

## VISÃO DO CORREIO

# Iniciativa contra o câncer de pele

A cada ano, no Brasil, são registrados cerca de 185 mil novos casos de câncer de pele. De acordo com o Instituto Nacional do Câncer (Inca), esse tipo de tumor responde por 33% de todos os diagnósticos da doença no Brasil. Para alertar a população e conscientizar sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce, a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) realiza desde 2014 a campanha Dezembro Laranja, iniciativa que faz parte da Campanha Nacional de Prevenção ao Câncer de pele. Todos os anos, neste mês, são realizadas diversas ações em parceria com instituições públicas e privadas.

Este ano, a proposta da campanha é “Neste verão, vamos conjugar prevenção ao coronavírus com cuidados para reduzir as chances de casos de câncer de pele?”. A SBD alerta que o momento pede, além do uso do álcool gel, máscara e distanciamento, práticas de fotoproteção. Isso porque, com o avanço da vacinação contra a covid-19, com mais de 63% da população brasileira imunizada com as duas doses ou dose única, as pessoas devem aproveitar o fim de ano e as férias de janeiro em praias, piscinas e outros espaços abertos.

“Adicione mais fator de proteção ao seu verão.” Essa é a mensagem central da campanha do Dezembro Laranja 2021, presente em uma série de conteúdos desenvolvidos pela SBD especialmente para a ação. O alerta neste mês de dezembro é fundamental. Apesar de o Brasil ter sol praticamente o ano inteiro, no verão as pessoas se expõem mais e, muitas vezes, sem o uso de protetor solar. O câncer de pele é o mais frequente no Brasil e no mundo, sendo mais comum em pessoas acima de 40 anos. É causado, principalmente, pela exposição excessiva ao sol.

O tipo mais comum no Brasil, o câncer de pele não melanoma, tem baixa taxa de mortalidade, mas apresenta números elevados de pessoas com a doença. Tanto os carcinomas basocelulares quanto os espinocelulares são responsáveis por cerca de 180 mil novos casos por ano. O melanoma é o tipo mais agressivo, com 8,5 mil casos registrados anualmente. É considerado mais grave devido à elevada possibilidade de provocar metástase.

Especialistas orientam procurar um médico especializado ao perceber qualquer lesão suspeita na pele e nas mucosas, em qualquer parte do corpo, na forma de manchas, pintas ou sinais. O diagnóstico precoce é fundamental no sucesso do

tratamento. Mesmo no caso do melanoma, que traz medo e apreensão aos pacientes pela agressividade do tumor, a chance de cura é de mais de 90% se diagnosticado na fase inicial da doença.

Por isso, além do uso constante de protetor solar mesmo em dias nublados, é fundamental observar a própria pele constantemente e procurar imediatamente um dermatologista em caso de qualquer sinal diferente. Pessoas de pele clara que se queimam com facilidade ao sol precisam redobrar a atenção e os cuidados, porque apresentam riscos mais elevados de desenvolver a doença.

Conforme a SBD, é importante ficar atento aos seguintes sintomas: lesão na pele de aparência elevada e brilhante, translúcida, avermelhada, castanha, rósea ou multicolorida, com crosta central e que sangra facilmente; pinta preta ou castanha que muda sua cor, textura, torna-se irregular nas bordas e cresce de tamanho; mancha ou ferida que não cicatriza, que continua a crescer apresentando coceira, crostas, erosões ou sangramento. A rotina do autoexame facilita o reconhecimento dos casos.

No caso de melanomas metastáticos, outros sintomas podem aparecer, de acordo com a área para onde o câncer avançou, como nódulos na pele, inchaço nos gânglios linfáticos, falta de ar ou tosse, dores abomináveis e de cabeça, por exemplo.

Nenhum exame em casa substitui a avaliação de um médico especialista, mas os dermatologistas indicam uma metodologia para reconhecer as manifestações, a Regra do ABCDE: assimetria, borda, cor, dimensão e evolução.

A SBD chama a atenção para o diagnóstico e tratamento precoce de todos os tipos de câncer de pele, porque mesmo os de baixa letalidade podem provocar lesões mutilantes ou desfigurantes em áreas expostas do corpo, gerando sofrimento ao paciente.

Aproveitar o verão e os dias ensolarados na praia e em outros espaços abertos é o sonho de muitos para descansar e relaxar, mas evitar a exposição excessiva ao sol e proteger a pele dos efeitos da radiação ultravioleta (UV) é fundamental para prevenir o câncer de pele. Usar um protetor solar com bom fator de proteção, óculos escuros, chapéus de abas largas e roupas que cubram boa parte do corpo são medidas recomendadas, além de evitar o sol no horário entre 10h e 16h, quando a radiação é mais forte. Todo cuidado é pouco. Aproveite o verão, mas sem deixar de lado a proteção.

SÃO OS QUE SE APRESENTAM COMO ORÇÕES PRA 3ª VIA...

PELO VISTO JÁ PRECISAMOS DE UMA 4ª VIA.



QUINTO

## » Sr. Redator

Cartas ao Sr. Redator devem ter, no máximo, 10 linhas e incluir nome e endereço completo, fotocópia de identidade e telefone para contato.

E-mail: [sredat.df@dabr.com.br](mailto:sredat.df@dabr.com.br)

## Terceira via

É natural que partam daqueles que sempre tomaram o mel deixando para o restante da população brasileira a cera, ofensas ao ex-juiz Sérgio Moro, concorrente às eleições presidenciais de 2022. O eleitorado precisa entender que Sergio Moro não condenou inocentes. Ele condenou pessoas que meteram as mãos nos cofres públicos e quebraram o Brasil. Em lugar nenhum do mundo, um ex-presidente de um país ficaria preso 580 dias se inocente fosse. O discurso da inocência virá e deverá ser rechaçado, não podemos fazer o papel de trouxa. Imagine essa gente voltando ao poder depois dos horrores que aprontaram. Será mesmo o fim da picada. Não podemos desperdiçar a chance que teremos de mandar para o ostracismo políticos que só têm conversa fiada e nada fazem pelo povo. Chega. Experimentemos o novo. O melhor caminho pode ser a terceira via.

» **Jeovah Ferreira,**  
Taquari

## Prudência

Unidos contra o risco do avanço da nova cepa, e em respeito aos alertas da ciência, governadores e prefeitos cancelaram festas de réveillon e carnaval. Merecem fogos de artifícios, máscaras, confetes e serpentinas, pela prudência e bom senso. Nessa linha, os políticos também estão de olhos bem abertos para as vozes das urnas. Em 2022, eleitores estarão vigilantes e atentos aos governantes que atenderam e respeitaram as normas sanitárias, nos momentos difíceis da pandemia. As urnas responderão aos que debocham da ciência, do uso da máscara e das vacinas. Penalizarão governantes que demoram a comprar vacinas, que poderiam ter salvo milhares de brasileiros.

» **Vicente Limongi Netto,**  
Lago Norte

## Mercado de Luxo

Os principais mercados mundiais de luxo ainda estão parados. Mas muitas mudanças que se insinuam vinham acontecendo. Sob a perspectiva das marcas, o luxo ainda tem receio dos canais on-line, mas esse canal será cada vez mais usado. As operações comerciais terão de usar

## Desabafos

» Pode até não mudar a situação, mas altera sua disposição

Oi, Lula. Por favor, lave as mãos, jogue álcool nelas, mas não jogue Alckmin.

**Maestro Jorge Antunes**  
— Lago Norte

Com inflação em alta e o país em recessão, é difícil saber o que o Paulo Guedes ainda faz neste governo.

**Itiro lida** — Asa Norte

Sergio Moro fala mal de Bolsonaro. Seria uma autocrítica diante do espelho? Só há uma diferença entre ambos: o ex-juiz foi à escola

**Joaquim Honório** — Asa Sul

Cada tragédia mostra o quanto é equivocado o discurso de Bolsonaro de que as armas libertam as pessoas.

**Heloísa Vieira** — Sudoeste

a inteligência local para ganhar velocidade, até pela queda do turismo comprador asiático no mundo. Ações de responsabilidade social e sustentabilidade serão cada vez mais cobradas (isso mudará a fonte de matérias-primas e a cadeia produtiva). Bens de consumo de luxo serão alugados e revendidos em segunda mão. Doar será um novo hábito, e empresas de alto faturamento serão pressionadas a isso. A austeridade será o novo pretinho básico para as mulheres e, para os homens, o terno de magazine. Dessa forma, as marcas deixarão de ostentar. Crianças e adolescentes se tornarão mais decisivos nas tomadas de decisão de consumo. O varejo precisará tornar seus espaços atrativos, transformando-os em ambientes de socialização e entretenimento. Os consumidores estarão resabiados, com novas prioridades, e precisarão ter a emoção despertada para comprar o que não é necessário. Saúde será um novo item de desejo.

» **Renato Mendes Prestes**  
Águas Claras

## André Mendonça

Diante da recente sabatina, no Senado Federal, do candidato André Mendonça, indicado pelo presidente da República, confesso que não acompanhei na íntegra o processo, que fora transmitido ao vivo; contudo, há de se destacar a fala do senador Marcos Rogério; antes, aviso que sou apenas observador de algumas passagens que ocorrem pelos ventos políticos do Brasil, é que assisti às indagações feitas pelo senador e que, para mim, foram um desfile de boa oratória, conhecimento de causa e bom equilíbrio durante seu discurso, deixando bem claro sobre as atribuições dos Três Poderes, que fazem girar a democracia e suas atribuições públicas. Fez suas perguntas com cátedra a Mendonça e lamentou que alguns partidos (reprovados nas urnas) vivam em batalhas ao “entrar com recursos” para obter algumas vitórias junto ao STF. Finalmente, o senador provou, mais uma vez, que é bom leitor e analista de nossa Constituição, passando segurança e equilíbrio à população brasileira. Assim, o STF empossará o futuro ministro André Luiz de Almeida Mendonça no próximo dia 16.

» **Antônio Carlos Sampaio Machado,**  
Águas Claras



**FERNANDO BRITO**

[fernandobrito.df@dabr.com.br](mailto:fernandobrito.df@dabr.com.br)

## Tão jovem, tão brutal

O título deste texto foi copiado da manchete do jornal *Aqui/DF* publicado no último sábado. A notícia de mais um caso de feminicídio no Distrito Federal deixa a cidade em choque diante de uma mazela que insiste em se repetir. Giovanna Santos, de apenas 20 anos, foi covarde e cruelmente assassinada pelo namorado, Leandro Marques, 22, após uma discussão banal por ciúmes. A polícia agiu rápido e, com muita competência, desmascarou o criminoso, que, dissimuladamente, em contato com a família da vítima, prometeu ajuda para localizar a moça que havia sepultado grosseiramente sob pedras em um matagal em Taguatinga.

Dois jovens que se perdem de forma brutal. Giovanna parte cedo demais, não terá uma segunda chance. Deixa sonhos irrealizados e uma família devastada pela dor. Não há justiça capaz de reparar tamanho dano, mas é preciso fazê-la. Do outro lado, Leandro renuncia à liberdade, perde precioso tempo para aprender a viver. Abandona conquistas sem, de fato, desfrutá-las. Por certo, também, transtorna familiares que jamais imaginariam uma ação tão hedionda praticada por um ente querido. A prisão parece pouco para o feminicida, mas é o que se tem por ora.

Estranho pensar que uma relação amorosa, em que o prazer se faz premissa, desambe para episódios de tamanha violência. Triste saber que a secular pandemia machista ainda provoque tanta

dor e de forma tão frequente, sem uma vacina aparente. O que faz um homem, na flor da idade, tomar-se de insana fúria a ponto de agredir, ceifar uma vida e se arruinar desgraçadamente por anos atrás das grades? Possivelmente, a última alternativa não passa pela mente do criminoso — o que, talvez, evitasse a tragédia —, mas não deveria ser este o principal motivo para driblar a hedionda ocorrência.

Há algumas semanas, o cantor Tiago Iorc lançou canção em que discute o significado de ser homem no mundo. Na faixa *Masculinidade*, o artista reflete sobre afeto, poder, sexo, vícios e outros temas em torno do universo de interesses masculinos. É preciso desconstruir o macho arcaico e possessivo para que possa nascer um ser humano capaz de valorizar virtudes como amor e respeito, colaborando positivamente para um mundo de paz e prosperidade. Infelizmente, no topo das paradas do sucesso, ainda predominam o mau gosto e a recorrente objetificação feminina, que embalam boa parte da dança da população. Fica difícil evoluir neste contexto cultural.

Que a dor e o luto da família da jovem Giovanna e de tantas outras vítimas não sejam em vão. As autoridades públicas e a sociedade como um todo precisam reagir, transformando qualquer espaço possível em ferramenta para educação. Em vez de mais um cadáver de mulher, sepultose, definitivamente, sob pesadas pedras, o machismo nosso de cada dia.

## CORREIO BRAZILIENSE

“Na quarta parte nova os campos ara  
E se mais mundo houera, lá chegara”

Camões, e, VII e 14

**ÁLVARO TEIXEIRA DA COSTA**  
Diretor Presidente

**GUILHERME AUGUSTO MACHADO**  
Vice-Presidente executivo

**Ana Dubeux**  
Diretora de Redação

**Paulo Cesar Marques**  
Diretor de Comercialização e Marketing

**Leonardo Guilherme Lourenço Moisés**  
Diretor Financeiro

**Plácido Fernandes Vieira e Vicente Nunes**  
Editores executivos

**CORPORATIVO**  
**Josemar Gimenez**  
Vice-presidente de Negócios Corporativos

**S.A. CORREIO BRAZILIENSE** – Administração, Redação e Oficinas Edifício Edison Varela, Setor de Indústrias Gráficas - Quadra 2, nº 340 - CEP 70610-901. Rede Interna: 3214.1102 - Redação: (61) 3214.1100; Fax: (61) 3214.1155 - Comercial: (61) 3214.1526, 3214.1211 - Fax: (61) 3214.1205 - Sucursal São Paulo: End.: Alameda Joaquim Eugênio de Lima, nº 732, 7º andar - Jardim Paulista - CEP: 01403-000 - São Paulo/ SP Tel: (11) 3372-0022; E-mail: [associados@uaigiga.com.br](mailto:associados@uaigiga.com.br). Sucursal Rio de Janeiro: End.: Rua Fonseca Teles, nº 114 a 120, Bloco 2, 1º andar - São Cristóvão - CEP: 20940-200 - Rio de Janeiro/ RJ, Tel: (21) 2263-1945; E-mail: [sucursalf@uaigiga.com.br](mailto:sucursalf@uaigiga.com.br). REPRESENTANTES EXCLUSIVOS: Minas Gerais e Espírito Santo - Mídia Brasil, Rua Tenente Brito Melo, 1223, sala 602 - Barro Preto - CEP: 30.180-070 - Belo Horizonte/MG; Tel.: (31) 3048-2310; E-mail: [comercial@midiaabril.com.br](mailto:comercial@midiaabril.com.br). Região Sul - HRM Representações Publicitárias, Rua Saldanha Marinho, 33 sala 508 - Menino Deus - CEP: 90.160-240 - Porto Alegre/RS; Tel.: (51) 3231-6287; E-mail: [hmr@hrm.com.br](mailto:hmr@hrm.com.br). Regiões Nordeste e Centro Oeste - Goiânia: Exitto Representações - Rua Leonardo da Vinci, Quadra 24, Lote 1, C-2, Jardim Pinalto - CEP: 74333-140, Goiânia-GO - Telefones: 62 3085-1770 e 62 3912-6119. Brasília: SA Publicidade e Representações, SCS Qda O2 Bl. D - 15º andar - Ed. Oscar Niemeyer - salas 1502/3 - CEP: 70.316-900 - Brasília/DF; (61) 3201-0071/0072; E-mail: [Thiago@sapublicidade.com.br](mailto:Thiago@sapublicidade.com.br). Região Norte - Meio e Mídia, SRTVS Qda 701, Bl. K - Ed Embassy Tower, salas 701/2 - CEP: 73.340-000 - Brasília/DF; Tel: (61) 3964-0963; E-mail: [atendimento@meioemidia.com.br](mailto:atendimento@meioemidia.com.br).

Endereço na Internet: <http://www.correioweb.com.br>  
Os serviços noticiários e fotográficos são fornecidos pela Reuters, AFP, Agência Notícias Interccontinental, Agência Estado, Agência O Globo, Agência A Tarde, Agência Folha, Agência O Dia e DA Press, Tel: (61) 3214-1131.

**COMO ENTRAR EM CONTATO COM O CORREIO**  
Assinante/leitor/classificados: 3342-1000

**VENDA AVULSA**  
Localidade SEG/SÁB DOM  
DF/GO R\$ 3,00 R\$ 5,00

\* Preços válidos para o Distrito Federal e entorno.  
Consulte a Central de Relacionamento (3342-1000) para mais informações sobre preços e entregas em outras localidades, assim como outras modalidades e formas de pagamento. Assinaturas com forma de pagamento em empenho terão valores diferenciados. Aquisição de assinaturas para atendimento de demanda de licitação e sob consulta. Preços válidos para até 10 (dez) assinaturas por CPF ou CNPJ.

**DA Press Multimídia**  
Atendimento pessoalmente para pesquisa em jornais e cópias: SIG/Quadra 2, nº 340, bloco I, Subsolo - CEP: 70610-901 - Brasília - DF, de segunda a sexta, das 9h às 18h.

Atendimento para venda de conteúdo: Por e-mail, telefone ou pessoalmente: de segunda a sexta, das 9h às 22h; sábados, das 14h às 21h; domingos e feriados, das 15h às 22h. Telefones: (61) 3214.1575 / 1582 / 1568 / 0800-6475-7377. Fax: (61) 3214.1595. E-mail: [diapress@dabr.com.br](mailto:diapress@dabr.com.br) Site: [www.dapress.com.br](http://www.dapress.com.br)

**DIÁRIOS ASSOCIADOS**

**DA LOG**

Agenciamento de Publicidade