenciamento e intervalos entre as doses, para garantir que os medicamentos atinjam local segmentado (Bispo et al., 2018).

A concentração subterapêutica ou excessiva pode estar oculta eficácia de um medicamento selecionado ou levar ao envenenamento por medicamentos, respectivamente, não há uma única droga em todo o mundo, no entanto, as chances de ocorrer uma reação podem variar, cada paciente pode apresentar uma resposta diferente ao uso de certas drogas, pois cada pessoa tem características individuais e predisposição diferente, por exemplo, a mesma droga usada por duas pessoas, mas apenas uma teve uma reação alérgica (Ferreira & Carvalho, 2021).

A conscientização pública é um pré-requisito para o lucro de alto níveis de saúde e, para profissionais de saúde, educadores, usuários dos serviços de saúde, esclarecer dúvidas e ser um mediador na conscientização das pessoas sobre os riscos da automedicação e, dessa forma, reduzir ao máximo seus níveis de automedicação, os regulamentos não são suficientes para impedi-lo e a publicidade é responsável pelo trabalho honesto em relação a medicamento e sua comercialização (Vale, Gimenez & Garcia., 2019).

As terapias oferecidas pela propaganda de medicamentos no que deve ser entendido como promoção da saúde leva a comunidade a buscar soluções para problemas que não são totalmente resolvidos por meio do uso de medicamentos

terapêuticos (como beleza, força e poder) (Correia et al., 2020). O valor simbólico de um medicamento - nutrido por uma prática médica existente, mas amplamente distribuído pela indústria farmacêutica, agências de publicidade, empresas de telecomunicações e comércio varejista - torna-se uma das mais poderosas ferramentas de mitigação e fortalecimento e, as práticas destinadas a aumentar o consumo (Guedes et al., 2021). Medicamentos representam ser um melhor suporte para dores de cabeça, irregularidades menstruais, amolecimento da pele, crescimento do cabelo, aumento da energia sexual ou perda de peso, passam a simbolizar um acesso mais rápido não apenas à saúde, mas ao bem-estar, aceitando-se, como se esses produtos pudessem ser adquiridos em uma farmácia (Do nascimento et al., 2021).

Um grande número de brasileiros, adultos, crianças e pessoas com doenças crônicas como hipertensão, diabetes ou problemas cardíacos são expostos à publicidade, sem dar qualquer aviso sobre o uso de determinados medicamentos perigosos para esses grupos (Vale et al., 2019). A questão se torna ainda mais grave tendo em vista que milhares de pessoas no Brasil desconhecem que, por exemplo, diabetes ou pressão alta, levam, indiscriminadamente, à publicidade e ao consumo de medicamentos desnecessários e muitas vezes controversos para este tipo de doença (Sampaio, 2019).

A principal função da publicidade para alcançar o crescimento rentável da empresa, a publicidade deve identificar avaliar e selecionar oportunidades de mercado, deve também desenvolver estratégias para aproveitar essas oportunidades, o desenvolvimento de qualquer setor industrial, seja o de produção de calçados, automotivo ou de produtos biotecnológicos, deve levar em conta que, hoje e amanhã, boas empresas atendem a demanda, grandes empresas constroem mercados (Oliveira, 2020). A função da publicidade, mais do que qualquer outra no negócio, é lidar com os clientes, e os principais objetivos da publicidade é atrair novos clientes, prometer-lhes um preço mais alto e reter os clientes atuais, para proporcionar satisfação. O atendimento adequado ao cliente, de uma perspectiva de publicidade moderna, é um fator importante para aumentar a participação de mercado e aumentar os lucros (Ferreira & Carvalho, 2021).

As atividades publicitárias há muito são vistas como o trabalho de um grupo de funcionários que, diante de um determinado produto, criam frases e imagens de impacto para colher o aumento de suas vendas, muito mais do que os olhos dos consumidores são capazes de ver, e por trás deles está uma vasta rede de pessoas e atividades que exigem sua atenção e seu dinheiro (Correia et al., 2020). A publicidade começa antes mesmo de uma empresa ter um produto, é a lição de casa que os gerentes têm que fazer para avaliar as necessidades, medir o seu tamanho e sua atribuição e assim determinar se há um potencial de lucro, e continuar por toda a vida do produto em um esforço para fazer um lucro, encontrar novos clientes e reter os clientes atuais, melhorando o desempenho e a atratividade do produto, aprendendo com seus resultados de vendas e gerenciando continuamente seu desempenho. Se um profissional de publicidade faz um bom trabalho e eventualmente atende as necessidades do cliente, faz produtos que oferecem alto valor e preços rentáveis, os distribui e os anunciam bem, esses produtos serão vendidos mais facilmente. (Ferreira & Carvalho, 2021).

O conceito mais básico da publicidade é o das necessidades humanas, causadas por circunstâncias de pobreza, entre as quais as necessidades físicas básicas de alimentação, vestuário, abrigo e segurança; necessidades sociais e materiais; e necessidades individuais de informação e divulgação, e essas necessidades não foram estabelecidas pelos varejistas, pois são elementos fundamentais da condição humana (Guedes et al., 2021). Os desejos, por outro lado, podem ser o tipo de necessidades pessoais que são levadas em consideração quando dada uma determinada cultura e personalidade individual, desejos, teorias publicitárias, compartilhadas pelo público e expressas em termos de contentamento, esses requisitos (Sampaio, 2019). Após identificar as necessidades e aspirações, um terceiro fator deve ser considerado no processo de gestão da publicidade, pois as pessoas têm aspirações ilimitadas, mas possuem recursos limitados, a maioria prefere investir em produtos que tragam maior valor e poder e satisfação, portanto, quando sustentada pelo poder aquisitivo, necessidades e desejos tornam-se necessidades, que serão incorporadas aos produtos (Ferreira & Carvalho, 2021).

O uso extensivo da publicidade para aumentar o uso de medicamentos tem produzido, em vários países, um acalorado debate sobre os limites éticos das estratégias utilizadas pela indústria farmacêutica, mídia, organizações de publicidade e

comercialização de produtos farmacêuticos (Correia et al., 2020). Este debate, em poucas palavras, se concentra em ajudar os doentes a melhorar, mas convencer as pessoas saudáveis de que estão doentes. As pessoas doentes se beneficiam do tratamento, mas as pessoas saudáveis que são rotuladas como doentes podem se preocupar com sua condição e, se tratadas, podem ter mais efeitos colaterais do que quaisquer benefícios possíveis (Aquino, 2008).

A produção de doenças refere-se a um esforço feito por empresas farmacêuticas (ou algumas de suas afiliadas) para expandir o mercado de produtos farmacêuticos, convencendo as pessoas de que estão doentes e precisam de intervenção médica. Essas ações geradoras de doenças funcionam de duas maneiras principais: reduzindo a definição de saúde como uma experiência comum rotulada como patológica; e aumentar a definição da doença, incluindo formas precoces, leves e pré-sintomas (Bispo et al., 2018).

As negociações sobre a produção de doenças geraram polêmica sobre o papel das empresas farmacêuticas, na busca de equilibrar o estilo de vida dos cidadãos, e o uso generalizado de estratégias de publicidade para convencer os cidadãos de todo o mundo, que o uso de drogas é essencial para atingir esse padrão (Do nascimento et al., 2021). O debate é sobre como essas empresas promovem a doença e seus produtos, por meio de campanhas de conscientização sobre a doença, anúncios de medicamentos voltados para o consumidor ou com o apoio de grupos organizados de direitos para pacientes que sofrem de determinadas doenças (Correia et al., 2020). Mas as doenças também são alimentadas pela cobertura da mídia, que é uma importante fonte de informação de saúde pública. A menos que os jornalistas falem sobre novas doenças com suspeita e olhem para a produção de doenças pela indústria farmacêutica, farmacêuticos e grupos de defesa, eles também acabarão vendendo doenças por meio do chamado trabalho jornalísticas. As táticas de publicidade ousadas usadas pela indústria farmacêutica, mídia e agências de publicidade para promover novas terapias, como médicos, empresas farmacêuticas e seguradoras, fazem desses truques uma tentativa de garantir que pessoas saudáveis fiquem doentes, ou menos doentes (Ferreira & Carvalho, 2021).

A produção de doenças é uma potencial exploração tanto das preocupações generalizadas sobre a fraqueza quanto da fé no avanço da ciência e da inovação, as consequências práticas de muitos dos chamados alertas que alimentam nosso conhecimento atual sobre a doença - mesmo que sejam destinado aos cidadãos, jornalistas, profissionais de saúde, líderes empresariais, acadêmicos ou formuladores de políticas - eles estão agora sob os departamentos de publicidade de grandes empresas farmacêuticas em vez de organizações que estão mais interessadas em saúde pública (Dos santos porto et al., 2021).

Dentro dessas estratégias de publicidade, nascem acordos informais de empresas farmacêuticas, empresas de mídia, equipes médicas, defensores de pacientes e formuladores de políticas, muitas vezes usando as mídias sociais para promover uma visão específica de um problema de saúde (Correia et al., 2020). Criar uma necessidade é agora uma parte importante da promoção de qualquer medicina popular e, essa transformação de paciente em consumidor também abre caminho para a erosão do papel do médico como especialista, mas promover a orientação do cliente com medicamentos é um exemplo da grande influência exercida pela indústria médica estendendo-se à gestão de ensaios clínicos, médico e educação do paciente, preços de medicamentos, publicidade e promoções, distribuição de farmácias, conformidade com a conformidade e padrões éticos e legais pelos quais os procedimentos corporativos devem ser avaliados (Carsoni et al., 2019).

O uso justo dos princípios de publicidade farmacêutico, que é usado porque a doença é uma das causas mais plausíveis de sofrimento, permitindo que a indústria farmacêutica, mais do que qualquer outra indústria, integre suas atividades de publicidade com objetivos éticos (Correia et al., 2020). O resultado é um casamento de um esquema lucrativo onde a doença é considerada uma oportunidade. Assim, em sua visão, varejistas e consumidores ocidentais de alguma forma compartilham uma visão comum de suas necessidades e condições de satisfação, e esse aparente alinhamento ajuda até os empresários mais agressivos a acreditar que prestam serviços públicos (Sampaio, 2019). Os líderes da indústria farmacêutica deixam clara essa relação quando expressam seu compromisso com a comunidade como fazer o bem fazendo bem, o processo de publicidade acaba resultando em certa confiança e satisfação, o que os capacita a serem autodeterminados por escolha (Vale, Gimenez & Garcia., 2019).

A publicidade de um medicamento oferecido ao público em geral não deve incluir nada o que faça parecer imprópria a consulta ao médico ou a intervenção cirúrgica, ou seja, propor diagnósticos ou recomendar tratamento; que levanta a garantia da ação do medicamento, sem reações adversas, com efeitos superiores ou equivalentes aos de outros tratamentos ou medicamentos; onde sugere que o estado geral de saúde de uma pessoa pode ser melhorado por meio de medicação; sugerir que o estado normal de saúde de uma pessoa pode ser comprometido se o medicamento não for utilizado (exceto quando são realizadas campanhas de vacinação); destina-se exclusivamente a crianças ou em particular; refere-se a recomendação feita por cientista, profissional de saúde ou pessoa, embora não cientista ou profissional de saúde, em prol de sua reputação, pode promover o uso de medicamentos; tratar o medicamento como alimento, cosmético ou qualquer outro produto adquirido; sugerir que a segurança ou eficácia do medicamento se deve à sua natureza natural; pode levar, com explicação detalhada ou representação de anamnese, a falso autoexame; refere-se a um método de tratamento abusivo, intimidador ou enganoso; e usa representações visuais, ofensivas ou enganosas de alterações no corpo humano resultantes de doença ou lesão, ou a ação de uma droga no corpo humano ou partes do corpo humano Ferreira & Carvalho, 2021).

A publicidade traz informações que beneficiam direitos além de riscos, omitindo ou alterando informações importantes sobre medicamentos e, em alguns casos, segundo o pesquisador, tais benefícios não são controversos nem óbvios. Além disso, a publicidade utiliza fontes antigas, de difícil acesso porque não são devidamente monitoradas ou, em alguns casos, os recursos simplesmente não existem (Correia et al., 2020). Portanto, a publicidade não pode, portanto, ser considerada uma boa fonte de conhecimento técnico-científico e uma ferramenta de promoção da vida com o registrador. As principais causas do uso de medicamentos sem prescrição ou represcrição, devido às informações disponíveis sobre o medicamento, são: dores (dor de cabeça e musculares), resfriados e sintomas respiratórios. Dentre os motivos de uso médico, destacam-se: dificuldade em comparecer às consultas médicas; o impacto nos familiares ou membros da mesma comunidade, o uso de ferramentas tecnológicas, o fácil acesso aos medicamentos e a falta de supervisão dos fornecedores de medicamentos. Portanto, a prática é baseada em fatores sociais e ambientais (Carsoni et al., 2019).

Portanto, essa prática pode ser influenciada pelas necessidades, práticas culturais e qualidade dos serviços de saúde; sendo prejudicial à saúde individual e coletiva, pois qualquer droga pode causar riscos à saúde, como resistência bacteriana, reações e dependência (Guedes et al., 2021). Além disso, o alívio temporário dos sinais e sintomas pode mascarar a doença real e os custos financeiros podem aumentar em decorrência disso, o que pode levar ao alcoolismo, possível hospitalização e aumento do risco de determinadas doenças e, outras condições podem levar a reações mais graves, como: medicação inadequada, dosagem insuficiente, tempo inadequado ou excessivo e combinação com outros medicamentos; contribuindo assim para problemas, que muitas vezes ocorrem por um longo período de tempo, e que podem levar à morte, o uso de medicamentos sem acompanhamento profissional pode trazer diversos efeitos ao organismo, por isso, é importante fortalecer sua mente sobre os riscos da automedicação e suas consequências indesejáveis e irreversíveis (Da Silva et al., 2021).

3.7 Interações medicamentosas

As interações medicamentosas são um evento clínico que ocorre quando o efeito de um medicamento é alterado pela introdução de outro medicamento, alimento, bebida ou agente químico natural e, as interações medicamentosas são observadas quando uma ação de um medicamento é substituída por outra ação, quando dois medicamentos são administrados simultaneamente a uma pessoa, eles podem atuar de forma independente, ou em combinação, promovendo um aumento ou diminuição do seu efeito terapêutico, o que pode levar à toxicidade, as interações medicamentosas podem ocorrer de duas formas, a primeira é quando substâncias simultâneas aumentam a ação de uma ou ambas, e a segunda é quando substâncias controladas se cancelam, no entanto, as interações medicamentosas podem ser efetivas e muito eficazes, muitas vezes sob a supervisão de um médico e a supervisão de certas terapias complementares para a ação ideal desses medicamentos (Vale, Gimenez & Garcia., 2019).

As interações medicamentosas causam efeitos colaterais semelhantes ao efeito sinérgico: quando o efeito combinado de dois medicamentos é maior que o efeito total de cada medicamento sozinho, por exemplo, aspirina e codeína, quando usados juntos, têm um efeito maior no alívio da dor; efeito contraditório: um medicamento interfere em outro, como a tetraciclina e o antiácido, causando diminuição na absorção da tetraciclina; incompatibilidade: ocorre quando um medicamento é quimicamente incompatível com outro, por exemplo, ampicilina e gentamicina, a ampicilina torna o efeito da gentamicina ineficaz; Interferência: é quando a primeira droga inibe o metabolismo ou a segunda liberação, resultando em um aumento na atividade secundária, por exemplo, probenecida + espectinomicina, quando a atividade antibacteriana induzida simultaneamente da espetinomicina é aumentada devido à diminuição da excreção renal pela probenecida (Ferreira & Carvalho, 2021).

Os adultos costumam usar grandes quantidades de medicamentos devido ao grande número de patologias que vivenciam ao longo da vida e, para os idosos que vivem em unidades de saúde, esse número costuma ser superior a sete medicamentos por dia (Correia et al., 2020). Dessa forma, os idosos acabam usando uma série de medicamentos em conjunto, muitas vezes levando a efeitos colaterais como efeitos colaterais toxicológicos, as drogas ocupam o primeiro lugar entre as causas de intoxicação em humanos e o segundo lugar nos registros de mortes por embriaguez; a cada 20 segundos um paciente dá entrada em um hospital brasileiro com intoxicação por álcool, portanto, a orientação sobre o uso adequado dos medicamentos é essencial, principalmente para os idosos, a fim de diminuir os problemas associados às interações medicamentosas (Vale et al., 2019).

A farmacologia caracteriza-se pela ciência que estuda as drogas entre suas propriedades físicas e químicas, combinações de ações físicas, absorção, destino e extração, além de seus usos medicinais, a farmacologia é um termo amplo que abrange o estudo dos fármacos e suas ações no organismo e, como o estudo dos efeitos dos fármacos no funcionamento dos sistemas biológicos, dentre as medidas farmacológicas associadas ao uso de medicamentos, cabe citar suas diferenças, absorção, distribuição, metabolismo e retirada e, a dispersão de um medicamento refere-se à sua quebra em múltiplas partículas, que podem ocorrer na área de sua administração, como a mucosa oral, que é precursora de sua decomposição de fluidos corporais (Dos santos porto et al., 2020).

Insuficiência do sistema imunológico devido à diminuição da função imune, aumento do risco de infecção e surgimento de neoplasias, bem como alterações no sistema cardiovascular periférico para aumentar a resistência vascular periférica, o que pode aumentar os níveis pressóricos, reduzir a congestão ventricular e aumentar a congestão ventricular, o que aumenta o risco de doenças cardíacas e cerebrais (Ferreira & Carvalho, 2021).

Alterações no sistema pulmonar com diminuição da força muscular respiratória e flexão pulmonar, redução da resposta à hipóxia e hipercapnia; diminuição da função muco ciliar e reflexo da tosse, levando a pneumonia; alterações no sistema hematológico pela baixa produção de eritropoietina, que pode levar à perda de sangue, reduzir a produção óssea na medula óssea, interromper a resposta imune e sangramento (Oliveira, 2020).

Alterações no sistema gastrointestinal e diarreia lenta podem ser acompanhadas de refluxo e bronco aspiração, baixa absorção de cálcio, diminuição do número de células hepáticas e de seu tamanho e peso, inibindo sua capacidade regenerativa, aumento da incidência de cálculos biliares e presença de infecções relacionadas à anorexia. o sistema, o que afeta diretamente a alimentação, além de retardar o aborto, reduzindo odor e sabor, o que pode levar o idoso a sérios problemas nutricionais e, essas mudanças reduzem gradualmente a capacidade de funcionamento do organismo e podem causar doenças e limitações físicas comuns na velhice (Correia et al., 2020). Assim, o processo de envelhecimento é um aumento de 80% no risco de uma pessoa desenvolver doenças crônicas ou deficiências, portanto, a tendência é um número significativo de idosos que, apesar de viverem mais, acumulam doenças comuns à sua idade (Carsoni et al., 2019).

O conceito de medicina como bem e a reprodução dos valores básicos do exercício é reforçado no discurso publicitário, por meio de palavras, expressões e fóruns que mostram ao consumidor o valor particular do produto e, a

mensagem recomenda que as pessoas sempre tenham esses medicamentos com elas quando tiverem acesso. No entanto, isso é visto de forma individual, sem o agente e a própria situação social (Ferreira & Carvalho, 2021).

4. Considerações Finais

O farmacêutico desempenha um papel importante na oferta de medição para evitar o uso irracional de drogas, ser um especialista que pretenda prestar assistência médica, de acordo com lei e código de conduta, serviços de garantia, e acesso a medicamentos, atendimento administrativo especializado e consciência dos perigos das reações adversas, interações medicamentosas e dependência de drogas. Nesse sentido, o farmacêutico é considerado um promotor de saúde e deve fornecer informações ao usuário que escolherá o melhor produto prevenção e tratamento de doenças, principalmente quando o paciente opta pela prática da automedicação. O farmacêutico também é responsável identificar sinais e sintomas de problemas de saúde e tomar decisões, aconselhar o encaminhamento do paciente a um médico.

A população é muito influenciada por anúncios de medicamentos, que produzem automedicação indiscriminadamente. Nota-se ao ver nos estudos, a dificuldade dos profissionais médicos diariamente no exercício do papel de direcionar o uso efetivo de remédios, a prática da automedicação sempre foi utilizada por muito tempo, principalmente pela dificuldade de acesso população no sistema de saúde. A publicidade destina-se a destacar o produto também como resultado do aumento de suas vendas, deixando de lado, em muitos casos, informações sobre a segurança do medicamento, como efeitos colaterais, reações adversas e interações medicamentosas, mostrando apenas seus benefícios e indicadores.

As farmácias contribuem para a comercialização de medicamentos, assim, o balconista para se beneficiar da venda, acaba utilizando papel dos escritores de drogas, que é um medicamento comercial. Isso é perturbador porque favorece o abuso de medicamentos, que leva a uma tendência da população a pensar, que esses produtos são uma fonte de saúde e que a farmácia está tomando o seu lugar médico e/ou assistência médica. A publicidade televisiva também representa ser a maior porcentagem de respostas dos estudiosos. A mídia televisiva está em alta demanda pelo mercado farmacêutico porque, além da integração geral, promove uma para reembolsar melhor dinheiro, de modo que pode ter um efeito profundo sobre usuários de drogas, não importa o que eles dizem da sua necessidade.

A prática da automedicação foi promovida pelos anúncios de medicamentos na televisão, são os elementos que temos o direito de explicar uma questão complexa e especial, compreender o processo de reprodução da prática da automedicação só é possível se analisarmos todos esses elementos de forma socialmente definida, tentar explicar ou propor ações de transformação apenas com questões relacionadas à renda, escolaridade ou acesso à saúde, para amenizar o problema e não perceber que se deve à interação de alguns fatores que acabam determinando uma prática específica de autocuidado e o cuidado por toda parte na área da saúde.

Referências

- Aquino, D. S. D. (2008). Por que o uso racional de medicamentos deve ser uma prioridade? *Ciência & Saúde Coletiva*, 13, 733-736. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232008000700023>.
- Bispo, N. S., Ferreira, M. G., Vasconcelos, A. C., & Esteves, M. B. (2018). AUTOMEDICAÇÃO: SOLUÇÃO OU PROBLEMA? *Seminário Estudantil de Produção Acadêmica*, 16. ISSN 1517-2112.
- Carsoni, L. M. M., & Junior, D. A. (2019). Publicidade farmacêutico: relação das publicidades televisivas com a automedicação. *Visão acadêmica*, 19(4). ISSN 1518-8361.
- Correia, A. B. M, Soares, S.S., & Moura, M.L.V. (2022). Automedicação Influente Pelas Redes Sociais: O Papel Do Farmacêutico Na Ferramenta De Prevenção. *Saúde e Sociedade*, 2 (01). ISSN 2763-5724.
- Da Silva, J. C., & Quintilio, M. S. V. (2021). Automedicação e o uso indiscriminado dos medicamentos: o papel do farmacêutico na prevenção. *Revista de Iniciação Científica e Extensão*, 4(2), 685-92. ISSN 2595-4261.
- De Souza, I. R., Souza, J. R., Mesquita, Y. L., de Almeida, A. C. G., & Brito, M. A. M. (2021). A propaganda de medicamentos no Brasil e a prática de automedicação: Uma Revisão Bibliográfica. *Brazilian Journal of Health Review*, 4(3), 10921-10936. <https://doi.org/10.34119/bjhrv4n3-103>.

- Do Nascimento Wolff, F., & De Peder, L. D. (2021). A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO USO DE MEDICAMENTOS. *Visão Acadêmica*, 22(3). ISSN 1518-8361.
- Dos Santos Porto, T. N. R., da Silva Barbosa, M. D., do Carmo, M. L., de Sousa Neto, B. P., Magalhães, N. A., Balduino, L. S., ... & Banks, L. S. B. (2020). Automedicação induzida pelos fatores midiáticos: uma abordagem no ambiente acadêmico. *Revista Eletrônica Acervo Saúde*, (41), e2840-e2840. ISSN 2178-2091
- Domingues, P. H. F., Galvão, T.F., Andrade, K.R.C.D., Sá, P.T.T.D., Silva, M.T., & Pereira, M.G. (2015). Prevalência da automedicação na população adulta do Brasil: uma revisão sistemática. *Revista de saúde pública*, 49. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/rsp/2015.v49/36/pt/>>. Acesso em: 16 Mar. 2022. <https://doi.org/10.1590/S0034-8910.2015049005709>.
- Favaro, P. D. A., Carmo, R. D., Caires, D. R., & Silva, D. R. (2017). Influência da mídia na automedicação. In *Anais do 11º Congresso Nacional do Conhecimento e 11º Congresso Nacional dos Estudantes de Saúde* (pp. 7-10). ISSN 2178-2091.
- Ferreira, I. S., & de Carvalho, C. J. S. (2021). A influência da propaganda de medicamentos na prática da automedicação: um problema de saúde pública. *Brazilian Journal of Development*, 7(5), 47642-47652. ISSN: 2525-8761.
- Guedes, A. C. S., & de Andrade, L. G. (2021). A atuação do farmacêutico no combate a automedicação. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 7(10), 1504-1514. <https://doi.org/10.51891/rease.v7i10.2677>.
- Hoffmann, A. M. M., Pereira, T. G. D., Batista, I. A. P. et al. Automedicação entre acadêmicos de Enfermagem. *Revista Eletrônica Acervo Saúde*, v. Esp., n. 9, p. S841-S848, 2017. <https://www.acervosaude.com.br/doc/REAS71.pdf>. ISSN 2178-2091.
- Nascimento, Á. C. (2009). Propaganda de medicamentos no Brasil: é possível regular? *Ciência & Saúde Coletiva*, 14, 869-877. <https://www.scielo.org/article/csc/2009.v14n3/869-877/>.
- Oliveira, A. P., Frey, J. A., & Marquez, C. D. O. (2020). 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*. ISSN 2359-5787
- Oliveira, M. S. (2020). A interferência da propaganda na automedicação: uma revisão de literatura. Monografia. – Faculdade Maria Milza
- Sampaio, M. A. (2019). Publicidade de medicamentos e automedicação: produções midiáticas e convergências com a sociedade medicalizada contemporânea. <https://doi.org/10.22409/PPGMC.2019.m.141658867187>.
- Torres, L. V., Maior, R. M. S. M. S., & Coêlho, H. F. C. (2018). Influência da publicidade sobre o consumo de medicamentos numa comunidade universitária de João Pessoa-PB. *Revista de Ciências da Saúde Nova Esperança*, 16(3), 7-18. ISSN 2317-7160
- Vale, B. N., Gimenes, L. S., & Garcia, S. C. S. (2019). A influência da propaganda de medicamentos na automedicação. *AMAZÔNIA: SCIENCE & HEALTH*, 7(2), 14-19. ISSN: 2318-1419.
- Wannmacher, L. (2012). Condutas baseadas em evidências sobre medicamentos utilizados em atenção primária à saúde. *Normas e Manuais Técnicos, Uso Racional de Medicamentos. Ministério da Saúde*, 9-14. ISBN 978-85-334-1897-4.