



ESTUDO DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DE UM MEDICAMENTO OPIOIDE POR EMPRESA FARMACÊUTICA

Gabriel Viana Mazite¹, Jessica de Cássia Rossi²

¹ Escola Estadual Dr. Luiz Zuiani

gabrielmazite13@gmail.com

² Área de Exatas, Humanas e Sociais – Centro Universitário Sagrado Coração

jessica.rossi@unisagrado.edu.br

Tipo de Pesquisa: Iniciação Científica com bolsa - PIBIC/EM

Agência de fomento: CNPq

Área do Conhecimento: Sociais Aplicadas – Comunicação Organizacional/Relações Públicas

Medicamentos opioides são considerados uma das formas de tratamento mais eficazes da dor, contudo, essas substâncias devem ser utilizadas com cautela, uma vez que, se consumidas de forma inapropriada, podem causar efeitos adversos à saúde dos seus usuários. Desse modo, a comunicação mercadológica de opioides por empresas farmacêuticas com médicos e profissionais de saúde deve ser feita de forma ética e responsável, em que a prescrição seja realizada quando for adequada. Isto posto, o objetivo deste trabalho foi estudar as estratégias de comunicação mercadológica de um fármaco opioide promovido por uma empresa farmacêutica no Brasil com profissionais de saúde. Nesse sentido foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre temas como o tratamento da dor e uso de medicamentos opioides, comunicação organizacional integrada, a comunicação mercadológica nas empresas farmacêuticas e responsabilidade social; e uma pesquisa documental sobre as estratégias de comunicação mercadológicas empregadas por uma organização farmacêutica brasileira em plataformas digitais como sites, blogs, perfis em redes sociais, notícias etc. Verificou-se que as ações de comunicação mercadológica da empresa têm sido limitadas nos últimos anos por conta da crise judicial que a farmacêutica americana do grupo tem enfrentado e por conta da banalização dessas substâncias nos Estados Unidos.

Palavras-chave: Opioides; Comunicação; Marketing; Prescrições de Medicamentos; Indústria Farmacêutica