

Alagoanos são beneficiados pela Farmácia Popular

Iniciativa amplia acesso a medicamentos gratuitos ou desconto

O Programa Farmácia Popular de Alagoas tem desempenhado um papel fundamental no fortalecimento do acesso da população a medicamentos essenciais. Em 2024, o programa beneficiou mais de 254 mil pessoas no estado, um aumento significativo em comparação com os 160,1 mil atendidos em 2022. Atualmente, Alagoas conta com 220 farmácias credenciadas espalhadas por 80 municípios, o que demonstra a expansão e o impacto positivo da iniciativa.

O programa, que já oferece medicamentos a preços acessíveis, agora proporciona medicamentos totalmente gratuitos. Esse avanço tem como objetivo garantir que mais pessoas, especialmente aquelas em situação de vulnerabilidade, tenham acesso a tratamentos essenciais para doenças crônicas e outras condições de saúde. Entre os medicamentos oferecidos estão remédios para diabetes, hipertensão, asma, osteoporose e colesterol alto, entre outros.

Além disso, o programa expandiu sua cobertura para incluir novos itens, como fraldas geriátricas, que agora são distribuídas gratuitamente para pessoas com 60 anos ou mais. O medicamento Dapagliflozina, utilizado no tratamento de diabetes associada a doenças cardiovasculares, também passou a ser oferecido sem custo.



Carla Cleto / Ascom Sesau

Alagoas conta com 220 farmácias credenciadas ao Programa Farmácia Popular

O secretário de Estado da Saúde, Gustavo Pontes de Miranda, destacou a importância dessa ampliação, ressaltando que ela tem facilitado o acesso dos pacientes a medicamentos essenciais, reduzindo a necessidade de deslocamento para unidades de saúde e ajudando a desafogar o sistema público de saúde. "A ampliação do acesso a medicamentos é essencial para garantir que a população continue seus tratamentos de forma adequada", afirmou o secretário.

A ampliação da gratuidade dos medicamentos foi anunciada pelo presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, em pronunciamento de rádio e televisão na última

segunda-feira (24). O presidente afirmou que, anteriormente, apenas parte dos medicamentos oferecidos pelo programa eram totalmente subsidiados, enquanto outros exigiam coparticipação dos pacientes. Com a mudança, todos os 41 medicamentos agora são gratuitos, uma medida que amplia ainda mais o apoio do governo federal à população alagoana.

Para ter acesso aos medicamentos gratuitos, os pacientes precisam apresentar um documento com foto, CPF e uma receita médica válida, que pode ser emitida tanto pelo Sistema Único de Saúde (SUS) quanto por médicos da rede privada.

A lista completa de medi-

camentos que passaram a ser fornecidos de forma gratuita no programa inclui itens para tratamentos de diversas condições de saúde, como asma, diabetes, hipertensão, anticoncepção, osteoporose, dislipidemia, doença de Parkinson, glaucoma, rinite, entre outros.

A seguir, estão alguns dos medicamentos agora disponíveis gratuitamente:

- 1- Brometo de ipratrópio 0,02mg;
- 2- Brometo de ipratrópio 0,25mg;
- 3- Dipropionato de beclometasona 200mcg;
- 4- Dipropionato de beclometasona 250mcg;
- 5- Dipropionato de beclometasona 50mcg

CORREIO OPINIÃO

Fernando Frazão/Agência Brasil



Festa é vitrine global da nossa cultura

Além da folia, Carnaval é ferramenta de marketing

Por Daiana Ribeiro*

Eu não poderia deixar de falar de uma das maiores festas e tradição popular e cultural do Brasil e também minha paixão. O carnaval que movimenta milhões em consumo e turismo, e que ainda é uma gigantesca vitrine global da nossa cultura, e por falar em vitrine, essa festa popular também é um enorme expoente para divulgação e fortalecimento das marcas.

Minha conexão com o Carnaval vai além da folia: meu TCC na faculdade foi sobre isso. Além disso, me considero portense de coração, mas admiro a força e a energia de todas as escolas de samba.

Em quase 20 anos de vida profissional, tive a oportunidade de unir uma das minhas maiores paixões que é o marketing com o Carnaval, e graças a isso, já estive à frente de muitas estratégias de ativação e de divulgação de marcas durante esse período festivo. Afinal essa sempre foi uma visão minha, que devemos olhar para o panorama em 360º graus.

Ao longo da minha trajetória profissional, pude unir duas paixões onde conectei marketing e relações públicas de forma estratégica, transformando a festa em uma vitrine ainda maior para engajamento e fortalecimento de marcas.

Minha trajetória com ativações no Carnaval começou com a antiga União Fabril Exportadora, patrocinando a tradicional Feijoada da Velha Guarda da Portela, que acontece há décadas no primeiro sábado de cada mês. Nosso espaço reservado se transformou em um ponto estratégico para aproximar a marca do público de interesse. Levávamos representantes, compradores e até consumidores finais para viverem a experiência do samba e da feijoada, criando um ambiente perfeito para fortalecer relações e gerar networking.

Ali, nosso camarote era uma espécie de ponto de encontro, onde a conexão ia muito além dos negócios. O objetivo era proporcionar uma vivência autêntica da cultura do samba, reforçando os laços com nossos convidados e consolidando a presença

da marca de forma genuína e memorável, ainda mais na quadra de uma das escolas de samba mais tradicionais do Rio.

Hoje, os ensaios técnicos das escolas de samba na Sapucaí são grandes eventos super organizados, mas nem sempre foi assim. Eu lembro bem de como era antes: cada um ia com a roupa que tinha, sem um padrão, e a avenida ficava uma mistura de cores e estilos.

Foi aí que, em parceria com um projeto na Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira, conseguimos trazer um diferencial. Padronizamos os ensaios técnicos, separando cada ala por cores de camisas. E nessas camisas, criamos espaços estratégicos para divulgar a marca das empresas patrocinadoras.

No fim, unimos a tradição do Carnaval com estratégia de marca, aproveitando um evento com milhões de espectadores para gerar visibilidade. E fazer isso com a Mangueira, uma das escolas mais icônicas do Brasil, foi ainda mais especial, tão especial que tornou-se padrão para todas as demais agremiações.

Não parei por aí e decidi me envolver ainda mais com a Sapucaí. Foi assim que, no primeiro ano, ajudei a idealizar e construir o Camarote Lounge Carioca, junto com outros quatro empresários incríveis, profissionais que cresceram e aprenderam muito com o Carnaval. Nossa atuação foi completa: desde a captação de patrocinadores para o lounge até a parte final de trabalho nas redes sociais, construção do site e toda a estrutura de marketing e branding.

Além do Lounge Carioca, também tivemos a oportunidade de trabalhar no camarote da Imperatriz Leopoldinense e no King, levando um pouco do nosso trabalho e visão para diferentes pontos da Sapucaí.

O Carnaval é um palco incrível para as marcas se conectarem com a galera! Além de patrocinar blocos de rua e camarotes, as marcas podem criar produtos temáticos exclusivos, como camisetas, acessórios e até mesmo bebidas com sabores especiais.

*CEO da Increase 360, especialista em branding

CUMBUCO | CE **TOURDOS | RN** **ECO RESORT DO CABO | PE**

Vila Galé
HOTELS

PARA OS SEUS SONHOS, OS MELHORES destinos
PARA VOCÊ, A MAIOR REDE DE RESORTS DO BRASIL.

Nos resorts all inclusive da Vila Galé a alegria dura o ano inteiro.
Viva momentos inesquecíveis com muito conforto e diversão.

RESERVE AÍ

ALAGOAS | AL **MARÉS | BA** **ECO RESORT DE ANGRA | RJ**

WWW.VILAGALE.COM • BRASIL.RESERVAS@VILAGALE.COM • +55 (71) 4040-4999