
PROMOÇÃO DE MEDICAMENTOS PELA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA: REFLEXÕES À LUZ DAS IDEIAS DE ADORNO E HORKHEIMER

Guilherme Smaniotto Tres¹
Marcel Lima Ribeiro Dantas²
Diego Phillipe De Oliveira Gordeiro³
Miler Franco D'anjour⁴

RESUMO

O uso inadequado de medicamentos gera riscos à saúde. O marketing praticado pela indústria farmacêutica estimula o consumo de medicamentos. Adorno e Horkheimer criaram o termo Indústria Cultural, o qual designa a ação do mercado em transformar bens culturais em mercadorias como estratégia de controle social por uma classe dominante. A partir disso, discutimos as novas conformações dos medicamentos na sociedade e o papel da indústria farmacêutica na alienação de seus consumidores. A promoção de medicamentos, conforme praticada pela indústria farmacêutica, distancia o medicamento do seu significado original, de curar doenças e mitigar o sofrimento humano. Transforma assim, algo que supre carências humanas em um mero produto a ser comercializado para satisfazer os interesses do capital. Em tempos de pandemia mundial causado pelo Corona vírus, este artigo é importante para debater, além do conceito de saúde estrito baseado na remediação e tecnologia, toda a amplitude do que é saúde, suas interligações e complexidade social.

Palavras-chave: Indústria Farmacêutica, Indústria Cultural, Promoção de Medicamentos, Saúde.

PROMOCIÓN DE MEDICAMENTOS POR LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA: REFLEXIONES A LA LUZ DE LAS IDEAS DE ADORNO Y HORKHEIMER

¹ Doutor em Administração na linha de Gestão Social pela UFRN. Mestre em Administração pela UNINOVE. Engenheiro de Telecomunicações pela FURB.

² Doutor em Administração na linha de Estratégia de Empresas pela UFRN. Possui graduação em Farmácia pela UFRN e em Administração - Liga de Ensino do Rio Grande do Norte. Mestre em Administração pela Universidade Potiguar.

³ Doutor em Administração na linha de Estratégia de Empresas pela UFRN. Possui graduação em Farmácia pela Universidade Potiguar e em Administração pela UFRN. Mestre em Engenharia de Produção pela UFRN. É administrador da UFRN e atualmente lotado no Instituto Metrópole Digital.

⁴ Doutor em Administração pela UFRN. Mestre em Administração pela Universidade Potiguar e graduado em Administração pela UFRN. Professor efetivo do IFRN/RN.

RESUMEN

El uso inadecuado de medicamentos genera riesgos para la salud. El marketing que practica la industria farmacéutica fomenta el consumo de medicamentos. Adorno y Horkheimer crearon el término Industria Cultural, que designa la acción del mercado en la transformación de los bienes culturales en mercancías como una estrategia de control social por parte de una clase dominante. A partir de esto, se discuten las nuevas conformaciones de los medicamentos en la sociedad y el papel de la industria farmacéutica en la alienación de sus consumidores. La promoción de los medicamentos, tal como la practica la industria farmacéutica, aleja a la medicina de su significado original, de curar enfermedades y aliviar el sufrimiento humano. Así, transforma algo que satisface las necesidades humanas en un mero producto que se comercializa para satisfacer los intereses del capital. En tiempos de pandemia mundial provocada por el Corona virus, este artículo es importante para discutir, además del concepto estricto de salud basado en la remediación y la tecnología, todo el espectro de la salud, sus interconexiones y complejidad social.

Palabras clave: Industria farmacéutica, Industria cultural, Promoción de medicamentos, Salud.

PROMOTION OF MEDICINES BY THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY: REFLECTIONS IN THE LIGHT OF THE IDEAS OF ADORNO AND HORKHEIMER

ABSTRACT

Inappropriate use of medications creates health risks. The marketing practiced by the pharmaceutical industry stimulates the consumption of medicines. Adorno and Horkheimer coined the term Cultural Industry, which designates the market's action to transform cultural goods into commodities as a strategy of social control by a dominant class. From this, we discuss the new conformations of medicines in society and the role of the pharmaceutical industry in alienating its consumers. The promotion of medicines, as practiced by the pharmaceutical industry, distances the medicine from its original meaning, from curing diseases and mitigating human suffering. It thus transforms something that supplies human needs into a mere product to be sold to satisfy the interests of capital. In times of a worldwide pandemic caused by the Corona virus, this article is important to discuss, in addition to the strict concept of health based on remediation and technology, the whole range of what health is, its interconnections and social complexity.

Keywords: Pharmaceutical Industry, Cultural Industry, Drug Promotion, Health.

1 INTRODUÇÃO

A anestesia constantemente, empregada pela classe dominante, sofrida pelas massas está presente também em nosso meio de perceber e lidar com nosso próprio corpo. Nos

distanciando cada vez mais dele e aceitamos o imediatismo e as curas milagrosas instantâneas. Aos poucos, aceitamos algumas verdades como indiscutíveis. O remédio como sinônimo de remediação dos males parece estar impregnado no dia a dia da sociedade, enquanto isso, não se debate o conceito de saúde e bem estar. Nesse cenário, o medicamento, que é uma poderosa ferramenta para diminuir o sofrimento humano, prolongar o tempo de vida e reduzir complicações ligadas às doenças (AVORN, 1995), é visto como solução para o bem estar do sujeito na sociedade moderna (BARROS, 2002). Entretanto, o seu uso inadequado gera riscos à saúde e pode até mesmo levar ao óbito. Paracelsus afirmou: “todas as substâncias são venenos e que a posologia correta diferencia o veneno do remédio” (KLAASSEN, 1985).

Os medicamentos tem uma simbologia ligada à capacidade de modificar o caminho natural das enfermidades (MELO; RIBEIRO; STORPIRTIS, 2006), promovendo um grande fascínio na população (PINTO et. al., 2014). Tais simbologias mudam com o passar do tempo a medida que toda a cultura e a vida material se transforma. Se tomarmos o medicamento como algo fixo, imutável, deveríamos admitir que eles sempre foram para remediar as doenças como hoje os concebemos e que nunca mudarão no futuro. O que seriam das ficções científicas que tratam as doenças antes mesmo delas “nascerem”, portanto, a partir de uma outra abordagem social e outro significado do que é a saúde e o bem estar e os meios para se chegar a isso?

Com a exacerbação da competição em todos os setores produtivos, a indústria farmacêutica deve “inovar” a todo momento. Este é um lema de senso comum em todo o *main stream* empresarial. Porém, estamos tratando de medicamentos e seu uso indevido acarreta graves problemas, tanto de ordem pública quanto privada. A Organização Mundial da Saúde (OMS) avalia que o uso racional de medicamentos passa pelos seguintes aspectos: avaliação da necessidade do uso; que se receite o medicamento apropriado; que a prescrição contenha forma farmacêutica, doses e períodos de tratamento adequados; esteja disponível a um preço acessível e que se cumpra o regime terapêutico estabelecido (WHO, 1987). Diante disso, o uso incorreto de medicamentos pode ter origem variada, entre eles Castro (2000) elenca a enorme oferta (quantidade e variedade), a atração por novidades terapêuticas - que

frequentemente são variações de medicamentos já existentes -, o marketing usado para estimular o consumo e a prescrição médica.

Dentre os fatores citados por Castro (2000) para uso irracional de medicamentos, o marketing, sobretudo a promoção adotada pela indústria farmacêutica, é o foco de nossas reflexões. Os laboratórios farmacêuticos destinam cerca de 10 a 20 % das suas atividades para pesquisa e desenvolvimento, enquanto o marketing fica com aproximadamente 40 % do investimento total (GADELHA et. al., 2003; CALIXTO; SIQUEIRA, 2008). A promoção de medicamentos inclui iniciativas junto aos estudantes de medicina e médicos, distribuição de amostras grátis e campanhas voltadas ao consumidor final. Salas, Osorio e Vial (2006) ressaltaram que os médicos e a indústria farmacêutica estão ligados por necessidades mútuas; os médicos prescrevem e a indústria desenvolve e comercializa. Por vezes, essa relação envolve benefícios recíprocos, o que pode comprometer a independência das prescrições (BALESTRIM, 2006). Tal parceria intensificou-se nas últimas décadas e apresenta situações com sérios conflitos de interesses (MARQUES FILHO, 2010).

Theodor Adorno e Max Horkheimer realizaram uma reflexão crítica sobre o capitalismo, a cultura e a sociedade e são grandes expoentes da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt. A base de seus pensamentos é a dialética, uma maneira de refletir sobre aquilo que os conceitos e outras análises não dão conta. Esses autores criaram o termo Indústria Cultural para designar a ação do mercado em transformar bens culturais em mercadorias como estratégia de controle social por uma classe dominante. A proposta da Teoria Crítica é libertar a classe dominada por meio do esclarecimento e da auto-reflexão.

Apesar de os autores da Teoria Crítica não discutirem a promoção dos medicamentos pela indústria farmacêutica, suas ideias lançam bases para uma reflexão crítica acerca do tema. Pressupomos que o entendimento do que é um medicamento e seu simbolismo é indissociável do modo de produção vigente de uma época e que, a partir da modernidade, sofre as influências de um mundo orientado a acumulação do capital que se realiza no mercado, o qual impele uma racionalidade própria, conformada para conviver nesse mundo, de racionalidade instrumental/utilitária, nos termos de Ramos (1981) para os estudos

organizacionais. Webering (2010) também mostra como a Teoria Crítica pode ser um referencial importante nos estudos organizacionais e contribuir para a construção de uma sociedade emancipada a partir da própria crítica a razão moderna.

A principal argumentação do artigo é que a noção de saúde é fruto de longo trajeto histórico e, portanto, cultural, mutável. A medida em que tudo é reduzido a lógica de mercado, por que nossa noção de saúde e bem estar escaparia dessa lógica? Este artigo discute, assim, a indústria farmacêutica e a transformação dos medicamentos em mercadorias por meio de suas práticas de promoção e marketing. O texto está organizado a partir da caracterização, descrição e a maneira como a Indústria Farmacêutica opera. Os fundamentos da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt e, os pensamentos de Adorno e Horkheimer quanto à Indústria Cultural são apontados para em seguida serem associados ao tema do artigo, provocando assim, o debate sobre os meios de dominação, a perda de nossa capacidade crítica e o distanciamento entre o ser humano saudável e o ser humano consumidor de remédios.

2 Indústria Farmacêutica como propaganda

Entre as décadas de 1950 e 1960 aconteceu a explosão farmacológica proporcionada pelo avanço nas ciências biológicas (LAPORTE; TOGNONI; ROSENFELD, 1989). Hoje, o medicamento é compreendido como uma arma terapêutica que, ao mesmo tempo pode curar ou até mesmo provocar doenças. Visa proporcionar saúde às pessoas, mas a sua ação farmacológica não deve ser vista de maneira isolada, e sim associada a outros fatores como condições sanitárias, moradia, alimentação e consumo de água potável (PEREIRA; PENTEADO; MARCELO, 2000). Ou seja, uma visão ampla do que é saúde e suas interações complexas e sistêmicas com outros aspectos da vida social deve ser levado em consideração para seu entendimento.

Os medicamentos produzidos pela indústria farmacêutica são classificados em éticos, não éticos e genéricos. Os éticos são usados apenas com a prescrição médica. Incluem os medicamentos de marca e os medicamentos similares. Os primeiros possuem uma patente em vigor e, enquanto sua patente esteja vigorando, só podem ser comercializados pelo

laboratório que o desenvolveu. Já os similares, podem conter princípios ativos diferentes do de marca, apesar de tratarem a mesma doença que o medicamento de marca, sendo que a sua produção e comercialização só é possível após a patente ser expirada. Os medicamentos chamados de não éticos são os de venda livre, também denominados de *over-the-counter* (OTCs) (TEIXEIRA, 2014). Por sua vez, os genéricos são produzidos sem marca (FRENKEL, 2001) e são aqueles aprovados em testes de bioequivalência que garantem uma eficácia igual a do medicamento de referência, podendo substituí-los.

A maior parcela dos medicamentos comercializados e consumidos no Brasil, assim como no mundo, é produzida por poucos laboratórios. Assim como qualquer ramo de qualquer indústria, a indústria farmacêutica é controlada por poucas transnacionais que detêm grande poder econômico, produtivo e intelectual por meio de patentes. Algumas destas organizações realizam grandes investimentos em pesquisa e desenvolvimento, uma vez que um produto inovador confere uma vantagem competitiva. Tal estratégia oferece ao consumidor produtos diferenciados, diferentemente dos genéricos que buscam vencer a concorrência através de preços mais atrativos (SANTOS, 2010). Os principais centros de inovação de medicamentos são os Estados Unidos, a Europa e o Japão. Entretanto, o Brasil cresce no cenário mundial impulsionado pelos medicamentos genéricos. As empresas que produzem medicamentos genéricos e similares competem com as produtoras de medicamentos inovadores por meio do preço ou pela eficácia de seus canais de distribuição e comercialização (GARAVAGLIA, 2012).

A estrutura da produção de medicamentos é dividida em quatro etapas: 1) a pesquisa e desenvolvimento de farmoquímicos, 2) a produção de farmoquímicos, 3) dosagem e formulação final e 4) marketing e comercialização. A primeira é voltada para a síntese de novas substâncias químicas ativas. A etapa de produção tem foco na fabricação de farmoquímicos em nível industrial. A fase seguinte consiste na formulação, envase e empacotamento do medicamento. Por sua vez, o marketing e a comercialização abrange a propaganda e as vendas em diferentes pontos (VIANNA, 1995). Os avanços tecnológicos permitem que produtos sejam lançados em tempo cada vez mais reduzido, encurtando o ciclo

de vida destes, o que induz os profissionais de marketing a procurarem meios de maximizar a venda destes produtos (ITALIANI, 2007). Assim, a relação pesquisa/retorno financeiro está diretamente conectada ao marketing (BARROS, 2002).

A centralidade da indústria farmacêutica se estabelece mais em seus meios de propaganda do que no medicamento propriamente dito. A orientação dos negócios é centrada no marketing e não mais no custo de produção (ITALIANI, 2007). As estimativas para o desenvolvimento de um novo medicamento giram em torno de 1 bilhão de dólares (DIMASI; GRABOWSKI, 2007) e leva aproximadamente entre 10 a 15 anos desde as primeiras fases da pesquisa ao lançamento no mercado (GONÇALVES, 2008). A lógica capitalista, ou seja, a busca pelo lucro, pode motivar a indústria farmacêutica a procurar direcionar as escolhas dos fármacos a serem consumidos em função de seus próprios interesses em vez das necessidades dos usuários dos medicamentos.

A enorme velocidade da produção de marcas e produtos gera a necessidade de um consumo rápido, incentivando a compra de medicamentos pela população. As relações de persuasão predominam na sociedade de consumo e há um processo de sujeição que coloca o sujeito, neste contexto o usuário do medicamento, em um estado de submissão (MARQUES; SANTOS, 2014). A sociedade de consumo propaga pela mídia a ideia de que qualquer sofrimento, dor ou estado que fuja do instituído como padrão, inclusive estético, constitui algo insuportável para o indivíduo, oferecendo os comprimidos como solução (LEFEVRE, 1983). Destaca-se que pacientes se automedicam usando informações de prescrições anteriores quando apresentam sintomas semelhantes aos que geraram a prescrição (MELO; RIBEIRO; STORPIRTIS, 2006). Este quadro evidencia o grave problema de saúde pública que se estabelece por meio da concorrência da indústria farmacêutica que inunda as prateleiras de farmácias com mercadorias, independentes de seu real valor de uso, que seja, a saúde humana.

A promoção comercial é fator relevante na prescrição e consumo de fármacos e se dá também no âmbito das escolas de saúde. A doutrinação para os profissionais da saúde que futuramente irão prescrever seus medicamentos começa cedo (RIBEIRO; JURUENA, 2013).

Estudos da década de 1970 já relatavam um enorme esforço da indústria farmacêutica para influenciar as prescrições de seus produtos através da propaganda e da abordagem de estudantes de medicina. Ribeiro e Juruena (2013) afirmaram que é mais fácil doutrinar alunos do que 7 doutores. No mais, apontam também que as propagandas enfatizam eficácia, segurança, comodidade psicológica, rapidez de ação e alta tolerabilidade. Quanto mais cedo a Indústria Farmacêutica fizer suas promoções aos estudantes de medicina por exemplo, mais chance terá de conquistar a simpatia destes. Com isso, é razoável pensar que, desde o começo da vida acadêmica, esses profissionais começam a perder sua capacidade crítica e podem ser mais facilmente seduzidos pelos benefícios oferecidos pela Indústria Farmacêutica.

Outra prática de promoção usada pela Indústria Farmacêutica é a distribuição de amostras grátis. Estudo realizado por Leitão, Simões e França (2012) concluiu que, nas Unidades de Saúde da Família analisadas, a assistência médica foi comprometida pela não garantia de continuidade do tratamento fruto de amostras grátis. Portanto, tais práticas podem ser danosas aos pacientes e merecem reflexão de toda sociedade.

3 CRÍTICA A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

A Teoria Crítica surgiu na Escola de Frankfurt como contraponto a Teoria Tradicional vigente. Enquanto a Teoria Tradicional positivista era considerada “neutra”, e na visão de Horkheimer (1980), conservadora, funcionalista e não deixava espaço para o desenvolvimento humano, para os *frankfurtianos* a dialética era usada como ferramenta para um pensamento que visava um movimento emancipatório do indivíduo. Tal pensamento provocaria assim, a transformação da realidade em direção à felicidade humana. Não está em jogo negar totalmente a Teoria Tradicional, mas sim, refletir sobre as verdades aceitas e, se necessário, contestá-las. Por isso, é importante que se entenda suas limitações quanto ao complexo mundo das relações sociais e a dificuldade em reduzir esses quadros sociais em sistemas e modelos teóricos pré-definidos (HORKHEIMER, 1980). Esse reducionismo característico da ciência positivista, segundo Adorno e Horkheimer (1985), leva a alienação do indivíduo. Assim, por meio da dialética seria possível atingir uma visão subjetiva, humanista e emancipadora.

O conceito de emancipação do indivíduo é o cerne da Teoria Crítica, que tem como postulado a impossibilidade de “mostrar as coisas como realmente são, senão a partir da perspectiva de como elas deveriam ser”. Não somente compreender a sociedade mas agir, sem perder o senso crítico nem se conformar com o que é imposto como sendo o real, são tidos como princípios básicos da Teoria Crítica (VIEIRA; CALDAS, 2006). O desenvolvimento do pensamento da Escola de Frankfurt levou Theodor Adorno e Max Horkheimer a discutirem temas relacionados às novas práticas de mídia e sua relação com o modo de vida contemporâneo. Tal evolução foi importante como contraponto ao modo tradicional do pensamento científico à medida que incorporava questões complexas e interligadas da sociedade. Para Rüdiger (em FRANÇA et. al., 2001, p. 132),

os *frankfurtianos* trataram de um leque de assuntos que compreendia desde os processos civilizadores modernos e o destino do ser humano na era da técnica até a política, a arte, a música, a literatura e a vida cotidiana. Dentro desses temas e de forma original é que vieram a descobrir a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura de mercado na formação do modo de vida contemporâneo.

Os estudos sobre o modo de vida contemporâneo à época de Adorno e Horkheimer ainda não levavam em consideração a relação cultural do ser humano com sua saúde e bem estar mediada pelo modo de vida do mercado. Ainda que já se vislumbrava a inserção do mercado nos amplos aspectos da vida social, a indústria farmacêutica e todo o aparato ideológico e cientificista que a subsidiam ainda eram precoces. Os estudos, assim, focalizaram nas relações culturais de forma mais ampla. A partir do pensamento *frankfurtiano*, o termo Indústria Cultural foi cunhado por Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento* de 1947, e representa a ideia de mercantilização da cultura. Nas palavras de Adorno (1971), “as mercadorias culturais da indústria se orientam segundo o princípio da comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada”. É importante salientar que Adorno e Horkheimer não eram, necessariamente, contra a popularização dos bens culturais, mas criticavam a subordinação da cultura a interesses mercadológicos, que transformam a cultura em mero objeto de produção capitalista, em mera mercadoria.

É importante também, diferenciar “cultura de massa” e Indústria Cultural. A diferença básica é que no primeiro caso, o termo pressupõe uma cultura que parte das massas, sem que seja imposta por uma classe hierarquicamente superior. Enquanto na Indústria Cultural as várias formas de produção e os meios de comunicação são todos submetidos a um controle sutil de uma classe dominante com vistas ao acúmulo do capital e, por conseguinte, a manutenção do *status quo*. Se pontuamos a indústria farmacêutica como um correlato à Indústria Cultural, podemos apontar também o saber popular e tradicional, fruto de experiências e da história humana à cultura de massa. Ambas cada vez mais subsumidas pela vida de mercado.

Os interesses da classe dominante sobre as mercadorias culturais direcionam, de maneira velada e despercebida, os consumidores para aquilo que se oferece havendo a impressão de que há uma liberdade em suas escolhas. Freitag (1990) destaca que segundo a lógica mercantil, se produz e se oferece o que dá lucro e não realmente o que o ser humano precisam. Porém, suas escolhas são padronizadas, já que estão contidas dentro de uma gama de possibilidades pré-estabelecidas. Como resultado, verifica-se a crescente homogeneização da consciência humana (REPA, 2008).

Outro aspecto importante levantado sobre a Indústria Cultural diz respeito à alienação e manipulação dos indivíduos. Para Adorno e Horkheimer (1985), a mercantilização da cultura faz com que os seres humanos experimentem um estado permanente de conforto, de bem estar e sentimento de ordem. Essas sensações proporcionadas pela Indústria Cultural contribuem para impedir a formação de indivíduos autônomos e com visão crítica. Nesse contexto, tudo que não se comporta conforme as normas estabelecidas, ou seja, todo o tipo de ideia ou iniciativa alternativa e de contestação ao *status quo*, deve ser retirado do sistema a fim de preservar o bem estar de “todos”.

A Escola de Frankfurt busca a reflexão sobre um mundo desencantado. Nesse mundo, Adorno afirmou que a existência da poesia é impossível. Assim, a escola enfatiza os elementos do mundo moderno como uma forma de dominação (ORTIZ, 2016). Se o entendimento de Adorno e Horkheimer for expandido, uma vez que eles não tratavam da indústria

farmacêutica e o medicamento é por essência algo cultural, mutável em sua simbologia, pode-se aferir que a promoção de medicamentos conforme praticada pela indústria farmacêutica faria o medicamento perder o seu significado original, de curar doenças e mitigar o sofrimento humano. Transforma-se assim, um bem cultural em um mero produto a ser comercializado para satisfazer os interesses do capital em se acumular. Adorno e Horkheimer (1985) relatam que a mercantilização da cultura impede a formação de indivíduos autônomos. Neste contexto, o desvirtuamento do consumo de fármacos representa, além da alienação do ser humano em termos subjetivos, uma alienação que se reflete diretamente em sua saúde, de maneira imediata a partir da utilização indevida de medicamentos.

A produção na indústria farmacêutica está inserida no mundo capitalista e segue o mesmo modelo para se estabelecer e crescer. Para Antunes (2018), o capitalismo é o primeiro modo de produção que não leva em consideração necessidades humanas e sim, é orientado para a acumulação do capital. São desenvolvidos diversos produtos ditos modernos e, supostamente, que promoveriam maiores benefícios que seus antecessores mas o que se observa, porém, é que muitas dessas novidades são apenas roupagens diferentes em busca de argumentos que justifiquem preços mais caros. Nada muito diferente do que em qualquer ramo de atividade, de jogos de vídeo game à carros, do chuveiro à fralda descartável. Até mesmo a noção de obsolescência programada perde seu sentido, uma vez que, os produtos são substituídos por outros com pequenas diferenças de desenho ou utilidade, não por estarem obsoletos (LIPOVETSKY, 2009). Assim, a indústria farmacêutica não estaria focada nas necessidades de seus pacientes e não cumpriria o papel fundamental do marketing, que segundo Kotler (2000), seria a de proporcionar um padrão de vida superior. Além da indústria farmacêutica formalmente constituída, a saúde, o bem estar, qualidade de vida e qualquer outro cuidado físico ou psíquico transformam-se em produtos vendáveis e parecem contribuir para o aprofundamento da alienação social.

Outro ponto a ser tratado é a íntima relação entre médicos e prescritores. De acordo com Salas, Osório e Vial (2006), os médicos e a indústria farmacêutica estão conectados por necessidades mútuas; os médicos prescrevem e a indústria desenvolve e comercializa. Essa

relação às vezes envolve benefícios recíprocos, o que pode comprometer a independência das prescrições (BALESTRIM, 2006). A parceria entre indústria farmacêutica e médicos se intensificou nas últimas décadas e apresenta situações com sérios conflitos de interesses (MARQUES FILHO, 2010).

No Brasil, o acesso a medicamentos de marca ainda é restrito a pessoas de maior renda. Segundo Arrais et. al. (2006), a falta de acesso aos medicamentos pode causar abandono no tratamento, piora na saúde e elevação da quantidade de retorno aos serviços de saúde. Katrein et. al. (2015) apontam que pessoas mais pobres têm mais dificuldade em conseguir acesso a um tratamento completo e eficaz. Neste sentido, os medicamentos genéricos e similares, em função de seu menor preço quando comparado ao medicamento de marca, proporcionam maior acesso à população menos favorecida economicamente. Ainda que o acesso a medicamentos de menor custo, como os genéricos, possa suprir demandas das populações mais carentes, o problema aqui discutido, não seria necessariamente superado, e sim expandido de outra forma e para um público com poder de compra específico, ou como nos jargões dos marqueteiros, para um novo nicho de mercado.

Freitag (1990) destaca que a ciência e a tecnologia proporcionam a dominação econômica e política no interesse de acumulação de capital. A estrutura da indústria farmacêutica corrobora tal afirmação, uma vez que apresenta grande concentração da produção em poucos laboratórios (SANTOS, 2010), enquanto grande parte da população não possui acesso a medicamentos. Para Freitag (1990), a dimensão emancipatória e crítica foi sufocada porque as forças produtivas estão a serviço do capital. Além da pura e simples mercantilização dos medicamentos, é possível debater também o papel da indústria farmacêutica como parte de um processo mais amplo e complexo de dominação e subordinação das massas. Os ataques à sabedoria popular e a conhecimentos ancestrais, que são frequentemente propagados e chancelados por uma ciência positivista levam inclusive a marginalização e a discriminação de certos grupos. No Brasil, por exemplo, é visível como a cultura indígena, suas crenças e toda sua *práxis* é associada ao subdesenvolvimento e a miséria, com efeito, as políticas públicas e a sociedade, de forma geral, marginalizam seu

conhecimento milenar e desconhecem, inclusive, que boa parte das etnias indígenas americanas não tinham o conceito de doença em suas sociedades. Toda sua medicina era baseada na saúde, na cura, e não na remediação, como vivemos hoje no mundo “moderno”, “civilizado” e “desenvolvido”.

Saúde não pode ser entendida somente como remediação de enfermidades. Um importante aspectos da vida cotidiana deve ser levados em consideração nesta discussão: a alimentação. O Brasil, um país notoriamente produtivo no setor agrícola, torna-se cada vez mais refém da monocultura agrícola, que, apesar do discurso da alta produtividade, não passa de uma simples ferramenta de dominação, que devasta a vegetação nativa, concentra renda e grandes extensões de terra, e expulsa, pela lei de mercado, pequenos agricultores de suas propriedades. Essas mercadorias agrícolas provem alimentos transgênicos e com altas concentrações de agrotóxicos. Os adubos químicos, sintéticos, usados em larga escala na agricultura não provem a maior parte dos nutrientes que as plantas precisam. Em consequência, os produtos advindos desse modo de cultivo são pobres em nutrientes. Este tipo de agricultor monocultor, não cuida mais do solo, da água, da fauna e flora, logo a saúde de todo o ecossistema, e a do ser humano por conseguinte é afetada.

Todos esses exemplos fazem parte de um contexto maior de saúde que pretendeu-se abordar aqui. A saúde integral, completa, onde as relações sociais, a psique humana, o tipo e a qualidade de alimento que comemos devem ser repensados. O fato é que dia após dia, todos nos tornamos mais dependentes da máquina constituída, de estruturas de dominação e de um sistema que limita o desenvolvimento da consciência humana e nos engendra em uma racionalidade adaptada a esse modo de vida, a racionalidade utilitária/instrumental. A indústria farmacêutica, que contribui em certa medida com todo isso, é somente mais uma peça do complexo mundo que vivemos. Afinal, creio que muitos dos leitores, assim como os autores desse manuscrito, já perderam o conhecimento, ou nunca chegaram a saber como se cura uma simples dor de barriga sem precisar ir à farmácia mais próxima e escolher na prateleira qual mercadoria comprar.

Se toda a sociedade está sendo subjugada por um relação social que ela própria criou e agora reverte-se contra ela, igualmente outros aspectos de relacionamento social seguem esta disposição. Quanto aos estudos organizacionais não é diferente. A indústria farmacêutica é referenciada como algo tecnológico e inovador, e, para isso, seu tipo de organização segue a dinâmica das organizações de mercado. Algumas aproximações foram tentadas entre a Teoria Crítica e Estudos Organizacionais. Tenório (1998) observa que boa parte da pesquisa social empírica, em especial no campo da gestão organizacional, está intimamente relacionada ao pragmatismo, ao sucesso do mercado. Os estudos organizacionais, estariam, assim, limitados e a teoria tradicional mostra-se inadequada para analisar ou entender a vida social. A racionalidade instrumental (RAMOS; 1981) que rege este tipo de organização, portanto, não daria conta das complexas demandas organizacionais e sociais de nosso tempo. A racionalidade substantiva conceituada por Ramos (1981) para a Teoria das Organizações é um esforço nesse sentido. Outro contraponto é a proposta de Tenório (1998) que discute, a partir de Habermas, uma gestão social baseada em uma racionalidade diferente, expandida, do tipo comunicativa.

Ainda nos estudos organizacionais, Webering (2019) esclarece que a obra de Guerreiro Ramos trata de quatro pontos da teoria organizacional que demandam noções expandidas de racionalidade. A noção de racionalidade, que domina além dos estudos organizacionais, outras esferas da vida social como economia, a ciência política e as ciências sociais de forma geral; a não distinção entre significado substantivo e significado formal de organização; as teorias organizacionais não têm clara compreensão do papel das interações simbólicas; e, por fim, o fato de que as teorias organizacionais apoiarem-se em uma visão mecanomórfica do homem são elencadas por Webering (2019) como os pontos cegos nos estudos organizacionais e que a obra de Guerreiro Ramos contribui para elucidar.

Organizações cumprem um papel fundamental para a produção de bens e serviços e para a reprodução do sistema em que está inserida, ou seja, o capitalismo. Em especial, organizações do setor de saúde de forma ampla como discutimos aqui, tratam de algo muito precioso a todos os seres humanos ao mesmo tempo em que tornam-se um ramo de atividade

pujante. Ao movimentar e coordenar grandes forças produtivas, tanto materiais quanto imateriais, de cadeias de distribuição e de insumos global, estas organizações encontra-se constantemente pressionadas entre forças capitalistas que visam a reprodução do capital e a oferta de produtos que realmente tragam melhorias para os seres humanos. As estratégias de marketing desenvolvidas no setor parecem não colaborar para esclarecer esse ponto à medida que vem transformando o ato de consumir um medicamento em algo até mesmo banal. Sem uma visão crítica das reais funções que a indústria farmacêutica desempenha dentro do modo de produção capitalista e como ela vem transformando nossa relação com os medicamentos, em suma, com nosso corpo, não é possível progredirmos nesse debate.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo discutimos nesse artigo, os medicamentos podem proporcionar diversos benefícios à saúde e seu simbolismo e entendimento são culturalmente formados e reconstituídos a todo momento. É parte integrante da cultura. Não pretendemos negar seus potenciais benefícios, o que pontuamos é que a indústria farmacêutica, que desenvolve uma infinidade de medicamentos e pode promover o bem estar humano, é uma dentre tantas outras atividades humanas dentro do modo de produção capitalista que, por natureza, é orientada ao acúmulo do capital. As necessidades humanas e valor de uso dos objetos perdem importância frente ao imperativo de acumulação do capital e ao valor de troca das mercadorias. Dessa forma, as organizações deste setor encontram-se tensionadas entre oferta e demanda de produtos com impacto direto na vida humana, o que leva a profundas questões éticas.

Dentro da lógica do mundo da mercadoria, qualquer coisa ou símbolo pode torna-se mercadoria, da música ao medicamento. O agravante é que uma má música não mata. O consumo inadequado de medicamentos, porém, apresenta grandes riscos (KLAASSEN, 1985). Parte desses riscos é provocada pelas estratégias de marketing adotadas pela indústria farmacêutica. Há indícios de que a promoção dos medicamentos realizada pela indústria farmacêutica, pautada na lógica capitalista, influencia de forma perigosa sua prescrição e consumo (MARQUES E SANTOS, 2014).

Adorno e Horkheimer contribuem para refletir sobre outras possibilidades de ação diferentes da ciência positivista e do modelo capitalista vigente. Essa discussão contribui para contrapor o pensamento dominante vigente que impede a possibilidade de diálogo e com isso as massas absorvem de forma submissa as verdades da ciência positivista (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). As imposições das classes dominantes abrangem não somente a cultura, foco de muitos estudos de Adorno e Horkheimer. Com a perda da consciência e capacidade crítica da sociedade em geral, e a alienação do indivíduo, muitos outros aspectos da vida cotidiana da sociedade são subsumidos pelo interesse do capital. É o que parece ser o caso do consumo de medicamentos.

Não existe, necessariamente, relação direta entre qualidade de vida, bem estar do indivíduo, e os produtos ofertados pela a indústria farmacêutica. Medicamentos com valor de uso não sobrevivem no mundo onde o valor de troca é o que interessa para o acúmulo do capital. A competição entre os grandes laboratórios é fato decisivo nessa relação, molda a oferta e corrompe a demanda por medicamentos, alterando a relação da humanidade com os fármacos, agora em bases estritamente utilitárias. Com o advento da tecnologia e a necessidade de sempre encontrar um diferencial e uma “vantagem competitiva para se manter no mercado”, a indústria farmacêutica prioriza seus próprios interesses, ou seja, seu lucro ou sua participação no mercado, em detrimento do bem estar e saúde coletiva. Nesse contexto, o papel da mídia e do marketing no setor farmacêutico é fator determinante para entender como se dá a relação entre paciente e a indústria farmacêutica. Pelo fato dos maiores investimentos do setor farmacêutico serem justamente em marketing (ITALIANI, 2007; GADELHA et. al., 2003), é preciso discutir se realmente os produtos oferecidos são necessários e se conferem ou não bem estar.

Ao adotar o termo indústria farmacêutica tivemos o intuito de expressar a amplitude e complexidade do que é a noção de bem estar. Em um momento crítico para todos os sistemas de saúde em âmbito mundial, derivado do Sars-CoV-2, este assunto torna-se cada vez mais delicado. A crise do Covid-19 quando tratada apenas do ponto de vista utilitário e instrumental impossibilita uma apreciação mais ampla do fenômeno. Se todas as esferas da

vida estão sendo subsumidas pelas trocas de mercado, que demanda apenas uma racionalidade baseada na lógica de ganho e perda, nosso entendimento sob esta crise parece limitar-se a mera relação causal vírus/doença. O conceito de sindemia, que trata de uma teia de relações sinérgicas que possibilita o surgimento e espraiamento do vírus, em detrimento do termo pandemia que remete a algo estritamente biológico é exemplo disso. A crise derivada do Sars-CoV-2 como uma crise mais complexa, ou como uma crise ecológica, como advogado por Tres e Souza (2021), torna-se de difícil entendimento e assimilação.

Tomamos a indústria farmacêutica como representante de setor ligado à saúde e bem estar. Isso, não impede de extrapolarmos esses argumentos para outros produtos “para saúde humana” como cursos e terapias, tratamentos relâmpago que fornecem cura imediata para males diversos, dos psíquicos aos transcendentais. Na época em que o espaço e o tempo estão comprimidos para que o capital possa circular e acumular mais rapidamente, toda mercadoria que faça isso rapidamente é agraciada. Daí o tempo de vida útil dos medicamentos diminuir continuamente. A indústria farmacêutica, que tem uma importante fronteira, tanto científica como de mercado, em áreas como o melhoramento genético por exemplo, torna-se expoente de uma cultura do consumo, que evidencia um setor de produção capitalista pujante e requer debates éticos profundos a seu respeito.

Reflexões futuras podem debater, a partir da mercantilização dos mais amplos aspectos da vida, os padrões de saúde e bem estar estabelecidos pela sociedade, como o corpo perfeito, culto a beleza e o papel da indústria farmacêutica e do marketing nesse processo. A compreensão da influência da promoção da indústria farmacêutica sobre outros profissionais da área de saúde, como odontólogos, fisioterapeutas, psicólogos, enfermeiros, educadores físicos e nutricionistas também é importante para ajudar a debater as relações entre saúde e modo de vida. Esta investigação torna-se importante à medida em que a saúde é assunto complexo e muitas dessas áreas tem relação próxima e sofrem grande influência da indústria farmacêutica globalizada como um todo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971. p. 287-295.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985. p. 99-138.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviço na era digital**. Boitempo editorial, 2018.

ARRAIS, Paulo Sérgio Dourado et al. Prevalência e fatores determinantes do consumo de medicamentos no Município de Fortaleza, Ceará, Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 21, p. 1737-1746, 2005.

AVORN, Jerry. The prescription as final common pathway. **International journal of technology assessment in health care**, v. 11, n. 3, p. 384-390, 1995.

BALESTRIM F. Os médicos e a indústria farmacêutica e de equipamentos. 2006 Mar 10 [acessado 2016 Jul 04]. Disponível: http://www.doctorsac.com.br/news/News_20060310.htm

BARROS, José Augusto C. Pensando o processo saúde doença: a que responde o modelo biomédico? **Saúde e sociedade**, v. 11, p. 67-84, 2002.

CALIXTO, João B.; SIQUEIRA JUNIOR, Jarbas M. Desenvolvimento de medicamentos no Brasil: desafios. **Gazeta Médica da Bahia**, v. 78, n. 1, 2008.

CASTRO, Claudia Garcia Serpa Osorio de. **Estudos de utilização de medicamentos: noções básicas**. Editora Fiocruz, 2000.

DIMASI, Joseph A.; GRABOWSKI, Henry G. The cost of biopharmaceutical R&D: is biotech different?. **Managerial and decision Economics**, v. 28, n. 4-5, p. 469-479, 2007.

FREITAG, Barbara. **A teoria crítica: ontem e hoje**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

FRENKEL, Jacaob. O mercado farmacêutico brasileiro: a sua evolução recente, mercados e preços. In: **Brasil: radiografia da saúde**. 2001. p. 157-174.

GADELHA, Carlos Augusto Grabois; QUENTAL, Cristiane; FIALHO, Beatriz de Castro. Saúde e inovação: uma abordagem sistêmica das indústrias da saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 19, p. 47-59, 2003.

GARAVAGLIA, Christian et al. Technological regimes and demand structure in the evolution of the pharmaceutical industry. In: **Long Term Economic Development**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2012. p. 61-94.

GONÇALVES, Vanessa Zanotto. Estudo de viabilidade técnica, econômica e financeira da extração e comercialização de um insumo farmacêutico a base de polissacarídeos de aloe barbadensis miller. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Engenharia Química, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

HORKHEIMER, Max. Teoria tradicional e teoria crítica. In: BENJAMIN, W.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T.W.; HABERMAS, J. Textos escolhidos. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

ITALIANI, Fernando. **Marketing Farmacêutico**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006. 292 p.

KATREIN, Flávia et al. Desigualdade no acesso a medicamentos para doenças crônicas em mulheres brasileiras. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 31, p.1416-1426, jul. 2015.

KLAASSEN, C.D. Princípios de toxicologia. In: GILMAN, A.G. et al. Goodman e Gilman: as bases farmacológicas da terapêutica. 7. ed. Rio de Janeiro: Guanabara. 1985.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 200. 764 p.

LAPORTE, Joan-Ramon; TOGNONI, Gianni; ROZENFELD, Suely. Epidemiologia do medicamento: princípios gerais. In: **Epidemiologia do medicamento: princípios gerais**. 1989. p. 264-264.

LEFÈVRE, Fernando. A função simbólica dos medicamentos. **Revista de saúde pública**, v. 17, p. 500-503, 1983.

LEITÃO, Luana. A Saúde Pública e a Indústria Farmacêutica: Implicações Bioéticas na Produção do Cuidado. **Revista Brasileira de Ciência e Saúde**, [s.l.], v. 16, n. 3, p.295-302, 30 out. 2012. APESB (Associação de Apoio a Pesquisa em Saúde Bucal). <http://dx.doi.org/10.4034/rbcs.2012.16.03.03>.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Editora Companhia das Letras, 2009.

MARQUES, Renata Coentrão; SANTOS, Mauro Leonardo Salvador Caldeira dos. A INFLUÊNCIA DO MARKETING DE MEDICAMENTOS NAS DOENÇAS PSICOSSOMÁTICAS. **Revista Eletrônica Gestão & Saúde**, Brasília, v. 5, n. 03, p.2154-2172, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.gestaoesaude.unb.br/>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

FILHO, José Marques. A dimensão bioética dos conflitos de interesses na relação entre médico e indústria farmacêutica. **Rev Bras Clin Med**, v. 8, n. 2, p. 148-53, 2010.

MELO, Daniela Oliveira de; RIBEIRO, Eliane; STORPIRTIS, Sílvia. A importância e a história dos estudos de utilização de medicamentos. **Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas**, São Paulo, v. 42, n. 4, p.475-485, out./dez. 2006.

PEREIRA, Isabel Maria Teixeira Bicudo; PENTEADO, Regina Zanella; MARCELO, Vânia Cristina Marcelo. Promoção da saúde e educação em saúde: uma parceria saudável. **Mundo saúde (Impr.)**, v.24, n.1, p. 39-44, 2000.

PINTO, Luciano Henrique et al. O USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS NO BRASIL DENTRO DA ASSISTÊNCIA FARMACÊUTICA E SUAS IMPLICAÇÕES NO PRESENTE. **Revista Eletrônica de Farmácia**, Goiânia, v., n. 1, p.27-43, jan./mar. 2015. Disponível em: <<https://revistas.ufg.br>>. Acesso em: 05 jul. 2016.

REPA, Luiz. Jürgen Habermas e o modelo reconstutivo de teoria crítica. **Curso livre de Teoria Crítica**, v. 3, p. 161-82, 2008.

RIBEIRO, Lucas Gaspar; JURUENA, Mário Francisco. Médicos, Indústria Farmacêutica e Propaganda: que relação é essa?. **Saúde & Transformação Social**, Florianópolis, v. 4, n. 1, p.3-10, jan. 2013.

RÜDIGER, F. 2001. A Escola de Frankfurt. In: V. V. FRANÇA; A. HOHFELDT; L.C. MARTINO (org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, Vozes, p. 131-150.

ORTIZ, Renato. A Escola de Frankfurt e a Questão da Cultura. **Revista Sociologia em Rede**, Goiás, v. 6, n. 6, p.203-242, jan. 2016.

RAMOS, Alberto Guerreiro. **A Nova ciência das organizações* uma reconceituação da riqueza das nações**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1981.

SALAS, Sofía P. et al. Conflicto de intereses en la práctica clínica: Análisis ético de algunas relaciones con la industria. **Revista médica de Chile**, v. 134, n. 12, p. 1576-1582, 2006.

SANTOS, Maria Clara Bottino Gonçalves. Estratégias tecnológicas em transformação: um estudo da indústria farmacêutica brasileira. Programa de pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), campus de São Carlos 2010.

TEIXEIRA, Angélica. **A Indústria Farmacêutica no Brasil**: um estudo do impacto socioeconômico dos medicamentos genéricos. 2014. 84 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2014.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. Gestão social: uma perspectiva conceitual. **Brazilian Journal of Public Administration**, v. 32, n. 5, p. 7 a 23, 1998.

TRES, Guilherme Smaniotto; SOUZA, Washington José de. O vírus do mercado: Sindemia e as contribuições das ecovilas para a reconfiguração da relação ser humano/natureza. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 8, 2021.

VIANNA, Cid Manso de Mello. Indústria Farmacêutica: uma análise da estrutura e evolução industrial. In: **Industria farmacêutica: uma análise da estrutura e evolução industrial**. 1995. p. 48-48.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; CALDAS, Miguel P. Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. 1, p. 59-70, 2006.

WEBERING, Susana Iglesias. Teoria crítica e teorias organizacionais: uma relação possível? **Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas**, n. 4, p. 139, 2010.

WEBERING, Susana Iglesias. Os “pontos cegos” das teorias organizacionais segundo Guerreiro Ramos. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 17, p. 435-447, 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. The rational use of drugs: report of the conference of experts. Nairobi 1985 Jul 25-29. Geneva: WHO; 1987.

Submetido em 08/07/2020

Aprovado em 21/07/2021