

UPpharma

Doctor

Publicação dirigida a médicos, prescritores e profissionais da saúde

Nº 218 - Ano 47 - Jul/Ago 2026

Especial 14 de Julho

Propagandista, o ELO HUMANO da indústria farmacêutica!



Os destaques do **46º Congresso**
de Cardiologia da **SOCESP**



O desafio do
diagnóstico da **IC**

... Dra. Carolina Casadei - SOCESP



UPpharma de cara nova:
portal amplia a conexão entre
empresas e profissionais

Parabéns Propagandista!

Sua profissão exige **presença**. Sua mente merece **cuidado**.



A **Comunidade Clube da Calma** foi criada para quem **dedica o dia a cuidar de pessoas**.

Em poucos minutos, você recebe práticas que ajudam a **aliviar o estresse, recuperar o foco e enfrentar a rotina com mais equilíbrio e leveza**.



**Mindfulness
guiado**



**Práticas
respiratórias**



**Clareza
Mental**



Mentalização

**Uma equipe mais
equilibrada começa pelo
cuidado com as pessoas
que fazem parte dela.**

Quer conhecer
a **Comunidade
Clube da Calma?**

Fale com a Ju Romantini

(11) 94603-0308



DPM Editora LTDA.

Av. Paulista, 171 - 4º andar

01311-904 - São Paulo - SP - Brasil

Tel.: (11) 3772-4042 / (11) 98787-4080

E-mail: uppharma@uppharma.com.br

Publisher

Nelson Coelho - Mtb 50.499

Editora

Madalena Almeida - Mtb 20.572

Comercial

Tel.: (11) 3772-4042 / (11) 98787-4080

uppharma@uppharma

Colaboradores desta edição:

Carolina Casadei dos Santos, Evandro

Lopes, Floriano Serra, Monteiro, Gilberto

Santos, Juliana Romantini, Karla Pina, Nelson

Mussolini, Rafaella Paulino, Ricardo Pavanello,

Wilson Borges e Yuri Trafane.

Circulação: Digital

A UPpharma é uma publicação da DPM Editora.

Este descritivo está em conformidade com as leis de imprensa, uma vez que a DPM é responsável pela produção do conteúdo editorial da Revista.

As informações contidas nos artigos de nossos colunistas não refletem necessariamente a opinião desta Editora.

Cartas para a redação

UPpharma

E-mail: uppharma@uppharma

Assinatura

E-mail: uppharma@uppharma

Tel.: (11) 98787-4080 / (11) 3772-4042

Fale com o editor

nelson@uppharma.com.br

Sites

www.uppharma.com.br

O futuro é tecnológico, mas a conexão é humana

Há uma charge circulando nas mídias sociais em que se pergunta à IA, representada por um boneco, na primeira cena, se um cogumelo é comestível.

A resposta é que sim!

Na segunda cena, aparece uma lápide com o famoso "Descanse em Paz", e o boneco que representa a IA diz que ainda está aprendendo e que agora sabe que aquele cogumelo é fatal.

A charge deve ter autor e, por isso, não podemos reproduzi-la aqui, mas é fácil encontrá-la.

Sem dúvida, a inteligência artificial está chegando cada vez mais forte para ajudar as pessoas, oferecendo respostas inteligentes e, outras vezes, até inusitadas.

Existem assistentes de voz, como Siri, Alexa e outros, que imitam vozes, reproduzem sons de animais, atendem nossos pedidos de informação sobre assuntos triviais e, algumas vezes, erram feio, embora, na maioria das situações, funcionem bem. O que não se pode fazer é ofender a assistente de voz com termos ou assuntos considerados impróprios.

Em algumas ocasiões, as respostas chegam a ser divertidas.

Mas não podemos esperar que as assistentes de voz e a IA substituam a perspicácia da mente humana, especialmente quando se trata das expressões e emoções que despertam os mais diversos sentimentos.

Esse é, e sempre será, o papel do ser humano na existência: o elo de humanidade insubstituível.

É o caso do contato do profissional Propagandista com o médico. Uma relação insubstituível.

Neste ano, em que se comemoram 51 anos do reconhecimento oficial da profissão de Propagandista Vendedor pelo Ministério do Trabalho, temos motivos para celebrar essa data com orgulho.

A IA não substitui o olho no olho!

Parabéns Propagandistas!

Boa leitura!

Nelson Coelho
Publisher



Sumário

Capa

14

Lançamento

UPpharma lança seu novo portal e amplia oportunidades de comunicação para empresas e profissionais.

10

Especial Dia do Propagandista

A força do relacionamento humano na propaganda médica.

13

As pontes essenciais entre ciência, indústria e medicina – Dr. Ricardo Pavanello.

14

Propagandista e o futuro de uma profissão que ensina – Nelson Mussolini.

18

Conectando a Ciência à vida das pessoas – Francine Gonçalves Honorio.

19

Orgulho da Profissão - Juramir Paulo Martins.

20

O protagonismo do Representante de Vendas no sucesso da Gedeon Richter – Rafaella Paulino.

24

Cuidar vai muito além da ciência – Karla Pina.

25

O valor do Propagandista Vendedor – Dr. Lauro Moretto.

26

O impacto do propagandista na adesão ao tratamento e nos resultados para os pacientes.

28

Comunicação que confiança prescreve – Yuri Trafane.



Especial Dia do Propagandista

- 30 A missão de construir relações sólidas – Wilson Borges.
- 32 A profissão de quem transforma ciência em confiança – Evandro Lopes.
- 34 Quando o algoritmo informa, o propagandista precisa gerar significado – Gilberto Santos.
- 37 Propagandista? O guerreiro da paz – Floriano Serra.

38 **Aconteceu**

Os principais destaques do 46º Congresso da SOCESP.

40 **Destaque**

O desafio do diagnóstico precoce da insuficiência cardíaca – Dra. Carolina Casadei dos Santos.

Leia mais

46

Conteúdo Editorial

Novo projeto da UPpharma une ciência, humanização e espiritualidade.

50

Saúde & Equilíbrio

A mulher moderna aprendeu a cuidar de todos. Mas quem cuida dela? – Juliana Romantini.

48

Em Foco

U-Health, a plataforma que conecta especialistas e a população por meio de informações confiáveis.

52

Educação Médica

UPpharma e a construção de conteúdos que orientam a prática Médica.



UPpharma DE CARA NOVA

Novo site amplia oportunidades de comunicação para empresas e profissionais da saúde

A reformulação do portal amplia as possibilidades de comunicação institucional para empresas, hospitais, clínicas, laboratórios, sociedades científicas (médicas) e demais organizações que desejam estabelecer um diálogo qualificado com um público altamente segmentado.



A transformação digital modificou profundamente a forma como a informação é produzida, distribuída e consumida. Em um cenário em que velocidade, credibilidade e acesso imediato caminham lado a lado, os veículos especializados passaram a desempenhar um papel ainda mais estratégico na disseminação de conhecimento de qualidade.

Na área da saúde, onde a atualização constante é indispensável para a tomada de decisões e para o acompanhamento das constantes evoluções científicas, tecnológicas e regulatórias, oferecer informação confiável tornou-se um compromisso permanente.

É acompanhando essa evolução que a **UPpharma**, mídia digital especializada, apresenta seu novo portal. Mais do que uma atualização visual, nossa página representa uma nova etapa na trajetória da publicação, reunindo tecnologia e organização de conteúdo para proporcionar uma experiência

mais dinâmica e intuitiva aos leitores, sem perder a essência que consolidou sua credibilidade ao longo de mais de quatro décadas.

Desde sua criação, quando ainda circulava sob o nome **Revista Grupemef**, a publicação acompanhou importantes transformações da indústria farmacêutica brasileira e do setor da saúde.

Ao longo desse período, registrou avanços científicos, mudanças regulatórias, lançamentos de produtos, tendências de mercado, iniciativas de entidades médicas e debates que contribuíram para a evolução do segmento.

Essa história permitiu que a **UPpharma** se tornasse um canal reconhecido pela qualidade editorial e pela capacidade de conectar diferentes protagonistas do ecossistema da saúde.

Hoje, a publicação alcança mais de 130 mil profissionais, entre médicos, executivos da indústria farmacêutica, lideranças de sociedades médicas, gestores hospitalares, clínicas, centros de diagnóstico, universidades e demais instituições ligadas ao setor.

Esse relacionamento construído ao longo dos anos foi determinante para o desenvolvimento da nova página, pensada para atender às necessidades de um público que busca informação qualificada de forma cada vez mais rápida e acessível.

Projetos de comunicação institucional para empresas

Alinhado aos atuais padrões de comunicação, o novo portal reúne, em um único endereço, toda a produção editorial da UPpharma. As edições da revista são apresentadas de forma integrada com notícias, entrevistas exclusivas, artigos de especialistas, boletins informativos, comunicados de sociedades médicas e conteúdos que acompanham toda a jornada do mercado da saúde, desde a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias até sua chegada aos profissionais e pacientes.

A navegação também foi reorganizada para facilitar a localização dos conteúdos, permitindo que o leitor encontre com mais agilidade informações sobre inovação, gestão, marketing farmacêutico, políticas públicas, comercialização, pesquisa clínica, assistência, prevenção, diagnóstico e temas relacionados à adesão aos tratamentos.

A reformulação ainda amplia as possibilidades de comunicação institucional para empresas, hospitais, clínicas, laboratórios, sociedades científicas e demais organizações que desejam estabelecer um diálogo qualificado com um público altamente segmentado.

O portal oferece espaços destinados a projetos especiais, branded content, campanhas institucionais, banners e ações de relacionamento desenvolvidas para integrar informação e comunicação de forma ética e alinhada às boas práticas editoriais.

Em um setor que se renova diariamente, reunir diferentes perspectivas em um único ambiente representa um importante diferencial para quem acompanha as transformações do mercado.

O novo site (portal) oferece espaços destinados a projetos especiais, branded content, campanhas institucionais, banners e ações de relacionamento desenvolvidas para integrar informação e comunicação de forma ética e alinhada às boas práticas editoriais.



Além das notícias, o portal reúne:

- > Entrevistas exclusivas;
- > Branded content;
- > Boletins informativos;
- > Comunicados de sociedades médicas;
- > Conteúdo de hospitais e instituições de referência;
- > Cobertura de eventos e congressos;
- > Atualizações sobre mercado, inovação, tecnologia e assistência à saúde.

Outro destaque da página é a valorização da memória editorial da publicação.

O portal disponibiliza um amplo acervo histórico, permitindo revisitar edições que marcaram diferentes momentos da indústria farmacêutica e da saúde no Brasil.

É uma forma de preservar registros importantes, reconhecer profissionais que contribuíram para o desenvolvimento do setor e manter viva a história construída ao longo de mais de 40 anos de circulação.

Mais do que acompanhar as mudanças do ambiente digital, a proposta é fortalecer um espaço digital capaz de aproximar conhecimento, inovação e pessoas.

Em um mercado cada vez mais dinâmico, a informação continua sendo um dos principais instrumentos para promover

atualização profissional, estimular boas práticas e contribuir para decisões mais conscientes em toda a cadeia da saúde.

Ao lançar seu novo portal, a UPpharma reafirma o compromisso que sempre norteou sua atuação: oferecer conteúdo relevante, produzido com responsabilidade editorial e conectado aos principais temas que impactam a indústria farmacêutica, os profissionais da saúde e, consequentemente, a qualidade da assistência oferecida à população.

A história construída ao longo de mais de quatro décadas permanece como alicerce dessa trajetória. A diferença é que, agora, ela passa a ser contada em um ambiente digital ainda mais moderno, acessível e preparado para acompanhar os desafios e as oportunidades da comunicação especializada nos próximos anos. 

REVISTAS ANTERIORES

Edição 217



Ver edição

Edição 216



Ver edição

Edição 215



Ver edição

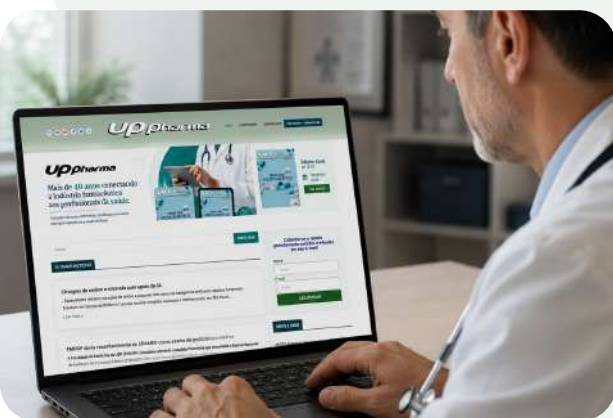
Edição 214



Ver edição

Acervo Digital

Todas as edições da Revista UPpharma estão disponíveis para leitura e download em formato digital. Um acervo que preserva a história da publicação desde 1979, quando nasceu como Revista Grupemef, reunindo décadas de informação e conteúdo relevante para a área da saúde, o que torna esse valioso acervo acessível para profissionais, pesquisadores e interessados nos temas.



O novo site já está disponível em

www.uppharma.com.br

É só conferir!



Para leitor classe A

uppharma

Líder em comunicação na área da saúde

45 anos de circulação

Disponível em nível internacional
na plataforma Factiva - Down Jones

A mídia digital para leitura on-line e download



125.000 médicos assinantes

DPM Editora
(11) 98787-4080 / (11) 3772-4042
www.dpm.srv.br





Propagandista

O elo de confiança

A força do relacionamento humano na propaganda médica

A tecnologia transformou ferramentas, processos e até os cargos da força de vendas. O elo humano, porém, continua insubstituível.

Em um mercado movido pela inovação, confiança ainda é construída na relação entre pessoas. E é isso que sustenta a propaganda médica e continua sendo até hoje o mesmo desde sua origem: pessoas se conectam com pessoas.

A indústria farmacêutica atravessa uma das fases mais transformadoras de sua história. O avanço da pesquisa científica, o desenvolvimento de terapias cada vez mais inovadoras, a digitalização dos processos e a incorporação de ferramentas baseadas em inteligência artificial mudaram a forma como o setor pesquisa, produz, se comunica e se relaciona com os profissionais da saúde.

Essa transformação também chegou à força de vendas. Nos últimos anos, novos modelos de atuação passaram a fazer parte da rotina das empresas. As visitas presenciais dividiram espaço com reuniões virtuais, plataformas digitais e estratégias omnichannel.

Ao mesmo tempo, a própria função ganhou novas nomenclaturas. Em muitas organizações, o tradicional propagandista passou a ser chamado de consultor científico, consultor de demanda, executivo de contas, especialista em relacionamento ou consultor de negócios.

Mais do que uma simples mudança de cargo, essa evolução reflete uma nova forma de enxergar o profissional que está na linha de frente da relação entre a indústria farmacêutica e a classe médica.

O foco deixou de estar exclusivamente na apresentação de produtos e passou a incorporar conhecimento científico, atualização constante, entendimento das necessidades do médico e construção de relacionamentos de longo prazo.

Apesar das inúmeras mudanças que marcaram o setor, um aspecto permanece praticamente inalterado desde o surgimento da propaganda médica: o elo humano e a confiança, que continua sendo construída entre pessoas.

O cenário atual torna esse desafio ainda mais evidente. Médicos convivem diariamente com uma avalanche de informações que chegam por diferentes canais. E-mails, aplicativos, redes profissionais, plataformas de educação médica, webinars, artigos científicos e conteúdos digitais disputam espaço em uma rotina marcada pela falta de tempo. Em meio a esse excesso de informação, conquistar alguns minutos de atenção tornou-se uma tarefa cada vez mais complexa.

É justamente nesse contexto que o relacionamento humano ganha um novo significado. A visita médica já não se resume à apresentação de um lançamento ou de uma campanha promocional.

Saber ouvir

Cada encontro representa uma oportunidade para discutir evidências científicas, compartilhar experiências, compreender os desafios enfrentados na prática clínica e estabelecer um diálogo baseado na confiança. Mais do que transmitir informações, o bom representante desenvolveu uma habilidade que talvez nunca tenha sido tão importante: saber ouvir.

A realidade de um cardiologista é diferente da de um endocrinologista. Um pediatra enfrenta desafios distintos daqueles vividos por um oncologista. Até mesmo profissionais da mesma especialidade podem atender perfis completamente diferentes de pacientes.

Compreender essas particularidades tornou-se parte essencial da atuação da força de vendas, permitindo que a conversa seja personalizada, relevante e alinhada à realidade de cada consultório ou serviço de saúde.

A transformação também chegou à força de venda

Visita médica já não se resume à apresentação de um lançamento ou de uma campanha promocional.



Essa mudança acompanha uma transformação mais ampla da própria medicina. Os pacientes passaram a participar de forma mais ativa das decisões sobre seus tratamentos, enquanto os profissionais precisam lidar com um volume crescente de estudos, diretrizes clínicas e novas opções terapêuticas. Nesse ambiente, o propagandista deixa de ser apenas um canal de divulgação e passa a atuar como um facilitador do acesso à informação científica.

Essa relação também se constrói no tempo. Credibilidade não nasce de uma única visita, mas da consistência das informações compartilhadas, da transparência nas respostas, do compromisso ético e do respeito à rotina do profissional de saúde. São essas atitudes que fortalecem vínculos e transformam encontros pontuais em relacionamentos duradouros.

Nem mesmo o avanço da inteligência artificial alterou essa dinâmica. As novas tecnologias trouxeram ganhos importantes para o planejamento comercial, a análise de dados, a segmentação de públicos e a personalização da comunicação.

Tornaram as estratégias mais eficientes e ampliaram o alcance das ações da indústria farmacêutica. Mas nenhuma dessas ferramentas foi capaz de substituir atributos essencialmente humanos, como empatia, escuta ativa, sensibilidade e capacidade de construir confiança.

Não por acaso, as empresas continuam investindo fortemente na formação de suas equipes de campo. Se o conhecimento técnico permanece indispensável, competências comportamentais ganharam protagonismo. Comunicação, inteligência emocional, capacidade consultiva e relacionamento tornaram-se diferenciais tão importantes quanto o domínio das informações científicas.

Essa evolução também explica por que tantas empresas revisaram a nomenclatura da função nos últimos anos. Independentemente do título estampado no

Os pacientes passaram a participar de forma mais ativa das decisões sobre seus tratamentos.

Nem mesmo o avanço da inteligência artificial alterou essa dinâmica.

Conhecimento técnico permanece indispensável, competências comportamentais ganharam protagonismo.

crachá, o objetivo permanece o mesmo: estabelecer uma relação de confiança capaz de aproximar ciência, indústria e prática clínica.

No fim das contas, pouco importa se o profissional é chamado de propagandista, consultor científico, executivo de contas ou especialista em relacionamento. As ferramentas mudaram.

Os canais se multiplicaram. A tecnologia passou a fazer parte da rotina. Mas aquilo que sustenta a propaganda médica continua sendo o mesmo desde sua origem: pessoas se conectam com pessoas.

Em um setor em que a inovação acontece diariamente e o conhecimento se renova em ritmo acelerado, o relacionamento humano permanece como o elo que aproxima a ciência daqueles que dedicam suas vidas a cuidar da saúde. E talvez seja justamente essa capacidade de construir confiança que explique por que, mesmo diante de tantas transformações, a essência da profissão continua tão atual quanto indispensável. 

As pontes essenciais entre ciência, indústria e medicina

Dr. Ricardo Pavanello

Mais do que apresentar medicamentos, o propagandista participa da construção de jornadas terapêuticas mais conscientes, nas quais informação e confiança se traduzem em melhores resultados para os pacientes.

No Brasil, as doenças cardiovasculares seguem como a principal causa de morte, sendo responsáveis por aproximadamente 400 mil óbitos anuais. Esse cenário impõe à comunidade médica, às sociedades científicas, à indústria farmacêutica e a todos os profissionais envolvidos na cadeia da saúde um compromisso permanente com a atualização científica, a educação médica continuada e a ampliação do acesso às melhores práticas terapêuticas.

Nesse contexto, é impossível não reconhecer a relevância histórica e estratégica do trabalho desempenhado pelos propagandistas vendedores da indústria farmacêutica. Muito além da atividade comercial, esses profissionais exercem um papel fundamental na construção de pontes entre a inovação científica e a prática clínica diária.

Ao longo das últimas décadas, a cardiologia testemunhou avanços extraordinários no diagnóstico, tratamento e prevenção das doenças cardiovasculares. Novas classes terapêuticas, medicamentos mais eficazes e protocolos baseados em evidências científicas transformaram a qualidade de vida e a sobrevivência de milhões de pacientes. E parte importante dessa evolução passa pela disseminação qualificada de conhecimento junto à classe médica.

É justamente nesse ponto que o trabalho dos propagandistas ganha ainda mais relevância. São eles que, diariamente, percorrem consultórios, clínicas e hospitais levando informações atualizadas, estudos científicos, evidências clínicas e novidades terapêuticas que auxiliam o médico em sua constante busca pelo melhor cuidado ao paciente.

A relação construída entre os profissionais da indústria farmacêutica e os médicos deve sempre estar sustentada na ética, na transparência e no compromisso com a ciência. Quando essa conexão ocorre de forma responsável e baseada em evidências, ela fortalece todo o ecossistema da saúde e contribui diretamente para a evolução da medicina.

Na cardiologia, especialidade marcada pela rápida incorporação de novas tecnologias e terapias, o intercâmbio contínuo

de informações científicas é indispensável. O propagandista bem preparado, atualizado e comprometido com a qualidade da informação torna-se um importante agente de educação médica continuada, colaborando para que o conhecimento chegue com agilidade à prática clínica.

Neste Dia do Propagandista, celebrado em 14 de julho, a Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (SOCESP) reconhece e homenageia esses profissionais que, com dedicação, resiliência e capacidade de relacionamento humano, ajudam a fortalecer a conexão entre ciência e assistência médica em prol da saúde da população. 



Dr. Ricardo Pavanello

é Presidente da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (SOCESP).





Propagandista e o futuro de uma profissão que ensina

Nelson Mussolini

O futuro da propaganda médica pode não ser de máquinas conversando com médicos. Para que isso não aconteça os profissionais terão de ser mais bem preparados, apoiados por dados e por tecnologia, movidos pelo que sempre distinguiu essa atividade, o compromisso de levar informação de qualidade a quem cuida das pessoas.



Como já tive oportunidade de escrever, o propagandista vendedor de produtos farmacêuticos, reconhecido na indústria como representante de laboratório, ou simplesmente rep, é uma das figuras mais importantes e, ao mesmo tempo, menos compreendidas da nossa cadeia.

Ele é a ponte entre o laboratório e o médico. É quem leva ao consultório os lançamentos da indústria, rememora as marcas de cada empresa, apresenta as novas indicações dos produtos e, sem alarde, participa da educação continuada de quem prescreve. Ele não é um simples entregador de amostras grátis.

Há um equívoco comum em enxergar o rep como um vendedor sem conhecimento. Ele é, antes de tudo, um educador técnico. O médico, sobrecarregado pela rotina de atendimento, nem sempre tem tempo de acompanhar cada artigo científico, cada nova bula, cada ajuste de posologia.

O propagandista chega com a informação organizada, atualizada e responsável. Quando faz bem o seu trabalho, ele não vende um produto, ele qualifica uma decisão clínica. E uma decisão clínica mais bem informada significa, no fim, mais segurança e acesso à saúde para o paciente.

Essa profissão carrega uma exigência ética que poucas têm. O rep lida com a saúde das pessoas e, por isso, opera sob regras rígidas de conduta. Não pode prometer o que a ciência não comprova, não pode confundir entusiasmo comercial com evidência.

A boa propaganda médica é aquela que respeita o conhecimento do interlocutor e acrescenta valor à conversa. É um trabalho de relacionamento

construído sobre confiança, e confiança não se improvisa. Por trás de cada visita há horas de estudo, treinamento constante e a responsabilidade de traduzir a ciência sem distorcê-la.

Seria ingenuidade, porém, tratar essa atividade como se ela estivesse imune ao tempo. Como em todas as profissões, o propagandista precisa estar preparado para os avanços tecnológicos que o mundo corporativo assiste hoje.

A visita presencial passa a dividir espaço com o contato remoto. Plataformas digitais registram cada interação, ferramentas de gestão de relacionamento ajudam a entender o perfil de cada médico e a inteligência artificial começa a sugerir qual informação é mais relevante para cada especialista, em cada momento. O profissional que antes contava apenas com a memória e a simpatia passa a contar também com dados.

Nada disso substitui o profissional. Substitui, sim, aquele que se recusa a evoluir. O algoritmo pode indicar o melhor caminho, mas é o ser humano que constrói a relação, que percebe a dúvida não dita, que adapta o discurso à realidade do consultório.

A tecnologia amplia o alcance do rep, não dispensa a sua sensibilidade. Quem souber unir o domínio técnico à fluência digital terá, nos próximos anos, uma vantagem decisiva. Quem ignorar essa transformação corre o risco de se tornar dispensável, não por causa da máquina, mas por causa da própria acomodação.

O futuro da propaganda médica pode não ser de máquinas conversando com médicos. Para que isso não aconteça os profissionais terão de ser mais bem preparados, apoiados por dados e por tecnologia, movidos pelo que sempre distinguiu essa atividade, o compromisso de levar informação de qualidade a quem cuida das pessoas. O propagandista que entender isso não tem o que temer. Tem muito a oferecer. 

“A boa propaganda médica é aquela que respeita o conhecimento do interlocutor e acrescenta valor à conversa. É um trabalho de relacionamento construído sobre confiança, e confiança não se improvisa. Por trás de cada visita há horas de estudo, treinamento constante e a responsabilidade de traduzir a ciência sem distorcê-la.”



Nelson Mussolini

é Presidente-Executivo do Sindusfarma e Advogado.

E-mail: presidencia@sindusfarma.org.br

EU
SOU
A VOZ
DO



Francine Gonçalves
Propagandista Eurofarma

Todos os dias, a vida com mais saúde acontece a **partir de encontros**. Encontros que conectam pessoas, **levam conhecimento** e orientam decisões que fazem a diferença em tantas histórias. E é aí que você, propagandista, se torna essencial. Porque mais do que levar informação, **você dá VOZ** ao que realmente importa: à ciência, ao cuidado e à qualidade das escolhas.

É a sua voz que conecta profissionais, orienta caminhos e gera impacto todos os dias. Neste 14 de julho, celebramos você, a voz que impulsiona a saúde a cada dia.

Você é a voz do IMPACTO.
Você impacta VIDAS.



**Eu impacto vidas, transformando
conhecimento em cuidado.**

14.07

Dia do Propagandista

Uma homenagem

 **eurofarma**
sua vida move a nossa



Francine Gonçalves Honorio

Propagandista Eurofarma – Linha Agilidade

Conectando a Ciência à vida das pessoas

Levamos aos profissionais atualizações científicas, apresentando estudos clínicos, assim como atualizações terapêuticas.

Eu acredito que meu trabalho impacta bastante a vida das pessoas.

Apesar de não prescrevermos medicamentos e não atendermos pacientes diretamente, influenciamos a forma como os profissionais de saúde conhecem, compreendem e utilizam os tratamentos.

Levamos aos profissionais atualizações científicas, apresentando estudos clínicos, assim como atualizações terapêuticas.

Isso acaba impactando a escolha e decisão do tratamento oferecido, resultando em melhores desfechos, afetando a qualidade de vida não só dos pacientes, como de seus familiares.

Diversas vezes, por levar evidências científicas confiáveis, podemos disseminar as informações e orientar de que forma o medicamento pode ser utilizado, permitindo assim uma nova opção terapêutica e tratamento mais eficaz.

Juramir Paulo Martins

Propagandista Eurofarma – Linha Foco

Orgulho da profissão

Temos a responsabilidade de levar informação, conhecimento e atualizações para estes profissionais, que são responsáveis pela saúde e qualidade de vida dos pacientes.

Acredito que a minha profissão impacta vidas porque trabalho direto com os profissionais que cuidam de vidas.

Temos a responsabilidade de levar informação, conhecimento e atualizações para estes profissionais, que são responsáveis pela saúde e qualidade de vida dos pacientes.

Indiretamente eu vivencio este IMPACTO! Principalmente quando o médico faz o seguinte relato:

"Aquela informação ou atualização que você me passou sobre o medicamento, foi muito importante. Receitei para a paciente e os resultados foram muito positivos. Inclusive a paciente já veio no meu consultório só para agradecer."

Este tipo de relato que nos mostra o tão importante e gratificante é a profissão do propagandista.

Tenho muito orgulho em ser propagandista!

Parabéns a todos que são propagandistas!





O protagonismo do Representante de Vendas no sucesso da Gedeon Richter no Brasil

Rafaella Paulino

Reconhecer os propagandistas é valorizar quem está na linha de frente, construindo conexões, ampliando oportunidades e contribuindo diretamente para o crescimento sustentável da companhia no Brasil.

Na Gedeon Richter, acreditamos que o sucesso de uma empresa é construído pelas pessoas que, diariamente, representam seus valores, sua trajetória e seu compromisso com a saúde.

Nesse contexto, o Representante de Vendas desempenha um papel essencial. Muito além da promoção de produtos ou da geração de resultados comerciais, esse profissional atua como um elo estratégico entre a companhia, os profissionais de saúde e o mercado. Por meio de uma atuação próxima, ética e consistente, contribui para fortalecer relacionamentos, ampliar a presença da empresa e disseminar informações científicas de qualidade.

Sob a perspectiva de Recursos Humanos, a Força de Vendas é protagonista não apenas pelos resultados alcançados, mas também pelo impacto que exerce na cultura organizacional.

São profissionais que representam a marca no campo, vivenciam nossos valores em cada interação e traduzem, na prática,

o compromisso da companhia com a excelência, a responsabilidade e o cuidado.

Em uma empresa dedicada à saúde da mulher, essa missão ganha ainda mais relevância. Cada contato realizado contribui para fortalecer uma rede baseada em conhecimento, confiança e acesso à informação, apoiando profissionais de saúde na promoção de melhores jornadas de cuidado para suas pacientes.

Reconhecer esses profissionais é valorizar quem está na linha de frente, construindo conexões, ampliando oportunidades e contribuindo diretamente para o crescimento sustentável da companhia no Brasil.

Neste Dia do Representante, expressamos nosso sincero agradecimento a todos que representam a Gedeon Richter com dedicação, ética, competência e orgulho.

Vocês são protagonistas da nossa trajetória e parte fundamental do futuro que seguimos construindo. 

Neste Dia do Representante, expressamos nosso sincero agradecimento a todos que representam a Gedeon Richter com dedicação, ética, competência e orgulho.



Rafaella Paulino

Coordenadora de RH da Gedeon Richter.

**Recomendado para aproximar
ciência, inovação e confiança
a profissionais de saúde.**

Benefícios:

Fortalece relacionamentos.

Amplia o acesso à informação científica.

Contribui para transformar conhecimento
em melhores cuidados para os pacientes.



Hoje celebramos você, que faz essa fórmula
funcionar todos os dias.

Feliz Dia do Representante Farmacêutico



0800 941 3235
www.gedeonrichter.com.br

THERASKIN®

Parabéns ao time
TheraSkin® que
diariamente
defende nossas
conquistas com o
propósito

SKIN
IN THE GAME

14 DE JULHO

Dia do Propagandista



COT CENTRO DE
ORIENTAÇÃO
THERASKIN
0800 0196660
cot@theraskin.com.br
www.theraskin.com.br

29.21 JUN 2024 M



@theraskinbrasil



Cuidar vai muito além da ciência

É sobre pessoas, histórias e conexão

Karla Pina

Em um mundo cada vez mais digital, ágil e orientado por dados, permanece essencial aquilo que não se substitui: a empatia, a sensibilidade e a capacidade de criar conexões reais. O olho no olho. Porque, no fim, são essas conexões que fortalecem a confiança, aproximam pessoas e tornam o cuidado verdadeiramente completo.



Karla Pina

é Head de demanda e Gerente Nacional da TheraSkin®.

Todos os dias, a TheraSkin® avança em inovação, tecnologia e conhecimento. Mas é no encontro entre pessoas que a ciência realmente ganha vida. Por trás de cada visita, existe mais do que informação técnica. Existe presença. Existe escuta. Existe cuidado.

E vocês, Propagandistas TheraSkin®, que fazem essa ponte acontecer, conectando o que há de mais avançado na ciência à realidade da prática médica. Mas, acima de tudo, conectando pessoas.

É no diálogo respeitoso, na troca genuína e na construção de confiança ao longo do tempo que o conhecimento se transforma em algo maior: decisões mais seguras, tratamentos mais assertivos e resultados que impactam vidas.

Porque cuidar da saúde não é apenas tratar doenças. É promover bem-estar. É olhar para o indivíduo como um todo, como único. Inclusive quando falamos da pele, que traduz não só proteção, mas também autoestima, identidade e qualidade de vida.

Cada orientação, cada escolha terapêutica, cada informação compartilhada carrega o potencial de transformar não apenas

um tratamento, mas a forma como alguém se sente consigo mesmo.

E é nesse espaço, entre a ciência e o humano, que o propagandista TheraSkin® faz a diferença.

Em um mundo cada vez mais digital, ágil e orientado por dados, permanece essencial aquilo que não se substitui: a empatia, a sensibilidade e a capacidade de criar conexões reais. O olho no olho.

Porque, no fim, são essas conexões que fortalecem a confiança, aproximam pessoas e tornam o cuidado verdadeiramente completo.

Neste Dia do Propagandista, celebramos quem leva ciência com propósito, constrói relações com sensibilidade e transforma conhecimento em cuidado, promovendo saúde, bem-estar e confiança todos os dias. 

**Orgulho em ser
Propagandista há
mais de 20 anos!**

O valor do Propagandista Vendedor

Dr. Lauro Moretto

Reconhecer o valor do propagandista vendedor é reconhecer a importância daqueles que, com conhecimento, perseverança e compromisso, transformam a inovação científica em benefício concreto para a sociedade, contribuindo para o progresso da medicina e para a promoção da vida e do bem-estar humano.

Ao longo da história da indústria farmacêutica, o propagandista vendedor tem desempenhado uma missão de singular relevância, constituindo-se em verdadeiro disseminador da ciência, da inovação e do conhecimento terapêutico.

Sua atuação transcende a promoção de medicamentos, sendo um agente estratégico na veiculação de informações qualificadas, contribuindo para a valorização da prática médica baseada em evidências.

Exercendo suas atividades com competência, dedicação e elevado senso ético, o propagandista contribui decisivamente para que os avanços da pesquisa farmacêutica alcancem os profissionais de saúde e destes para seus pacientes.

O propagandista vendedor, pela sua capacidade de construir relações pautadas pela confiança, credibilidade e respeito confere-lhe papel diferenciado no aperfeiçoamento contínuo da assistência à saúde.

Reconhecer o valor do propagandista vendedor é reconhecer a importância daqueles que, com conhecimento, perseverança e compromisso, transformam a inovação científica em benefício concreto para a sociedade, contribuindo para o progresso da medicina e para a promoção da vida e do bem-estar humano. 



Dr. Lauro D. Moretto

é Presidente Emérito da Academia de Ciências Farmacêuticas do Brasil.



O impacto do propagandista na adesão ao tratamento e nos resultados para os pacientes

Mais do que apresentar medicamentos, o propagandista participa da construção de jornadas terapêuticas mais conscientes, nas quais informação e confiança se traduzem em melhores resultados para os pacientes.

Durante décadas, o trabalho do propagandista esteve diretamente associado às visitas médicas e à apresentação de medicamentos. Essa função, embora ainda central, ganhou novas camadas ao longo do tempo, acompanhando as transformações da medicina e da indústria farmacêutica.

Em um ambiente marcado pela velocidade das descobertas científicas, pelo aumento da complexidade terapêutica e pela necessidade constante de atualização, a atuação da força de vendas passou a ter impacto que vai além da divulgação de produtos.

Hoje, o propagandista ocupa um espaço importante na circulação da informação qualificada dentro do ecossistema da saúde.

Ao levar dados científicos atualizados, resultados de estudos clínicos, informações sobre novas terapias e materiais técnicos, ele contribui para que o médico tenha mais subsídios no momento da tomada de decisão. Essa troca contínua ajuda a aproximar a inovação da prática clínica real.

Essa evolução acompanha uma mudança mais ampla na própria medicina. O volume de conhecimento disponível cresce em ritmo acelerado, e a atualização constante se tornou parte da rotina dos profissionais de saúde.

Nesse cenário, a curadoria de informação confiável e contextualizada ganha relevância, especialmente quando se trata de transformar evidências científicas em prática assistencial.

É justamente nesse ponto que a discussão sobre adesão ao tratamento se torna central. A efetividade de uma terapia não depende apenas da prescrição correta ou da eficácia de um medicamento, mas também da continuidade do uso, da compreensão do paciente sobre o tratamento e da segurança transmitida ao longo de toda a jornada terapêutica.

A adesão continua sendo um dos principais desafios da saúde, especialmente em condições crônicas, onde a interrupção ou o uso inadequado da medicação pode comprometer diretamente os resultados clínicos.

Nesse contexto, a atuação do propagandista ganha uma dimensão estratégica. Ao promover atualização científica, compartilhar evidências consistentes e ampliar o conhecimento do médico sobre diferentes abordagens terapêuticas, esse profissional contribui para decisões mais seguras e fundamentadas. E médicos mais bem informados tendem a prescrever com maior segurança, orientar melhor seus pacientes e reforçar a importância da continuidade do tratamento.

Esse efeito, ainda que indireto, se reflete na prática clínica. A qualidade da informação recebida pelo médico influencia sua capacidade de esclarecer dúvidas, reduzir inseguranças e fortalecer a confiança do paciente na terapia proposta. E confiança, nesse contexto, é um dos fatores mais

determinantes para a adesão ao tratamento.

Ao longo dos anos, a atuação da força de vendas também se ampliou para além da visita presencial. Hoje, o propagandista participa de estratégias digitais, ações educacionais, eventos científicos, congressos e iniciativas omnichannel que reforçam o acesso à informação médica de qualidade. Essa transformação reflete um setor mais integrado, no qual diferentes canais contribuem para a educação continuada dos profissionais de saúde.

Apesar das mudanças tecnológicas, o relacionamento humano segue sendo um diferencial relevante. A escuta ativa, o entendimento das necessidades de cada especialidade e a construção de confiança ao longo do tempo continuam sendo elementos centrais dessa atuação. É nesse equilíbrio entre conhecimento técnico e proximidade que o propagandista mantém sua relevância no cenário atual.

Além disso, o contato próximo com a prática médica permite ao propagandista compreender desafios reais enfrentados por médicos e pacientes, como barreiras de acesso, dificuldades de adesão e lacunas no acompanhamento terapêutico. Essas percepções contribuem para uma

visão mais ampla da jornada do paciente dentro do sistema de saúde.

Em um ambiente em que a inovação é constante, é importante reconhecer que os avanços científicos só alcançam seu verdadeiro impacto quando chegam ao paciente de forma adequada e sustentada. Entre a descoberta e o resultado clínico existe um percurso que depende de informação, compreensão e confiança. E nesse percurso, a força de vendas exerce um papel de conexão entre ciência e prática.

Comemorar o Dia do Propagandista é reconhecer a importância de um profissional que atua justamente nesse ponto de convergência. Alguém que contribui para a disseminação do conhecimento científico, apoia decisões clínicas mais seguras e, de forma indireta, impacta um dos maiores desafios da medicina contemporânea: fazer com que o tratamento prescrito se transforme em tratamento seguido.

Mais do que apresentar medicamentos, o propagandista participa da construção de jornadas terapêuticas mais conscientes, nas quais informação e confiança se traduzem em melhores resultados para os pacientes. 

Ao promover atualização científica, compartilhar evidências e ampliar o conhecimento do médico sobre diferentes abordagens terapêuticas, o propagandista contribui para decisões mais seguras e fundamentadas. E médicos mais bem informados tendem a prescrever com maior segurança, orientar melhor seus pacientes e reforçar a importância da continuidade do tratamento.





Comunicação que prescreve **confiança**

Corpo, mente e alma na atividade do
representante farmacêutico

Yuri Trafane

A excelência na propaganda médica não depende apenas do que se diz, mas de quem comunica. Representantes que cuidam do corpo possuem mais energia. Aqueles que desenvolvem a mente geram mais credibilidade. E os que cultivam a inteligência emocional constroem relacionamentos mais profundos e duradouros.



A atividade do representante farmacêutico evoluiu profundamente nas últimas décadas. Se antes bastava conhecer bem um portfólio e apresentar estudos científicos, hoje o desafio é muito maior: construir relacionamentos sólidos e relevantes com médicos cada vez mais pressionados pelo tempo, pela sobrecarga de informações e pela crescente complexidade da prática clínica.

Nesse contexto, a excelência na comunicação deixou de ser apenas uma habilidade técnica para se tornar uma competência integral. Comunicar-se bem exige mais do que dominar argumentos científicos. Exige presença, energia, equilíbrio emocional e autenticidade. Em outras palavras, exige cuidar do corpo, da mente e da alma.

O corpo é a base da energia e da presença. Afinal, a rotina do propagandista é intensa. Deslocamentos constantes, longas jornadas, agendas apertadas e metas desafiadoras podem levar ao desgaste físico e mental. Por isso, cuidados básicos, que podem parecer simples demais, fazem a diferença.

Alimentação adequada, prática regular de exercícios físicos e sono de qualidade são poderosos aliados da performance profissional. Quem cuida desses fatores apresenta maior capacidade de concentração, mais disposição, melhor humor e maior resistência ao estresse. Tudo isso impacta diretamente a qualidade das interações com os médicos.

A comunicação começa antes mesmo da primeira palavra. Ela se expressa na postura, no olhar, na energia transmitida e na capacidade de manter atenção genuína durante a visita. Cuidar do corpo, portanto, não é um luxo. É uma estratégia profissional.

Cuidar da mente é trabalhar o conhecimento que gera credibilidade. Médicos valorizam profundamente o tempo. Cada minuto de uma visita precisa agregar valor. Por isso, o representante que deseja cons-

truir credibilidade precisa investir continuamente no desenvolvimento intelectual. Isso significa não apenas conhecer profundamente os produtos, estudos clínicos e evidências científicas, mas também compreender o perfil de cada médico visitado.

Quais são suas especialidades e áreas de interesse? Que tipo de pacientes atende? Quais desafios enfrenta em sua prática clínica? Quais temas científicos despertam sua atenção?

Quanto maior o conhecimento do profissional sobre o contexto do médico, maior será sua capacidade de estabelecer conversas relevantes e personalizadas.

Em um cenário em que a informação científica está a poucos cliques, o diferencial não está em simplesmente transmitir dados, mas em contextualizá-los de maneira útil e significativa.

Existe ainda uma dimensão frequentemente negligenciada no desenvolvimento profissional: a dimensão emocional, o que chamamos, metaforicamente, de alma.

Em um ambiente de alta pressão, metas exigentes e constantes mudanças, cultivar equilíbrio emocional torna-se indispensável. Práticas como meditação, atenção plena (mindfulness) e autoconhecimento têm demonstrado efeitos positivos sobre foco, redução do estresse, empatia e qualidade dos relacionamentos interpessoais.

A excelência na propaganda médica não depende apenas do que se diz, mas de quem comunica. Representantes que cuidam do corpo possuem mais energia. Aqueles que desenvolvem a mente geram mais credibilidade. E os que cultivam a inteligência emocional constroem relacionamentos mais profundos e duradouros.

No final, médicos não se conectam apenas com produtos ou apresentações. Eles se conectam com pessoas. E pessoas extraordinárias são aquelas que estão presentes de forma integrada. Com corpo, mente e alma. 

No final, médicos não se conectam apenas com produtos ou apresentações. Eles se conectam com pessoas.



Yuri Trafane

é Professor Universitário, Consultor em Marketing e Diretor Executivo da Ynner Marketing & Treinamentos.
E-mail: yuri@ynner.com.br



Propagandista

A missão de construir relações sólidas e éticas junto à classe médica

Wilson Borges

O propagandista não entrega apenas informação. Ele leva confiança, atualização científica, credibilidade e presença. É um elo fundamental entre a indústria farmacêutica e os profissionais de saúde.

Hoje, quero prestar minha homenagem a uma das profissões mais importantes da indústria farmacêutica: os propagandistas.

Falo com conhecimento de causa e, acima de tudo, com respeito. Antes de ocupar cargos de liderança no setor farmacêutico, tive o privilégio de atuar por quatro anos como propagandista. Vivi na prática a rotina intensa, os desafios diários, a pressão por resultados e, principalmente, a missão de construir relações sólidas e éticas junto à classe médica.

Poucas profissões exigem ao mesmo tempo tanta resiliência, disciplina, preparo técnico, inteligência emocional e capacidade de relacionamento humano.

O propagandista não entrega apenas informação. Ele leva confiança, atualização científica, credibilidade e presença. É um elo fundamental entre a indústria farmacêutica e os profissionais de saúde.

Ao longo das décadas, muita coisa mudou: tecnologia, canais digitais, inteligência artificial, automação e modelos de negócio.

Mas existe algo que continua impossível de substituir: a conexão humana, a construção de confiança e o relacionamento genuíno. Por isso afirmo com convicção: os propagandistas foram, são e continuarão sendo insubstituíveis.

Meu respeito, admiração e gratidão a todos vocês, que carregam essa profissão com orgulho e competência. 

Parabéns pelo seu dia!



Wilson Borges

é palestrante e consultor.

MADEFRAN

MADEIRA • DESIGN • BOM GOSTO

ARQUITETURA DA SAÚDE

A excelência que seu
consultório e
paciente merecem.



Mais do que estética, ambientes de saúde exigem precisão, ergonomia e o cumprimento rigoroso de normas técnicas, sem abrir mão do acolhimento. Há mais de 30 anos, a Madefran transforma projetos corporativos e clínicos de alto padrão em realidade, unindo tecnologia de ponta ao acabamento artesanal e minucioso que diferencia os grandes profissionais.

madefran
MADEIRA | DESIGN | BOM GOSTO

SOB MEDIDA

ALTO PADRÃO

PONTUALIDADE

Traga seu projeto para a Madefran - www.madefran.com.br

 (11) 99903-8515



Propagandista

A profissão de quem transforma ciência em confiança

Evandro Lopes

Ser propagandista é ser quase médico sem usar jaleco, psicólogo sem consultório e especialista dos especialistas sem perder a simplicidade. É entender que, por trás de cada produto, existe uma doença. Por trás de cada doença, existe uma pessoa. E, por trás de cada pessoa, existe uma vida tentando continuar.

Quando recebi a mensagem da UPpharma, me convidando para construir esta homenagem ao propagandista, o sentimento que me atravessou foi além da honra. Foi orgulho.

Eu sou propagandista desde que nasci. Fui alfabetizado em bula de Novalgina. Ganhei mesada ajudando a separar fichas do CEDAT, em ordem de roteiro.

Cresci vendo a pasta ser preparada, a amostra ser conferida e a visita médica ser tratada com uma seriedade quase sagrada. Isso porque meu pai foi propagandista por 35 anos.

E quem conhece essa profissão sabe: 35 anos de estrada não cabem em uma linha de currículo. Cabem em uma vida inteira.

Um dia me perguntaram o que eu queria ser quando crescesse. Pois bem, eu fui. Fui representante. Fui propagandista. Fui

homem de pasta, de amostra, de roteiro, de meta, de espera, de corredor, de recepção, de trânsito, de chuva, de médico com pressa, de paciente impaciente, de produto difícil e de nome que até hoje exige ensaio antes de pronunciar. Homenagear o propagandista não é apenas celebrar uma data.

É reconhecer uma profissão que acompanhou a evolução da medicina, da indústria farmacêutica, da comunicação e da forma como o conhecimento chega até quem decide pela saúde das pessoas.

Meu pai foi PVC: promotor, vendedor e cobrador. Foi entregador de amostras. Foi representante. Foi propagandista. Foi consultor.

Teve muitos nomes ao longo da carreira. Minha avó, com a simplicidade de quem enxergava o mundo sem verniz corporativo, dizia que ele era "vendedor de remédios".

E talvez muita gente ainda pense assim. Mas quem acha que “vender remédio” é fácil está profundamente enganado. Porque o propagandista nunca vendeu apenas uma caixa, uma molécula, uma amostra ou uma marca.

Ele vendeu confiança. Vendeu clareza. Vendeu atualização. Vendeu segurança.

Vendeu a possibilidade de um médico enxergar uma alternativa melhor para um paciente real, com uma dor real, em uma vida real. E isso exige muito mais do que técnica.

Exige leitura de cenário, inteligência relacional, repertório científico, disciplina emocional e respeito absoluto pelo tempo do outro.

O médico de hoje vive soterrado por informações, estudos, protocolos, mensagens, congressos, pressões e decisões difíceis. O bom propagandista não entra nessa rotina para aumentar o ruído. Ele entra para organizar.

Ele traduz. Ele simplifica sem empobrecer. Ele ajuda a separar o essencial do acessório. Ele entrega o benefício certo, para o médico certo, na hora certa, do jeito certo.

Esse talvez seja o ponto mais bonito e menos compreendido da profissão.

O propagandista é um arquiteto silencioso da decisão médica. Não decide pelo médico. Não substitui a ciência. Não invade a autonomia clínica.

Mas ajuda uma informação relevante a ficar mais clara, mais lembrável, mais aplicável e mais útil. E, quando isso acontece, o impacto vai além da visita. Chega ao paciente que talvez ele nunca conheça, ao tratamento que começa à adesão que melhora, à dor que diminui, à família que respira.

Foi com meu pai, o Pedrão da Hoechst, que aprendi isso. E foi com meu mentor, o finado Célio Gatai, que essa visão ganhou ainda mais profundidade: no fim, todo esse trabalho só faz sentido quando existe uma intenção maior: transformar a vida das pessoas para melhor.

Pode parecer romântico. Mas quem viveu a estrada sabe que não é romantismo. É

verdade. Porque a vida do propagandista tem beleza, mas também tem dureza.

Tem porta fechada, espera longa, roteiro quebrado, recepção difícil, chuva, trânsito, canseira, meta pesada, campanha que muda, concorrente na sala ao lado e dia em que tudo parece dar errado.

E, ainda assim, no dia seguinte, ele volta. Com a pasta arrumada, a mensagem estudadada, a postura refeita, o sorriso possível e a consciência de que cada visita pode abrir uma fresta de transformação.

Essa profissão ensina coisas que nenhuma faculdade ensina.

Ensina resiliência, escuta, leitura de ambiente, negociação, humildade e presença.

Ensina que relacionamento não se constrói em um ciclo, mas em anos de consistência. Ensina que confiança não nasce do discurso bonito, mas da repetição honesta de quem aparece, cumpre, respeita e entrega.

Talvez por isso eu nunca tenha feito tantos amigos como fiz enquanto era representante. Amigos que carrego até hoje, mesmo depois de mais de 30 anos de ter largado a “catarina”. Porque quem foi propagandista sabe: a estrada cria vínculos. As salas de espera criam histórias. As equipes criam famílias. E cada médico conquistado com respeito vira mais do que um contato. Vira memória.

Ser propagandista é ser quase médico sem usar jaleco, psicólogo sem consultório e especialista dos especialistas sem perder a simplicidade.

É entender que, por trás de cada produto, existe uma doença. Por trás de cada doença, existe uma pessoa. E, por trás de cada pessoa, existe uma vida tentando continuar.

Hoje lidero um ecossistema de comunicação. Trabalho com neurociência, estratégia, storytelling, educação corporativa e transformação de negócios.

Mas existe uma verdade que nunca mudou: eu nunca deixei de ser propagandista de alma.

Porque tudo o que faço hoje ainda nasce da mesma essência que aprendi naquela estrada: compreender pessoas, organizar decisões, construir confiança e transformar conhecimento em movimento.

Por isso, neste Dia do Propagandista, minha homenagem vai para todos que carregam essa profissão com orgulho. Para os que vieram antes.

Para os que estão na linha de frente agora. Para os que seguem reinventando a visita médica em um mundo mais complexo, mais digital, mais pressionado e mais saturado.

E, principalmente, para meu pai, o Pedrão da Hoechst, que me ensinou, sem talvez perceber, que a propaganda médica nunca foi apenas uma profissão. Foi uma escola de vida.

Parabéns a nós pelo nosso dia. Parabéns aos propagandistas.

Os verdadeiros tradutores da ciência, da confiança e do cuidado. 



Evandro Lopes

é o fundador e CEO da SLcomm, ecossistema de comunicação especializado em neuromarketing e neurocomunicação.



Neuromarketing

Quando o algoritmo informa, o propagandista precisa gerar significado

Gilberto Santos

A inteligência artificial pode segmentar médicos de acordo com especialidade, comportamento de prescrição, preferência por canais e interação com conteúdos anteriores. Essa personalização contribui para direcionar a comunicação, mas é construída principalmente a partir de dados registrados.



A indústria farmacêutica sempre foi uma grande produtora de informações. Estudos clínicos, artigos científicos, diretrizes terapêuticas, materiais promocionais, vídeos, podcasts e plataformas digitais fazem parte de um ambiente no qual os médicos recebem uma quantidade crescente de conteúdo.

Com a evolução da inteligência artificial, os algoritmos passaram a selecionar e distribuir essas informações com maior velocidade e precisão. Sistemas tecnológicos podem identificar especialidades, temas de interesse, canais preferenciais e o melhor momento para encaminhar determinado conteúdo.

Entretanto, existe uma diferença importante entre entregar uma informação e fazer com que ela seja percebida como relevante. O cérebro humano não processa todos os estímulos com a mesma intensidade. A atenção é limitada e seletiva, priorizando aquilo que apresenta utilidade imediata, conexão com experiências anteriores ou importância para uma decisão.

Nesse cenário, o propagandista continua tendo um papel fundamental. Quando o algoritmo informa, o propagandista precisa gerar significado.

1. Menos informação e mais relevância

Durante uma visita médica, o profissional pode estar exposto simultaneamente às demandas dos pacientes, prontuários, mensagens, compromissos e decisões clínicas. Sua capacidade de atenção encontra-se dividida.

Sob a perspectiva da neurociência, a memória de trabalho possui capacidade limitada. Quando muitas informações são apresentadas em pouco tempo, aumenta-se a carga cognitiva, dificultando a compreensão e a retenção da mensagem. O propagandista precisa, portanto, selecionar prioridades. Em vez de apresentar todos os dados disponíveis sobre um medicamento, deve identificar quais informações são mais importantes para aquela conversa.

Qual é a principal necessidade do médico? Que barreira terapêutica está presen-

te em sua prática? Que informação pode ajudá-lo a reconhecer o perfil de paciente adequado? Qual mensagem deverá permanecer na memória depois da visita?

O diferencial não está na quantidade de informações transmitidas, mas na capacidade de organizar o conteúdo de forma clara, relevante e memorável.

2. Da personalização algorítmica à personalização humana

A inteligência artificial pode segmentar médicos de acordo com especialidade, comportamento de prescrição, preferência por canais e interação com conteúdos anteriores. Essa personalização contribui para direcionar a comunicação, mas é construída principalmente a partir de dados registrados.

O propagandista acrescenta uma dimensão que os dados isoladamente nem sempre conseguem captar: o contexto humano da decisão.

Durante a conversa, ele pode perceber dúvidas, hesitações e mudanças de interesse. Pode identificar se o médico deseja aprofundar um estudo clínico, discutir segurança, compreender a posologia ou analisar o perfil de paciente que poderá se beneficiar do tratamento.

A personalização humana ocorre em tempo real. Isso significa adaptar a apresentação, reduzir conteúdos pouco relevantes e aprofundar os temas que despertam maior interesse.

A tecnologia pode sugerir sobre o que conversar. A interação humana ajuda a compreender por que determinado tema é importante para o médico.

3. Perguntar antes de argumentar

A inteligência artificial pode gerar respostas rapidamente. Entretanto, uma visita médica de qualidade também depende da capacidade de fazer boas perguntas.

Perguntas estimulam reflexão e participação. Quando o médico participa ativamente da conversa, deixa de ser apenas receptor da mensagem e passa a construir o significado da informação apresentada.

“A visita médica eficaz não deve buscar apenas atenção. Deve construir confiança suficiente para que a informação seja considerada, analisada e, quando apropriado, aplicada.”

O propagandista pode buscar compreender quais são os principais desafios no tratamento, os fatores que influenciam a escolha terapêutica e o tipo de evidência considerado mais relevante.

Essas perguntas não devem ser utilizadas apenas para conduzir o médico até uma mensagem previamente definida. Precisam representar um interesse verdadeiro em compreender suas necessidades.

O algoritmo pode identificar padrões entre milhares de médicos. O propagandista precisa compreender a pessoa que está diante dele.

4. Confiança em um ambiente automatizado

Em um ambiente no qual conteúdos podem ser produzidos e distribuídos automaticamente, a confiança se torna ainda mais importante.



A inteligência artificial modifica a forma como os conteúdos são produzidos, selecionados e distribuídos. Nesse novo ambiente, o propagandista não perde sua importância. Seu papel evolui.

A confiança na visita médica é construída pela combinação de competência, transparência, consistência e respeito. O médico precisa perceber que o propagandista conhece o produto, compreende as evidências científicas e reconhece os limites das informações apresentadas.

Admitir que determinada pergunta exige uma consulta adicional pode gerar mais credibilidade do que oferecer uma resposta imprecisa. Da mesma forma, apresentar benefícios sem ocultar riscos, contraindicações ou limitações contribui para uma relação mais segura e duradoura.

A visita médica eficaz não deve buscar apenas atenção. Deve construir confiança suficiente para que a informação seja considerada, analisada e, quando apropriado, aplicada.

5. Integração entre inteligência artificial e inteligência humana

A maior oportunidade não está na disputa entre pessoas e máquinas, mas na integração entre suas capacidades.

A inteligência artificial pode analisar grandes volumes de dados, identificar padrões, recomendar conteúdos e apoiar a preparação da visita. O propagandista pode interpretar o contexto, reconhecer nuances, formular perguntas, adaptar a comunicação e construir confiança.

A tecnologia amplia a capacidade operacional. A inteligência humana amplia a capacidade relacional e interpretativa.

Quanto mais eficiente se tornar a distribuição automática de informações, maior será a necessidade de profissionais capazes de contextualizá-las. O valor do propagandista não estará apenas em conhecer o conteúdo promocional, mas em ajudar o médico a navegar em um ambiente de crescente complexidade científica.

6. Novas competências e responsabilidade ética

Essa transformação exige uma revisão dos programas de treinamento das equipes de vendas. O conhecimento do produto, dos estudos clínicos e dos concorrentes continua essencial, mas precisa ser complementado por pensamento crítico, interpretação de dados, comunicação clara, escuta ativa e uso responsável da inteligência artificial.

Simulações de visitas podem ajudar o representante a praticar diferentes situações, reconhecer sinais de interesse, administrar objeções e selecionar informações de acordo com o contexto.

O uso de algoritmos também precisa ser acompanhado por critérios éticos. Dados sobre médicos devem ser utilizados de forma responsável, transparente e compatível com as regras de privacidade e proteção de dados. A personalização não pode se transformar em vigilância ou pressão comercial excessiva.

Sob a perspectiva do neuromarketing, conhecer os processos de atenção, emoção e decisão não deve significar manipular o médico. Esse conhecimento deve tornar a comunicação mais clara, relevante e compatível com as necessidades dos profissionais de saúde e dos pacientes.

Conclusão: tecnologia para informar, pessoas para dar significado

A inteligência artificial modifica a forma como os conteúdos são produzidos, selecionados e distribuídos. Nesse novo ambiente, o propagandista não perde sua importância. Seu papel evolui.

Quando qualquer informação pode ser acessada rapidamente, o diferencial deixa de ser apenas possuir o conteúdo. Torna-se necessário interpretar, organizar e

relacionar esse conteúdo com a realidade do médico.

O algoritmo pode indicar o próximo melhor conteúdo. O propagandista precisa compreender se aquele conteúdo responde à necessidade presente na conversa.

O algoritmo pode identificar padrões. O propagandista pode reconhecer particularidades.

O algoritmo pode informar. O propagandista precisa gerar significado.

A integração entre tecnologia, neurociência e capacidade humana pode tornar a visita médica mais relevante, produtiva e ética, fortalecendo a comunicação científica e contribuindo para decisões mais bem informadas em benefício dos pacientes. 

Referências bibliográficas

Imotions. Human Behaviour Pocket Guide. 2017.
Kahneman, D. Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011.
Ramsøy, T. Z. Introduction to Neuromarketing and Consumer Neuroscience. Dinamarca: Neurons Inc., 2015.



Gilberto Santos

é Diretor da Consultoria PharmaProspect e Professor em Pós-Graduação (ESPM, FGV, FIA, Insper).
E-mail: gsantos@pharmaprospect.com



Dose Única

Propagandista O guerreiro da paz

Floriano Serra

Os propagandistas, com um sorriso nos rostos, visitam profissionais e instituições da saúde, levando-lhe informações e amostras dos mais novos lançamentos dos laboratórios farmacêuticos, o que equivale dizer, levando caminhos para a qualidade de vida, para o bem-estar e para a paz.

A palavra “guerreiro” refere-se àquela pessoa que luta, que combate. Desde tempos imemoriais, essa expressão está vinculada a guerra.

Isso, considerando seu significado literal. Porque, se fazendo uma analogia ou simples comparação, chegaremos a outros significados e personagens. Todos reconhecem que estamos passando por uma absurda onda de frio, e o inverno apenas está começando...

Curitiba, onde moro atualmente, tem sido uma exemplar amostra desse fato. Trata-se de um frio cortante, penetrante, enregelante. É preciso muita coragem, determinação e responsabilidade para alguém deixar o conforto do lar e ganhar as ruas, todos os dias e bem cedo.

É um verdadeiro combate contra esse impiedoso frio. É preciso ser guerreiro decidido e muito destemido. Eu poderia citar várias categorias profissionais que

enfrentam essa luta diariamente, mas, neste momento, quero falar de uma delas em especial, até como homenagem ao seu dia.

Refiro-me aos Propagandistas, homens e mulheres, jovens e idosos, iniciantes e experientes.

Com um sorriso nos rostos, visitam profissionais e instituições da saúde, levando-lhe informações e amostras dos mais novos lançamentos dos laboratórios farmacêuticos, o que equivale dizer, levando caminhos para a qualidade de vida, para o bem-estar e para a paz.

Certamente, há os que lutam em escritórios. O Propagandista conhece esses lugares apenas por breves minutos: o tempo disponível pelo profissional visitado.

E logo voltam ao combate das ruas, para outras visitas. Voltam à guerra contra o

frio e o vento gelado. E só não digo que lhes cai neve no rosto, porque estamos em um país tropical.

Parabéns, guerreiras e guerreiros da Paz. Vocês, diária e anonimamente, vencem essa guerra. 



Floriano Serra

é Psicólogo, Palestrante, Escritor e Diretor Executivo da Consultoria Somma4 Gestão de Pessoas.
E-mail: florianoserra@terra.com.br



CONGRESSO DE CARDIOLOGIA

Estratégias de prevenção, pesquisas e novos tratamentos para a doença que mais mata no Brasil

O 46º Congresso da SOCESP teve conferencistas internacionais, lideranças acadêmicas, participações e simpósio conjunto com o American College of Cardiology e a revista Circulation.



A 46ª edição do Congresso da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (SOCESP) foi realizada nos dias 4, 5 e 6 de junho, no Transamerica Expo Center, com a participação de conferencistas dos Estados Unidos, Canadá, Alemanha, Suíça e Itália, de lideranças acadêmicas da Cardiologia e profissionais de oito áreas, como educação física, enfermagem, farmacologia, fisioterapia, nutrição, odontologia, psicologia e serviço social e um grupo de estudos em cuidados paliativos. O evento teve os seguintes destaques:



Pesquisa SOCESP revelou que 18% dos homens usam ou já usaram cigarro eletrônico:

O trabalho mostrou que o uso de cigarros eletrônicos já está presente de forma relevante, principalmente entre os mais jovens. Entre os homens entrevistados, 12% afirmaram usar cigarros eletrônicos regularmente e 6%, eventualmente. Entre as mulheres, % relataram uso regular e 5%, uso ocasional.



Temperaturas mais baixas podem aumentar em até 30% as mortes por doenças cardiovasculares:

A chegada do inverno acende um alerta importante para a saúde do coração. Evidências científicas recentes mostram que períodos de frio estão associados ao aumento de infartos, acidentes vasculares cerebrais (AVC) e descompensações da insuficiência cardíaca, um fenômeno observado em diversos países, inclusive no Brasil.

Temperaturas abaixo de 14°C podem estar associadas a um aumento de até 30% nas mortes por doenças cardiovasculares. O Congresso da SOCESP trouxe uma abordagem inovadora ao integrar esse tema e também o das mudanças climáticas e seus impactos na saúde do coração dentro da Arena ESG.



Pesquisa inédita revelou baixa percepção sobre fatores de risco cardiovascular e acendeu alerta:

A população ainda tem baixa percepção sobre os principais fatores de risco para as doenças cardiovasculares, que seguem como a principal causa de morte no país. As conclusões foram apresentadas e debatidas pela primeira vez.

De acordo com o levantamento, entre os homens, apenas 32% mencionaram espontaneamente a alimentação inadequada como fator de risco. O sedentarismo foi citado por 26%, seguido por estresse (23%) e tabagismo e consumo de álcool (19%). Entre as mulheres, o estresse emocional lidera as respostas, com 35%, seguido por alimentação inadequada (28%), sedentarismo (20%) e fatores genéticos e histórico familiar (17%).



Dra. Ieda Jatene coordenadora do SOCESP Mulher em palestra sobre coração feminino



Simpósios dos departamentos da SOCESP



Dr. Pedro Barros, coordenador do Late-Breaking Clinical Trials



O evento reuniu cerca de 8 mil congressistas



Pesquisa inédita constatou alta taxa de sedentarismo e reforçou importância da atividade física na prevenção das doenças cardiovasculares:

Pesquisa também da SOCESP constatou um cenário preocupante sobre a adesão da população à prática de atividade física, um dos principais fatores de prevenção e controle das doenças cardiovasculares.

O levantamento mostrou que homens e mulheres ainda se exercitam menos do que o recomendado, com maior predominância de sedentarismo entre as mulheres. De acordo com o estudo, 34% dos homens afirmam nunca praticar atividade física, enquanto 24% dizem praticar raramente, 22% às vezes e apenas 20% frequentemente. Entre as mulheres, os índices são ainda mais alarmantes: 41% nunca praticam atividade física, 27% raramente, 18% às vezes e somente 20% frequentemente.



Desconhecimento dos fatores de risco cardiovascular acendeu alerta e reforçou papel da comunicação médico-paciente:

Uma pesquisa da SOCESP mostrou um cenário preocupante: uma parcela expressiva da população brasileira ainda desconhece os fatores clássicos de risco cardiovascular.

Segundo levantamento, quase um quarto dos entrevistados (23,2%) não reconhece a má alimentação como fator de risco para doenças cardiovasculares.

A desinformação se amplia quando o assunto é obesidade (30,1%), hipertensão arterial (31,3%) e sedentarismo (33,5%). O desconhecimento avança ainda mais em relação a outros fatores consolidados pela ciência: 33,7% não associam colesterol elevado a risco cardíaco, 34,6% não reconhecem os impactos do tabagismo e quase metade dos entrevistados (47,7%) acredita que o diabetes não compromete o coração. O dado mais alarmante foi que 57,9% não consideram os distúrbios do sono prejudiciais à saúde cardiovascular.



Avanços na cardiologia destacaram personalização do tratamento, menos invasividade e novos olhares para pacientes frágeis:

Três estudos recentes nacionais ajudaram a redesenhar a prática da cardiologia ao apontar caminhos mais personalizados, menos invasivos e mais adequados a perfis específicos de pacientes.

Os achados dos estudos NEOMINDSET (pesquisadores brasileiros analisaram mais de 3.400 pacientes para entender se seria seguro simplificar o tratamento após um infarto), SURVIV (investigou uma questão cada vez mais frequente na prática clínica: o que fazer quando uma válvula cardíaca previamente implantada deixa de funcionar) e FRAGILE (lançou luz sobre um grupo historicamente pouco representado em pesquisas: os idosos frágeis submetidos à cirurgia cardíaca) esiveram entre os destaques do evento.



Dr. Luis Gowdak vice-presidente da SOCESP



Estudos destacaram avanços na prevenção cardiovascular e desafios no controle de doenças no Brasil:

O estudo brasileiro EPICO chamou a atenção para um problema persistente: as mortes por doenças do coração não vêm diminuindo no estado de São Paulo na última década.

A análise de milhares de pacientes atendidos na atenção básica revelou falhas importantes no controle dos principais fatores de risco. Na outra ponta, o estudo VESALIUS-CV indicou para uma mudança de paradigma no tratamento do colesterol.

Pela primeira vez, um grande ensaio clínico demonstrou que reduzir de forma mais intensa o LDL, o chamado “colesterol ruim”, pode prevenir infartos e AVCs mesmo em pessoas que ainda não tiveram esses eventos.



Dr. Andrei Sposito concede entrevista a José Roberto Luchetti sobre pesquisa SOCESP



Delegação de Sergipe - todos estados estiveram representados no evento



Inflamação na gengiva pode aumentar em até 30% o risco de doenças cardiovasculares:

Estudos epidemiológicos, publicados na Revista da SOCESP, indicaram que pessoas com inflamação crônica da gengiva, doença periodontal, apresentam um risco entre 20% e 30% maior de desenvolver doenças cardiovasculares em comparação com indivíduos com gengivas saudáveis.

O dado, cada vez mais consistente na literatura científica, reforçou um alerta importante para a saúde pública: a prevenção das doenças do coração também pode começar pela saúde bucal.



Cardiologistas debatem sobre espiritualidade e coração



Nova combinação terapêutica abre caminho para melhor controle da insuficiência cardíaca na doença de Chagas:

Um dos temas que ganhou protagonismo nas discussões científicas do 46º Congresso foi o avanço no tratamento da cardiomiopatia associada à Doença de Chagas, impulsionado pelos resultados do estudo PARACHUTE-HF.

O ensaio clínico representa um marco ao se posicionar como o primeiro estudo randomizado de grande porte a avaliar, de forma dedicada, estratégias farmacológicas contemporâneas para insuficiência cardíaca nessa população, historicamente sub-representada nos grandes trials de IC, e que é coordenado pelo cardiologista brasileiro Renato Lopes.

A doença de Chagas ainda é um importante problema de saúde pública no Brasil, com estimativas de 1 a 2 milhões de pessoas infectadas. Em muitos casos, a evolução leva a complicações cardíacas graves, como insuficiência cardíaca, arritmias e risco de morte súbita.



Cardiologistas discutiram convergência das diretrizes do colesterol e mudanças na prevenção cardiovascular:

No Brasil, cerca de 40% dos adultos apresentam níveis elevados de colesterol total ou frações alteradas, como LDL alto e HDL baixo, segundo inúmeros estudos epidemiológicos. A prevalência é maior entre mulheres, embora também seja significativa nos homens, aumenta após os 45 anos e está associada a fatores como baixa escolaridade e excesso de peso.

Diante desse cenário, especialistas alertaram que o controle do colesterol permanece como um dos principais desafios da saúde pública e da prevenção das doenças cardiovasculares. As mudanças recentes nas diretrizes internacionais para o manejo do colesterol sinalizam um momento de convergência global entre recomendações dos Estados Unidos, Europa e Brasil.



Dr. Alberto Nacarato, Dr. Ricardo Pavanello e Dr. Ronaldo Rosa com o livro comemorativo da SOCESP



Dra. Roxana Mehran destacou a medicina personalizada no pós-infarto e alertou para sub-diagnóstico cardiovascular em mulheres:

A presidente do American College of Cardiology (ACC), Dra. Roxana Mehran, esteve no Brasil para participar do 46º Congresso da SOCESP, em São Paulo. Considerada uma das principais referências mundiais em cardiologia intervencionista e pesquisa cardiovascular, a especialista foi conferencista da abertura do evento pelo segundo ano consecutivo.

“As mulheres continuam sub-representadas em ensaios clínicos, o que limita a robustez das evidências que orientam o cuidado”, observou. Segundo ela, é fundamental que a medicina cardiovascular deixe de tratar as diferenças sexuais como um tema de nicho e incorpore definitivamente esse conhecimento à prática clínica cotidiana.



Premiados do Intercardio - competição entre estudantes de medicina

O desafio do diagnóstico precoce da insuficiência cardíaca

Quando a falta de ar não é necessariamente uma pneumonia

Em 2021, mais de 55 milhões de pessoas conviviam com insuficiência cardíaca em todo o mundo, número que mais que dobrou em relação a 1990, quando eram cerca de 25,4 milhões de casos.

A insuficiência cardíaca deixou de ser apenas uma preocupação dos especialistas para se tornar um dos temas mais relevantes da cardiologia atual. Com o aumento da incidência da doença, o envelhecimento da população e os avanços no conhecimento científico, cresce também a discussão sobre a importância do diagnóstico precoce e do reconhecimento dos sinais iniciais da condição. Nesse contexto, identificar corretamente os sintomas e evitar diagnósticos equivocados tornou-se um dos grandes desafios da prática clínica. Neste artigo, a cardiologista Carolina Casadei dos Santos aborda por que a falta de ar nem sempre é um problema respiratório e como o diagnóstico precoce da insuficiência cardíaca pode fazer toda a diferença na evolução e na qualidade de vida dos pacientes.



Dra. Carolina Casadei dos Santos

A insuficiência cardíaca é uma doença grave, progressiva e que ainda costuma ser diagnosticada tardiamente. Esse atraso no reconhecimento dos sintomas pode comprometer o tratamento, aumentar o risco de hospitalizações e reduzir significativamente as chances de controle da doença.

Na prática clínica, não é raro que pacientes procurem atendimento por falta de ar, cansaço excessivo ou dificuldade para realizar atividades do dia a dia e recebam inicialmente o diagnóstico de doenças respiratórias, como pneumonia.

Em muitos desses casos, entretanto, o que está por trás dos sintomas é uma insuficiência cardíaca já instalada. Quanto mais tempo a condição permanece sem diagnóstico e tratamento adequados, maiores são os danos ao coração e mais

complexa pode se tornar a recuperação do paciente.

A insuficiência cardíaca ocorre quando o coração perde a capacidade de bombear sangue de forma eficiente para atender às necessidades do organismo. Trata-se de uma das principais causas de internação e mortalidade entre idosos, além de representar uma das maiores crises de saúde pública da atualidade. Em 2021, mais de 55 milhões de pessoas conviviam com insuficiência cardíaca em todo o mundo, número que mais que dobrou em relação a 1990, quando eram cerca de 25,4 milhões de casos.

As projeções indicam crescimento contínuo nas próximas décadas, impulsionado pelo envelhecimento populacional e pelo aumento de fatores de risco como hipertensão arterial, diabetes, obesidade e sedentarismo. Estima-se que o risco de desenvolver insuficiência cardíaca ao longo da vida seja de aproximadamente 25%, ou seja, uma em cada quatro pessoas poderá apresentar a doença em algum momento.

Além de crescente, a insuficiência cardíaca também evidencia profundas desigualdades em saúde. O estudo internacional PURE, que acompanhou 172.653 participantes de 25 países, demonstrou que a mortalidade após o diagnóstico é significativamente maior em regiões de baixa renda.

A letalidade em 30 dias chega a 59% nesses países, enquanto em nações de alta renda é de 11%. Após cinco anos, a mortalidade alcança 77% nos países mais pobres, contra 28% nos mais desenvolvidos.

O Brasil apresenta características epidemiológicas próprias. Além dos fatores de risco tradicionais, ainda convivemos com condições importantes como a doença de Chagas e as doenças valvares reumáticas, que continuam contribuindo para o desenvolvimento da insuficiência cardíaca. Estima-se que cerca de três milhões de pessoas vivam com insuficiência cardíaca no país.

Diante desse cenário, a prevenção assume papel fundamental. O controle adequado da pressão arterial, do diabetes, do colesterol, a prática regular de atividade física, a manutenção do peso saudável, a alimentação equilibrada e a interrupção do tabagismo estão entre as principais medidas para reduzir o risco de desenvolvimento da doença.

Outro aspecto que merece atenção especial é a vacinação contra a gripe, especialmente entre idosos e pacientes com doenças cardiovasculares. Infecções respiratórias podem desencadear descompensações cardíacas importantes, aumentando o risco de hospitalizações e complicações.

Embora a insuficiência cardíaca não tenha cura, os avanços da medicina têm permitido um controle cada vez mais eficaz da doença. Atualmente, existem medicamentos capazes de reduzir sintomas, diminuir hospitalizações, melhorar a qualidade de vida e aumentar a sobrevida dos pacientes.

Em situações específicas, dispositivos implantáveis, procedimentos intervencionistas e até transplante cardíaco podem ser indicados. O sucesso do tratamento, porém, depende diretamente do diagnóstico precoce, da adesão às terapias prescritas e do acompanhamento médico contínuo.

A conscientização da população e a capacitação dos profissionais de saúde são essenciais para mudar esse cenário. Com esse objetivo, a Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (SOCESP) realiza campanhas permanentes de conscientização e prevenção da insuficiência cardíaca por meio de suas redes sociais, disponibilizando informações, vídeos e podcasts voltados à população e aos profissionais da saúde.

A entidade também desenvolve o Projeto Insuficiência Cardíaca, um conjunto de cursos on-line destinado à capacitação de médicos, enfermeiros, farmacêuticos e

outros profissionais de nível superior que atuam na rede pública estadual e municipal de saúde.

O objetivo é qualificar a assistência aos pacientes e contribuir para a redução da mortalidade hospitalar associada à doença. A iniciativa já conta com a adesão do Conselho de Secretários Municipais de Saúde do Estado de São Paulo (COSEMS-SP), fortalecendo uma rede colaborativa de educação continuada voltada à melhoria do cuidado cardiovascular. 

Embora a insuficiência cardíaca não tenha cura, os avanços da medicina têm permitido um controle cada vez mais eficaz da doença. Atualmente, existem medicamentos capazes de reduzir sintomas, diminuir hospitalizações, melhorar a qualidade de vida e aumentar a sobrevida dos pacientes.

Dra. Carolina Casadei dos Santos é coordenadora do Projeto Insuficiência Cardíaca da SOCESP – Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo.

Novo conteúdo editorial da UPpharma une ciência, humanização e espiritualidade



O lançamento é respaldado pela trajetória da UPpharma, publicação especializada que reúne aproximadamente 125 mil médicos cadastrados e mantém interlocução permanente com sociedades médicas, instituições científicas, lideranças da área da saúde e formadores de opinião.

A medicina vive uma transformação importante. Enquanto os avanços científicos impulsionam diagnósticos mais precisos, terapias inovadoras e tecnologias cada vez mais sofisticadas, ganha força a compreensão de que o cuidado vai além do tratamento da doença. A experiência do paciente envolve aspectos emocionais, sociais e espirituais que também influenciam sua jornada e os resultados da assistência.

Esse movimento vem sendo refletido em congressos, jornadas científicas e debates promovidos por

sociedades médicas, que passaram a incorporar temas como medicina centrada no paciente, comunicação em saúde, humanização da assistência e espiritualidade na prática clínica.

É nesse contexto que a **UPpharma** lança **Cuidado & Evidência**, uma iniciativa editorial que visa promover discussões sobre o cuidado integral. A iniciativa propõe um espaço permanente de conteúdo e reflexão, reunindo ciência, ética, propósito e espiritualidade, sempre valorizando a excelência técnica como fundamento da prática médica.

A proposta nasce da compreensão de que o conhecimento científico permanece como base inegociável da medicina, mas que a experiência humana do adoecimento envolve dimensões humanas que ultrapassam os aspectos exclusivamente biológicos.

Sufrimento, esperança, vínculos familiares, crenças e propósito influenciam a forma como cada paciente enfrenta a doença, adere ao tratamento e vivencia sua recuperação.

Mais do que apresentar conceitos, o projeto pretende aproximar essas reflexões da rotina dos profissionais de saúde, abordando desafios presentes em consultórios, ambulatorios, hospitais e centros de pesquisa.

O lançamento do projeto é respaldado pela trajetória da **UPpharma**, publicação especializada que há mais de quatro décadas mantém relacionamento consistente com a comunidade médica brasileira.

Atualmente, a plataforma reúne aproximadamente 125 mil médicos cadastrados e mantém interlocução permanente com sociedades médicas, instituições científicas, lideranças da área da saúde e formadores de opinião.

Essa ampla rede de relacionamento permite que **Cuidado & Evidência** alcance profissionais de diferentes especialidades e contribua para a disseminação de conteúdos relevantes à evolução da prática médica.



Durante décadas, a medicina concentrou seus esforços na prevenção, no diagnóstico e no tratamento das enfermidades. Essa trajetória proporcionou conquistas extraordinárias para a saúde da população. Paralelamente, porém, consolidou-se a percepção de que cuidar significa compreender o paciente em sua totalidade.

Estudos publicados nos últimos anos mostram que fatores emocionais, sociais e espirituais podem influenciar a qualidade de vida, a adesão terapêutica e a experiência assistencial.

Não é por acaso, importantes sociedades médicas nacionais e internacionais passaram a incluir em suas programações cien-

tíficas discussões sobre espiritualidade e saúde, cuidados paliativos, medicina centrada na pessoa, comunicação e humanização.

Cuidado & Evidência acompanha essa evolução ao propor um ambiente de diálogo que amplia a compreensão do cuidado sem abrir mão do rigor científico.

O projeto reunirá conteúdos produzidos por médicos, pesquisadores, especialistas e profissionais da saúde que atuam em diferentes áreas do conhecimento.

Entre os temas abordados estão a medicina centrada no paciente, o fortalecimento da relação médico-paciente, espirituali-

dade e saúde, humanização da assistência, bioética, saúde emocional dos profissionais, cuidados paliativos, propósito na prática médica e os valores humanos que orientam o exercício da profissão.

O objetivo é oferecer diferentes perspectivas sobre esses assuntos, estimulando uma prática cada vez mais ética, acolhedora e comprometida com o cuidado integral. A proposta não é substituir a ciência, mas ampliar o debate sobre questões que fazem parte da realidade cotidiana dos profissionais e dos pacientes.



A força da comunicação especializada

Poucas profissões convivem tão de perto com o sofrimento humano quanto a medicina. Em meio à intensidade dos atendimentos, plantões e responsabilidades assistenciais, nem sempre há espaço para refletir sobre o propósito da profissão, o impacto emocional do cuidado e as questões existenciais que acompanham o exercício da prática médica.

Cuidado & Evidência também se dedica a esse olhar. Ao abordar temas como esperança, propósito, espiritualidade e valores éticos, o projeto busca contribuir para discussões que fazem parte da vivência de muitos profissionais, mas que ainda ocupam espaço restrito nos ambientes tradicionais de formação.

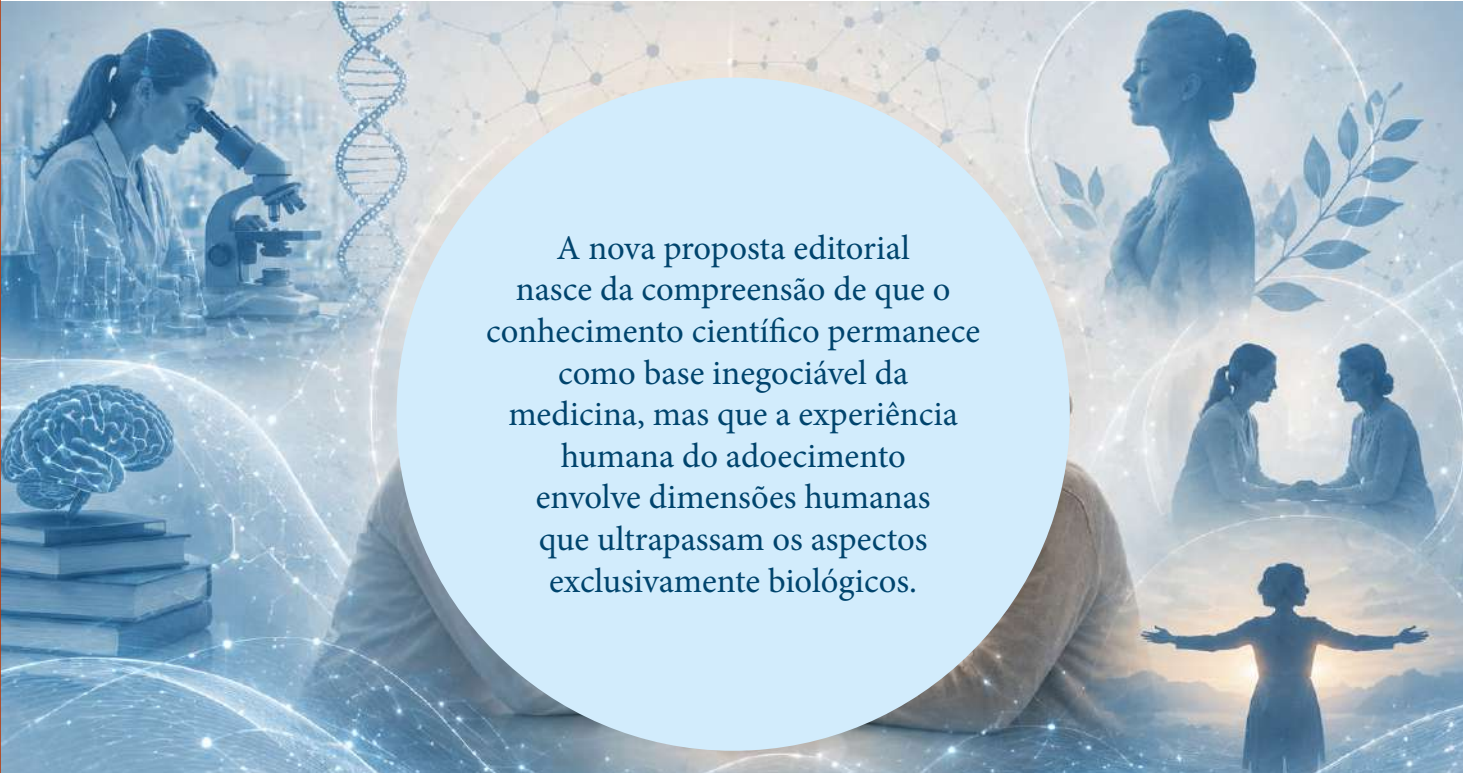
A iniciativa reconhece que ciência e espiritualidade pertencem a campos distintos, mas entende que ambas podem dialogar de maneira respeitosa quando o foco é compreender o ser humano em sua integralidade.

O projeto pretende promover reflexões sobre dignidade humana, sempre em diálogo respeitoso com a realidade vivida pelos profissionais da saúde.

Com o lançamento de **Cuidado & Evidência**, a **UPpharma** amplia seu compromisso de promover conteúdos que contribuam para uma medicina cada vez mais qualificada, humana e conectada às transformações da assistência em saúde.

Em um cenário em que o paciente ocupa posição central nas decisões clínicas, discutir comunicação, empatia, acolhimento e espiritualidade isso significa ampliar a compreensão sobre o cuidado em sua dimensão mais completa.

Afinal, tratar doenças continuará sendo uma missão essencial da medicina. Cuidar das pessoas, considerando corpo, mente e espírito, é um passo fundamental para uma assistência verdadeiramente integral. **UP**



A nova proposta editorial nasce da compreensão de que o conhecimento científico permanece como base inegociável da medicina, mas que a experiência humana do adoecimento envolve dimensões humanas que ultrapassam os aspectos exclusivamente biológicos.

CUIDADO & EVIDÊNCIA

Humanizar é cuidar além da doença.

Uma iniciativa que une **excelência médica, propósito e espiritualidade** para promover uma prática mais humana e conectada.



Formação integral do
profissional de saúde



Relacionamento
médico-paciente



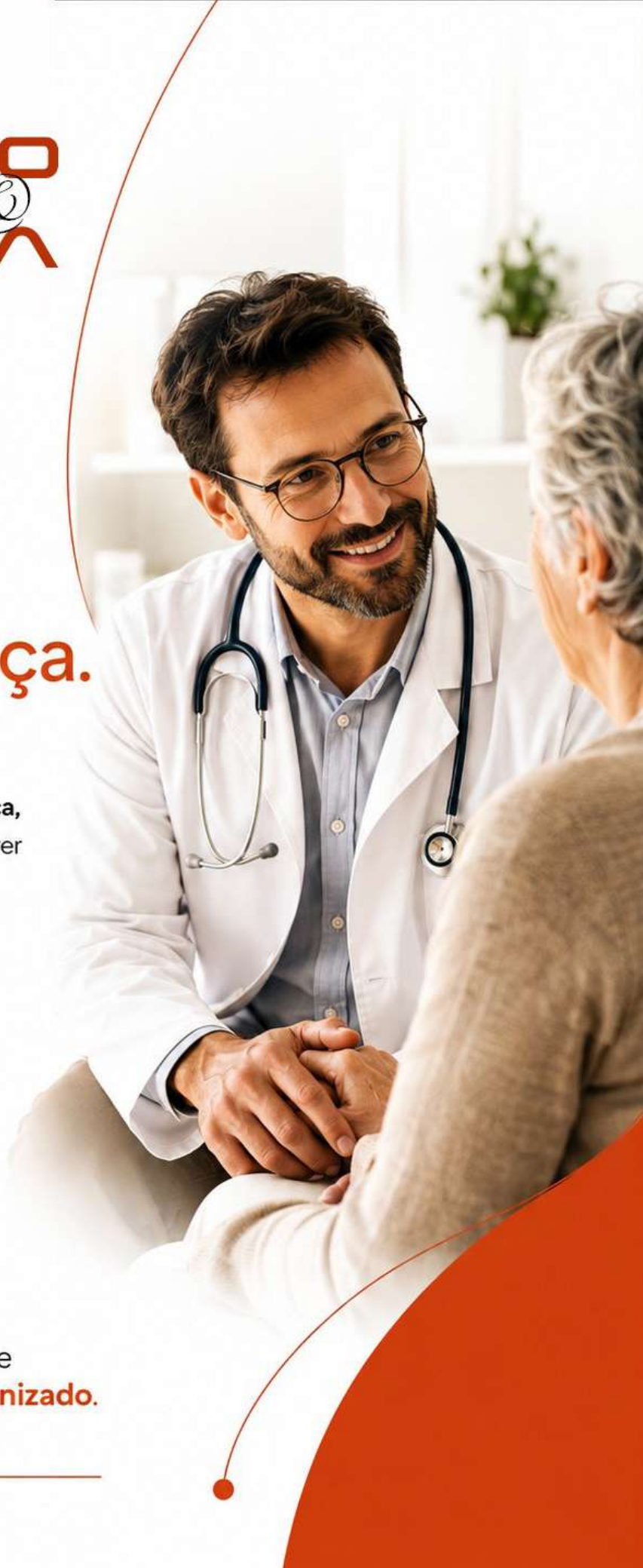
Propósito e
transcendência



O diálogo que fortalece
o atendimento humanizado.

Realização

UPpharma





A plataforma que conecta especialistas e a população por meio de informações confiáveis

Mais do que uma plataforma de conteúdo, a U-Health é um espaço dedicado à promoção da saúde, da prevenção de doenças e da qualidade de vida. Seu objetivo é democratizar o acesso à informação confiável, traduzindo temas complexos da medicina e do bem-estar em uma linguagem clara, acessível e compreensível para qualquer pessoa.



u-health.net.br

Nunca as pessoas tiveram tanto acesso à informação como nos dias de hoje. Em poucos segundos, uma pesquisa na internet é capaz de trazer milhares de resultados sobre qualquer sintoma, doença ou tratamento.

O problema é que quantidade não significa qualidade. Em meio a conteúdos superficiais, opiniões sem embasamento e fake news que se espalham rapidamente pelas redes sociais, encontrar informações realmente confiáveis tornou-se um desafio.

Quando o assunto é saúde, esse cenário é ainda mais preocupante. Uma informação incorreta pode gerar medo desnecessário, atrasar diagnósticos, incentivar a automedicação ou até levar pessoas a abandonarem tratamentos importantes. Por isso, cada vez mais, torna-se essencial contar com fontes sérias, responsáveis e comprometidas com a divulgação de conteúdo baseado em evidências científicas.

Foi justamente com esse propósito que nasceu a U-Health.

Mais do que uma plataforma de conteúdo, a U-Health é um espaço dedicado à promoção da saúde, da prevenção de doenças e da qualidade de vida. Seu objetivo é democratizar o acesso à informação confiável, traduzindo temas complexos da medicina e do bem-estar em uma linguagem clara, acessível e compreensível para qualquer pessoa.

Acreditamos que conhecimento também é uma forma de cuidado. Quanto mais bem informadas as pessoas estiverem, maiores são as chances de adotarem hábitos saudáveis, reconhecerem sinais de alerta, prevenir doenças e participarem de forma mais consciente das decisões relacionadas à própria saúde.

Nada de promessas milagrosas, modismos ou informações sensacionalistas. O



foco está em oferecer orientação séria, imparcial e útil para o dia a dia.

Para isso, a plataforma conta com artigos produzidos e assinados por médicos e outros profissionais da saúde, além de especialistas em diferentes áreas relacionadas aos cuidados pessoais. Todo o conteúdo é desenvolvido por quem realmente entende do assunto, oferecendo ao público informações referenciadas, responsáveis e fundamentadas em conhecimento científico.

A U-Health aborda diferentes áreas que fazem parte de uma vida saudável. Entre elas estão saúde da mulher, saúde do homem, saúde infantil, alimentação, atividade física, saúde mental, prevenção, envelhecimento saudável, doenças crônicas, qualidade de vida e muitos outros temas que impactam diretamente o bem-estar das pessoas.

Essa diversidade de categorias permite que cada usuário encontre informações de acordo com seus interesses, dúvidas ou momento de vida, sempre com a segurança de estar acessando informações confiáveis e atualizadas.

Outro diferencial importante é que a plataforma é totalmente gratuita. Qualquer pessoa pode realizar um cadastro simples e passar a receber, sem custo, uma e-letter semanal com os principais conteúdos publicados.

Dessa forma, a informação chega até o leitor de maneira organizada, facilitando o acesso a novidades, orientações e temas relevantes para quem deseja cuidar melhor da saúde.

Em um cotidiano cada vez mais corrido, receber conteúdos selecionados por especialistas ajuda a manter uma rotina de aprendizado contínuo, sem precisar navegar por dezenas de sites em busca de informações consistentes.

Espaço para profissionais de saúde

Mas a U-Health também foi pensada para atender aos profissionais da saúde.

Médicos podem realizar gratuitamente seu cadastro na plataforma e receber as e-letters exclusivas, mantendo contato com conteúdos relevantes e atualizações constantes. Além disso, encontram na U-Health um importante canal para ampliar a educação em saúde da população. Os profissionais interessados podem enviar seus próprios artigos para publicação. Após avaliação editorial, esses conteúdos passam a integrar a plataforma, contribuindo para levar informação de qualidade a milhares de leitores.

Essa iniciativa cria uma ponte entre médicos e pacientes muito além do consultório. Afinal, a educação em saúde é uma das ferramentas mais eficazes para fortalecer a prevenção, combater mitos, esclarecer dúvidas frequentes e estimular escolhas mais conscientes.

Ao compartilhar conhecimento, os profissionais ajudam não apenas seus próprios pacientes, mas toda a sociedade. E em tempos de desinformação, essa colaboração torna-se ainda mais relevante.

O fato é que a medicina baseada em evidências precisa ocupar cada vez mais espaço no ambiente digital, oferecendo um contraponto seguro às inúmeras informações sem fundamento que circulam diariamente.

A missão da U-Health é justamente essa: reunir especialistas comprometidos com a ciência e transformar conhecimento técnico em conteúdo acessível, confiável e útil para a população.

Mais do que informar, a plataforma busca conscientizar, buscando estimular uma cultura de prevenção, autocuidado e responsabilidade com a saúde.

Afinal, cuidar da saúde começa antes do diagnóstico: começa pelo acesso à informação correta.

E quando informação de qualidade está disponível para todos, todos ganham: pacientes mais conscientes, profissionais mais próximos da população e uma sociedade melhor preparada para tomar decisões sobre aquilo que tem de mais importante: sua saúde e seu bem-estar. 

A U-Health também foi pensada para atender aos profissionais da saúde. Médicos podem realizar gratuitamente seu cadastro na plataforma e receber as e-letters exclusivas, mantendo contato com conteúdos relevantes e atualizações constantes. Além disso, encontram na U-Health um importante canal para ampliar a educação em saúde da população.





A **mulher moderna** aprendeu a cuidar de todos. **MAS QUEM CUIDA DELA?**

Existe uma cultura que valoriza quem está sempre produzindo, resolvendo problemas e permanecendo ocupada. Mas desacelerar não significa desistir. Significa preservar a própria saúde para continuar vivendo com qualidade, presença e autonomia.

Durante muito tempo, ensinamos as mulheres a serem fortes. A dar conta, a conciliar carreira, família, filhos, relacionamentos, casa, estudos e, se possível, fazer tudo isso com um sorriso no rosto.

A capacidade de cuidar se tornou uma das maiores virtudes femininas. O problema é que, no caminho, muitas mulheres deixaram de incluir a si mesmas nessa lista de prioridades.

Hoje, atendo mulheres extremamente competentes, dedicadas e comprometidas com todos ao seu redor, mas profundamente desconectadas de si. Elas conseguem perceber quando um filho não está bem, quando um colega precisa de ajuda ou quando um familiar neces-

sita de atenção. Mas têm dificuldade de reconhecer os próprios sinais de cansaço, ansiedade, exaustão ou tristeza.

Não porque sejam negligentes com a própria saúde, mas porque foram se acostumando a acreditar que sempre há algo mais urgente do que elas. Esse talvez seja um dos maiores desafios da saúde feminina na atualidade.

Quando falamos em saúde, ainda pensamos, quase automaticamente, em exames, consultas e ausência de doenças. Tudo isso é importante, mas saúde vai muito além. Saúde é ter energia para viver, clareza para tomar decisões, equilíbrio emocional para enfrentar desafios e disposição para desfrutar da própria vida. Corpo e mente não funcionam separados. A mulher que vive sob estresse constante, dorme mal, se alimenta de forma inadequada, não encontra tempo para se movimentar e permanece em estado permanente de alerta inevitavelmente sente os reflexos desse desequilíbrio. O organismo responde: os hormônios sofrem alterações, o metabolismo desacelera, a imunidade diminui, a concentração fica comprometida e o cansaço deixa de ser passageiro para se tornar parte da rotina. O problema é que muitas mulheres normalizaram esse estado de exaustão. Passaram a acreditar que viver cansada faz parte da vida adulta. Mas não faz.

A ciência tem mostrado, cada vez mais, que pequenas mudanças de hábitos produzem impactos significativos na saúde física e mental. A prática regular de atividade física, uma alimentação equilibrada, um sono reparador e momentos de pausa ajudam a reduzir o estresse, melhorar o funcionamento do organismo e aumentar a sensação de bem-estar.

Entre essas ferramentas, o mindfulness ocupa um espaço importante. As práticas de atenção plena favorecem a redução da ansiedade, melhoram a capacidade de concentração, fortalecem a autorregulação emocional e ajudam o cérebro a sair do modo automático, permitindo que a mulher volte a perceber suas necessidades antes que o corpo precise gritar por meio dos sintomas.

Não se trata de buscar uma rotina perfeita ou acrescentar mais uma obrigação à agenda. Pelo contrário: o verdadeiro autocuidado começa quando entendemos que cuidar de nós mesmas não é um luxo, uma recompensa ou um ato de egoísmo. É uma necessidade.

Existe uma cultura que valoriza quem está sempre produzindo, resolvendo problemas e permanecendo ocupada. Mas desacelerar não significa desistir. Significa preservar a própria saúde para continuar vivendo com qualidade, presença e autonomia.

Acredito que esse seja um dos maiores convites que podemos fazer às mulheres: voltar a ocupar um lugar de prioridade na própria vida.

Para começar a cuidar da saúde, compartilho algumas orientações simples para incluir na rotina.

Pode parecer pouco. Mas, quando repetidos diariamente, pequenos gestos transformam não apenas a saúde, mas a forma como a mulher se relaciona consigo mesma. A mulher moderna aprendeu a cuidar de todos. Talvez tenha chegado o momento de aprender, também, a cuidar de quem torna tudo isso possível: ela mesma. 

- **Respeite momentos de pausa:** pequenas pausas durante o dia ajudam a reduzir o excesso de estresse e melhorar a clareza mental.
- **Movimente o corpo com regularidade:** a prática de atividades físicas contribui não apenas para a saúde física, mas também para o equilíbrio emocional.
- **Crie momentos de presença:** exercícios de respiração, meditação e mindfulness ajudam a desacelerar a mente e fortalecer a conexão consigo mesma.



Juliana Romantini

Juliana Romantini é especialista em Mindfulness, certificada em Medicina do Estilo de Vida pela Harvard University e Criadora do método Prática Integral.
E-mail: juromantini@gmail.com

| Caderno Especial - Cannabis Medicinal

UPpharma e a construção de conteúdos que orientam a prática médica



Embora o número de evidências científicas tenha crescido significativamente nos últimos anos, muitos profissionais e médicos ainda relatam insegurança quanto às indicações, critérios de prescrição, formas de administração e acompanhamento dos pacientes.

Há alguns anos, a comunicação da indústria farmacêutica deixou de ser apenas uma ferramenta de divulgação para assumir um papel cada vez mais estratégico na educação em saúde. Em um ambiente marcado pela velocidade da inovação científica e pela constante atualização regulatória, oferecer informação confiável passou a ser tão importante quanto desenvolver novas terapias.

É nesse contexto que os Cadernos Especiais da **UPpharma** se consolidaram como um dos principais projetos editoriais da publicação, permitindo o aprofundamento sobre temas de grande relevância para a prática clínica e reunindo evidências

científicas, entrevistas com especialistas, experiências médicas e conteúdos educativos em um formato que permanece como material de consulta para profissionais da saúde.

Mais do que um espaço de comunicação institucional, os Cadernos Especiais têm como objetivo contribuir para a qualificação do debate sobre temas que impactam diretamente a assistência aos pacientes. São projetos editoriais que unem conteúdo, informação e responsabilidade científica, aproximando o conhecimento de quem está na linha de frente do cuidado.

Entre os diversos temas possíveis, o **Caderno sobre Cannabis Medicinal** é um dos assuntos que mais exigem atualização e atenção por parte dos profissionais de saúde.

Nos últimos anos, o tema deixou de ocupar um espaço restrito para ganhar relevância crescente na prática clínica brasileira. A revisão do marco regulatório promovida pela Anvisa, com a publicação da RDC nº 1.015/2026, consolidou essa evolução ao substituir a RDC 327/2019 e estabelecer novas diretrizes para os produtos de cannabis destinados ao uso medicinal.

Entre as mudanças estão a flexibilização das vias de administração, a atualização das regras de prescrição conforme a concentração de THC e a autorização do cultivo por pessoas jurídicas para fins medicinais. Mais do que alterações regulatórias, essas medidas refletem um mercado em amadurecimento, que passa a exigir um nível ainda maior de atualização por parte dos profissionais da saúde.

A IMPORTÂNCIA DA CONSCIENTIZAÇÃO MÉDICA

Mais do que acompanhar as mudanças regulatórias, o momento exige ampliar a conscientização sobre a cannabis medicinal. Embora o número de evidências científicas tenha crescido significativamente nos últimos anos, muitos profissionais e médicos ainda relatam insegurança quan-

to às indicações, critérios de prescrição, formas de administração e acompanhamento dos pacientes.

Ao mesmo tempo, aumenta a procura por informações qualificadas por parte da população, que busca entender quando essa alternativa terapêutica é indicada, quais são seus benefícios e quais cuidados devem ser observados.

Nesse contexto, a informação torna-se um importante instrumento de conscientização. Quanto mais preparados estiverem os profissionais de saúde para compreender as evidências científicas e a legislação vigente, maior será a segurança para orientar seus pacientes e incorporar novas possibilidades terapêuticas à prática clínica de forma ética e responsável. A educação continuada passa, portanto, a ser um dos pilares para o desenvolvimento sustentável desse mercado.

É justamente com esse compromisso do **Caderno Especial Cannabis Medicinal da UPpharma**, um projeto editorial que oferece a oportunidade ao médico e profissionais de saúde de se aprofundarem em um tema estratégico por meio de um conteúdo de alta qualidade, assinado por especialistas e voltados à atualização e, quando pertinente, também à orientação da população.

Em um cenário em que a informação é tão importante quanto a inovação, iniciativas como essas contribuem para aproximar ciência, prática clínica e sociedade. A cannabis medicinal é apenas um exemplo

O Caderno Especial Cannabis Medicinal da UPpharma é um projeto editorial que oferece a oportunidade ao médico e profissionais de saúde de se aprofundarem em um tema estratégico por meio de um conteúdo de alta qualidade, assinado por especialistas e voltados à atualização.

de um tema que demanda conhecimento, responsabilidade e diálogo permanente. Muitos outros temas da área de saúde podem ser trabalhados com responsabilidade editorial e rigor científico, reforçando a importância da informação qualificada.

E é justamente esse o papel que a **UPpharma** se propõe a desempenhar: transformar informação em conhecimento e conhecimento em valor para todo o ecossistema da saúde. 

A gente ausculta a classe médica.



*Up*pharma
on-line Doctor

Onde os médicos encontram informação,
atualização e o seu produto.

Seu produto por mais tempo perto do
médico mais distante e do mais ocupado.

Ligue (11) 98787-4080 e marque uma visita
com um de nossos representantes.



Av. Paulista, 171 - 4º andar
tels.: (11) 98787-4080 / 3772-4042