

11/02/2010 - Paris Hilton faz anúncio da cerveja Devassa



A modelo e milionária norte-americana Paris Hilton foi contratada como estrela da campanha de lançamento da cerveja Devassa, do Grupo Schincariol.

Batizada como Devassa Bem Loura, a cerveja faz parte da “família Devassa”, cujas integrantes são as cervejas loura, ruiva, negra, índia e sarará, “cheias de segundas intenções”. Como afirma o [site da campanha](#): “Devassa é bem alegre, tem aquele astral que atrai coisas boas, pessoas interessantes e papos divertidos. Pedir uma Devassa tem a dose certa de segundas intenções”.

Segundo declarou o diretor de marketing da empresa, Luiz Claudio Taya, em matéria publicada pelo jornal O Estado de S.Paulo, foram destinados R\$ 100 milhões para o lançamento da cerveja, que tem uma estratégia de marketing agressiva. Taya adiantou que outras louras serão convidadas a entrar nas campanhas da nova marca.

Acesse a íntegra da notícia ([O Estado de S.Paulo - 11/02/2010](#))

O impacto nefasto da publicidade discriminatória sobre as novas gerações

No artigo “A explícita coisificação da mulher na publicidade e seu impacto sobre as novas gerações”, Jacira Vieira de Melo, diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão alerta para o poder que esse tipo de propaganda estereotipada e discriminatória exerce sobre a construção do imaginário dos jovens e aponta a necessidade de se revisar o modelo de autorregulamentação da publicidade ([Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária](#)).

Para a diretora do Instituto Patricia Galvão, é preciso ter especial atenção para propagandas como essa, que operam na contramão dos esforços da sociedade para a promoção de padrões éticos de civilidade e respeito entre homens e mulheres.

[Leia a íntegra do artigo de Jacira Melo](#)

Anúncio põe em xeque autorregulamentação publicitária

No blog sobre “saúde pública e privada”, a repórter Fabiane Leite, da editoria Vida& de O Estado de S. Paulo, escreve:

“Balanço pós Carnaval: cerveja, cerveja e cerveja na TV e um ‘olé’ na autorregulamentação das propagandas da bebida. Defendida por anunciantes e agências de publicidade como a solução ideal para conter os estímulos ao consumo abusivo de álcool em qualquer época – e evitar restrições do governo às propagandas de cervejas – a autorregulamentação foi rasgada por Paris Hilton.”

Leia o texto postado no [blog Núcleo de Saúde, de Fabiane Leite - 19/02/2010](#)

Primeiro Caso de Júri Popular para autor do Crime de Violência Doméstica - 23/02/2010

Em 23 de fevereiro, às 9hs, será realizado no fórum da cidade de Alfenas (MG) o primeiro julgamento de Crime de Violência Doméstica por júri popular. Segundo entidades da região o caso foi enquadrado como tentativa de homicídio por conta da gravidade das agressões.

[Saiba mais](#)

Equívocos da imprensa dificultam debate sobre temas do campo dos direitos sexuais e reprodutivos no Brasil - Comissão de Cidadania e Reprodução

Editorial da [CCR - Comissão de Cidadania e Reprodução](#)

Mídia: Erros na publicação e interpretação de dados sobre aborto, contracepção de emergência e Cytotec geram desinformação

Quando o aborto e outras temáticas do campo dos direitos sexuais e reprodutivos são assunto, as incorreções e equívocos publicados na imprensa não ajudam em nada o debate no Brasil. E a pílula contraceptiva de emergência vem batendo verdadeiros recordes no quesito desinformação, junto ao Cytotec, o misoprostol e à confusão na divulgação e interpretação de dados oficiais de pesquisas e estudos científicos e sociais na área da saúde reprodutiva e da mulher. A falta de cuidado na publicação de informações sobre o aborto legal e clandestino e sobre métodos contraceptivos pode custar o avanço da discussão, a educação da população e o acesso à saúde sexual e reprodutiva, entendida no âmbito dos direitos humanos. O acompanhamento da cobertura da imprensa neste campo é essencial para a garantia de uma abordagem justa e precisa sobre os temas.

Confusão

A matéria “Número de abortos legais cai 42% entre 2008 e 2009 - Ministério da Saúde atribui queda aos contraceptivos”, publicada no último dia 8 de fevereiro pelo Correio Braziliense na internet, é mais um exemplo da falha de articulação e despreparo de grande parte da mídia para lidar com o assunto desde em seus aspectos gerais, até os mais específicos. A reportagem faz uma miscelânea de dados do Ministério da Saúde sobre o número de abortos legais e curetagens realizadas pelo SUS, o uso de métodos contraceptivos e o Cytotec sem chegar a lugar algum. Ao contrário do que foi publicado na matéria, o que caiu foi o número de curetagens e AMIU (internações relacionadas ao aborto) e não o número de abortos legais. Este, segundo a coordenadora técnica da área da Saúde da Mulher do Ministério da Saúde, Lena Peres, aumentou. A pílula contraceptiva de emergência não é abortiva e não tem relação alguma com o Cytotec. Colocá-los como métodos parelhos é um erro grosseiro.

Contracepção de emergência e misoprostol

Segundo manual direcionado aos profissionais de saúde como parte da série “Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos”, publicado em 2005 pelo Ministério da Saúde, a eficácia da AE (anticoncepção de emergência) é resultado de mecanismos de ação que, “em conjunto ou isoladamente, atuam impedindo a fecundação e sempre antes da implantação. Não há quaisquer evidências científicas de que a AE exerça efeitos após a fecundação ou que implique a eliminação precoce do embrião”. O manual diz ainda que “não há encontro entre os gametas masculino e feminino e, portanto, não ocorre a fecundação. A diminuição progressiva da

efetividade da AE, conforme transcorre o tempo a partir da relação sexual, e a incapacidade de produzir sangramento imediato ou em caso de gravidez são demonstrações simples, mas evidentes, de que a AE é capaz de evitar a gravidez, nunca de interrompê-la". De acordo com o caderno do MS, "a revisão das pesquisas científicas permite afirmar, sem reserva de dúvida, que a AE não atua após a fecundação e não impede a implantação, caso a fecundação ocorra" e "falsos conceitos científicos" levantaram a hipótese do efeito abortivo da pílula.

Já o Cytotec, proibido no Brasil, foi inicialmente comercializado como medicamento para o tratamento da úlcera estomacal, mas ficou famoso pelo seu uso abortivo. Apesar de proibido pela ANVISA, o Cytotec ainda é usado na realização de abortos clandestinos e o comércio ilegal do produto foi notícia inúmeras vezes. É preciso destacar, entretanto, que o uso gineco-obstétrico do misoprostol, substância ativa do Cytotec, não só é legal, no atendimento dos hospitais da rede cadastrada do SUS, como é recomendado para a realização do aborto medicamentoso. As restrições da ANVISA ao uso do misoprostol são, inclusive, motivo de muitas críticas por parte da comunidade médica e dos movimentos dos direitos sexuais e reprodutivos no Brasil.

Foco político

Apesar da tradição da mídia de tratar temas relativos ao aborto nas páginas policiais, há cerca de dez anos o deslocamento do foco das reportagens para o embate entre os contra e pró-aborto marca o peso político das discussões e polêmicas geradas pelo debate no país. "A característica do tratamento dado pela imprensa é marcar o entrincheiramento das posições contra e a favor do aborto", aponta o estudo "Olhar sobre a Mídia", de 2002, da CCR - Comissão de Cidadania e Reprodução. Quase uma década depois, a imprensa ainda peca por não conseguir levar a abordagem para os âmbitos científico, social, da saúde e dos direitos humanos. É preciso maior interação sobre o campo dos direitos sexuais e reprodutivos por parte da imprensa, conhecer melhor sua literatura, que inclui pesquisas científicas, levantamentos, certos jargões e termos técnicos. Além de se procurar mais senso crítico e entendimento das problemáticas envolvidas no tratamento das questões, atenção com o que as fontes oficiais e paralelas dizem e interpretação cuidadosa das informações apuradas sobre o assunto, evitando os equívocos e a desinformação generalizada.

[Saiba mais sobre a CCR](#)

Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes - Entrevista de Alexandre Grangeiro

O pesquisador Alexandre Grangeiro, do Departamento de Medicina Preventiva da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, concedeu entrevista exclusiva à Agência Patrícia Galvão em que fala sobre a Campanha de Carnaval de 2010 e faz críticas à política de

prevenção adotada pelo Ministério da Saúde para atingir os segmentos considerados mais vulneráveis à epidemia de HIV/Aids.

As campanhas são mais importantes para criar um ambiente favorável à prevenção da Aids do que para aumentar a informação

Ações de prevenção revelam-se insuficientes

Camisinha tem que ser distribuída e vendida em todos os lugares

Se meninas de 13 a 19 anos estão com Aids, significa que elas se infectaram aos 8, 12 ou 14 anos

O preconceito e o estigma contribuem para aumentar o risco e o número de casos entre gays jovens

Preservativo e diálogo: a combinação mais eficaz

O sistema de saúde não está atento para a prevenção da Aids entre as mulheres

Paradoxo: a população jovem é a que mais usa o preservativo, mas é também a que mais deixa de usar quando há envolvimento afetivo

Para contatar o entrevistado:

Alexandre Grangeiro - médico e pesquisador

Departamento de Medicina Preventiva da Faculdade de Medicina da USP

São Paulo/SP

Tel.: (11) 3061-7076 - ale.grangeiro@gmail.com

Fala sobre: políticas de prevenção ao HIV e tratamento de Aids; pesquisas epidemiológicas; segmentos vulneráveis

[Saiba mais sobre o aumento da epidemia entre as meninas](#)

[Leia mais sobre a campanha de Carnaval 2010 do Ministério da Saúde](#)

[As campanhas são mais importantes para criar um ambiente favorável à prevenção da Aids do que para aumentar a informação](#)

“No Brasil criou-se uma cultura de fazer uma campanha de Aids no carnaval; isso facilita a discussão, facilita a assimilação.” (...)

“O carnaval é um momento propício para falar sobre prevenção de Aids, falar sobre sexualidade. A sociedade, de uma certa forma, está mobilizada.”

“Não é ruim fazer uma campanha no carnaval e para um grupo específico; o ruim é fazer a campanha só no carnaval e abordando uma única população. Se ela for parte de uma estratégia de prevenção que se soma a outras ações, que vá gradativamente envolvendo toda a sociedade, ela é boa.”

Ações de prevenção revelam-se insuficientes

“Desde 1980, no Brasil, todas as pesquisas começaram a demonstrar que o uso do camisinha aumentava. As últimas pesquisas, realizadas em 2008 e 2009, começaram a demonstrar uma tendência ao contrário, esse percentual [de uso do preservativo] vem se reduzindo. Isto pode estar demonstrando uma série de questões.”

[Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes](#)

O preconceito e o estigma contribuem para aumentar o risco e o número de casos entre gays jovens

“Quando a gente compara a população homossexual com qualquer outra população, [vemos que] é a que mais usa preservativo, é a que tem maior nível de conhecimento, é a que mais se mobiliza contra o preconceito; entretanto, esse grupo continua se infectando mais do que a população em geral (...) e a única faixa etária [em que a epidemia] tem crescido são a dos homossexuais jovens.”

[Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes](#)

Paradoxo: a população jovem é a que mais usa o preservativo, mas é também a que mais deixa de usar quando há envolvimento afetivo

“A população jovem é a que mais usa preservativo em comparação as outras faixas. A iniciação

sexual com preservativo é altíssima no Brasil. (...) Hoje quem tem 20 anos já conheceu a Aids, talvez com menor intensidade do que quem tem 40 anos. (...) Talvez não conheça de fato a gravidade da Aids, (...) mas ao mesmo tempo essa é uma geração que nasce num período em que é mais natural utilizar [o preservativo]”, diz o médico e pesquisador Alexandre Grangeiro, do Departamento de Medicina Preventiva da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, em entrevista exclusiva à Agência Patrícia Galvão.

[Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes](#)

Preservativo e diálogo: a combinação mais eficaz

“Eu diria que o preservativo é o principal instrumento, é o instrumento mais eficaz; mas sem conversa nem se consegue usar o preservativo. (...) O uso do preservativo [pressupõe] o diálogo entre duas pessoas, significa o acordo entre duas pessoas.”

“O foco principal de uma prevenção da Aids é que as pessoas conversem, dialoguem, e, ao dialogar, decidam a melhor forma de fazer a prevenção.”

[Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes](#)

O sistema de saúde não está atento para a prevenção da Aids entre as mulheres

“[Nos serviços de saúde] a mulher não é questionada sobre Aids, embora as mulheres estejam mais presentes no serviço de saúde. (...) Ela não consegue se identificar no risco de Aids, e quando ela não se identifica no risco de Aids ela não faz o diálogo em relação à Aids.”

[Ações de prevenção à Aids revelam-se insuficientes](#)