

HIV infecta 18 crianças por hora no mundo, alerta Unicef

No Dia Mundial de Luta contra a Aids, celebrado na sexta-feira (1), o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) informou que 18 crianças contraem o vírus a cada hora no mundo

Se a tendência persistir, em 2030, existirão 3,5 milhões de casos novos. Os dados constam em um relatório divulgado hoje, o "Statistical Update on Children and AIDS 2017" (Atualização das Estatísticas da Infância e AIDS, na tradução livre).

Segundo o Unicef, os progressos na prevenção e controle da doença na adolescência são "inaceitavelmente" lentos. Só em 2016, 55 mil adolescentes morreram de causas ligadas ao HIV, sendo que 91% viviam na África Subsaariana. Os dados ainda revelam disparidade de gênero. Para cada cinco meninos que convivem com a doença, são sete meninas da mesma idade que contraem o vírus.

"Continuar com progressos assim tão lentos significa brincar com a vida das crianças e condenar as gerações futuras a uma vida com o HIV ou a AIDS, o que poderia ser evitado. Devemos agir urgentemente", disse Chewe Luo, responsável pelo departamen-



Os progressos na prevenção e controle da doença na adolescência são "inaceitavelmente" lentos.

to de HIV no Unicef. Apesar das estatísticas alarmantes, o Unicef reconheceu que houve melhora na prevenção da doença, principalmente na

transmissão de mãe para filho. Desde 2000, cerca de 2 milhões de mortes foram evitadas. Para evitar maior disseminação da doença, a

organização acredita que é necessário investir em inovações médicas, como o teste autodiagnóstico de HIV e remédios pediátricos (ANSA).

Colômbia, quando a arte e a música curam as feridas

Oscar Escamilla/ANSA

A Colômbia busca curar as feridas de meio século de guerra refugiando-se em alguns de seus maiores méritos coletivos: a arte, a música e a cultura.

Na última semana se celebrou o primeiro ano da assinatura do acordo de paz, que, além das discussões políticas, significou uma pausa para muitas populações atingidas por ataques e incontáveis delitos e violências causados pela guerra.

Consultada sobre como a arte e o conjunto de suas expressões aproveitaram este primeiro ano de paz, a ministra da Cultura da Colômbia, Marina Garcés, respondeu que "de muitas maneiras" e fez uma breve lista de realizações. "Estamos chegando pela primeira vez a diversos lugares que por causa dos conflitos estavam isolados. Estamos evidenciando a dimensão integradora da cultura, promovendo espaços de encontro, transformação, cura e esperança através dele", afirmou.

"Durante este ano, por exemplo, chegamos com programas como Expedição sensorial aos caminhos e aldeias da região de Montes de Maria para construir com seus habitantes e fortalecer suas manifestações culturais", ressaltou Garcés. A "Expedição sensorial" é um projeto de quatro anos, iniciado em 2016, no qual o Ministério consulta as populações mais afetadas pelo conflito armado interno sobre as expressões artísticas que foram silenciadas ou afetadas pela violência, a fim de recuperar a memória e identidade.

Montes de Maria é uma sub-região no norte do país composta por 15 municípios, onde a guerra estava furiosa entre os habitantes, a ponto de que, no período de 10 anos, foram cometidos 56 massacres, uns 4 mil assassinatos políticos e 200 mil pessoas deslocadas, de acordo com dados da "Verdad Abierta", um portal especializado em conflito. No ano passado, em Montes



Movimento visa ensinar às crianças o valor e o significado de suas danças e músicas.

de Maria, 1832 crianças participaram de sessões de treinamento em dança e música, e 189 pessoas se juntaram para aprender desde maquiagem até manutenção de instrumentos musicais.

Em vários desses municípios, as gaitas, um tipo de flauta feita a partir de uma madeira local, e os tambores eram os instrumentos que colocavam a música no cotidiano e serviram de veículo para a expressão cultural. No entanto, tudo mudou quando os grupos paramilitares forçaram os músicos locais a tocarem seus ritmos para animar seus assassinatos, o que levou muitas dessas localidades a não tocar essas músicas novamente por causa da dor que elas causaram.

Trata-se de uma "violência simbólica", disse a ministra Garcés, depois de afirmar que a "paz" encorajou várias dessas comunidades a "tocar os instrumentos em suas danças". Francisco Saravia é um

administrador público que fez mestrado em gestão cultural na Europa e que agora compõe metodicamente as tradições orais de Son de Negros, uma dança de Mahates, departamento de Bolívar, que também foi "desligado" temporariamente por causa da guerra.

"As comunidades mais vulneráveis e mais afetadas pelo conflito armado colombiano foram nossos negros, que se refletiram no Chocó e setores como Montes de Maria, San Basilio de Palenque, onde ocorreram uns massacres horríveis", afirmou Saravia. Ele ainda acrescentou que, os que sofreram, foram justamente as "comunidades afros, as mais vulneráveis, as primeiras a apoiar o processo de paz".

Saravia, junto com outros diretores culturais da região, está determinado a ensinar às crianças o valor e o significado de suas danças e músicas, muitas delas ligadas ao mundo africano.

Clientes: você não os tem. Eles é que estão com você

Marco Cassel (*)

Em visita ao museu da minha cidade, deparei-me com fotografias antigas que retratavam os primeiros comércios do lugar.

Percebi que existia um negócio por ramo de atividade. Os comerciantes locais não enfrentavam a concorrência, nem física e muito menos virtual. Para que as pessoas comprassem de outro comércio tinham que se deslocar por quilômetros com suas carroças, ou seja, era praticamente inviável. Imaginei os donos desses estabelecimentos dizendo "Ah, eu tenho duzentos clientes..." e assim por diante.

Então, pensei em suas reações quando chegaram à cidade os primeiros concorrentes. Acabou a zona de conforto. Quantos clientes será que cada um

poderia dizer que tinha diante dessa nova realidade? Pois é, a partir daquele momento nenhum dos comerciantes que enfrentava a nova concorrência - tampouco os novos comerciantes - podiam dizer que "tinham" clientes, pois estes passaram a ser do mercado.

Mesmo que digamos que muitos clientes eram "fiéis", que compravam por amizade, no momento em que existe concorrência, existe também a possibilidade da troca, portanto, os clientes passam a ser do mercado. Imagine nos dias de hoje, que temos milhares de concorrentes físicos e virtuais espalhados pelo mundo todo.

Por isso, quando vejo donos de empresas dizendo que tem mil, dois mil clientes, respondo: "Você não TEM nenhum cliente. Eles ESTÃO seus clientes". Então, sugiro que trabalhem, nesse mercado extremamente competitivo em

que estamos inseridos, com a consciência de que não "temos" nenhum cliente, mas que eles "estão" nossos clientes.

A má notícia é que se hoje "estão" nossos clientes, amanhã podem "estar" na concorrência. Mas, como sou palestrante motivacional e sempre procuro o lado positivo das situações, imagino a grande possibilidade que temos de fazer com que os clientes que "estejam" na concorrência passem a "estar" nossos clientes. Por isso, te convido a enxergar uma imensa oportunidade de expandir seus negócios, sem medo, saindo da zona de conforto e entendendo que hoje, apesar de toda a concorrência, nossos negócios possuem o planeta como limite.

Excelentes negócios para todos!

(*) - É palestrante motivacional, especialista em superação, criação de valor e em tocar o coração das pessoas (www.marcoassel.com.br).

TONY AUAD E OS BASTIDORES DA TV

central-noticia@bol.com.br



INÍCIO MINHA COLUNA comentando a decisão tomada da Rede Record de Televisão na última semana de colocar um fim no programa 'Legendários', comandado por Marcos Mion, e também do programa do Gugu Liberato, exibido às quartas-feiras. A emissora ainda vai fazer um comunicado a respeito dessas decisões.

O PROGRAMA 'LEGENDÁRIOS' ESTÁ NO AR há oito anos e só ficará na emissora neste mês de dezembro, nas noites de sexta-feira, onde está desde 10 de março, quando a Record mudou sua programação e tirou a atração de sábado, para montar uma linha de shows onde Mion, Xuxa e Gugu estavam incluídos.

LEGENDÁRIOS COMEÇOU COM PEGADA HUMORÍSTICA, estreando na Record em abril de 2010, mas o formato não durou muito tempo e logo foi transformado em programa de auditório. Neste ano no entanto, perdeu o fôlego ao mudar de dia. Vice-líder aos sábados, o programa foi caindo gradativamente de audiência.

COM ISSO PASSOU A SER FREGUÊS do Ratinho no SBT e filmes reprisados pela emissora nas noites de sextas-feiras. Marcos Mion não será mandado embora. Deve ser aproveitado na programação da emissora, até porque a Record sabe que ele tem propostas de outras emissoras por ser um bom profissional e nunca ter dado problema à emissora.

OUTRO QUE ESTÁ DEIXANDO A RECORD É GUGU LIBERATO, como a coluna adiantou há alguns meses. Xuxa deverá substituí-lo, saindo das segundas-feiras com o seu 'Dancing Brasil', e indo para as quartas-feiras no horário do Gugu. Será a terceira temporada do programa que só melhorou, em termos de audiência, depois que mudou o formato.

A RECORD, TAMBÉM NÃO QUER DEMITIR GUGU LIBERATO, mas quer mudar o formato de seu futuro programa, que deixará de ser musical para ser jornalístico. O mesmo acontece com Marcos Mion, que também será aproveitado pela emissora dentro da grade de programação.

SEGUNDO OS EXECUTIVOS DA RECORD, Gugu Liberato é a pior audiência da emissora, não conseguindo pontuar como fazia no SBT. Aliás, o apresentador está pela segunda vez de volta a Record. A coluna procurou Marcos Mion e Gugu Liberato, ambos não quiseram comentar a decisão da emissora.

A GRANDE VERDADE É QUE A REDE RECORD perdeu sua vice-liderança para o SBT e todas as modificações não deram bons resultados, inclusive 'Fazenda Nova'. 'Chance' é a pior audiência de todos os tempos e, com isso, a emissora pensa em não voltar mais com esse reality que já cansou o telespectador.

FRASE FINAL: Os humilhados serão exaltados!

Macarrão: mais um prato queridinho na mesa do brasileiro

Divulgação



Arroz com feijão pode ser um dos pratos de preferência nacional, mas outro alimento também está ocupando lugar de destaque na mesa dos brasileiros: o macarrão. Segundo estudo da Nielsen, encomendado pela Abimapi (Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados), mesmo com mercado estagnado, o Brasil é o terceiro maior consumidor de macarrão no mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos e para a Itália.

Considerando todas as regiões do país, 9 em cada 10 pessoas comem massa com frequência. Quanto ao modo de preparo, para agradar toda a família, os lares tendem a optar por tipos de macarrão comuns e receitas tradicionais. De acordo com a análise, 96% da população não busca novas receitas e 98% deixa de lado as opções premium do produto, como as caseiras, sem glúten, grão duro e frescas. Entretanto, cada vez mais consumidores estão modificando seus hábitos nutricionais motivados por sensibilidades alimentares, alergias ou convicções pessoais.

Pela pesquisa Nielsen, 2,3 milhões de lares evitam comer macarrão por não acharem um alimento saudável. Essa parcela também evita o uso de sal (20% acima da média) e gordura (15%). Frente a este cená-

rio, duas grandes tendências despontaram para alavancar a categoria: "masterchef" e saudabilidade. Com a migração do consumo para dentro de casa, é muito comum que os brasileiros coloquem literalmente a mão na massa, buscando sofisticação no cardápio caseiro e privilegiando reuniões com os amigos.

Atualmente, 68% dos lares que procuram por receitas gostam de cozinhar (10% acima da média), e 49% optam por massas mais sofisticadas ao convidarem conhecidos para alguma refeição em casa (10% acima da média).

"Explorar receitas nas embalagens, promover concursos de receitas ou, até mesmo, comunicar quão divertido é cozinhar são boas alternativas para os agentes de mercado se beneficiarem do efeito masterchef", comenta o líder da indústria de Alimentos da Nielsen, Doménico Tremaroli.

Quanto ao tópico saudabilidade, os consumidores querem comer com mais saúde, mas não podem fazê-lo sozinhos. Tremaroli, afirma que "é essencial que os fabricantes enfatizem em suas comunicações, por exemplo, os benefícios nutricionais, a diversidade de opções de massas, desmistificando alguns aspectos negativos do produto que estão na cabeça do consumidor e que impactam seu crescimento" (Abimapi).