

Fotoprotetores: perfil de conhecimento e indicações por balconistas de farmácia

Sunscreens: profile of knowledge and designations by pharmacy clerk

Maria Célia Franco Issa^{1*}, Fernanda de Castro Nascimento¹, Maria Laura Coltri Pomini¹, Carolina Gawlinski Franchi¹, Fernanda Malvestio de-Faria¹, Caroline Piovesana Garutti¹, Sergio Derlot²

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi avaliar como os chamados "balconistas" de farmácia indicam os fatores de proteção solar (FPS). Com esta finalidade, foi feito um questionário composto de 10 perguntas com múltiplas possibilidades de repostas e de 3 questões abertas, que foram respondidas por 30 "balconistas" escolhidos de maneira aleatória, sendo graduados ou não. Os resultados mostraram que o valor do FPS e que o tipo de pele foram os fatores mais importantes na indicação do FPS, ambos com 26% das respostas. Em relação ao preço, em 82% variou entre R\$30 e R\$70 reais. Os veículos preferidos foram, em sua grande maioria, os de toque seco e em gel creme. Para peles tipo 1 de Fitzpatrick e crianças foram indicados FPS 60 (42 e 55% respectivamente) e FPS 30 para as peles do tipo 5, em 80% dos casos. Nossos dados demonstram uma correta indicação por estes profissionais, com valorização do FPS e da cor de pele, além de serem indicações em veículos cosmeticamente mais aceitos e concordante com dados de literatura.

Palavras-chave: Protetores Solares; Pele; Dermatologia.

ABSTRACT

The objective of this work was to evaluate how the so-called pharmacy clerks indicate the sun protection factors (SPF). For this purpose, a questionnaire was made up of 10 questions with multiple possibilities of answers and 3 open questions, which were answered by 30 randomly selected "clerks", whether graduated or not. The results showed that SPF value and skin type were the most important factors in SPF indication, both with 26% of responses. Regarding the price, in 82% ranged between \$ 30 and \$ 70 reais. Most preferred vehicles were dry-touch and cream-gel vehicles. For Fitzpatrick type 1 skins and children, FPS 60 were indicated (42 and 55% respectively) and FPS 30 for type 5 skins, in 80% of cases. Our data show a correct indication by these professionals, with valorization of SPF and skin color, besides being indications in cosmetically accepted vehicles and in agreement with literature data

Keywords: Skin; Sun Protection Factor; Dermatology.

¹ Universidade de Araraquara, Estudante - Araraquara - São Paulo - Brasil.

² Universidade de Araraquara, Chefe do departamento de Dermatologia - Araraquara - São Paulo - Brasil.

Instituição:

Universidade de Araraquara, Estudante - Araraquara - São Paulo - Brasil.

* Autor Correspondente:

Maria Célia Franco Issa

E-mail: mc_issa@hotmail.com

Recebido em: 24/09/2019.

Aprovado em: 12/03/2020.

INTRODUÇÃO

A exposição à radiação ultra-violeta (UV) é um dos principais fatores de risco modificáveis para o dano actínico. Deste modo, a educação do paciente em relação à proteção da pele e ao uso de filtro solar é de grande importância para a saúde pública. Para melhor entender as práticas do paciente em relação ao uso de fotoprotetores, analisamos a indicação destes produtos por “balconistas” de farmácias, pois estes profissionais influenciam a escolha dos consumidores.³

OBJETIVOS

Verificar como os chamados “balconistas de farmácia”, ou seja, profissionais farmacêuticos ou vendedores, indicam o uso de fotoprotetores.

MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética, nº CAAE 80186217.4.0000.5383. Todos receberam e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido entregue pelos entrevistados.

A coleta de dados foi realizada com “balconistas” de farmácia durante o mês de dezembro de 2017. A amostra foi aleatória e composta por 30 balconistas, farmacêuticos ou vendedores, tanto do sexo feminino quanto masculino e com idades variadas. O questionário foi composto de 10 perguntas com múltiplas possibilidades de respostas e de 3 questões abertas.

Deste questionário, por relevância estatística ou para discussão, foram resumidos e aproveitadas as perguntas 1, 2 e 3, condensadas em único painel, e as perguntas 4, 7, 8, 11, 12 e 13, apresentadas na tabela 1. Como o questionário não restringia o número de alternativas por questão, em algumas foram escolhidas mais que uma alternativa.

RESULTADOS

Os dados estão expressos na tabela 1. Os fatores mais importantes para a indicação do FPS foram seu valor de proteção UVB e o tipo de pele com 26% em ambos, além do tipo de exposição solar em 18% e cor da pele em 13%. Em relação ao preço dos produtos, a maior frequência de indicação ocorreu em intervalo entre R\$30 e R\$70 reais em 82%. Quanto ao veículo, a maior indicação foi de toque seco ou gel creme em 88% frente a todos outros veículos perguntados.

Quanto ao tipo de pele, em 63% das repostas predominou a pele oleosa. As indicações de FPS para peles do tipo 1 de Fitzpatrick, em 80% das respostas, ficaram entre 60 e 70, para peles do tipo 5, 80% das indicações foram de FPS 30 e, para crianças, o FPS 60 foi o mais indicado, em 55% das vezes.

DISCUSSÃO – CONCLUSÃO

Nosso estudo se baseou na premissa de que boa parte das indicações de filtro solares fora da linha de venda livre ou OTC (*over-the-counter*) são realizadas pelos próprios balconistas de farmácia e, a partir deste fato, comparar esta realidade com dados de outros estudos. Trabalhos sobre consumo mostraram que 40% dos produtos de venda da

Tabela 1. Frequência das respostas dadas pelos balconistas às 13 questões do questionário aplicado.

Análise das Questões		
Alternativas	F	P
Fator importante ao indicar filtro solar		
Tipo de pele	23	26%
Idade	5	6%
Cor da pele	12	13%
Marca do Produto	3	3%
Tipo de Exposição Solar	16	18%
Preço	3	3%
Sexo	0	0%
Veículo	1	1%
Fator de Proteção Solar (FPS)	23	26%
Princ. At Ass. aos Fotoprotetores	4	4%
TOTAL	90	100%
Tipo de pele que mais se vende filtro solar		
Oleosa	20	63%
Seca	3	9%
Mista	7	22%
Alérgica	0	0%
Sensível	2	6%
TOTAL	32	100%
Faixa de preço mais indicada para filtro solar		
Menos de 30 reais	0	0
30 a 50 reais	12	38%
50 a 70 reais	14	44%
70 a 100 reais	6	19%
100 a 150 reais	0	0%
150 a 200 reais	0	0%
TOTAL	32	100%
Tipo de veículo fotoprotetor mais indicado		
Creme	3	9%
Toque Seco	21	62%
Gel-Creme	9	26%
Gel	0	0%
Líquido	0	0%
Mousse	0	0%
Spray	0	0%
Pomada	0	0%
Loção Cremosa	1	3%
TOTAL	34	100%
Fator de Proteção Solar mais vendido		
FPS 2	0	0%

Continua...

Continuação...

FPS 15	0	0%
FPS 30	14	41%
FPS 45	2	6%
FPS 60	17	50%
FPS 70	1	3%
FPS 90	0	0%
TOTAL	34	100%

Princípio ativo importante ao recomendar filtro solar

Antioleosidade	13	36%
Antioxidantes	3	8%
Reparador de DNA	0	0%
Hidratante	3	8%
Anticancerígeno	10	28%
Clareador	0	0%
Anti-Envelhecimento	7	19%
Outros	0	0%
TOTAL	36	100%

FPS mais indicado para pele do tipo I, segundo a escala de Fitzpatrick

FPS 100	0	0%
FPS 90	1	3%
FPS 70	13	39%
FPS 60	14	42%
FPS 50	3	9%
FPS 45	1	3%
FPS 30	1	3%
TOTAL	33	100%

FPS recomendado a uma pessoa de pele do tipo V, segundo a escala de Fitzpatrick

FPS 60	2	7%
FPS 50	1	3%
FPS 45	2	7%
FPS 30	24	80%
FPS 15	1	3%
TOTAL	30	100%

FPS mais indicado a uma criança de 2 a 8 anos

FPS 100	0	0%
FPS 70	5	16%
FPS 60	17	55%
FPS 50	3	10%
FPS 45	1	3%
FPS 30	4	13%
FPS 15	1	3%
TOTAL	31	100%

linha OTC de FPS em grande redes de lojas Americanas não atendiam as recomendações da Academia Americana de Dermatologia, ou seja, FPS ≥ 30 , amplo espectro e resistência a água.⁷ Outro trabalho de 2017 demonstrou que somente 72,9% dos FPS vendidos em redes varejistas atendiam a estes critérios.⁵

Em nosso estudo, o fator mais importantes para a indicação do FPS foi sua correlação com o tipo de pele, sempre dentre os fatores mínimos estabelecidos pela AAD. Portanto, neste aspecto, pode ser que a venda orientada por profissional seja mais correta que a venda livre. Já estudo realizado na cidade de Maringá-PR mostrou a correta indicação de FPS, entrevistando grupo de profissionais de estética.⁴

Por outro lado, a indicação de produtos farmacêuticos tendem a ter custos mais elevados que nas redes varejistas. Um trabalho realizado em países da América Latina em 2014 demonstrava que os FPS da linha OTC ofertados em grandes magazines podem ser mais baratos e oferecerem proteção segura. Nossa pesquisa mostra indicação de FPS na grande maioria entre R\$30 e R\$70 reais, mas sem especificar quantidade do produto, que pode variar de 30 a 200 ml ou mais.²

Estudo de 2011 mostrou custo médio em países Europeus e nos EUA de 1,7 dólares americanos por 10 ml.⁶ Nossos dados mostram indicação correta de proteção, com 91% de indicação de FPS entre 30 e 60, como no indicado no consenso Brasileiro sobre fotoproteção. Porém, outros fatores como quantidade a ser aplicada em cada segmento corporal não foram questionados. Em relação ao veículo, 60% em toque seco e 26% em gel creme.

Em estudo clínico, comparando a aplicação em meia face, já mostrava preferência de veículos em spray alcoólico pelos homens e loção com dimeticona nas mulheres por serem menos oleoso, menos propenso a formar filme e menos propenso a aumentar sudorese.¹

Em outro trabalho, “elegância” cosmética foi o principal fator que levou os consumidores a comprarem determinado FPS, entendendo elegância como boa absorção, não oleoso, deixar a pele lisa ao toque, hidratar, ser cheiroso, ter efeito matte e etc. Interessante notar que, pelos nossos dados, o veículo não foi fator escolhido para a indicação do filtro, apesar da escolha na pergunta sobre veículos refletir a preferência dos consumidores.⁷

Entendemos que as indicações e conhecimentos dos profissionais de farmácia são corretos, porém mais trabalhos e orientações/curso a estes profissionais devem ser realizados.

REFERÊNCIAS

1. Benjamin A. Solky, P. Kim Phillips, Leslie J. et al. Patient preferences for facial sunscreens: A split-face, randomized, blinded trial. Concord, Massachusetts, and Rochester, Minnesota. American Academy of Dermatology; 2007; 57:67-72.)
2. Castanedo J P, Diana Hernández D, Torres B. In vitro assessment of commercial sunscreens available in Latin America. Invest Clin 2014. 55(2): 142 – 154.
3. Celaj, Stela, Deng, Jie, Murphy, Brendan L. Analysis of population inquiry on practices for ultraviolet radiation protection. Dermatology Online Journal. 2017 Oct 23;P1-3.

4. Cortez D A G, Machado E S, Vermelho S C S Det al. O conhecimento e a utilização de filtro solar por profissionais da beleza. *Ciência & Saúde Coletiva*. 2016;21 (7):2267-2273.
5. Eber A.E., Walocko F.M., Tsatalis J., Perper M., Cervantes J., Choragudi S., Nouri K. Update on sunscreens distributed by major US retailers that meet American Academy of Dermatology recommendations. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 2017. 77 (2) , pp. 377-379.
6. Emmanuel Mahe, Alain Beauchet, Marie-Florence de Maleissye, et al. Are sunscreens luxury products? *J AM ACAD DERMATOL*. 2011;65(3):e73-e79.
7. Xu S, Kwa M, Agarwal A et al. Sunscreen Product Performance and Other Determinants of Consumer Preferences. *JAMA Dermatol*. 2016. pE1-E7.