

A febre do "click", o marketing farmacêutico e a magia de plástico

Por Cristiano Ricardo · Publicado em 17/07/2026

O mundo quer emagrecer num piscar de olhos, e a indústria agradece. Uma reflexão bem-humorada sobre como trocamos o cuidado real e estrutural pela promessa de uma canetinha descartável — e a conta que a saúde pública e o meio ambiente pagam por isso.

Versão online e eventuais atualizações:

<https://farmaceutico.cristianoricardo.com/post/a-febre-do-click-o-marketing-farmaceutico-e-a-magica-de-plastico>

Se antigamente a varinha mágica pertencia às fadas dos contos infantis, hoje ela foi redesenhada. Ela agora é feita de plástico, tem uma agulha na ponta, faz um "click" e promete derreter os problemas da vida moderna direto no abdômen. As canetas emagrecedoras dominaram as rodinhas de conversa, as redes sociais e o orçamento de muita gente. E quem rege essa orquestra com maestria? O marketing farmacêutico.

Não me entenda mal: a ciência por trás dessas moléculas é fantástica e, para muitos pacientes com indicação clínica rigorosa, é uma ferramenta que salva vidas. O problema começa quando o marketing transforma um tratamento médico complexo no novo acessório de moda do verão. É a velha — e infalível — tática de mercantilizar a nossa angústia.

Nós vivemos em um mundo exaustivo, onde o tempo para cozinhar sumiu e o estresse é crônico. Diante desse cenário, a indústria nos oferece um atalho tentador. Mas parece que esquecemos que o verdadeiro cuidado preventivo não vem em uma caixa refrigerada. Em vez de valorizarmos as bases de uma farmácia verde, sustentável e acessível, ou de adotarmos os princípios de uma cozinha anti-inflamatória para curar o corpo de dentro para fora, fomos convencidos de que é mais prático (e "chique") pagar uma assinatura mensal caríssima por uma injeção.

E enquanto o mercado financeiro celebra o lucro recorde dos laboratórios, o Estado e o meio ambiente ficam com a ressaca da festa.

Primeiro, porque estamos criando uma montanha silenciosa de lixo hospitalar. São milhões de canetas de plástico não reciclável e agulhas sendo descartadas no lixo comum pelas casas do país inteiro. Onde está a política pública de logística reversa para lidar com essa avalanche de resíduos de quem quer entrar na calça jeans antiga?

Segundo, porque o Estado assiste passivamente à glamourização de um medicamento que logo vai bater na porta do SUS (seja pela judicialização ou pelos efeitos adversos do uso indiscriminado e sem acompanhamento).

O marketing farmacêutico nos vende a ilusão de que a saúde é um produto de prateleira, um passe de mágica isolado do nosso estilo de vida. Mas a conta do corpo e a conta do planeta sempre chegam. E, quando a mágica acabar, quem vai ter que limpar os cacos (e o plástico)

não será o CEO da indústria, mas o nosso bom e velho sistema público.