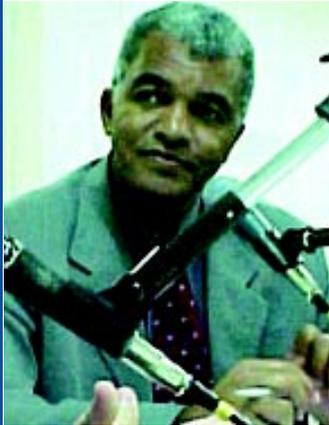


A FARMÁCIA NAS ONDAS DO RÁDIO

Programa "Entrevista farmacêutica" vai ao ar em cadeia nacional de rádio da Radiobras



Walter Lima

A Farmácia está no ar. Desde novembro do ano passado, a Radiobras, empresa de comunicação ligada diretamente à Presidência da República, vem veiculando, através da "Rádio Nacional de Brasília AM", um quadro semanal de entrevista com farmacêuticos. A entrevistada, que vai ao ar, todas as quartas-feiras, a partir das 14h30, numa cadeia não-obrigatória de rádios reunindo cerca de mil emissoras, no Brasil inteiro, traz sempre informações ligadas à saúde e tem por objetivo informar e educar os milhões de ouvintes, naquele horário. O quadro de entrevistas foi idealizado e é produzido pelo jornalista Aloísio Brandão, Assessor de Imprensa do Conselho Federal de Farmácia e editor-redator-reporter da revista PHARMACIA BRASILEIRA, do CFF.

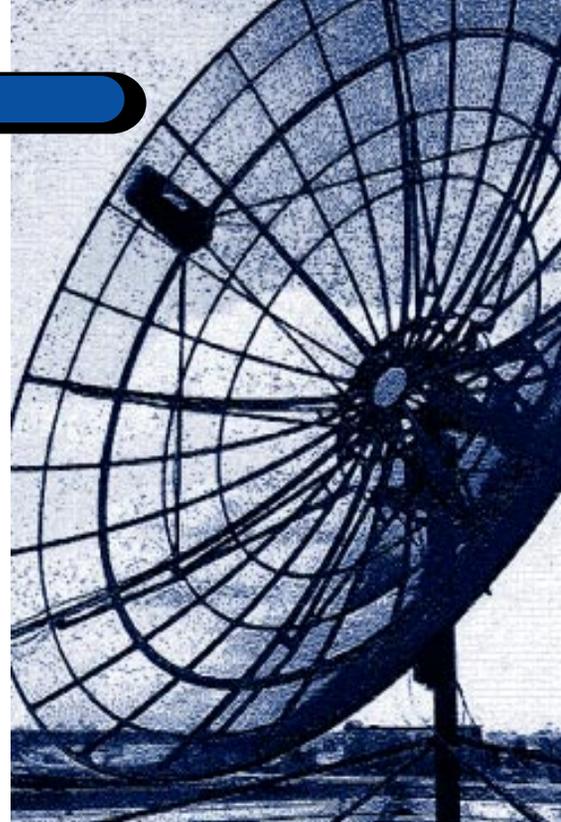
A entrevista é veiculada dentro do programa "A vez do consumidor", produzido por Cecília Gurgel e apresentado por Luca Seixas, jornalistas da Radiobras. O quadro de entrevistas com farmacêuticos é resultado de uma parceria verbal firmada pelos jornalistas Aloísio Brandão, do CFF, e Walter Lima, Chefe do Departamento de Rádio da Radiobras. "Quando procurei Walter, levei a ele o desejo de produzir um quadro de entrevistas com

farmacêuticos de todos os segmentos profissionais que pudessem falar sobre saúde sob diversos pontos de abordagem", explica Brandão.

Ele acrescenta que as entrevistas são uma forma de ajudar a sociedade a conhecer melhor as ações do farmacêutico e se beneficiar desses conhecimentos. "As entrevistas estão popularizando o universo gigantesco e diverso da Farmácia", complementa.

Estréia - O primeiro entrevistado foi o Presidente do CFF, Jaldo de Souza Santos. O tema de sua entrevista foi a expansão farmacêutica, a partir da incorporação da prevenção na saúde e o aprofundamento dos serviços de atenção primária em geral. Os outros assuntos abordados foram plantas medicinais, medicamentos genéricos, produtos utilizados na terapia ortomolecular, nutracêuticos, hipertensão arterial, diabetes, homeopatia, farmácia doméstica, farmácia de manipulação, emagrecimento, cosméticos e saúde. Mais: a citopatologia clínica e a prevenção ao câncer de colo de útero, a automedicação em DST e AIDS, a atenção farmacêutica em aleitamento materno, a genética (e a biotecnologia) na produção dos medicamentos, verologia molecular. Para cada entrevista, que dura em média 20 minutos, o jornalista Aloísio Brandão tem o cuidado de convidar sempre uma autoridade no assunto.

Repercussão - Para o Presidente do Conselho Federal de Farmácia, Jaldo de Souza Santos, as entrevistas farmacêuticas semanais são uma conquista importante para a difusão dos conhecimentos farmacêuticos junto à sociedade. "Os conhecimentos do farmacêutico sobre saú-



de vão ajudar a melhorar a qualidade de vida das pessoas e, por isso, precisam chegar até elas de forma massificada", afirma. Souza Santos desafiou os farmacêuticos a procurarem as rádios de suas pequenas cidades e se oferecerem para produzir programas voltados à atenção farmacêutica.

Já o Chefe do Departamento de Rádio da Radiobras, jornalista Walter Lima, revela que o quadro de entrevistas está repercutindo bem. "É grande a quantidade de ouvintes de todo o Brasil que nos liga e escreve, pedindo para que repitamos a entrevista ou parte dela. Outros agradecem pelas entrevistas, manifestando o quanto estão aprendendo com as mesmas", informa. "Em minha opinião, todas as rádios do País deveriam veicular uma entrevista desse nível, abordando questões tão importantes como as entrevistas farmacêuticas, pois a sociedade tem muito a ganhar com elas", acrescenta.

O Chefe do Departamento de Rádio da Radiobras observa que as entrevistas estão sendo ouvidas por um público grande e heterogêneo. "Pessoas de todos os níveis as ouvem, do estudante universitário ao executivo, do político ao trabalhador que está no cabo da enxada na roça longínqua. Todos querem saber para se informar e se educar sobre saúde",

explica. Diz ainda que é um programa de fácil assimilação, devido à forma direta como ele é produzido e apresentado.

“Em minha opinião, todas as rádios do País deveriam veicular uma entrevista desse nível”
(jornalista Walter Lima, Chefe do Departamento de Rádio da Radiobras, empresa de comunicação da Presidência da República)”

No horário das 14h30, a “Rádio Nacional de Brasília AM” está operando com 50 KW (quilowatts) de potência, o suficiente para as suas ondas atingirem grande parte da região Centro-Oeste e parte dos Estados nordestinos que fazem fronteira com o DF, como Bahia e Piauí, num raio de mais de 500 quilômetros. Mas o que amplia o poder de penetração do programa é a cadeia não-obrigatória que se forma. Nesse horário, a “Nacional” funciona com cerca de 500 emissoras em rede. Mas há uma curiosidade, aí. Várias emissoras coligadas formam, por sua vez, novas cadeias, mul-

tiplicando o alcance e fazendo com que o programa seja ouvido, praticamente no País inteiro.

Aceitação - “As entrevistas estão tendo grande aceitação, em primeiro lugar, porque elas abordam assuntos do interesse dos ouvintes. Depois, porque têm origem num órgão acreditado e que é um centro de conhecimento farmacêutico, que é o Conselho Federal de Farmácia”, comenta Walter Lima. Ele afirma que as entrevistas farmacêuticas são “uma grande conquista para a Rádio, porque, assim, estamos educando sobre os perigos da automedicação, sobre a prevenção na saúde, sobre as plantas medicinais, o seu poder de cura e os cuidados com o uso errado etc.” Para Walter Lima, isso significa “estar ao lado da cidadania”.

Pela Internet – Além de ser ouvida pela rádio, na frequência 980, as entrevistas farmacêuticas semanais podem ser ouvidas, ao vivo, também pela Internet, no mundo inteiro. É só acessar a página da Radiobras (diga-se de passagem, é uma das páginas mais acessadas em toda a América Latina), no endereço <www.radiobras.gov.br>. Em seguida, clicar a “Rádio Nacional de Brasília AM”.

A Internet também está divulgando as entrevistas de outra forma: pela “NBR”, a agência de notícias da Radiobras. Jornalistas da “NBR” acompanham as entrevistas e produzem matérias a partir delas as quais são disponibilizadas no seu *site* e podem ser aproveitadas por rádios, tvs, jornais, revistas e *sites* voltados à área de saúde. “Chega um momento que não temos condições de mensurar a penetração das entrevistas, pois algumas outras rádios que não estão na cadeia, bem como jornais, podem aproveitar o material que está na ‘NBR’ e publicá-lo”, observa Walter Lima.

Vinhetas – A Radiobras também está divulgando, 24 horas por dia, inclusive por satélite, 12 vinhetas de 30 segundos cada com informações curtas de utilidade pública na área farmacêutica. São informações sobre interações medicamentosas, necessidade de racionalização no uso do medicamento, etc.

“Tanto as entrevistas, quanto as vinhetas, têm a preocupação de destacar a figura do farmacêutico como a autoridade máxima sobre os assuntos em pauta. E mais: elas o situam na realidade da saúde brasileira e conclamam a comunidade a procurar o profissional, principalmente quando o assunto é medicamento, qualquer que seja a abordagem”, informa o jornalista Aloísio Brandão, que também produziu as vinhetas e buscou a parceria com a Radiobras para divulgá-las. Aloísio Brandão conclui: “O Conselho Federal de Farmácia não está gastando um único centavo nem com as entrevistas, nem com a gravação e divulgação das vinhetas”.



Aloísio Brandão

Onésimo Ázara Pereira
Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica

Substâncias Farmacêuticas Comerciais

- Denominações Comuns Brasileiras (DCB)
- Denominações Comuns Internacionais (DCI)
- Indicação das Substâncias Controladas no Brasil
- Classificação na Nomenclatura Comum do Mercosul (NOM)
- Número nas Denominações Comuns Brasileiras
- Número de Referência das Denominações Comuns Internacionais
- Número de Registro no Chemical Abstracts Service (CAS)

2ª EDIÇÃO
REVISADA E AMPLIADA

ABIFIQUIF

Contém 9474 Nomes Genéricos
2ª Edição - Revisada e Ampliada

2003

Vendas: LCM Comunicação Ltda.
Tel.: (21) 2507-3752 / e-mail: lcm@lcmcomunicacao.com.br