

A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA NO BRASIL: CONSUMO E ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO DE MEDICAMENTOS

Gracielly Solange Schemer ¹
Rafaela Dal Piva ²
Edvaldo Tonin ³

INTRODUÇÃO

A indústria farmacêutica vem passando por transformações, mudanças e reajustes necessários para que os fármacos cheguem com mais qualidade e eficácia ao consumidor. Dessa forma, os medicamentos vêm se instaurando como produtos indispensáveis para o tratamento de doenças, passando a ser um elemento que promove saúde e maior qualidade de vida. No entanto, não para por aí, pensando em lucros o campo mercadológico se utilizam de muitas ferramentas para atrair o consumidor, através de técnicas de venda, técnicas de exposição do produto e propagandas. Dessa forma muitos pacientes por comodidade, falta de conhecimento ou por ser uma maneira mais rápida e como tentativa de acabar com o sofrimento, optam pela automedicação muitas vezes de forma abusiva. É importante ressaltar a maneira a qual os fármacos chegam ao paciente, o modo o qual é utilizado determinará seu efeito terapêutico, reações adversas e toxicidade ao usuário. Neste contexto, o objetivo deste trabalho é fazer um levantamento teórico a cerca de publicações já realizadas sobre a utilização de medicamento, as influências da indústria farmacêutica, o que possibilita que a automedicação continue acontecendo e aumentando a cada dia.

METODOLOGIA

O presente trabalho apresenta resultados decorrentes do trabalho de conclusão do curso de Farmácia, no Centro de Ensino Superior de Foz do Iguaçu (CESUFOZ, Paraná). A partir disso, questionou-se sobre a Indústria Farmacêutica e o consumo de medicação. Para a

¹ Graduanda do Curso de Farmácia no Centro de Ensino Superior - CESUFOZ, graciellyschemer@gmail.com;

² Professora co autora: Mestre, no Centro de Ensino Superior – CESUFOZ, rafaeladalpiva@yahoo.com.br

³ Professor orientador: Mestre, no Centro de Ensino Superior - CESUFOZ, edvaldosti@hotmail.com.

elaboração do trabalho foram selecionados artigos de revistas encontradas em diversas bases de dados, tais como SCIELO, Google Acadêmico, consultas aos manuais, normativas e resoluções da ANVISA e do Ministério da Saúde. O período de tempo dos artigos selecionados foi entre os anos de 1986 a 2021. Dentre os artigos que enquadram-se no tema deste trabalho, 50 artigos foram selecionados para leitura. No entanto, apenas 14 artigos foram selecionados para a composição final do trabalho.

PROCESSO HISTÓRICO DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA: UM BREVE LEVANTAMENTO TEÓRICO

Conforme Ribeiro (2006), a Indústria Brasileira e de todo o mundo passou por um período de grande impacto em sua economia no fim da década de 20, no ano de 1929, conhecida como a Grande depressão, que marcou a decadência do liberalismo financeiro. O Brasil até este momento era o líder em exportação do café, sendo assim, esta exportação era à base da economia brasileira.

Um dos fatos importantes a ser citado se refere ao posicionamento da legislação brasileira, onde estipulou em 1945 a suspensão da patente dos produtos. De acordo com Hasenclever (2002), metodologia esta que se fundou a partir da propriedade intelectual e no ano de 1969, a de processos farmacêuticos.

Neste processo, de não reconhecer patentes, a autorização da cópia se apresentava com o designo de diminuição de despesas e estimular o crescimento da pesquisa e desenvolvimento da área farmacêutica (HASENCLEVER, 2002).

É notório que, a indústria farmacêutica se transforma a cada ano, e as mudanças que ocorreram ocupam um espaço importante para o seu desenvolvimento. Um levantamento realizado no ano de 1990 mostrou todo o crescimento comercial dos fármacos em relação os produtos importados, sendo assim, tornam-se possível observar o Brasil um mercado reconhecido ao que se refere à rentabilidade (LIMA; FILHO, 2007).

Neste contexto, de 2003 até hoje muitas foram às resoluções e leis criadas, os pontos em destaque, serão citados de maneira simplificada. Em 10/05/2006 sai o decreto o qual as farmácias e drogarias podem fracionar medicações, no entanto o produto original precisa estar registrado; a resolução 499, em 17/12/2008 onde o farmacêutico transpõe a atividade de prestar serviços na farmácia; a mudanças em relação à venda de antimicrobianos, onde sua

venda será feita sob a retenção de receituário na resolução 542 em /19/01/2011; (CRF-PR, 2020).

CONSUMO DE FÁRMACOS: RESPONSABILIDADE VERSUS USO RACIONAL

A utilização de fármacos a cada dia vem se tornando um meio eficiente e eficaz, como elemento que possibilitam a diminuição do sofrimento, ou seja, uma melhor qualidade de vida ao indivíduo. Deste modo, muitas implicações relacionadas à saúde podem ser postergadas e até mesmo conter um tratamento de prevenção e cura. De modo essencial, os medicamentos influenciam de forma inerente nos cuidados, com a capacidade de quando em seu uso perspicaz o custo está acessível à efetivação do tratamento (LEITE; VIEIRA; VEBER, 2008).

Conforme a Organização Mundial de Saúde (OMS), algumas considerações precisam ser feitas para que o uso de medicamentos seja de caráter racional. No primeiro momento o uso precisa ser instituído como necessidade do usuário, seguindo esse parâmetro, que seja receitado à quantidade adequada considerando a eficácia do produto de forma segura e individual (BRASIL, 2001).

Neste contexto, uma das maiores dificuldades enfrentadas ao que se refere à medicação, é o consumo inadequado. Conforme Leite, Vieira e Veber (2008), os fármacos comercializados, numa abrangência aos que tiveram prescrição médica, dispensados ou vendidos de forma imprópria em média se resumem a mais da metade dos medicamentos utilizados, e nesse cenário, metade dos pacientes faz o uso inadequado.

De acordo com Acurio e Guimarães (2001) o uso excessivo de fármacos acontece inúmeras vezes de maneira natural, para a busca de alívio imediato e se automedicar não esperando o tempo de absorção, sendo o medicamento prescrito de forma coerente ou não, e também de forma involuntária (JARAMILLO, 2015).

Muitas são as estratégias da indústria, uma delas é a propaganda de medicamentos. Inúmeras vezes seu foco é nos benefícios que a medicação trás, deixando de lado as contra-indicações e os efeitos colaterais. Através dessas influências das mídias, sua compra passa a ser de um produto de mercado consumido como mercadoria, especificamente das pessoas que tem baixo conhecimento cultural a cerca de medicamentos (AQUINO, 2008).

ESTRATÉGIAS QUE IMPULSIONAM O CRESCIMENTO DA COMERCIALIZAÇÃO

Muitas são as práticas empreendidas pela indústria com a finalidade de alavancar as vendas. Essas variam tanto de promoções, oferta de brindes por vendas ou até mesmo por oferecer ou prescrever o medicamento, amostras sem custo financeiro para que o consumidor tenha um primeiro contato com o produto e também panfletos (TEMPORÃO, 1986).

Na área farmacêutica, de acordo com Araújo, Bochner e Nascimento (2012), todo o marketing criado pela Indústria Farmacêutica como estratégia de promover o produto, só pode ser considerada ineficaz quando extrapola os limites regidos em lei. No entanto, quando a divulgação é cheia de lacunas e informações incorretas, esse processo implica em risco sanitário.

A necessidade contínua em inovar impõe um ambiente competitivo se instaurando um ambiente importante para a economia. Conforme Carsoni, (2018) as atividades proporcionadas pelo marketing apresenta um novo padrão incentivando o consumo, onde o consumidor passa a ter a necessidade de uso o que impulsiona de forma positiva ou não a cenário terapêutico.

Diante desse cenário, os fármacos são um dos produtos de maior atividade e destaque do marketing industrial. De acordo com Azevedo e Pereira (2010), para que esse processo ocorra, é necessária uma junção de recursos, seja esses marca preço e slogan tudo que posso de alguma forma induzir o consumo, e para que ele chegue com mais precisão a massa a mídia é o produto de maior retorno financeiro.

Por se utilizar tanto os meios de comunicação para divulgação de fármacos, muita marca de produtos já conta com suas vendas garantidas. Nota-se que o mercado de medicamentos livres de prescrição que fica a disposição do consumidor é uma estratégia para o aumento do consumo (FAGUNDES et al, 2007).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O que impulsionou a realização do presente trabalho foi um pensamento sobre a influência que a indústria farmacêutica têm no consumo de medicamentos, muitas vezes abusivo, levantando a uma preocupação ao que se refere ao uso de medicamentos e quais são as estratégias adotadas pela indústria frente às transformações impulsionadas pela

comercialização. No entanto, esta influência implica em várias interfaces o que permite rever posturas adotadas por farmacêuticos, consumidores e propagandistas.

Deste modo, o estudo atendeu seu objetivo descrevendo a história da indústria farmacêutica, os tipos e estratégias adotadas para apresentar os medicamentos ao consumidor, mostrando que tais estratégias utilizadas pelas indústrias farmacêuticas na comercialização de seus produtos levam a um maior consumo de medicamentos pela população, podendo gerar seu uso irracional, causando riscos à saúde do consumidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa levou em consideração as implicações da indústria farmacêutica, o uso de medicamentos e a forma que a divulgação deles é realizada. Notou-se que seu uso indiscriminado é crescente em nossa sociedade, seja ele como forma de tratamento e prevenção de doenças ou induzido pela publicidade. Dessa forma, visualiza a necessidade de um melhor controle a cerca da dispensação de medicamentos em farmácias e drogarias, bem como o uso de propagandas por parte da indústria farmacêutica, onde as soluções para minimizar tal problema passe também pela educação e informação à população de como realizar o uso racional de medicamentos.

Palavras-chave: Indústria farmacêutica, Automedicação, Responsabilidade, Uso racional, Publicidade de medicamentos.

REFERÊNCIAS

ACURCIO, F. A. A; GUIMARÃES, M. D. C. **Utilização de medicamentos por indivíduos HIV positivos: uma abordagem qualitativa.** São Paulo: Rev. Saúde Pública, 1999.

AQUINO, D. S. **Por que o uso racional de medicamentos deve ser uma prioridade?** Rio de Janeiro: Ciência e saúde coletiva Apr, 2008.

ARAÚJO, C. P; BOCHNER, R; NASCIMENTO, A. C. **Marcos legais da propaganda de medicamentos: avanços e retrocessos.** Rio de Janeiro: Physis Revista de Saúde Coletiva, 2012.

AZEVEDO, G. S; PEREIRA, O. A. V. **Análise da publicidade das propagandas de medicamentos veiculadas em emissoras de televisão.** Minas Gerais: Farmácia & Ciência, 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Medicamentos.** Brasília: Ministério da Saúde; 2001.

CARSONI, L. M. M. **Marketing Farmacêutico: relação das publicidades televisivas com a automedicação.** Curitiba: Visão Acadêmica, 2018.

CRF- Paraná. Manual de Legislação, 2020. Disponível: <<https://crf-pr.org.br/uploads/pagina/40338/508cbU2GvRDmmspuZfNu7pBdn37DMBR.pdf>> Acesso em: 20 de abril de 2021.

FAGUNDES, M. J. D. et al. **Análise bioética da propaganda e publicidade de medicamentos.** Rio de Janeiro: *Ciência e saúde coletiva*, 2007.

HASENCLEVER, L. **Diagnóstico da indústria farmacêutica brasileira.** Rio de Janeiro: Instituto de Economia, 2002.

LEITE, S. N; VIEIRA, M; VEBER, A. P. **Estudos de utilização de medicamentos: uma síntese de artigos publicados no Brasil e América Latina.** Itajaí: *Ciência & Saúde Coletiva*, 2008.

LIMA, J. P. R; FILHO, P. F. C. **Indústria farmacêutica: a evolução recente no Brasil e o caso de Pernambuco.** *Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos*, 2007.

JARAMILLO, N, M. **Uso Racional de Medicamentos: Fundamentação em condutas terapêuticas e nos macroprocessos da Assistência Farmacêutica.** Brasília: Opas, 2015.

RIBEIRO, M. A. R. **Indústria farmacêutica na era Vargas. São Paulo 1930-1945.** São Paulo: Instituto butantan, 2006.

TEMPORÃO, J. G. **A Propaganda de Medicamentos e o Mito da Saúde.** Rio de Janeiro: Graal, 1986.