

Editorial

REGULAÇÃO
NECESSÁRIA

A partir de hoje, a propaganda de medicamentos passa a estar sujeita a novas regras. Venceu o prazo de seis meses dado pelo Ministério da Saúde e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para que os fabricantes se adequassem. Apenas a distribuição de amostras grátis terá mais tempo para se adaptar.

O governo quer evitar que a automedicação seja incentivada pela propaganda de medicamentos. Estes são a primeira causa das intoxicações no Brasil. Por ano, quase 500 pessoas morrem por intoxicação no país. Cerca de 30% delas são decorrentes do uso de medicamentos com e sem prescrição médica.

A resolução do governo visa principalmente os medicamentos isentos de prescrição médica, para os quais a indústria até agora usava artistas de TV e jogadores de futebol como garotos-propaganda. A partir de agora, eles poderão aparecer em peças de propaganda, mas não poderão recomendar os produtos.

A medida atinge não só os medicamentos industrializados, mas também os manipulados, os eventos científicos e as campanhas sociais. A indústria farmacêutica sempre investiu fortemente em propaganda, principalmente junto aos médicos e aos consumidores para que seus produtos tivessem boa aceitação.

As medidas adotadas aumentam o grau de cautela com relação ao uso que é feito dos medicamentos. Muito da sua eficiência vai depender da fiscalização do governo e da participação da sociedade. O governo conhece a importância da indústria para mexer mais drasticamente em seus interesses.

Medicamentos não deviam precisar de propaganda para serem dispensados ou consumidos. Mas, como tudo o mais, a saúde também é objeto de mercantilização e fonte de lucros. Só a ética dos profissionais e a consciência dos consumidores é que podem resistir às investidas vocalizadas pela propaganda.

O Estado faz sua parte quando regula, atendendo aos interesses da sociedade.

SEMPRE EDITORA LTDA

FUNDADOR Vittorio Medioli
PRESIDENTE Laura Medioli
VICE-PRESIDENTE Luiz Alberto de Castro Tito
DIRETOR EXECUTIVO Teodomiro Braga
DIRETOR FINANCEIRO Marcos de Oliveira e Souza

GERENTE COMERCIAL
Rodrigo Simões

EDITORA GERAL
Lúcia Castro

**GERENTE DE MERCADO
LEITOR**
Ricardo Botelho

SECRETÁRIAS DE REDAÇÃO
Michele Borges da Costa
Regiane Marques Sampaio

GERENTE INDUSTRIAL
Guilherme Reis

ADJUNTA DA SECRETARIA DE REDAÇÃO
Aline Reskalla

**GERENTE ADMINISTRATIVO
E FINANCEIRO**
Walmir Prado

EDITORES
Primeira Página: Denner Taylor
Opinião: Victor de Almeida
Economia: Karlton Aredes
Política: Carla Kreefft
Magazine: Silvana Mascagna
Fotografia: Leonardo Lara
Brasil/Mundo: Carla Chein
Esportes: Rogério Tadeu
Cidades: Robert Wagner

GERENTE DE MARKETING
Alessandra Soares

CONSULTOR DE TECNOLOGIA
Marco Guinter

O.PINIÃO

Duke



FÁTIMA OLIVEIRA

Médica

fatimaoliveira@ig.com.br

Mas agora eu quero, você
insistiu tanto que eu quero...

Um banho de talento, sensibilidade, ternura e doce beleza

Ai, que vida! O relinchar de um jumento abre a primeira cena, que é invadida pelos acordes da trilha sonora – um forró-brega de letra xexelentíssima, porém mavioso e de gostosura crescente.

Numa estonteante paisagem verdejante, uma surrada D20 (Chevrolet, 1985) vermelha, que parece estar numa pista de Fórmula 1, desce a ladeira aos solavancos. Uma nuvem de poeira encobre uns jeguezinhos que pastam modorrentamente... Um lagarto corta a estrada.

Ouve-se cacarejar de galinhas e uma voz: “Devagaar que minhas galinhas vai morreeer!” A trepidação da D20 é o mote dos diálogos: “– Ave Maria, mãe, esse carro balança demais.../ – Ai, Vanderléa, larga de ser enjoada, menina danada!/ – Seu Panelada, vá devagaar que minhas galinhas vai morreeer. Ai que vida, meu Deus, ai!” As galinhas batem as asas e sacodem penas pra todo lado. “– Que suas galinhas, senhora! Paaara, já tá chegaaando!/ – Eiiita coisa boooa!”, diz Panelada ao celular. E gargalha...

Decerto celebra a modernidade do celular, que contrasta com a estrada de terra e a velha ponte de madeira em meio à beleza dos babaquais.

“Olha a pooonte! (...) Pessoal, cheguemos em Esperantinópolis!” A descida da D20 tem toques de surrealismo, mas é bruta realidade.

Brotam vendedores de tudo, sequiosos de vender seus produtos: “Ó a laranja! Compra a laranja aí.../ – É. Panelada, até que enfim! Menino sai! Sai de lá com essas coisas fedidas!/ – Não são fedida, não! É muito é doce... Compra aí dona minimal!/ – Você é surdo, é? Não!

O ‘O’, o ‘N’ e o ‘A’! Nããão, vê se some e não insiste, garoto chato!/ – Chata é você, sua véa chata!”

Na mercearia-bar-restaurante: “... Quer comprar laranja aí, laranja docinha?/ – Quanto é, menino?/ – É um conto!/ – Mãe, dá um real aí!/ – Num tenho um tostão, o dinheiro que eu tinha comprei de bolacha. Tô lisa!/ – Ô, mãe, eu queria tanto comer uma laranja!/ – Vanderléa, minha fia, você tá é cum verme! Destá, quando minha fia terminar de tomar seu remédio, eu vou comprar quantas laranjas você quiser.

“Ai, Que Vida” é sucesso no boca a boca. É uma comédia de crítica à sufrença do povo e à miséria política dos grotões, entremeada de humor

E das boas! Porque a desse capeta aí tá murcha, por demais da conta.../ – Ave Maria, mãe, nammm! Ô, bichim, depois eu compro, viu? Tá bom?/ – Vanderléa, minha fia, mas esse menino da laranja é atentado! Ô meninozinho insistente.../ – Ave Maria, mamãe, nammm. O bichinho tá querendo vender as coisinhas dele.../ – Vender coisa dele, Vanderléa? Não dê confiança pra esses moleques de rua não, esses trombadinhas/ – Ave Maria, mamãe, nammm.../ – Ah, tô doida pra chegar na minha casa... Não aguento mais essa viagem.../ – Infeliz ruim, eu te pego!”

É a mãe de Vanderléa quem brada,

cutucada com uma vara pelo menino das laranjas, que sai correndo e ela atrás. “– Te pegueeeeeei... Te peguei! Qual é o teu nome?/ – Meu nome é Gonçálim.../ – Gonçálim, cadê a laranja?/ – Tá na rodoviária.../ – Rodoviária? Pois agora vá buscar que eu quero comprar, vai!/ – Mas você não queria!/ – Mas agora eu quero, você insistiu tanto que eu quero...”

São cenas do belíssimo filme “Ai, Que Vida!” – lançado em meados de 2008, é sucesso no boca a boca no Piauí e no Maranhão. Da lavra do cineasta maranhense Cícero Filho, 25, radicado em Teresina (PI). É uma comédia de crítica à sufrença do povo e à miséria política dos grotões, entremeada de humor e amores brejeiros.

Toinha Catingueiro encanta! Um elenco de empatia fatal, com falas e imagens que dão um banho de talento, sensibilidade, ternura e doce beleza.

