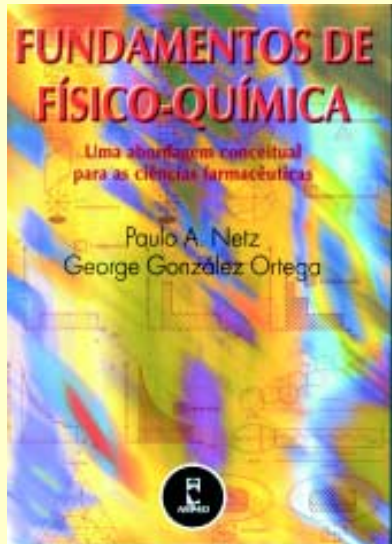


Sobre a Físico-química

NETZ, P.A.; GONZÁLEZ ORTEGA, G. **Fundamentos de Físico-química**. Porto Alegre: Artmed, 2002. 300 p. ISBN 85-363-0009-4.



Escrita numa linguagem de fácil acesso, esta obra, dedicada às ciências farmacêuticas, mas de utilização altamente proveitosa em outras áreas, possui um nível de profundidade adequado para o entendimento e a aplicação dos fenômenos físico-

químicos ligados à prática farmacêutica. O conteúdo apresenta, além de uma abordagem conceitual, enriquecida com gráficos e figuras elucidativas, exercícios e exemplos, que favorecem a compreensão da fundamentação teórica e a avaliação dos conhecimentos adquiridos pelo leitor, além de permitir antever a sua aplicabilidade. Outro aspecto importante a salientar está relacionado às definições precisas de conceitos básicos, que permitirão a harmonização terminológica, tão necessária nos cursos de Farmácia do País. O livro, com grande certeza, constituir-se-á num marco importante, quer para os docentes de várias disciplinas, que terão nele um auxiliar referencial valioso para suas aulas, para os alunos, pois está redigido numa forma clara e didática, e para os profissionais farmacêuticos, pela sua complementaridade entre prática e teoria.

Adiciona-se a isto o conjunto de referências bibliográficas indicado, atual e complementar à obra, no qual os autores ajuntaram uma avaliação crítica dos trabalhos citados. Informações sobre o livro de físico-química estão no *site* <www.artmed.com.br> (Pelo farmacêutico Pedro Ros Petrovick, professor da Faculdade de Farmácia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

imagem de pessoa, idéia, empresa, produto, serviço, etc., pelo público em geral, ou por determinado segmento desse público.

Portanto, o *marketing* precisa estar a serviço da atenção farmacêutica. Danilo Case, Edson Quaresma e Ivandel Godoy, de Goiás, iniciam o livro, contando uma experiência de uma entidade farmacêutica que contrata com marqueteiro, o profissional do *marketing*, para fazer uma campanha publicitária.

Os diretores da entidade, apressados por resultados, surpreendem-se, quando o Sr. *Marketing*, como é identificado o contratado, diz que, para fazer uma publicidade, a entidade precisa saber coisas fundamentais que ainda não sabe. Para tanto, sugere a realização de pesquisas que avaliem o seu nível de aceitação pelos farmacêuticos, pela comunidade e que também a situe nos contextos sanitário, social, profissional, econômico etc. Aí, os diretores puderam sentir o quanto estavam completamente por fora do seu próprio contexto, sem saber onde se situavam no seu próprio universo e em sua própria história. Como fazer campanha publicitária dentro dessa aridez?

O marqueteiro, depois de uns dias que pediu para pensar sobre o trabalho que iria prestar e surpreendendo, mais uma vez, diz aos diretores das entidade farmacêutica que a atenção farmacêutica é o grande diferencial da farmácia moderna e pode ser utilizada como o objeto de *marketing*. Ele fala ainda do grande poder que o farmacêutico tem em mãos, na sua lida diária junto à opinião pública e como profissional de saúde de vasta e funda visão sanitária.

O livro aborda a questão da evolução do ambiente competitivo e a profissão farmacêutica, explica o que é *marketing*, trata do conhecimento como a chave para estratégias em *marketing*, das tendências de mercado, da concorrência, do consumidor, da comunicação, etc. Portanto, a publicação é uma resposta às dificuldades por que farmacêuticos passam, diante da mais simples desarmonia no mercado, do momento em que tem de enfrentar a concorrência, principalmente das grandes redes que, com o seu poder, muitas vezes, estrangulam os pequenos estabelecimentos. A publicação traz situações que certamente muitas entidades e empresários vivem, no seu dia-a-dia.

Interessados em adquirir o livro devem entrar em contato com os seus autores, pelos telefones (62) 9337-7117, 225-1206 e 213-6571 ou pelos e-mails <sinfargo@sinfargo.org.br> e <danielogmoreira@aol.com.br>. (Pelo jornalista Aloísio Brandão, editor desta revista)

O marketing na atenção farmacêutica

A atenção farmacêutica como objeto do *marketing*. Este é o foco do imperdível "Introdução ao *marketing* na atenção farmacêutica", livro de Danilo Caser, Edson Quaresma e Ivandel Godoy. Imperdível, porque os autores trazem ao centro das discussões um assunto - o *marketing* - que sobre o qual pesava muita desinformação e preconceito, como, por exemplo, o de ser uma atividade ligada à busca desmedida do lucro e à atividade puramente comercial. O livro chega em boa hora, justamente quando a atenção farmacêutica ganha *status* de grandeza dentro da saúde pública, referendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

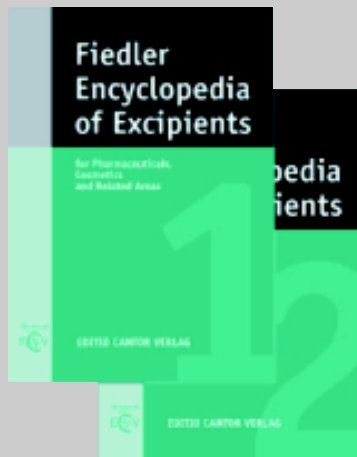
Marketing não é uma tentação do diabo, nem significa *lobby*, outra palavra satanizada pela falta de conhecimento sobre o assunto. O *marketing*, explica o próprio "Dicionário Aurélio", é um conjunto de estratégias e ações que provêm

o desenvolvimento, o lançamento e a sustentação de um produto ou serviço no mercado consumidor. É ainda é um conjunto de estratégias e ações voltadas a aumentar a aceitação e fortalecer a



Enciclopédia dos adjuvantes farmacêuticos

HOEPFNER, E.-M.; RENG, A.; SCHMIDT, P.C. (Ed.) **Fiedler Encyclopedia of Excipients**. 5th. ed. Aulendorf: Cantor, 2002. 2 v., 1330 p. ISBN 3-87193-231-0 (impresso) e ISBN 3-87193-235-3 (impresso + CD-ROM)



Finalmente, editada em língua inglesa, uma das mais completas obras referenciais sobre adjuvantes farmacêuticos. Encontram-se citadas mais de 17.000 substâncias empregadas na formulação de produtos farmacêuticos e cosméticos, pelo nome químico e de fantasia. Cada adjuvante encontra-se delineado na forma de resumos, contendo dados químicos, físicos e tecnológicos, além da descrição das propriedades farmacológicas e toxicológicas, com referências primárias atualizadas, o que permite aprofundamento no assunto.

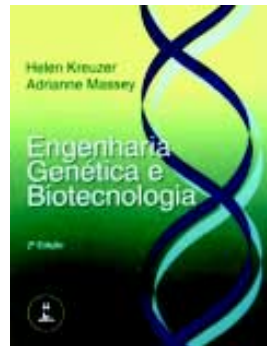
Somam-se a isto informações sobre produtores e fornecedores, classificação dos corantes e pigmentos, dados sobre o uso de conservantes, valores MAK (concentração máxima no local de trabalho), além dos valores de constantes físicas de solventes. Versão demonstrativa pode ser obtida na página da Internet da editora, no seguinte endereço: <<http://www.ecv.de/englhtm/book/Bitem3.htm>> (Pelo farmacêutico Pedro Ros Petrovick, professor da Faculdade de Farmácia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

Livro discute a aplicação da engenharia genética e biotecnologia

As importantes descobertas na área de biotecnologia e engenharia genética criam novas alternativas para a cura de doenças, além de promover melhorias na produção agrícola, agilizar resolução de problemas na área criminal e auxiliar na prevenção de problemas ambientais. Com a intenção de fornecer informações a profissionais e estudantes

sobre essa área, a Artmed Editora está lançando, no Brasil, o título *Engenharia Genética e Biotecnologia*, escrito pelas americanas Helen Kreuzer e Adrienne Massey.

Segundo as autoras, o ritmo acelerado de descobertas, neste setor, tem proporcionado o desenvolvimento de novas ferramen-



tas de pesquisa, que auxiliam na solução de problemas em todos os ramos da biologia, desde a biologia celular e molecular, até a ecologia e a evolução, influenciando diversos aspectos da vida humana. A linguagem acessível e o projeto gráfico diferenciado facilitam o entendimento do leitor.

O livro *Engenharia Genética e Biotecnologia*, editado

no formato 21 x 28 centímetros e contendo 436 páginas, pode ser adquirido ao preço de R\$ 87,00. Está à venda nas principais livrarias do País ou pelo site <www.artmed.com.br> (Pela Trama Comunicação). Site <www.tramaweb.com.br>, telefone (11)5539.1509.

Ivan Izquierdo descreve processos biológicos da memória

Ivan Izquierdo, professor titular de Neuroquímica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e um dos maiores cientistas em atividade, no Brasil, reuniu a experiência de 40 anos de estudos e pesquisas para escrever o livro "Memória", a ser lançado pela Artmed Editora. O objetivo de Izquierdo é responder as mais habituais perguntas formuladas por jornalistas e pelo público, em geral, ao longo de sua trajetória profissional.

Segundo o autor, no livro, o leitor não encontrará descrições clínicas, nem aconselhamentos terapêuticos, muito menos discussões exaustivas dos aspectos moleculares ou farmacológicos. Em sua nova obra, Izquierdo descreve como acontecem os processos de aquisição, formação, conservação e evocação das informações. O autor explica os tipos e formas de memória, mecanismos da sua formação, a influência do nível de alerta, ansiedade e do estado de ânimo, as bases neurais dos quadros amnésicos, entre outros assuntos importantes.

O autor também não adere a nenhuma escola ou teórico, desvencilhando o livro, por exemplo, de uma ou outra corrente psicológica. Pelo contrário, Izquierdo concentra-se nos processos mais bem demonstrados e sobre os quais existe consenso, para responder as dúvidas mais correntes sobre o processo da memória. Desse modo, é uma obra de interesse geral, dedicada não somente a estudantes e profissionais da área da saúde, como para todos que têm vontade de aprender um pouco mais sobre a formação da memória.

O livro vem no formato 16 x 23 cm, possui 96 páginas e pode ser adquirido ao preço de R\$ 19,00. Está à venda nas principais livrarias do País ou no site da Artmed <www.artmed.com.br> (Pela Trama Comunicação). Site <www.tramaweb.com.br>, telefone (11)5539.1509.

