

## O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO TRATAMENTO DA ACNE VULGAR

*Yzadora Vitória Nunes Lima<sup>1</sup>, Ana Clara de Oliveira Boeing<sup>2</sup>, Rubens Pontello Junior<sup>3</sup>,  
Tânia Maria Gomes da Silva<sup>4</sup> Lucas França Garcia<sup>5</sup>*

<sup>1</sup>Acadêmica do Curso de Medicina, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. yzadoravittorialima@hotmail.com

<sup>2</sup>Acadêmica do Curso de Medicina, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. aboeing474@gmail.com

<sup>3</sup>Co-Orientador, Médico Especialista em Dermatologia pela Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), Membro externo rubensjr@institutopontello.com.br

<sup>4</sup>Orientadora, Doutora em História pela UFPR, Professora do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação - ICETI. tania.gomes@unicesumar.edu.br.

<sup>5</sup>Co-Orientador, Doutor em Ciências Médicas (Bioética) pela UFRGS, Professor do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisador do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação - ICETI. lucas.garcia@docentes.unicesumar.edu.br

### RESUMO

Este trabalho tem como objetivo caracterizar a influência das mídias sociais na escolha do tratamento da Acne Vulgar sem orientação médica, identificar possíveis complicações do manejo inadequado do tratamento, bem como detectar qual a mídia social é mais influente para esta finalidade e a qualidade de vida do paciente com esta condição. Trata-se de um estudo transversal descritivo de abordagem quantitativa, cuja amostra será composta por maiores de 18 anos, usuários de mídias sociais. A coleta de dados será feita através da divulgação de um questionário autoaplicável *online* pela plataforma *Google forms*, sendo esta coleta estendida por 60 dias após a aprovação pelo comitê de ética em pesquisa (CEP). Também será aplicado o questionário “Índice de Qualidade de Vida em Dermatologia - DLQI-BRA”. Todos os integrantes do estudo assinarão o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O formulário permitirá identificar os participantes quanto ao sexo, escolaridade e faixa etária; compreender quais são seus conhecimentos acerca da acne; verificar a influências das mídias sociais sobre o manejo da acne vulgar; identificar as complicações resultantes de procedimentos de automedicação em consequência de influência das mídias sociais. Os dados serão contabilizados e tabulados em um documento “*excel*” e analisados conforme estatística descritiva. Espera-se que a quantidade de complicações por manejo sem orientação médica seja proporcional ao número de pacientes que realizam a automedicação. Também é esperado que a mídia social seja a principal influência para a automedicação e que este esteja diretamente relacionado a um baixo grau de satisfação e qualidade de vida em pacientes com Acne Vulgar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Acne; Automedicação; Dermatologia; Redes Sociais; Qualidade de vida.

### 1 INTRODUÇÃO

O padrão de beleza vigente em qualquer sociedade é sempre construído de acordo com a cultura e os valores sociais, variáveis de uma região para outra. A ideia do que seja “ser belo/a” sempre foi propagada pelas mídias tradicionais, mas, contemporaneamente, com o advento das redes sociais virtuais esta influência se potencializou (SILVA *et al.*, 2018).

O ambiente virtual possibilitou a interação entre vendedor e consumidor e até mesmo entre os próprios consumidores em comunidades criadas nas redes sociais, onde compartilham suas experiências e recomendações de produtos de beleza, procedimentos estéticos e até mesmo incentivando o uso de medicamentos sem orientação médica (MOTA; BITTENCOURT; VIANA, 2015)

Grandes marcas comerciais do mundo da beleza estão adotando uma estratégia de marketing diferente do usual, isto é, buscando levar o consumidor a escolher um produto em razão da simpatia pelo influenciador digital, buscando dar ao consumidor um sentimento de participação mais ativa no processo de escolha. Assim, num cenário em que as mídias sociais são amplamente acessíveis há cada vez maior valorização da disseminação de um modelo de “beleza ideal”. No que diz respeito à pele, por exemplo, a mensagem predominante é que esta, para ser bela, deve ser uniforme e livre de imperfeições.

A pele, além de suas funções biológicas como órgão protetor contra agressões externas, também desempenha um papel social, sendo um importante meio de expressão cultural e individual. Com o enaltecimento da aparência externa, as pessoas cujas peles apresentam lesões, como a acne vulgar, têm um grande impacto psicológico, gerando distúrbios emocionais como vergonha, baixa autoestima, ansiedade e depressão. (KENDRE; KARIYA; PATEL, 2020)

A acne vulgar é uma das queixas dermatológicas mais comuns na rotina ambulatorial, sendo mais prevalente em adolescentes em fase puberal (95%) e com uma crescente prevalência entre adultos, principalmente mulheres, representando um impacto psicossocial e emocional em cerca de 40% dessa população (SKROZA, *et. al*, 2018 ). Trata-se de uma doença multifatorial crônica do folículo pilossebáceo que tem como resultado formações não inflamatórias, como os comedões, ou formações inflamatórias, que incluem pápulas, pústulas e lesões nodulocísticas (DRENO *et al*, 2019 )

Como uma doença multifatorial, a etiopatogenia da acne é complexa e envolve diversos fatores genéticos e ambientais, como tabagismo, presença de antígenos bacterianos no folículo pilossebáceo, dieta lipídica, interação com neuropeptídeos, desregulação do microambiente hormonal da pele, hiperplasia de glândulas sebáceas gerando seborreia, alterações da composição de ácidos graxos do sebo, inflamação e disfunção da imunidade inata e adaptativa. De acordo com Zouboulis (2020, p. 841), essas interações e desregulações no folículo piloso são responsáveis pela transformação de microcomedões fisiológicos para comedões e outras lesões inflamatórias.

De acordo com estudo de Gollnick *et al.*(2008), a acne é uma doença incompreendida tanto por médicos quanto pela população geral, sendo encarada como um acometimento simples, autolimitado e restrita à população púbere. A negligência da seriedade da acne vulgar junto ao sentimento de insatisfação com a autoimagem do paciente e o anseio por um tratamento imediato predispõe o paciente à tentativa de encontrar uma resolução por vias não confiáveis, como dicas de influenciadores digitais, experiências compartilhadas em grupos de redes sociais, e recomendações de produtos e medicamentos por pessoas pouco capacitadas. (Gollnick *et al.* 2008)

Estudo realizado no ambulatório de dermatologia da *West Virginia University*, explorou a relação do sucesso de tratamento da acne vulgar em pacientes usuários de redes sociais e identificou que entre os entrevistados, 45% utilizam as redes sociais como primeira fonte de recomendações de produtos para o manejo da doença. Dentre esses entrevistados, 81% utilizavam produtos de venda livre como cosméticos e apenas 7% relataram melhora significativa das lesões de pele (YOUSAF, *et al.* 2020)

A automedicação, definida como uso de medicamentos sem prescrição médica, é uma prática cada vez mais presente entre pacientes com acne vulgar. Na dermatologia, frequentemente encontra-se pacientes com complicações decorrentes do uso sem orientação médica de esteroides tópicos potentes, sendo este um grande problema a ser enfrentado. Pesquisa de Khalid e Iqbal (2010, p.11), composta por 150 pacientes com diagnóstico de acne vulgar, revelou que 77% deles praticavam automedicação, sendo que todos utilizavam medicações tópicas e cerca de 15% associavam algum tipo de tratamento sistêmico sem prescrição médica.

O presente trabalho tem como objetivo geral caracterizar a influência das mídias sociais no tratamento adequado da acne. Como objetivos específicos, busca-se: Verificar o impacto da Acne Vulgar na qualidade de vida dos pacientes, bem como seu entendimento sobre a doença; Identificar a motivação pela busca de recomendações de tratamento da Acne Vulgar pelas mídias sociais, e detectar quais as redes sociais mais influentes para esse fim e; Identificar o grau de satisfação do tratamento, bem como, possíveis complicações de tratamentos assumidos sem orientação médica.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo transversal descritivo com abordagem quantitativa. A amostra será composta por pessoas usuárias de mídias sociais. A coleta será feita por via remota através de um formulário autoaplicável digital na plataforma *Google forms*, sendo composto por uma página para assinatura e consentimento do TCLE e outra página para a coleta de dados da pesquisa. Para a obtenção da amostra a coleta será estendida por 60 dias, após a aprovação do projeto pelo comitê de ética em pesquisa (CEP). Nessa investigação, será incluído os seguintes instrumentos de avaliação através do questionário autoaplicável:

- Identificação: será coletado através de idade, sexo e grau de escolaridade;
- Conhecimentos gerais sobre Acne Vulgar: incluirá perguntas se o entrevistado considera a acne uma doença e se declara portador de Acne Vulgar;
- Identificação de possível influência das mídias sociais para o manejo correto da Acne Vulgar: questionar se houve auto prescrição por indicações das redes sociais; qual a mídia social utilizada para esta finalidade (televisão, revistas, internet, outros); qual a rede social mais utilizada para este fim (WhatsApp, Facebook, Instagram, outros); A quem o entrevistado geralmente recorre para pegar indicações sobre medicamentos ou produtos destinados à acne (amigos próximos, familiares, grupos de redes sociais, influenciador digital, esteticistas, dermatologistas);
- Questionamentos sobre como a acne está sendo conduzida pelo paciente: será perguntado a frequência de consultas dermatológicas; qual o medicamento ou produto atualmente usado para tratar a acne e; Grau de satisfação do tratamento atualmente usado;
- Identificação complicações por procedimentos ou automedicação por influência das mídias sociais: será questionado qual foi a complicação; qual foi o procedimento/produto que gerou a complicação;
- Aplicação do questionário “Índice de Qualidade de Vida em Dermatologia – DLQI-BRA”, O questionário composto por 10 perguntas avalia o quanto o problema de pele interfere na qualidade de vida e nas atividades diárias do paciente durante a semana que passou.

Os dados coletados serão contabilizados e inclusos em um documento “*excel*”, sendo excluídos os menores de idade e os formulários que não apresentarem assinatura do TCLE.

A pesquisa atenderá todos os preceitos éticos conforme resolução 466 de 2012, passando pela avaliação e aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa com Seres Humanos (CEP) da Universidade Cesumar (UniCesumar). Todos os participantes da pesquisa serão informados através da leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

## 3 RESULTADO ESPERADO

Com esse trabalho espera-se que o número de pacientes que realizam automedicação para manejo de acne seja proporcional à frequência de complicações por uso indevido de medicações tópicas e sistêmicas. Além disso, espera-se que as mídias sociais sejam a principal fonte de influência para a adesão à conduta medicamentosa da Acne Vulgar sem orientação médica. Por fim, espera-se baixo grau de satisfação e qualidade de vida em pacientes que praticam automedicação para Acne Vulgar

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tratamento inadequado da acne vulgar sob influência do que é propagado nas mídias sociais, podem causar complicações físicas, como reações adversas à produtos sem recomendação médica, piora da inflamação, formação de cicatrizes e manchas indesejáveis, intensificando ainda mais a insegurança em relação a autoimagem, bem como, sintomas de ansiedade e depressão. Por esse motivo, é imprescindível compreender o impacto das mídias sociais no tratamento da acne vulgar, e identificar as causas da negligência ao tratamento médico, a fim de estabelecer estratégias que aumentem a adesão do paciente ao tratamento sob cuidado de um profissional especializado. É importante também aumentar a fiscalização nas mídias sociais sobre o que é propagado como “tratamento para acne” prevenindo assim, futuros danos por terapias baseadas em informações equivocadas das redes sociais.

## REFERÊNCIAS

- DRENO, B. *et al*, Acne relapses: impact on quality of life and productivity, **Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology**, v. 33, n. 5, p. 937–943, 2019.
- GOLLNICK H.P.; FINLAY A.Y.; SHEAR N. Can we define acne as a chronic disease?. **American Journal of Clinical Dermatology**, v. 9, n. 5, p. 279-284, 2008.
- KANDRE D. D.; KARIYA, M. M.; PATEL, A. V. Prevalence of stress, anxiety and depression in patients of Acne vulgaris, **IP Indian Journal of Clinical and Experimental Dermatology**, v. 6, n. 3, p. 243-248, 2020.
- KHALID, T.; IQBAL, T. Trends of self medication in patients with acne vulgaris, **Journal of University Medical & Dental College**, v. 1, n. 1, p. 10-13, 2010.
- MOTA, B. S.; BITTENCOURT, M.; VIANA, P. M. F. A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **E-Compós**, v. 17, n. 3, 2015.
- SILVA, Ana Flávia de Sousa *et al*. Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre O Corpo E O Comer Dos Seguidores, **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 13, n. 2, 2018.
- SKROZA, N. *et al*. Adult acne versus adolescent acne: a retrospective study of 1,167 Patients, **The Journal of clinical and aesthetic dermatology**, v. 11, n. 1, p. 21–25, 2018.
- YOUSAF, Ahmed *et al*. The influence of social media on acne treatment: a cross-sectional survey, **Pediatric Dermatology**, v. 37, n. 2, p. 301-304, 2020.
- ZOUBOULIS, C. C., Endocrinology and immunology of acne: Two sides of the same coin, **Experimental Dermatology**, v. 29, n. 9, p. 840–859, 2020.