Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação — REASE

OPEN ACCESS

doi.org/10.51891/rease.v12i11.32464

IMPACTO DA PROPAGANDA FARMACÊUTICA NA AUTOMEDICAÇÃO: ANÚNCIOS NAS REDES SOCIAIS E INTOXICAÇÕES POR MEDICAMENTOS NO BRASIL

IMPACT OF PHARMACEUTICAL ADVERTISING ON SELF-MEDICATION: SOCIAL MEDIA ADS AND DRUG POISONINGS IN BRAZIL

IMPACTO DE LA PUBLICIDAD FARMACÉUTICA EN LA AUTOMEDICACIÓN: ANUNCIOS EN REDES SOCIALES E INTOXICACIONES POR MEDICAMENTOS EN BRASIL

Láysa Gabriella da Silva Sousa[1]
Ellen Cristina Silva Melo[2]
Joseana Martins Soares de Rodrigues Leitão[3]

RESUMO: Este artigo teve como objetivo caracterizar a propaganda de medicamentos veiculada nas redes sociais da Meta e descrever as notificações de intoxicação medicamentosa no Brasil, sem medir o efeito de uma sobre a outra. Trata-se de estudo documental, transversal e descritivo, com dados secundários da Biblioteca de Anúncios da Meta, consultada em 22 de outubro de 2026 com 12 termos de busca, e do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan), de 2015 a 2024. As fontes não foram cruzadas. Dos 144 anúncios identificados, 134 foram analisados: 49,3% partiram da indústria, 26,9% de profissionais e clínicas de saúde, 11,2% do varejo farmacêutico e 12,7% de outros perfis, e 67,2% eram vídeos. Entre 47 peças com os termos Ozempic ou Mounjaro, nenhuma partiu da indústria e 11 anunciavam produtos alternativos que usam o nome do medicamento. O Sinan registrou 885.631 notificações, com 70,2% de tentativas de suicídio e 5,6% de automedicação. Em 810.814 registros elegíveis, a circunstância se associou à faixa etária (χ^2=141.922,5, gl=10, p<0,001, V de Cramér=0,30). Os dados descrevem os dois conjuntos e não permitem inferir causalidade. Só o texto das peças foi analisado, e a conformidade legal não foi avaliada.

Palavras-chave: Automedicação. Propaganda de Medicamentos. Redes Sociais. Intoxicação.

ABSTRACT: This article aimed to characterize medicine advertising on Meta social media and to describe drug poisoning notifications in Brazil, without measuring the effect of one on the other. It is a documentary, cross-sectional, descriptive study using secondary data from the Meta Ad Library, queried on October 22, 2026 with 12 search terms, and from the Notifiable Diseases Information System (Sinan), from 2015 to 2024. The sources were not linked. Of 144 advertisements identified, 134 were analyzed: 49.3% came from industry, 26.9% from health professionals and clinics, 11.2% from pharmaceutical retail and 12.7% from other profiles, and 67.2% were videos. Among 47 posts containing the terms Ozempic or Mounjaro, none came from industry and 11 advertised alternative products that use the drug name. Sinan recorded 885,631 notifications, 70.2% of them suicide attempts and 5.6% self-medication. In 810,814 eligible records, circumstance was associated with age group (χ^2=141,922.5, df=10, p<0.001, Cramér's V=0.30). The data describe both datasets and do not allow causal inference. Only the text of the posts was analyzed, and legal compliance was not assessed.

[1] Graduanda em Farmácia. Centro Universitário Santo Agostinho.
[2] Graduanda em Farmácia. Centro Universitário Santo Agostinho.
[3] Docente do Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA). Farmacêutica com habilitação em Análises Clínicas pela UFPI. Mestra em Farmacologia pela UFPI. Orientadora.

Keywords: Self-medication. Drug Advertising. Social Media. Poisoning.

RESUMEN: Este artículo caracterizó la publicidad de medicamentos en las redes sociales de Meta y describió las notificaciones de intoxicación por medicamentos en Brasil, sin medir el efecto de una sobre la otra. Estudio documental, transversal y descriptivo, con datos secundarios de la Biblioteca de Anuncios de Meta (consulta del 22 de octubre de 2026, 12 términos) y del Sistema de Información de Agravios de Notificación (Sinan), de 2015 a 2024. Las fuentes no se cruzaron. De los 144 anuncios identificados, se analizaron 134: el 49,3% provino de la industria, el 26,9% de profesionales y clínicas de salud, el 11,2% del comercio farmacéutico y el 12,7% de otros perfiles, y el 67,2% eran videos. Entre 47 piezas con los términos Ozempic o Mounjaro, ninguna provino de la industria y 11 anunciaban productos alternativos que usan el nombre del medicamento. El Sinan registró 885.631 notificaciones, con 70,2% de intentos de suicidio y 5,6% de automedicación. En 810.814 registros elegibles, la circunstancia se asoció con el grupo de edad (χ^2=141.922,5, gl=10, p<0,001, V de Cramér=0,30). Los datos describen ambos conjuntos y no permiten inferir causalidad. Solo se analizó el texto de las piezas, y no se evaluó el cumplimiento legal.

Palabras clave: Automedicación. Publicidad de Medicamentos. Redes Sociales. Intoxicación.

1 INTRODUÇÃO

A automedicação, entendida como o uso de medicamentos sem orientação de profissional habilitado para tratar sintomas percebidos pelo próprio usuário, faz parte da rotina de cuidado dos brasileiros. Uma revisão sistemática com adultos encontrou prevalência de 35,0% em estudos com recordatório de 15 dias (DOMINGUES PHF, et al., 2015), e uma pesquisa do Instituto de Ciência, Tecnologia e Qualidade (ICTQ), divulgada pelo Conselho Federal de Farmácia em abril de 2024, registrou que 86% dos entrevistados tomam medicamentos sem orientação do prescritor, sobretudo por dor de cabeça, gripe, resfriado, febre e dor muscular (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2024). A mesma pesquisa informou que 68% dos entrevistados recorrem à internet para buscar orientação de saúde, o que coloca as redes sociais entre as fontes de informação disponíveis.

As queixas citadas na pesquisa do ICTQ correspondem às indicações de classes de venda livre, como analgésicos, anti-inflamatórios, antigripais e relaxantes musculares. Esses produtos ficam ao alcance do balcão, dispensam receita e têm propaganda ao público permitida dentro das regras da legislação. Esse quadro torna a propaganda digital um objeto de interesse para a vigilância sanitária. Ele não permite supor que a propaganda leve ao uso, e essa relação não foi investigada aqui.

Os riscos da automedicação incluem mascaramento de doenças, reações adversas, interações medicamentosas e intoxicações (REZENDE GS e PINTO JC, 2025). No Brasil, a tentativa de suicídio é a circunstância mais frequente nas notificações de intoxicação por medicamentos (TIMÓTEO MVF, et al., 2020). Para D'Ávila BSS e Andrade LG (2023), a

automedicação se liga ao acesso difícil aos serviços de saúde e ao acesso fácil ao comércio, onde o medicamento é tratado como mercadoria, e a publicidade soma-se a esses fatores.

A literatura discute a propaganda como um dos fatores associados a esse comportamento. Em Vitória da Conquista, na Bahia, 42% de 100 adultos entrevistados relataram já ter comprado um medicamento por vê-lo em propaganda e 54% acreditavam que a propaganda influencia o consumo (AZEVEDO MC, et al., 2023). Uma revisão integrativa concluiu que os anúncios destacam benefícios e minimizam efeitos adversos e interações (COSTA JUNIOR VS, et al., 2022). Estudos de monitoramento encontraram irregularidades em 74,73% de 827 peças coletadas em Curitiba entre 2002 e 2003, com 97,56% de irregularidades nos anúncios de medicamentos isentos de prescrição (WZOREK LF, et al., 2007), e em todas as 14 peças de rádio avaliadas em Natal (BATISTA AM e CARVALHO MCRD, 2013).

A publicidade de medicamentos no Brasil é regida pela Lei nº 9.294/1996, que trata das restrições à propaganda de medicamentos, e pela Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 96/2008 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) (BRASIL, 1996, 2008). Nascimento AC (2009) apontou que a fiscalização ocorre depois da exposição do público e que as multas são pequenas diante do orçamento de marketing da indústria. Em agosto de 2024, a Primeira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), no REsp 2.035.645, considerou ilegais trechos da RDC 96/2008 que impunham obrigações não previstas em lei e reconheceu que a legislação precisa de atualização para as mídias digitais, o que depende de mudança legislativa (MIGALHAS, 2024). Em setembro de 2026, a Anvisa proibiu a propaganda de uma caneta de semaglutida, medicamento de prescrição, divulgada em site, redes sociais e painéis de aeroporto, com base na Lei nº 6.360/1976, que permite a propaganda ao público somente para medicamentos isentos de prescrição (AGÊNCIA GOV, 2026; BRASIL, 1976).

As duas normas principais são anteriores à expansão das redes sociais. Os estudos citados analisaram mídias tradicionais, entrevistaram pessoas ou revisaram a literatura, e descrevem pouco como a promoção de medicamentos se distribui hoje no Facebook e no Instagram, onde indústria, varejo, profissionais de saúde e perfis comerciais disputam a atenção do mesmo público.

O problema deste estudo é, por isso, descritivo. O artigo caracteriza quem anuncia medicamentos nas redes da Meta, em que formato e para quais classes, e descreve as notificações de intoxicação medicamentosa do Sinan. Ele não mede o comportamento do consumidor, não verifica se as pessoas expostas aos anúncios se automedicaram ou se intoxicaram e não apresenta

o efeito real da propaganda. A lacuna tratada é a caracterização dos anunciantes, dos formatos e do texto das peças nas redes da Meta, que a literatura citada não descreve, acompanhada da descrição das notificações nacionais de intoxicação por medicamentos.

As duas fontes foram contextualizadas uma pela outra e não foram cruzadas em nível individual. Elas cobrem períodos diferentes, pois os anúncios vêm de uma consulta feita em um dia e as notificações cobrem dez anos. Por isso, o estudo não testa causalidade entre propaganda e intoxicação. O único teste estatístico verifica a associação entre faixa etária e circunstância da intoxicação dentro do Sinan. Ele não verifica associação entre propaganda e intoxicação.

O objetivo geral foi caracterizar a propaganda de medicamentos veiculada no Facebook e no Instagram e descrever as intoxicações medicamentosas notificadas no Sinan entre 2015 e 2024. Os objetivos específicos foram descrever quem anuncia, em que formato e para quais classes de medicamentos nas redes da Meta, distinguir as peças dos medicamentos de prescrição das que anunciam produtos alternativos, caracterizar as notificações por ano, circunstância, faixa etária e evolução, e testar a associação entre faixa etária e circunstância da intoxicação.

2 MÉTODOS

2.1 Desenho do estudo

Este é um estudo documental, transversal e descritivo, com abordagem quantitativa e análise do texto das peças publicitárias, baseado em dados secundários de acesso público. A pesquisa foi realizada em setembro e outubro de 2026. Os dados de propaganda vieram da Biblioteca de Anúncios da Meta, que reúne anúncios veiculados no Facebook e no Instagram (META, 2026). Os dados de intoxicação vieram do Sinan, acessado pela plataforma TabNet do Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde (DATASUS) (BRASIL, 2026). As duas fontes não foram cruzadas em nível individual, de modo que o estudo contextualiza uma fonte pela outra e não testa causalidade.

2.2 Coleta na Biblioteca de Anúncios da Meta

A consulta foi feita em 22 de outubro de 2026, com filtros para o Brasil, anúncios ativos, todos os tipos de anúncio e todas as mídias, e resultados ordenados por impressões totais, do maior para o menor. Foram buscados 12 termos, escolhidos de forma intencional e sem amostragem, para cobrir classes de venda livre ligadas às queixas citadas na pesquisa do ICTQ e medicamentos de prescrição em debate público. Para cada termo, a biblioteca informa quantos

resultados encontrou, e a página carrega os primeiros. Os termos aparecem a seguir por classe, na forma termo (resultados informados pela biblioteca/resultados carregados/resultados retidos), em que retidos são os resultados cujo texto ou nome do perfil continha o termo.

Analgésicos: Neosaldina (100/35/18), dipirona (1.200/35/2) e Tylenol (100/31/0). Anti-inflamatório: Advil (210/41/24). Relaxante muscular com analgésico: Dorflex (510/44/7). Antigripal: Benegrip (63/32/24). Descongestionante nasal: Sorine (19/15/2). Produto para ressaca: Engov (54/18/11). Canetas de prescrição para diabetes e obesidade: Ozempic (910/35/21) e Mounjaro (3.400/45/32). Ansiolítico controlado: Rivotril (270/26/5). Antibiótico de prescrição: amoxicilina (130/32/2). No total, as buscas carregaram 389 resultados e retiveram 148.

A conferência de repetições usou o identificador de cada anúncio na biblioteca, e peças repetidas entre termos entraram uma vez. Quatro repetições foram retiradas, o que deixou 144 anúncios distintos. Dez foram excluídos por não tratarem de medicamento de uso humano (colchões, hamburgueria, camiseta, produtos veterinários, humor sobre pecuária, caso de marketing e duas peças em alemão dirigidas a outro mercado), e 134 compuseram a análise. Foram analisados somente os resultados recuperados por esses critérios. O estudo não analisou todos os anúncios de medicamentos da plataforma.

Dois aspectos limitam a representatividade da amostra. A ordenação por impressões favorece os anúncios com maior alcance e deixa de fora os de menor alcance, e a coleta em um único dia retrata as campanhas em curso naquela data e não a propaganda ao longo do ano. Por isso, os resultados descrevem o conjunto recuperado e não estimam a distribuição da propaganda de medicamentos nas redes. Data, filtros e critérios de inclusão e exclusão foram mantidos como descritos.

2.3 Classificação das peças

O tipo de anunciante foi definido pelo nome do perfil. Perfis de fabricantes e das marcas dos produtos formaram o grupo indústria ou marca, perfis de profissionais de saúde e de clínicas formaram o grupo profissional ou clínica, redes de farmácias, drogarias e distribuidoras formaram o grupo varejo e distribuição, e os demais perfis, como perfis pessoais, comércio em geral e vendedores de infoprodutos, formaram o grupo outros perfis. A classe do medicamento seguiu o termo buscado e o princípio ativo. O formato foi registrado como vídeo ou imagem estática, com outros formatos agrupados na segunda categoria.

Os termos Ozempic e Mounjaro retornaram dois tipos de peça. Parte delas trata do medicamento de prescrição, seja para informar ou alertar, seja para promovê-lo. Outra parte anuncia produtos alternativos, como chás, cápsulas e produtos naturais, que usam o nome do medicamento sem ser o medicamento. Para separar os dois tipos, o texto de cada uma das 47 peças foi relido e classificado em conteúdo informativo ou de alerta de profissional de saúde, produto alternativo que usa o nome do medicamento ou outro conteúdo. Oito peças deixaram de estar disponíveis na biblioteca e não puderam ser relidas. Para as demais classes, o texto das peças foi descrito de forma qualitativa e não foi contado por categoria de conteúdo.

As advertências exigidas pela RDC 96/2008 costumam aparecer na imagem ou no vídeo. Como somente o texto das peças foi analisado e as imagens e os vídeos não foram analisados por inteiro, o estudo não avalia a conformidade legal e não identifica irregularidades. Os identificadores dos anúncios foram guardados, o que permite repetir a conferência. O TikTok e o YouTube não entraram porque a coleta se limitou à biblioteca da Meta.

2.4 Dados do Sinan

Foram extraídas do TabNet as notificações de intoxicação exógena cujo grupo do agente tóxico era medicamento, segundo o ano de notificação de 2015 a 2024, em consulta feita em 22 de outubro de 2026. As variáveis foram ano de notificação, faixa etária, circunstância da intoxicação, evolução do caso, classificação final e região de residência. O próprio sistema informa que os dados de 2023 e de 2024 estão sujeitos a revisão. A letalidade foi calculada como a razão entre os óbitos por intoxicação exógena e o total de notificações de cada categoria, inclusive as de evolução ignorada ou em branco.

2.5 Análise dos dados

Foram calculadas frequências absolutas e relativas, a razão entre os valores de 2024 e de 2015 e a letalidade. As faixas etárias foram agrupadas em 0 a 19, 20 a 59 e 60 anos ou mais. A associação entre faixa etária e circunstância foi avaliada nos registros elegíveis, isto é, os que tinham faixa etária informada e uma de seis circunstâncias: acidental, uso terapêutico, erro de administração, automedicação, abuso e tentativa de suicídio. Os registros com outras circunstâncias foram excluídos do teste, e o motivo e as quantidades constam nos resultados. As seis circunstâncias formam uma escolha analítica das autoras, que priorizou as categorias

ligadas ao uso e ao acesso ao medicamento e deixou de fora, entre outras, o uso habitual e a prescrição médica.

O teste foi o Qui-quadrado de independência, sem correção de continuidade, com o V de Cramér como medida de tamanho do efeito, calculado como a raiz quadrada de χ^2 dividido por N e por o menor valor entre linhas e colunas menos 1. Na análise post-hoc, calcularam-se os resíduos padronizados ajustados (RPA), pela diferença entre a frequência observada e a esperada dividida pela raiz de E(1 – total da linha/N)(1 – total da coluna/N). Para as 18 células da tabela, aplicou-se a correção de Bonferroni, de modo que |RPA| acima de 2,99 indicou diferença significativa ao nível de 5%. As análises foram feitas em Python, com a biblioteca SciPy, e o código e a saída completa ficaram arquivados.

Os identificadores dos 47 anúncios dos termos Ozempic e Mounjaro, os dois arquivos de dados e o script em Python ficam arquivados e permitem repetir as contagens e os testes. A consulta à biblioteca não se repete do mesmo modo, porque ela lista os anúncios ativos no dia e devolverá outro conjunto em outra data. Por isso, o artigo registra a data, os filtros, os termos e a ordenação da consulta.

2.6 Aspectos éticos

O estudo usou somente dados de acesso público, agregados e sem identificação individual, além de anúncios publicados em biblioteca pública. Conforme a Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, pesquisas com bancos de dados de acesso público dispensam registro e avaliação pelo sistema CEP/Conep (BRASIL, 2016). Os nomes de perfis pessoais de profissionais e de influenciadores não são divulgados neste artigo.

3 RESULTADOS

3.1 Propagandas nas redes sociais

A busca com os 12 termos identificou 144 anúncios distintos, dos quais 134 foram analisados e 10 excluídos por não tratarem de medicamento de uso humano. A retenção variou entre os termos, com 75% em Benegrip (24 de 32 resultados carregados), 59% em Advil (24 de 41), 16% em Dorflex (7 de 44) e nula em Tylenol (0 de 31), porque a busca por palavra-chave também devolve peças sem relação direta com o medicamento. Os dois resultados retidos para amoxicilina eram veterinários e foram excluídos.

Dos 134 anúncios analisados, a indústria respondeu por 66 peças (49,3%), os profissionais e clínicas de saúde por 36 (26,9%), o varejo e a distribuição farmacêutica por 15 (11,2%) e outros perfis por 17 (12,7%). Os vídeos somaram 90 peças (67,2%). A classe com mais peças foi a dos termos Ozempic e Mounjaro (47), seguida por anti-inflamatório (24), antigripal e expectorante (24), analgésico (19), produto para ressaca (10), relaxante muscular com analgésico (5), ansiolítico controlado (3) e descongestionante nasal (2) (Tabela 1). A busca por Tylenol não retornou nenhuma peça com o termo.

Por classe, o padrão de anunciante e de formato mudou bastante. Todas as 24 peças de Advil e as 10 de Engov vieram da indústria, e 22 das 24 peças de Benegrip também. As 19 peças de analgésicos se dividiram entre a indústria (10), o varejo e a distribuição (8) e um profissional (1). O vídeo predominou em Advil (23 de 24 peças, 95,8%), nos termos Ozempic e Mounjaro (38 de 47, 80,9%) e em Engov (7 de 10), e foi menos frequente em Benegrip (11 de 24, 45,8%) e nos analgésicos (5 de 19, 26,3%).

Nas peças da indústria, o texto de Advil prometeu alívio rápido de dores intensas, o de Neosaldina apresentou o produto como especialista em dor de cabeça, o de Benegrip divulgou a linha infantil e dois lançamentos, e o de Engov associou o produto a curtir o dia e viver bem no seguinte. Uma peça de Benegrip foi publicada em parceria com perfil pessoal e falou em alívio rápido. Esses trechos descrevem o que o texto diz e não indicam, por si, irregularidade.

Tabela 1 – Anúncios ativos na Biblioteca de Anúncios da Meta com os termos buscados, por classe, tipo de anunciante e formato. Brasil, 22 de outubro de 2026 (144 identificados, 134 analisados)

Classe (termos buscados)	Total	Indústria	Profissional ou clínica	Varejo e distribuição	Outros perfis	Vídeo
Termos Ozempic e Mounjaro: medicamentos de prescrição e produtos alternativos (a)	47	0	31	2	14	38
Anti-inflamatório (Advil)	24	24	0	0	0	23
Antigripal e expectorante (Benegrip)	24	22	0	1	1	11
Analgésico (Neosaldina, dipirona)	19	10	1	8	0	5
Produto para ressaca (Engov)	10	10	0	0	0	7
Relaxante muscular com analgésico (Dorflex)	5	0	1	4	0	1
Ansiolítico controlado (Rivotril)	3	0	1	0	2	3

Classe (termos buscados)	Total	Indústria	Profissional ou clínica	Varejo e distribuição	Outros perfis	Vídeo
Descongestionante nasal (Sorine)	2	0	2	0	0	2
Total	134	66 (49,3%)	36 (26,9%)	15 (11,2%)	17 (12,7%)	90 (67,2%)

Fonte: MELO ECS, et al., 2026; dados extraídos da Biblioteca de Anúncios da Meta (META, 2026).

Nota: (a) a linha reúne peças que tratam do medicamento de prescrição e 11 peças que anunciam produtos alternativos que usam o nome do medicamento. Na releitura de 39 das 47 peças, 24 tinham conteúdo informativo ou de alerta de profissional de saúde, 11 eram produtos alternativos e 4 tinham outro conteúdo, e 8 não estavam mais disponíveis. A coluna Vídeo mostra o número de peças em vídeo dentro de cada classe. A busca por Tylenol não retornou peças com o termo, e os dois resultados para amoxicilina eram veterinários e foram excluídos. Os 10 excluídos por não tratarem de medicamento humano não constam na tabela.

No varejo e na distribuição, as peças destacaram preço, estoque e entrega, como a caixa de 36 comprimidos de Dorflex a R$ 19,99 anunciada por uma rede de drogarias, e distribuidoras dirigiram anúncios a donos de farmácia, descrevendo a Neosaldina como o analgésico mais pedido do país. Entre as peças de profissionais e clínicas, dois médicos alertaram contra o uso diário de descongestionantes nasais, e um médico afirmou que, quando o Dorflex vira rotina, a dor está sendo silenciada.

Nenhuma das 47 peças com os termos Ozempic ou Mounjaro partiu da indústria. Dessas, 31 vieram de profissionais e clínicas, 14 de outros perfis e 2 do varejo e de farmácia de manipulação (Tabela 1). Em relação ao conteúdo, 11 peças anunciavam produtos alternativos que usam o nome do medicamento, como o chamado Mounjaro Natural e cápsulas com o mesmo nome. Esses produtos não são o medicamento de prescrição. Na releitura das 39 peças ainda disponíveis, 24 tinham conteúdo informativo ou de alerta de profissional de saúde, com avisos sobre efeito rebote, queda de cabelo, flacidez e necessidade de acompanhamento, 11 eram produtos alternativos e 4 tinham outro conteúdo.

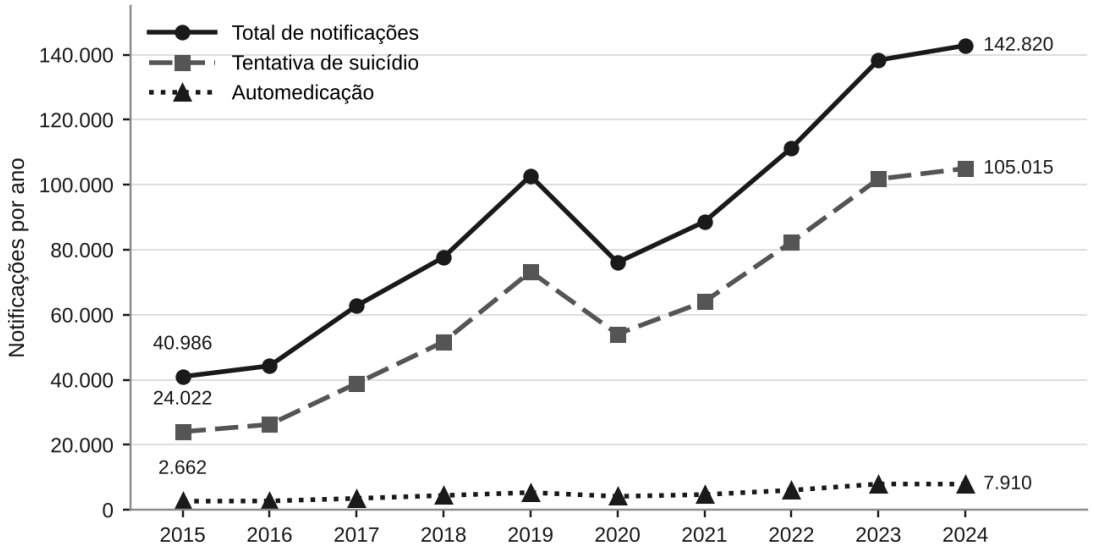
Oito peças não puderam ser relidas, e os dados guardados não permitem separar, entre as 4 peças de outro conteúdo e as 8 não relidas, quantas promoviam o próprio medicamento de prescrição. O estudo não apresenta, por isso, uma contagem de anúncios do medicamento em si. Uma drogaria anunciou, com preço, o produto natural Ozempic Natural, descrito como o emagrecedor mais comentado do momento. As 3 peças retidas sobre Rivotril vieram de um profissional de saúde e de dois outros perfis, nenhuma da indústria.

Os anúncios se concentraram no tempo. As 24 peças de Advil foram veiculadas em 16 e 17 de outubro de 2026, e os lançamentos de Benegrip apareceram em 19 e 20 de outubro. O padrão indica campanhas em curso no dia da consulta, de modo que a amostra retrata o momento da coleta e não a propaganda ao longo do ano.

3.2 Intoxicações por medicamentos no Sinan

Entre 2015 e 2024, foram notificadas 885.631 intoxicações exógenas por medicamentos, com aumento de 40.986 casos em 2015 para 142.820 em 2024, uma razão de 3,5 vezes (Figura 1). Os dados de 2023 e de 2024 estão sujeitos a revisão pelo sistema. Predominou a região Sudeste (50,1%), seguida do Sul (20,7%) e do Nordeste (18,7%). A faixa de 20 a 39 anos concentrou 43,7% das notificações e a de 15 a 19 anos, 17,9%. Foram classificadas como intoxicação confirmada 65,4% das notificações, e 79,5% evoluíram para cura sem sequela, com 16,3% de evolução ignorada ou em branco.

Figura 1 – Notificações anuais de intoxicação exógena por medicamentos, total, por tentativa de suicídio e por automedicação. Brasil, 2015 a 2024



Fonte: MELO ECS, et al., 2026; dados extraídos do Sinan, via TabNet/DATASUS (BRASIL, 2026).

A série não foi linear. O pico de 2019, com 102.740 notificações, foi seguido de queda de 25,9% em 2020 (76.095), de recuperação de 16,5% em 2021, de alta de 24,3% em 2023, de 111.301 para 138.328, e de crescimento de 3,2% de 2023 para 2024, valores sujeitos a mudança com a revisão dos dados mais recentes. A participação das tentativas de suicídio subiu de 58,6% das notificações em 2015 para 73,5% em 2024, e a da intoxicação acidental caiu de 14,0% para 7,5%.

A automedicação somou 2.662 notificações em 2015, 2.724 em 2016, 3.513 em 2017, 4.422 em 2018, 5.317 em 2019, 4.144 em 2020, 4.697 em 2021, 6.030 em 2022, 7.952 em 2023 e 7.910 em 2024. Em cada ano, ela ficou entre 5,2% e 6,5% das notificações. A participação das tentativas de suicídio foi de 58,6% em 2015, 59,3% em 2016, 61,9% em 2017, 66,5% em 2018, 71,3% em 2019, 71,1% em 2020,

72,3% em 2021, 74,0% em 2022, 73,6% em 2023 e 73,5% em 2024. A intoxicação acidental seguiu o caminho oposto, de 14,0% em 2015 para 7,5% em 2024, com mínimo de 7,2% em 2022.

Em números absolutos, o Sudeste somou 443.504 notificações, o Sul 183.293, o Nordeste 165.570, o Centro-Oeste 70.802 e o Norte 22.389. Esses valores não foram divididos pela população, e por isso não indicam diferença de risco entre regiões. Eles dependem também da capacidade de notificação de cada estado.

A circunstância mais registrada foi a tentativa de suicídio (621.330 casos, 70,2%), seguida da intoxicação acidental (81.642, 9,2%) e da automedicação (49.371, 5,6%) (Tabela 2). Esses percentuais descrevem as circunstâncias registradas e não indicam o que levou a cada notificação. As notificações por automedicação passaram de 2.662 em 2015 para 7.910 em 2024, razão de 2,97 vezes, menor que a do total (3,48) e a das tentativas de suicídio (4,37), e a participação da automedicação oscilou entre 5,2% e 6,5% ao longo da série.

Ocorreram 4.425 óbitos por intoxicação exógena entre as 885.631 notificações, uma letalidade de 0,50%. A letalidade de cada categoria é a razão entre os óbitos e as notificações dela: 152 de 49.371 na automedicação (0,31%), 3.316 de 621.330 nas tentativas de suicídio (0,53%), 204 de 25.099 no uso terapêutico (0,81%) e 11 de 932 na prescrição médica (1,18%), categoria pequena em que a estimativa é instável. A letalidade foi mais alta a partir dos 60 anos, entre 1,93% e 2,65%, do que até os 19 anos, entre 0,10% e 0,28%.

Por faixa etária, a letalidade foi de 0,28% em menores de 1 ano (39 óbitos em 13.956 notificações), 0,10% de 1 a 4 anos (58 em 60.970), 0,10% de 5 a 9 (21 em 20.380), 0,18% de 10 a 14 (106 em 59.438), 0,21% de 15 a 19 (331 em 158.721), 0,42% de 20 a 39 (1.632 em 386.973) e 1,02% de 40 a 59 (1.569 em 154.014). Entre os idosos, foi de 1,93% de 60 a 64 anos (217 em 11.240), 2,36% de 65 a 69 (175 em 7.400), 1,99% de 70 a 79 (166 em 8.335) e 2,65% a partir de 80 (111 em 4.187). Esses valores descrevem os óbitos registrados em cada faixa e não separam o efeito da idade do de outras condições de saúde.

Tabela 2 – Notificações de intoxicação exógena por medicamentos, óbitos por intoxicação e letalidade, segundo a circunstância. Brasil, 2015 a 2024

Circunstância	Notificações	%	Óbitos por intoxicação	Letalidade (%)
Tentativa de suicídio	621.330	70,2	3.316	0,53
Acidental	81.642	9,2	95	0,12
Automedicação	49.371	5,6	152	0,31
Uso habitual	30.904	3,5	224	0,72
Uso terapêutico	25.099	2,8	204	0,81

Circunstância	Notificações	%	Óbitos por intoxicação	Letalidade (%)
Abuso	18.510	2,1	112	0,61
Erro de administração	14.878	1,7	47	0,32
Violência ou homicídio	4.516	0,5	24	0,53
Prescrição médica	932	0,1	11	1,18
Outras circunstâncias*	9.124	1,0	70	0,77
Ignorado ou em branco	29.325	3,3	170	0,58
Total	885.631	100,0	4.425	0,50

Fonte: MELO ECS, et al., 2026; dados extraídos do Sinan, via TabNet/DATASUS (BRASIL, 2026).

Nota: *ambiental, ingestão de alimento, tentativa de aborto e outra. Letalidade é a razão entre óbitos por intoxicação exógena e notificações da categoria.

Depois da tentativa de suicídio, da intoxicação acidental e da automedicação, as circunstâncias com mais notificações foram o uso habitual (30.904, 3,5%), o uso terapêutico (25.099, 2,8%), o abuso (18.510, 2,1%) e o erro de administração (14.878, 1,7%). A letalidade foi de 0,72% no uso habitual (224 óbitos), 0,61% no abuso (112) e 0,32% no erro de administração (47). Quanto à classificação final, 180.742 notificações (20,4%) foram de exposição sem intoxicação, 34.111 (3,9%) de reação adversa, 9.787 (1,1%) de outro diagnóstico e 81.076 (9,2%) ficaram sem classificação.

Entre as evoluções, 9.880 casos (1,1%) tiveram cura com sequela, 1.866 (0,2%) terminaram em óbito por outra causa e 20.992 (2,4%) tiveram perda de seguimento. A automedicação somou 152 óbitos por intoxicação e 487 curas com sequela, e a tentativa de suicídio concentrou 3.316 dos 4.425 óbitos (74,9%).

O teste de associação entre faixa etária e circunstância usou 810.814 registros, 91,6% das 885.631 notificações. A diferença de 74.817 registros tem três partes. A primeira é de 74.801 notificações de outras circunstâncias, que são ignorado ou em branco (29.325), uso habitual (30.904), violência ou homicídio (4.516), outra (5.421), ingestão de alimento (1.755), tentativa de aborto (1.590), prescrição médica (932) e ambiental (358). A segunda é de 15 registros das seis circunstâncias sem faixa etária informada. A terceira é de 1 registro de tentativa de suicídio que aparece na tabela por circunstância e não na tabela por faixa etária do TabNet, cujos totais são 885.631 e 885.630. Os percentuais da Tabela 3 usam como denominador o total das seis circunstâncias de cada faixa.

A circunstância variou com a faixa etária (χ^2=141.922,5, gl=10, p<0,001, V de Cramér=0,30, n=810.814). De 0 a 19 anos, a intoxicação acidental teve 24,6% das notificações do grupo (RPA=324,5) e a tentativa de suicídio 62,4% (RPA=−225,0). De 20 a 59 anos, as tentativas de

suicídio chegaram a 86,2% (RPA=256,2). A partir de 60 anos, o uso terapêutico teve 17,6% (RPA=138,2), o erro de administração 7,9% (RPA=74,2) e a automedicação 9,4% (RPA=22,6) (Tabela 3). Nessa faixa, a intoxicação acidental teve 10,5% das notificações, mas seu resíduo (2,1) não superou o limite de 2,99.

Tabela 3 – Circunstância da intoxicação por medicamentos segundo a faixa etária, com resíduos padronizados ajustados (RPA). Brasil, 2015 a 2024

Circunstância	0 a 19 anos (n=289.195)		20 a 59 anos (n=495.162)		60 anos ou mais (n=26.457)	
	n (%)	RPA	n (%)	RPA	n (%)	RPA
Acidental	71.242 (24,6)	**324,5**	7.632 (1,5)	**–319,6**	2.767 (10,5)	2,1
Uso terapêutico	9.035 (3,1)	1,1	11.417 (2,3)	**–51,4**	4.647 (17,6)	**138,2**
Erro de administração	7.988 (2,8)	**46,3**	4.811 (1,0)	**–72,5**	2.078 (7,9)	**74,2**
Automedicação	16.298 (5,6)	**–12,7**	30.598 (6,2)	**4,3**	2.475 (9,4)	**22,6**
Abuso	4.097 (1,4)	**–38,9**	13.654 (2,8)	**35,9**	755 (2,9)	**6,3**
Tentativa de suicídio	180.535 (62,4)	**–225,0**	427.050 (86,2)	**256,2**	13.735 (51,9)	**–96,6**
Total	**289.195 (100,0)**		**495.162 (100,0)**		**26.457 (100,0)**	

Fonte: MELO ECS, et al., 2026; dados extraídos do Sinan, via TabNet/DATASUS (BRASIL, 2026).

Nota: registros elegíveis (faixa etária informada e uma das seis circunstâncias), 810.814 de 885.631 notificações. Percentuais calculados sobre o total das seis circunstâncias em cada faixa. χ^2=141.922,5, gl=10, p<0,001, V de Cramér=0,30. Em negrito, |RPA| acima de 2,99 (correção de Bonferroni para 18 comparações).

Dentro de cada faixa, a automedicação respondeu por 2,0% das notificações de 1 a 4 anos, 6,6% de 5 a 9, 7,5% de 10 a 14, 5,4% de 15 a 19, 5,5% de 20 a 39 e 6,0% de 40 a 59. Entre os idosos, a participação foi de 7,3% de 60 a 64 anos, 8,4% de 65 a 69 e 8,3% a partir de 70. A tentativa de suicídio foi a circunstância mais frequente de 10 a 79 anos, com pico de 82,8% entre 15 e 19, e a intoxicação acidental dominou de 1 a 9 anos, com 81,8% de 1 a 4 e 59,8% de 5 a 9.

4 DISCUSSÃO

Nas redes da Meta, a propaganda de medicamentos isentos de prescrição é conduzida em grande parte pela própria indústria, que respondeu por 49,3% das peças e se concentrou em anti-inflamatório, antigripal, analgésico e produto para ressaca, com vídeo em 67,2% do conjunto. O texto da indústria trouxe promessas de alívio rápido e apelos ao estilo de vida. Esse achado dialoga com a conclusão de que a mídia destaca benefícios (COSTA JUNIOR VS, et al., 2022) e com o apelo ao consumo descrito em anúncios de rádio (BATISTA AM e CARVALHO MCRD, 2013). Este estudo não avaliou se as peças minimizam riscos, porque as advertências costumam estar na imagem ou no vídeo, que não foram analisados por inteiro.

Pelo mesmo motivo, os 97,56% de irregularidades em anúncios de medicamentos isentos de prescrição encontrados em Curitiba (WZOREK LF, et al., 2007) e as 14 peças de rádio com infração em Natal (BATISTA AM e CARVALHO MCRD, 2013) servem como referência para estudos futuros e não como termo de comparação. Os métodos, as mídias e os anos desses estudos são diferentes dos deste, e o presente estudo não conclui que houve irregularidade legal em nenhuma peça. Ele descreve o conteúdo encontrado e indica a necessidade de monitoramento.

A relação entre as classes anunciadas e as queixas de automedicação é uma relação de contexto. As classes mais anunciadas pela indústria correspondem às queixas que a pesquisa do ICTQ aponta como motivo da automedicação, entre elas dor de cabeça, gripe e dor muscular (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2024), e a literatura local relata a crença de que a propaganda influencia o consumo (AZEVEDO MC, et al., 2023). Essa coincidência de temas não demonstra efeito. As duas bases não foram cruzadas em nível individual, a primeira reflete anúncios ativos em um dia de outubro de 2026 e a segunda cobre notificações de 2015 a 2024. Nada nos dados indica quem viu os anúncios, quem se automedicou ou quem se intoxicou.

O varejo e a distribuição mostram outro lado da promoção. As peças com preço e estoque tratam o medicamento como produto de prateleira, e os anúncios dirigidos a donos de farmácia buscam a expectativa de que o cliente chegue ao balcão pedindo a marca. Esse achado reforça o papel do farmacêutico na dispensação, como profissional que orienta o uso. Trata-se de uma implicação prática e não de um efeito testado neste estudo.

É preciso manter três categorias separadas. A primeira é a propaganda de medicamentos de prescrição, que a Lei 6.360/1976 limita aos profissionais que prescrevem ou dispensam (AGÊNCIA GOV, 2026) e que, entre as 47 peças com os termos Ozempic e Mounjaro, não partiu da indústria. A segunda é o conteúdo informativo ou de alerta de profissionais de saúde, que foi o tipo mais frequente entre as 39 peças relidas (24). A terceira é a promoção comercial de produtos alternativos que usam o nome do medicamento, presente em 11 peças. A segunda categoria não deve ser tratada como propaganda irregular, e a terceira exige análise própria, porque a RDC 96/2008 trata de medicamentos e o produto alternativo não é medicamento. Este estudo não classificou nenhuma dessas peças como irregular.

Houve também profissionais que alertaram contra o uso diário de descongestionante nasal e de relaxante muscular, conteúdo que informa o público e não promove o produto. Quando o perfil é de uma clínica, a fronteira entre educação em saúde e promoção de serviços

não fica clara pelo texto da peça. Esse ponto precisa de critério próprio na regulação e de análise da imagem e do vídeo, que não foi feita aqui. Em setembro de 2026, a Anvisa proibiu a propaganda de uma caneta de semaglutida divulgada em site, redes sociais e painéis de aeroporto (AGÊNCIA GOV, 2026), depois de a peça circular, o que ilustra a fiscalização posterior à exposição apontada por Nascimento AC (2009).

Alguns pontos ajudam a ler a ausência da indústria entre as peças de medicamentos de prescrição. A amostra reúne os primeiros resultados por impressões em um dia, e ausência de peça no conjunto não prova ausência de promoção em outros canais ou datas. Se regras da própria plataforma contribuem para o resultado, este estudo não permite saber. As 3 peças sobre Rivotril, medicamento controlado, não vieram da indústria, e esse número é pequeno demais para qualquer inferência. Para antibióticos, a busca por amoxicilina não retornou peça de uso humano.

Os limites da regulação são conhecidos. Em 2024, o STJ retirou da RDC 96/2008 exigências que não estavam previstas em lei, reconheceu que a legislação precisa de atualização para as mídias digitais e indicou que a decisão fosse comunicada ao Ministério da Saúde e ao Congresso Nacional (MIGALHAS, 2024). O volume de peças em vídeo, as várias versões do mesmo anúncio no mesmo dia, como as 24 peças de Advil de 16 e 17 de outubro de 2026, e a fiscalização posterior ao fato mostram que o monitoramento da publicidade digital é um desafio. Esse é um achado sobre o tipo de material encontrado e não uma medida da frequência de infrações.

No Sinan, a tentativa de suicídio respondeu por 70,2% das notificações e a automedicação por 5,6%, com letalidade de 0,31% na automedicação, abaixo da média de 0,50%. Esses percentuais não são equivalentes aos de outras fontes, porque os critérios e a população estudada mudam. Timóteo MVF, et al. (2020), com dados do DATASUS, descrevem 59% de tentativas de suicídio. Mathias TL, et al. (2019) analisaram 8.608 casos relacionados a medicamentos atendidos por um centro de informações toxicológicas de Londrina, no Paraná, entre 1985 e 2014, e encontraram 53,1% de tentativas de suicídio e 2,1% de automedicação. O Sinan reúne notificações de serviços de todo o país, e o centro de informações atende consultas de uma região, em outro período e com outros critérios de registro.

As prevalências de 35,0% (DOMINGUES PHF, et al., 2015) e de 86% (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2024) também não são comparáveis entre si nem com o Sinan. A primeira vem de três estudos com recordatório de 15 dias em adultos, e a segunda de uma

pesquisa de consumidores cuja divulgação não informa tamanho da amostra nem data da coleta. As duas medem o uso relatado na população, e o Sinan registra somente a parcela que chega ao serviço de saúde como intoxicação. O aumento das notificações, de 40.986 em 2015 para 142.820 em 2024, reflete em parte a captação do sistema, o que este desenho não testa, e por isso o Sinan não mede o efeito da propaganda sobre o comportamento.

A associação entre faixa etária e circunstância, de efeito moderado (V de Cramér=0,30), mostrou perfis distintos nas notificações. A proporção de intoxicação acidental foi maior até 19 anos, a de tentativa de suicídio foi maior entre 20 e 59 anos, e as de uso terapêutico, erro de administração e automedicação foram maiores a partir de 60 anos, faixa em que a letalidade chegou a 2,65% depois dos 80 anos. Esses perfis descrevem como as notificações se distribuem. O estudo não investigou as causas das diferenças entre as faixas e não as atribui a nenhum fator, como o tipo de medicamento em uso, a guarda em casa ou o acesso aos serviços.

Entre os idosos, a participação da automedicação (de 7,3% a 8,4% a partir dos 60 anos) e a letalidade (de 1,93% a 2,65%) foram mais altas que nas demais faixas. Em crianças de 1 a 4 anos, 81,8% das notificações foram acidentais. Esses números sugerem que mensagens de prevenção tenham alvos diferentes por faixa etária, como a revisão periódica dos medicamentos entre idosos e a guarda segura em casas com crianças. São implicações práticas que dependem de estudos de intervenção para saber se funcionam, e este estudo não as testou.

As consequências do uso sem orientação aparecem nos dados de forma parcial. A literatura aponta mascaramento de doenças, reações adversas, interações e intoxicações (REZENDE GS e PINTO JC, 2025), e o Sinan registrou 34.111 notificações de reação adversa e 9.880 casos de cura com sequela, além dos 152 óbitos por intoxicação na automedicação. Esses números são o que o sistema registrou, e o consumo que não gera atendimento não entra na conta. A queda de 25,9% em 2020 coincide com o primeiro ano da pandemia de covid-19, mas este estudo não testa explicações, e o mesmo vale para a alta de 24,3% em 2023.

Lidos em conjunto, os dois conjuntos de dados mostram dois fenômenos que não se tocam nos números deste estudo. De um lado, há uma propaganda digital de medicamentos de venda livre conduzida pela indústria, em vídeo, e um debate sobre produtos de prescrição que circula por profissionais, clínicas e perfis comerciais. De outro, há notificações de intoxicação que crescem e que, em sua maior parte, registram tentativas de suicídio. A automedicação aparece em uma fração estável das notificações, entre 5,2% e 6,5% ao ano. A leitura conjunta

serve para situar o problema e para formular perguntas de pesquisa. Ela não serve para afirmar que um fenômeno explica o outro.

Três implicações práticas decorrem dos resultados, e nenhuma foi testada neste estudo. A primeira é regulatória, pois a Lei 9.294/1996 e a RDC 96/2008 são anteriores às redes sociais, e peças em vídeo, parcerias com perfis pessoais e conteúdo de profissionais exigem critérios próprios (MIGALHAS, 2024). A segunda é de vigilância, já que a Biblioteca de Anúncios da Meta é pública e permite acompanhar campanhas por marca, anunciante e data. A terceira é de prática profissional e de educação em saúde, com orientação do farmacêutico na dispensação e mensagens por faixa etária.

Na prática, o monitoramento sugerido teria passos simples. A vigilância sanitária definiria uma lista de marcas e princípios ativos, consultaria a biblioteca em datas fixas, guardaria o identificador de cada anúncio e registraria o anunciante, o formato e o texto. Em seguida, a equipe analisaria a imagem e o vídeo com a lista de exigências da RDC 96/2008, passo que este estudo não deu. Com esse registro, seria possível comparar campanhas ao longo do tempo e apontar peças para análise individual, sem concluir sobre infração antes dessa análise.

Este estudo tem limitações, e cada uma delimita o que as conclusões sustentam. A amostra de anúncios reuniu os primeiros resultados por impressões em um único dia, não é aleatória nem censitária e depende do termo buscado, o que favorece marcas com muitas versões do mesmo criativo. Por isso, as conclusões valem para o conjunto recuperado. Só Facebook e Instagram foram cobertos, e a análise usou o texto e não a imagem ou o vídeo, de modo que as conclusões não incluem conformidade legal. A releitura das peças de canetas alcançou 39 das 47, e a releitura indicou diferença de classificação do anunciante em pelo menos uma peça, o que mostra a subjetividade de classificar pelo nome do perfil. Não houve dados de alcance ou de público exposto, e por isso as conclusões não tratam de efeito da propaganda.

Os dados do Sinan são ecológicos, cobrem um período diferente do da coleta de anúncios, sofrem subnotificação, têm 2023 e 2024 sujeitos a revisão e trazem 16,3% de evolução ignorada ou em branco. As conclusões sobre as notificações valem para o que foi registrado e não para toda a população. O teste de associação cobriu 91,6% das notificações, e outras escolhas de circunstâncias poderiam mudar os percentuais por faixa. Estudos futuros precisam analisar a imagem e o vídeo das peças segundo a RDC 96/2008, incluir outras plataformas, repetir a coleta ao longo do tempo e investigar diretamente a exposição à propaganda e o comportamento de uso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo foi caracterizar a propaganda de medicamentos nas redes da Meta e descrever as intoxicações medicamentosas notificadas no Sinan. Dos 134 anúncios analisados, 49,3% partiram da indústria, quase todos de medicamentos isentos de prescrição, e 67,2% eram vídeos. Entre as 47 peças com os termos Ozempic ou Mounjaro, nenhuma partiu da indústria, 11 anunciavam produtos alternativos que usam o nome do medicamento e, entre as 39 relidas, 24 traziam conteúdo informativo ou de alerta de profissionais. No Sinan, 70,2% das 885.631 notificações de 2015 a 2024 foram tentativas de suicídio e 5,6% foram automedicação, com letalidade de 0,31% nesta última, e a circunstância se associou à faixa etária.

O estudo caracteriza a propaganda digital e não demonstra o efeito dela. Os dados não provam que a propaganda causa automedicação ou intoxicação, porque as fontes não foram cruzadas, cobrem períodos diferentes e não informam exposição nem comportamento. Como implicações, os resultados apoiam o monitoramento sistemático das redes pela vigilância sanitária, a atualização da regulação para as mídias digitais e a orientação farmacêutica sobre o uso racional, com mensagens ajustadas a cada faixa etária. Nenhuma dessas medidas foi testada aqui.

A contribuição do estudo é principalmente descritiva e de método. A Biblioteca de Anúncios da Meta e o Sinan são fontes públicas e permitem montar um retrato reproduzível da propaganda e das intoxicações sem custo de coleta, e os identificadores das peças e o código da análise ficam arquivados para conferência. Os próximos passos são analisar a imagem e o vídeo das peças segundo a RDC 96/2008, incluir outras plataformas e investigar, em inquéritos com a população, a exposição à propaganda e o comportamento de uso.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA GOV. Anvisa proíbe propaganda de caneta emagrecedora de tarjas vermelha e preta. Brasília: Empresa Brasil de Comunicação, 25 set. 2026. Disponível em: https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202609/anvisa-proibe-propaganda-da-caneta-semavy. Acesso em: 22 out. 2026.

AZEVEDO MC, SANTOS RP, MENEZES ACPM. Influência da propaganda na automedicação entre a população de Vitória da Conquista. Id on Line Revista de Psicologia, 2023; 17(65): 383-396.

BATISTA AM, CARVALHO MCRD. Avaliação da propaganda de medicamentos veiculada em emissoras de rádio. Ciência & Saúde Coletiva, 2013; 18(2): 553-561.

BRASIL. Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976. Dispõe sobre a Vigilância Sanitária a que ficam sujeitos os Medicamentos, as Drogas, os Insumos Farmacêuticos e Correlatos, Cosméticos, Saneantes e Outros Produtos, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 1976.

BRASIL. Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, derivados do tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal. Diário Oficial da União, Brasília, 1996.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada RDC nº 96, de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos. Diário Oficial da União, Brasília, 2008.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana. Diário Oficial da União, Brasília, 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. DATASUS. TabNet: Intoxicação Exógena, notificações registradas no Sinan Net, Brasil. Brasília: Ministério da Saúde, 2026. Disponível em: http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?sinannet/cnv/Intoxbr.def. Acesso em: 22 out. 2026.

CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. Pesquisa revela que 9 entre 10 brasileiros se automedicam. Brasília: CFF, 23 abr. 2024. Disponível em: https://site.cff.org.br/noticia/Noticias-gerais/23/04/2024/pesquisa-revela-que-9-entre-10-brasileiros-se-automedicam. Acesso em: 22 out. 2026.

COSTA JUNIOR VS, OLIVEIRA ALR, AMORIM AT. Media-influenced self-medication in Brazil. Research, Society and Development, 2022; 11(8): e11011830678.

D'ÁVILA BSS, ANDRADE LG. A influência da publicidade na automedicação. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, 2023; 9(4): 9447-9458.

DOMINGUES PHF, et al. Prevalence of self-medication in the adult population of Brazil: a systematic review. Revista de Saúde Pública, 2015; 49: 36.

MATHIAS TL, GUIDONI CM, GIROTTO E. Tendências de eventos toxicológicos relacionados a medicamentos atendidos por um Centro de Informações Toxicológicas. Revista Brasileira de Epidemiologia, 2019; 22: e190018.

META. Biblioteca de Anúncios. Menlo Park: Meta Platforms, 2026. Disponível em: https://www.facebook.com/ads/library/. Acesso em: 22 out. 2026.

MIGALHAS. Para STJ, Anvisa extrapolou competência ao restringir propaganda de remédio. 26 ago. 2024. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/quentes/413941/stj-anvisa-nao-pode-restringir-propaganda-de-medicamentos. Acesso em: 22 out. 2026.

NASCIMENTO AC. Medication advertising in Brazil: can it be regulated? Ciência & Saúde Coletiva, 2009; 14(3): 869-877.

REZENDE GS, PINTO JC. Self-medication and its impacts on public health in Brazil. Research, Society and Development, 2025; 14(5): e3514548627.

TIMÓTEO MVF, et al. Overview of intoxications associated with the use of medicines registered in Brazil. Research, Society and Development, 2020; 9(4): e142942993.

WZOREK LF, CORRER CJ, TRINDADE ACB, PONTAROLO R. Analysis of medicine advertisement produced in Brazil. Pharmacy Practice, 2007; 5(3): 105-108. DOI: 10.4321/s1886-36552007000300002.