Marcas & Negócios

CEUTA UROLOGIA

Crescimento pautado pela conscientização

O mês de novembro chega com um alerta para os homens: é preciso criar o hábito de se cuidar! Durante muito tempo, desenvolveu-se uma cultura de aversão masculina à ideia de tomar conta do próprio corpo, desde medidas básicas de higiene até a realização de exames frequentes para garantir que tudo está em ordem internamente. E, nesse cenário, o exame de toque sempre ocupou um lugar de vilania, quando, na verdade, é a maior medida de prevenção conta o câncer mais comum entre a população masculina: o câncer de próstata.

O Instituto Nacional de Câncer (INCA) estima que mais de 65 mil novos casos de câncer de próstata são diagnosticados todos os anos no Brasil. No entanto, quando há um diagnóstico precoce, as chances de cura são altíssimas. Mas, para ser possível identificar a patologia com tempo hábil, é preciso se examinar regularmente, se informar sobre possíveis sintomas e estar constantemente atento aos sinais corporais.

Devido à importância desse tema, além da campanha tradicional de divulgação, a Ceuta Urologia promoveu uma ação social com a participação da Rádio Clube FM, que contou com orientações à população, distribuição de vouchers para consultas e exames laboratoriais de maneira gratuita, realização de testes de glicemia e verificação da pressão arterial. O evento faz parte da frente de projetos de responsabilidade social da clínica, que, desde 2001, atua com a mobilização de um público resistente às próprias demandas de saúde.

Ceuta/Divulgação

Unidades da Ceuta no Distrito Federal, cuidando da saúde masculina. Este mês, alerta para o câncer de próstata

Após 20 anos de história, a ampliação e a cobertura são incomparáveis a qualquer outra clínica da região: são cinco unidades especializadas no Distrito Federal e com uma inauguração em Águas Claras planejada para o próximo ano, com o quadro de funcionários triplicado e aumento da variedade de serviços urológicos em diagnósticos e tratamentos, com as melhores tecnologias disponíveis no mercado.

Três perguntas para

Ceuta/Divulgação

Dr. Silvio de Moraes Jr., *sócio-fundador e diretor técnico do Centro Urológico de Taguatinga (Ceuta)*

Qual a importância de os homens começarem a se interessar mais pela própria saúde, fazer exames de rotina e conhecerem sobre os sintomas de doenças mais comuns?

Os homens, culturalmente, cuidam menos da própria saúde. E a grande importância disso é que várias doenças poderiam ser facilmente evitadas ou detectadas em uma fase mais precoce. Assim, o tratamento seria mais fácil, e a cura, na maioria dos casos, seria atingida. O fato de os homens não terem o hábito de procurarem os médicos, não fazerem exames de rotina e não conheceram sobre a sua própria saúde faz com que as doenças sejam detectadas em fases muito mais tardias, quando os tratamentos são muito mais difíceis e, com certeza, o sofrimento muito maior também.

Como esse desinteresse culturalmente instalado afeta a sociedade como um todo?

O desinteresse cultural dos homens pela própria saúde ou pelos sintomas das doenças que poderiam lhes acometer, faz com que eles tenham uma expectativa de vida menor do que a das mulheres. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a expectativa de vida média dos homens é sete anos menor do que a das mulheres. E isso é importante não só em relação à expectativa, mas com relação a qualidade de vida, porque, além dos homens morrerem mais cedo, eles passam por maiores sofrimentos relacionados às doenças, que poderiam ser evitados caso tivessem um acompanhamento mais frequente, mais rotineiro.

Muitos homens acreditam que o exame de próstata é uma violação direta aos seus parâmetros de masculinidade. O que o senhor tem a dizer sobre isso?

O tabu que sempre existiu ao exame digital retal da próstata, conhecido como toque retal, felizmente, tem diminuído bastante. Já foi muito maior a resistência e a aversão dos homens a esse tipo de exame, e, hoje, eles têm aceitado com muito mais naturalidade. As pessoas têm percebido que é um exame normal. Não é nenhuma violação de masculinidade. É um exame comum, como qualquer outro exame físico, muito importante, rápido e indolor. Então, é fundamental que os homens tenham na cabeça que não podem deixar esse preconceito atrapalhar a sua qualidade de vida ou coloca-los em risco de ter uma doença grave, como o câncer de próstata, ou de não diagnosticá-lo em uma fase precoce, simplesmente por não fazer esse exame. Algo que é tão simples, rápido, barato (não tem custo nenhum, é realizado durante a consulta) e que pode nos mostrar muita coisa e salvar muitas vidas.

GASTRONOMIA / A primeira unidade da Vino! em Brasília, de Horácio Fernandes, traz garrafas e taças a preços convidativos

Vinho com proposta diferente

» LIANA SABO

Formado em administração hospitalar, o executivo gaúcho Antonio Horácio Fernandes, 51 anos, que desde 2011 é diretor financeiro do Hospital da Criança de Brasília, se apaixonou por vinhos, quando ainda morava em Porto Alegre, onde nasceu. Por hobby, começou a fazer cursos e visitar regiões vinícolas, primeiro no Sul, depois no Chile, em Portugal, na África do Sul e no Canadá para degustar o ice wine.

No fim de 2020, Horácio, como é mais conhecido, passando por Curitiba, conheceu uma loja de vinho que o encantou. Trata-se da franquia Vino!, assim, com exclamação. O tiro foi certeiro, menos de um mês depois, o empresário fechou negócio e trouxe a primeira unidade da marca para Brasília, inaugurada, há uma semana, justamente com a formatura do proprietário e mais oito alunos no curso de sommelier da ABS do Distrito Federal. Vino! ocupa a Loja 30 do Bloco D, ao lado do BsB Grill, na 413 Sul, onde funcionou a creperia Tio Gu.

Há alguns detalhes que diferem a loja de outras congêneres, mas o mais importante é o preço, bastante acessível, como a venda do vinho sem ágio. "Uma garrafa de 750ml rende cinco taças de 150ml, e cada taça, aqui, sai por 1/5 do valor da garrafa, nada além", explica o executivo, que não tem sócio e comparece sempre à noite, depois de encerrar o expediente no hospital.

Latinha e petiscos

Bons pratos são executados pelo chef David Nascimento (ex-Dali Camões e Universal) no cardápio da franquia que privilegia frutos do mar — o carpaccio de polvo é ótimo, e camarões salteados com gengibre e manga também —, pastas, há quatro nhoques, todos vegetarianos, e só um com polpetone; risotinhos; e polentas. Quase todos os pratos custam menos de R$ 50, acima só salmão com palmito, cogumelos e limão siciliano (R$ 64); atum fresco com burrata, laranja e pesto (R$ 59) e seleção de queijos e frios nacionais e importados com torradas, geleia e mel (R$ 59).

Quanto ao vinho, há 190 rótulos que deverão chegar a 400 em breve, promete Horácio. Não há carta impressa, a ideia é fazer o cliente ir até as prateleiras e, quando ele fizer isso, irá se deparar com vinhos... até em lata. "Nosso foco é sermos descomplicados", explica o franqueado da marca, que também tem um vinho para chamar de seu: branco, rosé e tinto Vino!, feitos no Rio Grande do Sul. A casa funciona de segunda a quinta-feira, das 17h às 23h30; sexta e sábado, das 17h à 0h30. Telefones: (61) 9 9539-5830 e (61) 3328-6320.

Vino! Brasília/Divlgação

O empresário Horácio Fernandes, depois de conhecer a Vino!, em Curitiba, trouxe a franquia para o Distrito Federal

Reprodução/Instagram

Unidade do DF tem 190 rótulos, mas vai expandir para 400

Reprodução/Instagram

Atum com burrata, acompanhado de um rosé

Reprodução/Instagram

Loja oferece uma variedade de nhoques

Reprodução/Instagram

Espumante com rótulo da própria Vino!