

INFLUENCERS E SAÚDE: COMO A DESINFORMAÇÃO SOBRE O OZEMPIC NAS REDES SOCIAIS ESTÁ AFETANDO A SAÚDE PÚBLICA

Ritiele Castro Albino¹, Andressa Marques Pereira², Anderson Morais Ocampo³, Jordana Jéssika Barbosa⁴, Fabiana Cristina Ferreira⁵, Marlon Costa Oliveira⁶

1 Graduada, Afya Centro Universitário São Lucas,
ritielyalbino9@gmail.com

2 Graduada Afya Centro Universitário São Lucas,
andressa.pvh90@gmail.com

3 Graduando, Afya Centro Universitário São Lucas,
a.morais2014@gmail.com

4 Graduada, Afya Centro Universitário São Lucas,
jordanalore@gmail.com

5 Graduada, Afya Centro Universitário São Lucas,
anexperes@gmail.com

6 Graduando, Afya Centro Universitário São Lucas,
marloncosta.pvh@gmail.com

INTRODUÇÃO: Atualmente, com o acesso facilitado à informação pela internet e pelas redes sociais, observa-se um crescimento expressivo da prática da automedicação, influenciada por conteúdos compartilhados de forma rápida e massiva em plataformas como Instagram, TikTok e X. Nessas redes, temas relacionados à saúde física, mental e, principalmente, aos padrões estéticos de emagrecimento vêm sendo amplamente divulgados, muitas vezes de maneira distorcida e sem embasamento científico. Nesse cenário, o Ozempic, medicamento originalmente indicado para o tratamento do diabetes tipo 2, ganhou destaque por ter como efeito secundário a redução do apetite e, conseqüentemente, da perda de peso. Seu princípio ativo, a semaglutida, age no controle da glicemia e promove saciedade, o que ampliou sua popularidade fora do contexto clínico para o qual foi desenvolvido. Influenciadores digitais, em

busca de engajamento, passaram a relatar experiências pessoais com o uso do Ozempic, destacando unicamente os resultados estéticos, sem esclarecer riscos ou efeitos adversos. Essa prática levou a um aumento expressivo da procura e do consumo do medicamento por pessoas sem diabetes, muitas vezes sem prescrição médica. Além dos efeitos colaterais mais comuns, como náuseas, vômitos, diarreia, dor abdominal e constipação, há riscos graves associados, incluindo pancreatite, hipoglicemia, desidratação severa e alterações na glândula tireoide. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) já se posicionou contra o uso estético da semaglutida, justamente por questões de segurança, eficácia e pelo impacto na saúde pública. O aumento da demanda irregular não apenas expôs usuários a riscos clínicos, mas também gerou desabastecimento do medicamento em farmácias, prejudicando pacientes diabéticos que dependem dele para controle de sua condição. Mais recentemente, o fenômeno se expandiu com a chegada de outros fármacos da mesma classe, como a tirzepatida (Mounjaro), também alvo de divulgação em massa como estratégia de emagrecimento rápido. **OBJETIVO:** Analisar o impacto da promoção do Ozempic por influenciadores digitais na saúde pública, considerando tanto os efeitos individuais decorrentes do uso inadequado do medicamento quanto os efeitos coletivos, como o desabastecimento e a normalização da automedicação. **MATERIAL E METODOLOGIA:** A coleta de dados incluiu análise qualitativa de conteúdos sobre saúde publicados no TikTok, Instagram e X, filtrados pelas hashtags #autodiagnóstico, #emagrecimento e #ozempic. Também foram consideradas interações registradas em ferramentas de inteligência artificial, como o ChatGPT, nas quais usuários buscavam esclarecimentos sobre sintomas e uso do fármaco. **RESULTADOS E DISCUSSÃO:** Os resultados evidenciaram que cerca de 60% das publicações analisadas estimulavam o consumo do medicamento para fins estéticos, omitindo riscos ou a necessidade de acompanhamento médico. Dados de mercado apontaram crescimento superior a 70% nas vendas em 2023, associado ao aumento de relatos de efeitos adversos, como náuseas persistentes, hipoglicemia e desidratação grave. Profissionais de saúde entrevistados reforçaram a dificuldade em combater a desinformação diante da influência e alcance das mídias digitais, evidenciando a necessidade de estratégias de intervenção que incluam regulamentação, campanhas educativas e valorização da prescrição médica responsável. **CONCLUSÃO:** Torna-se evidente a necessidade de estratégias que aliem regulamentação mais rígida sobre a propaganda de medicamentos nas redes sociais, campanhas educativas de conscientização e valorização da prescrição médica responsável. A desinformação em torno do Ozempic não apenas afeta a saúde de indivíduos que recorrem a soluções rápidas e potencialmente perigosas, mas também impõe desafios ao

sistema de saúde, que precisa lidar com os impactos clínicos e sociais da banalização de fármacos de uso restrito.

Palavras-chave: Automedicação. Desinformação digital. Emagrecimento. Ozempic. Saúde Pública.