

## PROPAGANDISTAS FARMACÊUTICOS, MÉDICOS E PROFISSIONAIS DE FARMÁCIA: DRIBLANDO OBSTÁCULOS E CRIANDO O MERCADO CONSUMIDOR DAS PÍLULAS ANTICONCEPCIONAIS

#99276

Tânia Maria Dias (Tânia Maria Dias) (/proceedings/100058/authors/336033)<sup>1</sup>; Claudia Bonan (Claudia Bonan) (/proceedings/100058/authors/336034)<sup>1</sup>; Ivia Maksud (Ivia Maksud) (/proceedings/100058/authors/336035)<sup>1</sup>; Luiz Antônio Teixeira da Silva (Luiz Antônio Teixeira da Silva) (/proceedings/100058/authors/336036)<sup>2</sup>; Andreza Rodrigues Nakano (Andreza Rodrigues Nakano) (/proceedings/100058/authors/336037)<sup>1</sup>

propagandistas-farmaceuticos--medicos-e-profissionais-de-farmacia--driblando-obstaculos-e-criando-o-mercado-consumidor-d)

### Apresentação/Introdução

Nas primeiras décadas de comercialização das pílulas anticoncepcionais (PA), interdições legais, controvérsias médicas, sociais e morais e ausência de regulamentação quanto à prescrição e venda levaram os laboratórios a lançar mão de múltiplas estratégias para propagandear, difundir e criar um mercado consumidor para esses novos produtos.

### Objetivos

Nosso objetivo foi investigar a trama de interações suscitadas por esses medicamentos nas suas primeiras décadas de circulação e descortinar a história social dos contraceptivos hormonais no Brasil.

### Metodologia

Partimos de uma abordagem sócio-histórica relacionada aos estudos sociais da ciência, da medicina e dos objetos médicos. A partir dos conceitos de análise de conteúdo estamos analisando fontes escritas e documentais (revistas especializadas, bulas de pílulas anticoncepcionais, jornais de circulação nacional) e orais (médicos, propagandistas farmacêuticos e outros profissionais técnicos de laboratórios farmacêuticos, balconistas e/ ou proprietários de farmácia, farmacêuticos).

### Resultados

Consultórios médicos, instituições públicas, faculdades de medicina, farmácias e o “mercado das sombras” (departamentos médicos de empresas com grande contingente feminino) foram alvos privilegiados. Médicos e profissionais do mundo da farmácia deviam ser persuadidos sobre qualidades e benefícios das pílulas anticoncepcionais. Responsáveis pela prescrição e possuidores de conhecimentos relativos à terapêutica e à farmacologia, a adesão desses profissionais propiciava a “eticização” dos novos produtos e legitimava sua comercialização e consumo – mesmo se automedicação, uso por indicação de pessoas conhecidas e compra direta na farmácia respondessem por grande parte dessas práticas.

### Conclusões/Considerações

Variados sentidos, interesses, valores e conceitos coabitaram o universo de interações e relações entre os diferentes atores que participaram da difusão das pílulas anticoncepcionais. Essa imensa rede de relações que se formou permitiu a absorção, a rotinização e a assimilação desse novo objeto biomédico e sua naturalização entre nós.

### **Tipo de Apresentação**

Comunicação Oral Curta

### **Instituições**

<sup>1</sup> IFF/Fiocruz ;

<sup>2</sup> IFF/Fiocruz; COC/Fiocruz

**Eixo Temático**

Gêneros, Sexualidade e Saúde

**Como citar este trabalho?**