

7 / 12 / 60

A CRÔNICA de Rubem Braga

“METRECAL-PARTY”

PARIS, dezembro — É Claude Massot, de “France-Soir”, quem dá notícia aos franceses da nova moda norte-americana, o metrecal. Até sair do Rio eu não tinha ouvido falar nisso, mas receio que a esta altura já seja assunto velho aí — tão novidadeiros são os cariocas.

Sempre direi, entretanto, para ilustração de algum leitor retardado em assuntos de moda farmacêutica, duas palavras sobre o metrecal. O produto é vendido em pó e em líquido em todos os “drug-stores”, e é vendido furiosamente. Lançado em fins de 1959 pelos laboratórios Mead & Johnson, sua venda este ano será superior a 100 milhões de dólares. O negócio é para emagrecer, e emagrece alimentando. É feito à base de soja, óleo de milho, lêvedo, amido, sacarina, baunilha, cacau, sulfato de ferro e sais de potássio, manganês e sódio, em um total de 27 ingredientes diversos. Equivale a um jantar de 300 calorias e a uma ração cotidiana de vitaminas A, B, C e D. Além de alimentar, tira o apetite, de maneira que é fácil, com o uso de metrecal, perder 200 a 300 gramas por dia. É solúvel na água e no chá; logo se viu que também é solúvel no uísque, e assim apareceram os “metrecal-parties”, reuniões para emagrecer enquanto se fala mal da vida alheia, inclusive da gordura alheia.

Claude Massot foi a uma dessas reuniões, e provou a droga divina; não nos conta se emagreceu; disse que o líquido é achocolatado, um pouco amargo e oleoso. Não, não é gostoso; mas também ninguém vai querer emagrecer ingerindo doce de côco.

O produto será lançado dentro de poucos dias na França. Os brasileiros apressados que o encomendem aos amigos de Nova York, mas está visto que não tardará a ser feito pela indústria nacional; faço votos para que todos os gordos emagreçam rápida e sadicamente enquanto o produto não cair de moda.

Não se apressem; o efeito desses “best-sellers” da Medicina sempre dura algum tempo, ao menos o suficiente para o dono do laboratório comprar um novo iate...