

MUSEU DA PESSOA

História

A Arte na Indústria Farmacêutica

História de: [Saulo Moura dos Santos](#)

Autor: [Maria Luiza Manoel Marcelo](#)

Publicado em: 21/06/2021

Sinopse

A experiência anterior como promotor de vendas. Como almejou uma vaga e se tornou propagandista. O diferencial da arte teatral no seu ofício. O dia a dia, a relação com os médicos e o jogo de cintura para lidar com o tempo curto. O trabalho voluntário e de correspondente. Os sonhos para seguir carreira na empresa.

História completa

Projeto Aché Realização Instituto Museu da Pessoa Entrevista de Saulo Moura dos Santos Entrevistado por Immaculada Lopez Recife, 21 de janeiro de 2002 Código: ACHE_CB132 Transcrito por Neuza Guerreiro de Carvalho Revisado por Mônica Cardoso Chida P/1- Vou começar pedindo para você falar seu nome completo, data e local do seu nascimento. R – Saulo Moura dos Santos, nasci em João Pessoa, Paraíba... Idade também? P/1- Data de nascimento? R – 15 de novembro de 1967. P/1 – No Aché você começou aqui em João Pessoa? R – Comecei aqui em novembro de 1997, no setor de periferia, mais basicamente ali em Olinda, indo até Igarassú, perto de Itamaracá. P/1 – Foi sua primeira experiência na indústria farmacêutica? R – Isso. Foi minha primeira experiência, por incrível que pareça bem diferente do que eu fazia até então. Eu trabalhava como promotor de vendas, viajava muito, mas não estava acostumado com essa rotina que é todo dia você levantar, visitar médicos. Meu trabalho era bem diferente. P/1 – Qual a sua experiência anterior? R - Como promotor de vendas eu trabalhava mais participando, visitando revendedores. No caso eram revendedores de eletroeletrônicos e o nosso trabalho consistia basicamente em coordenar o trabalho de mais ou menos umas 10 demonstradoras de produtos nosso, ou seja, eu levava elas pra loja, e lá elas ficavam para demonstrar produtos e aproveitava para ver como estava o posicionamento do nosso produto nessa determinada loja do revendedor, e também viajar Norte, Nordeste, coordenando jantares com revendedores, coordenando também a nossa participação em feiras, pra divulgação de produtos e também a divulgação institucional da marca, marca Philco, e era uma rotina bem diferente da que é a do propagandista. Que hoje você já sai... Como propagandista você já sai com um objetivo determinado: vou visitar o médico, vou tentar vender para o médico. E não muda muito no dia a dia. Ou seja, você não tem tanta surpresa naquilo que você tem que fazer. Você só sai com sua mente voltada para uma coisa: eu vou usar tais e tais argumentos pra convencer determinado médico, no momento em que você estiver falando com ele, na visita. Então, foi uma mudança muito brusca, mas eu me adaptei bem e hoje eu posso dizer que estou apaixonado pela função. P/1 – O que te fez se apaixonar? O que você gosta? R - Bom, o grande... O que desperta a nossa paixão, é justamente o fato de saber que seus argumentos tem que ser bem fundamentados e, sendo assim, você tem que ter todo o embasamento para falar dele, e não dar oportunidade para o seu concorrente que muitas vezes está ao seu lado, está ali só esperando você terminar para usar um outro argumento que vai derrubar o seu. Então, você tem que estar bem embasado, conhecendo bem o seu produto, e ter muito... Digamos assim, sensibilidade para saber se o médico está com disposição para te ouvir, se o médico está apressado, se o médico já tem paciência para ouvir propaganda, o que muitas vezes o médico não tem. Ou seja, por conhecer bem o seu produto, ele não quer mais ouvir nada. Ele só quer que você lembre a marca daquele produto e depois você não precisa falar mais nada. Muitas vezes você precisa dar uma volta pra dizer uma vantagem ou outra do seu produto para esse médico. P/1 – Que tipo de situações você já teve que enfrentar no seu dia a dia? R – Bom, já ocorreram várias vezes, que eu entrei num consultório, e você sai naquele afã de fazer uma propaganda, que o pessoal chama aquela propaganda completa, onde você cria seus argumentos, conversa com o médico, depois pega a peça promocional, no caso a literatura, e trabalha toda ela, tendo todas as vantagens do seu produto ali naquela literatura, e muitas vezes você se depara com uma situação que o médico, quando você entra na sala, ele já vai batendo no relógio e dizendo: “Estou com pressa, seja rápido, objetivo, porque no momento eu não tenho condições de ouvir.” E muitas vezes você começa a falar, e no meio da sua propaganda ele chega e diz: “Olha, eu estou apressado. Por favor, resume por inteiro. Eu já sei tudo do seu produto.” Então, muitas vezes, no começo, muitas vezes eu me sentia desestimulado, mas a partir daí, você começa a ver: Bom, se ele está com pouco tempo, eu tenho que encontrar um modo de ser rápido e de passar a mensagem que eu quero passar de uma forma resumida, mas que fique algo, digamos assim, um residual na cabeça dele, e isso resultar numa prescrição para o próximo paciente dele, ou nos próximos que ele atender. P/1 – E faz que tipo de argumento? R – É, você procura os pontos básicos do produto. A marca, o nome do produto e duas vantagens que ele oferece e que o outro concorrente não tem. Muitas vezes uma menor incidência do efeito colateral ou, digamos assim, uma posologia mais prática e isso muitas vezes faz a diferença. P/1- Você também já atuou e tem experiência com teatro? R – Isso. Porque é o seguinte: há uns quatro anos atrás, cinco anos, quando eu entrei no Aché, existia muito, até uma certa imposição pra que o novato fizesse a propaganda em cima do texto que lhe era passado. Então, você tinha que decorar aquilo ali,

ponto por ponto, aquele texto, e colocar a sua emoção na peça promocional. Então, quando eu entrei no Aché, eu disse: “Bom, já que eu tenho uma certa experiência de teatro, eu vou tentar colocar alguma emoção nessa peça promocional, que possa me fazer o diferencial em relação aos outros.” Então, foi nisso que eu acho que o Mário, que era então o gerente, e até hoje é meu gerente, ele viu meu diferencial nisso aí. Já que eu não era uma pessoa, que não tinha aquele perfil realmente que a indústria farmacêutica quer, aquele cara alto, branco, cabelo louro... Antigamente era isso aí, que geralmente o que o pessoal queria, e eu tinha que fazer um diferencial por aquilo que eu sabia fazer. Eu acho que foi o teatro. A minha pouca experiência no teatro me ajudou muito. P/1 – Você tinha que quebrar o perfil convencional do propagandista. R – Isso. Não que isso fosse uma imposição do Aché. Acho que na indústria farmacêutica com um todo. Eles procuravam mais aquela pessoa bem clara, talvez com o cabelo mais... As feições mais, digamos assim... Talvez fosse um cara branco, alto, talvez um nível social mais... E eu tinha poucas dessas características. Sou moreno, meu cabelo não é tão... Então eu falei: “Eu tenho que me diferenciar pela minha simpatia e pela minha facilidade de comunicação, e pela emoção que eu vou botar na peça promocional.” E acredito que isso me valeu muito, já que os outros candidatos, que talvez tinham todos esses requisitos, mas na hora de passar a propaganda, eles não passavam tão bem ou com a desenvoltura que eu passei. Que eu conseguia passar. Tanto é que eu consegui influenciar o gerente. Ele disse: “Se você fizer uma boa propaganda, se você for uma pessoa realmente de garra e determinado, a vaga vai ser sua.” E foi nessa persistência, nessa tentativa de me aprimorar mais e mais é que eu acabei conseguindo a vaga, e estou aqui até hoje. P/1 - Como é que surgiu essa vaga? R – A vaga surgiu porque um determinado propagandista – que antes era a divisão Prodomo – saiu e ficou essa vaga em aberto. E já estava há um bom tempo em aberto porque o pessoal estava selecionando e nenhum dos propagandistas se encaixava na vaga. E o Aché sempre foi muito de olhar a garra, a determinação do propagandista. E eu, quando eu fui pra lá, usava barba, tinha cavanhaque e sem saber de nada. Não tinha ideia de que tinha esse perfil, essas determinadas “exigências” para o propagandista. Eu disse: “Eu vou com a cara e a coragem. Se der eu fico, e se não der tudo bem. Pelo menos eu tentei.” E quando eu fui lá, tinham pelo menos uns 15 propagandistas que já tinham até uma certa experiência. 15 propagandistas não, 15 candidatos que já tinham uma certa experiência na área, já sabiam como é que era a desenvoltura da coisa, já sabiam como pegar uma peça promocional e fazer a propaganda. Eu não tinha experiência nenhuma. Eu fui lá de manhã, fizeram uma entrevista, fizeram um teste para avaliar conhecimentos gerais e que, graças a Deus, como eu gostava muito de ler e de me atualizar, eu me dei muito bem. Esse também foi um dos diferenciais. Aí, teve então o supervisor, que na época me passou a cópia de uma propaganda e a cópia da outra, e eu fiquei sem a peça promocional. Então eu digo: “Eu vou pra casa...” Aí, decorei bem aqueles dois textos. Eu decorava e depois escrevia toda a propaganda no papel, falava: “Pronto. Agora está bem fixado.” Fui pra frente do espelho, e digo: “Agora, como é que eu vou passar, falar isso aqui de uma forma natural, que não pareça que eu decorei, e fosse como se eu estivesse conversando com o médico, passando uma mensagem para ele, como alguém que está conversando.” Então, eu comecei a treinar isso, passei três dias todinho na frente do espelho, e aí de noite, quando eu chego lá pra fazer o teste, aí me entrega: “Olha, você vai fazer movimentando, explorando aqui.” Aí eu digo: “Ah. Tem também a peça promocional?” Aí peguei, passei uns 10 ou 15 minutos treinando com a peça promocional e fui lá, fiz a propaganda, o pessoal gostou muito e então foi que o gerente me disse: “Olha, tem essa questão dos requisitos. Esses requisitos básicos. Você fez uma excelente propaganda, mas a gente ainda vai levar esse teste adiante, para ver se aparece uma pessoa que realmente preencha todos esses requisitos.” Eu disse: “Tudo bem.” Então eu digo: “Bom, eu vou fazer o seguinte: eu vou ficar ligando para lá, e sempre pedindo uma oportunidade, até surgir uma vaga para mim.” Então, durante esse período que eu ligava dizia: “Posso ir aí fazer uma propagandazinha?” Eu ia lá, conversava com o Mário. “E aí Mário. Quando é que tem uma vaga pra mim aí, e eu faço propaganda?” Aí ele disse: “Invisto em você.” Então investiu. E depois de seis meses mais ou menos, quase sete meses, surgiu uma vaga, e ele disse: “E aí, quer?” Eu disse: “É agora.” Aí eu comecei e estou até hoje no Aché. P/1 - Você lembra do seu primeiro dia de trabalho? A primeira área que você atuou? R - Lembro, foi em Olinda. A gente sente uma dificuldade muito grande. Primeiro porque você não está acostumado a arrumar a pasta. Tem que ser bem arrumadinho conforme a especialidade. Eu tinha saído de um curso – a gente faz um treinamento – e você fica todo nervoso. Primeiro que quando você entra, geralmente não entra sozinho pra fazer propaganda, entra com três ou quatro outros propagandistas, caras já “maceteados”, que já conhecem a coisa. Eu fiquei extremamente nervoso quando eu tirei a literatura lá. Estava tremendo mais que... O médico chegou a dizer: “Tenha calma que isso aqui é normal. Não se preocupe.” Eu digo: “Tá certo.” Então com o tempo você vai fazendo. Você faz pelo menos umas 20, 25 propagandas num dia, e no outro dia eu já estava... Já entrava sorrindo, procurando um diálogo, já querendo quebrar o clima com o médico. Então, acostuma rápido. Acostuma rápido. P/1 – Você tem alguma história com médico? R - Que simbolize bem... Nesses quatro anos que eu tenho trabalhado, quase cinco anos, acredito que simboliza mais o nosso trabalho é talvez o contato com o médico. Muitas vezes o que faz a diferença, na hora da prescrição, é a forma como você atende o médico, muitas vezes a empatia, a... Você se colocar no lugar dele e, digamos assim, reconhece que muitas vezes em um determinado momento ele não pode te atender. Então, geralmente, quando o propagandista tem esse feeling, ele vai criando um certo relacionamento de amizade com o médico e, isso, digamos assim, é 90% pra você ter a prescrição do seu produto. Então, isso você vai desenvolvendo com o tempo. E muitas vezes a consideração que você tem pelo médico. Ou seja, se ele precisar de algo você atendê-lo ou pelo menos ele ver que você está se esforçando para conseguir algo e até mesmo o respeito. Acho que isso faz uma diferença muito grande. P/1 - Você tem algum produto que te motivou? R – Até hoje... Hoje eu não propago mais e acredito que esse produto esteja até em stand by, mas um dos grandes produtos que eu amei, amava de coração trabalhar, era o Rebone, um produto para osteoporose, que eu praticamente peguei o lançamento. Para nós era extremamente empolgante porque até então era um produto extremamente inovador. Porque naquela época só existiam dois tipos de droga e o Rebone era uma droga inovadora nesse conceito de tratamento da osteoporose. Então, a gente além de fazer uma propaganda muito boa, você tinha que vender o conceito do produto e ia conversar com o médico, muitas vezes formadores de opinião, que já conheciam muito a respeito do assunto sobre essas outras drogas, e pra fazer ele mudar e dar uma oportunidade no receituário dele pra essa nova droga que estava surgindo no mercado, tinha que suar a camisa e se emocionar. Então, era esse desafio de persuadir o médico, que realmente me estimulou. Eu botava todos os recursos que tinha, de tentar criar um bom relacionamento com o médico, a propaganda com aquela emoção do teatro, eu tentava colocar. E, graças a Deus, a gente conseguiu fazer Rebone realmente subir no ranking do receituário. P/1 – Qual setor você trabalha? R - No centro. É o setor 101. P/1 – Como é um dia típico seu? R – Eu geralmente costumo acordar bem cedo. Acordo às 5h30min, tomo café e quando dá mais ou menos sete horas, sete e dez no máximo, já estou visitando o primeiro médico. Aqui no centro: Rua do Progresso. E, geralmente, começo de ciclo, a gente termina a primeira semana fazendo 25, 26 visitas diariamente, de segunda a sexta. É bem corrido. A gente anda muito porque os consultórios são praticamente pegados um com o outro. E a gente entra num médico, aí sai correndo pra visitar outro do outro lado da rua e depois volta pra visitar outro que acabou de chegar. É esse corre-corre todo, mas é muito bom. Muito bom mesmo. P/1 - Estamos finalizando e quero te perguntar um pouco sobre o seu sonho como propagandista ou outra área mesmo? R – Não. Não. A indústria farmacêutica é como eu disse ao meu gerente. Digamos assim, se a minha carreira continuasse como propagandista, e não tivesse mais nenhuma perspectiva, não me sentiria frustrado. Estou satisfeito com aquilo que faço. Agora, é normal, é eu

mesmo querer crescer. Para isso eu estou investindo na minha vida profissional, fazendo cursos, agregando valor ao meu trabalho. O que vai me permitir, acredito que futuramente, pela minha experiência profissional e também pelos cursos que estou fazendo, agregar um bom valor profissional ao meu trabalho, que vão me dar aptidão ou a competência necessária para assumir outras funções, quem sabe uma função de chefia, de gerente. Esse é o meu sonho. É fazer carreira dentro do Aché. P/1 - Por que Aché? O que você acha que é marcante, que característica diferencia o Aché de outras empresas, e que te atrai? R – O Aché é uma empresa muito familiar. Não familiar no sentido de que a empresa trabalha a família. Hoje a gente sabe que a empresa está totalmente profissional. Mas a empresa que se preocupa com o seu bem estar na família, na sua família, ou seja, estimula você a viver bem no seu trabalho, com a sua família. Essas coisas devem estar bem balanceadas. E isso, acredito que pesa muito para o seu bom desempenho profissional. Você dá atenção à sua família e também ao seu trabalho. Um outro ponto que eu... P/1- Testando alguma coisa? Você estava me contando um pouquinho do seu sonho dentro da empresa, o diferencial do Aché, uma coisa de família. R – O fato deles estimularem seu bem estar profissional e o seu bem estar com a sua família. Esse é um dos pontos que vale muito. Eles valorizam muito o conceito de família. P/1- Eu queria que você contasse um pouquinho de suas atividades dentro do Aché que são extras. O trabalho de voluntariado? R – Ah. Sim. Nós fizemos no ano passado. Na realidade eu já fazia há algum tempo. Eu como sou evangélico, fazia na minha igreja, um trabalho com um sopão. A gente pegava – não era resto de comida, mas sobras de comida de alguns restaurantes e fazia um sopão e ia em determinadas favelas, já feito um contato prévio, a gente ia lá e distribuía sopa para aquele pessoal. Aproveitava para conversar e trazer também uma mensagem de esperança para eles e pelo menos amenizar a dívida desse pessoal. P/1 - Alguns colegas do Aché? R – Não. Era mais com a comunidade que eu frequento, que participo. E no ano passado, como era o ano do voluntariado, a gente resolveu tentar estimular essa formação de grupos de voluntários dentro do Aché. Não que fosse nada, que estivesse totalmente ligado ao Aché, mas iniciativa nossa, só que como funcionários do Aché. Então nós trabalhamos – eu praticamente trabalhei diretamente com o Desafio Jovem para a recuperação de jovens viciados em drogas e teve também o projeto com crianças que foram meninos de rua. Para nós foi extremamente gratificante um dia que a gente foi lá e fez um dia só de esportes com churrasco. O que foi passado pra gente é que eles precisavam muito... Geralmente esses jovens drogados precisam muito de um referencial de família, de valorizar a família, de que vale a pena você dizer não a tudo isso aí, pra tentar refazer sua vida. Então, a gente procurou passar isso pra eles e a gente vem desenvolvendo, até hoje, contatos com esse pessoal, buscando meios de ajudá-los de uma maneira mais forte, mais substancial. Se bem que o pessoal já me disse, os líderes desse Desafio Jovem dizem que só a visita nossa já é de grande valor, porque eles observam como exemplo que pode ser seguido. P/1- Está crescendo esse movimento Desafio Jovem dentro do Aché? R – Está sim. Digamos assim, de uma forma geral dentro da empresa, principalmente aqui que eu estou vendo mais, o pessoal tem despertado mais, não só pra esse trabalho do Desafio Jovem mas pra um trabalho de cada um mesmo. A iniciativa de cada um de pelo menos, sei lá, pegar uma cesta básica e levar para alguém e alguém fazer Quem está na filial fazer alguma coisa, independente de ser totalmente atrelado ao Aché ou por iniciativa própria. P/1 – E o trabalho de correspondente? R – Tive a grata satisfação de ser escolhido para ser o correspondente na filial. Inclusive foi até o Mario mesmo que me escolheu e a gente trabalha em cima da pauta que o pessoal passa. A Bárbara e a Vânia que é quem eu falo mais, no dia a dia. E elas passam a pauta daquilo que vai entrar na revista Integração, no Jornal do PropagAché, e a gente sai correndo atrás pra tentar fazer essas matérias, entrevistas e tudo. Eu sempre mando matérias pra lá, que eu acho interessante, que podem ser colocadas ou no PropagAché, ou no Aché mesmo que diariamente eles mandam pra mim. Já tenho praticamente uma coleçãozinha de PropagAché, da revista Integração, que saiu alguma coisa que eu mandei. Sabe, eu perdi o orgulho. Você vai guardando isso ali. E sem dúvida isso dá uma mexida com você. Dá uma mexida muito grande, porque além de ter o trabalho que a gente faz normalmente, das sete da manhã às sete da noite, eu tenho faculdade, chego mais ou menos às onze e quarenta. Quando eu chego, eu vou olhar o jornal em busca de alguma notícia da indústria farmacêutica. Tendo alguma coisa eu passo para o pessoal aqui da filial, informando, via Internet, por e-mail, e também procuro nas revistas alguma matéria interessante pra mandar lá pra Vânia. A nossa semana é mais ou menos isso aí. Vou dormir uma meia noite, meia noite e meia e acordo cinco e meia, seis horas. P/1- Muito obrigado pelo seu depoimento, pela sua participação. R – Eu que agradeço