

Câncer de bexiga

SANDRO MÁRCIO SALIM LANA

Oncologista do Cetus Oncologia, centro especializado em medicina oncológica

Julho traz mais um alerta para a saúde. O mês é dedicado à prevenção do câncer de bexiga, doença cuja incidência tem aumentado consideravelmente nas últimas décadas. Segundo o Instituto Nacional de Câncer (Inca), a estimativa é de que 9.670 casos sejam registrados no Brasil neste ano, sendo 7.200 em homens e 2.470 em mulheres. O último balanço de mortes realizado pela entidade foi em 2013, e apontou 3.642 casos, sendo 2.542 em homens e 1.099 em mulheres. Um número alarmante que nos faz perceber a pouca informação da população, em geral, e até de profissionais de saúde sobre seus sinais e sintomas, muitas vezes confundidos com doenças menos complexas.

O principal sinal relacionado a esse tipo de câncer é o sangramento na urina (hematúria). Alguns casos podem ter dor ou ardência ao urinar, incontinência urinária, dor nas costas, dor pélvica, fadiga e perda de peso. Portanto, ao menor sinal de um desses, a indicação é que a pessoa procure auxílio médico (clínico geral ou urologista).

O câncer de bexiga começa nas células que revestem o órgão. Existem três tipos de doença, denominados de acordo com as células do órgão que sofreram a alteração e que levou ao câncer: o carcinoma de células de transição, que representa a maioria dos casos e começa nas células do tecido mais interno da bexiga; o carcinoma de células escamosas, quando o tumor afeta as células delgadas e planas que podem surgir na bexiga depois de infecção ou irritação prolongadas; e o adenocarcinoma, que tem início nas células glandulares (de secreção) que podem se formar na bexiga depois de um longo tempo de irritação ou inflamação.

As causas do câncer de bexiga nem sempre são claras. Além dos fatores "tradicionais", que podem aumentar o risco, como tabagismo e idade avançada, o câncer de bexiga é frequentemente relacionado a infecções parasitárias, radiação e exposição a substâncias químicas, principalmente para aqueles que trabalham inalando produtos como tintas, solventes e outros químicos.

O tratamento depende do avanço da doença e se há metástase ou não. Quando a doença está superficial e não atingiu o músculo, o tratamento é feito com uma espécie de "raspagem" da lesão por meio de um endoscópio, via uretra. Quando a doença já invade o músculo da bexiga, pode ser necessário retirá-la por meio de uma cirurgia, ou então pode-se combinar a quimioterapia e a radioterapia para se evitar a cirurgia. Porém, quando a doença já tem metástase, a cura não é mais possível e o objetivo do tratamento passa a ser inibir o avanço da doença.

As causas do câncer de bexiga nem sempre são claras

Ver como a educação transforma

LAURA SOUZA LIMA E BRITO

Professora de direito do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH)

Para coroar uma década de docência, o ano de 2016 me premiou com a chegada de Leandro à minha classe. É impressionante como em sala de aula é possível ver algo novo todos os dias.

Leandro é o meu primeiro aluno deficiente visual. Tê-lo conosco deu frio na barriga, deu ansiedade, deu medo. O que será que a gente vê quando o outro não vê?

Ora, a gente vê o outro! Mas foi preciso abrir os olhos para descobrir isso.

Como as relações humanas são essencialmente recíprocas, em algum momento deixamos de enxergar as pessoas que não vemos. Com isso, o efeito mais grave da deficiência visual passa a ser a invisibilidade – uma invisibilidade circular e progressiva que vai transformando todos em cegos e invisíveis potenciais.

Em *Ensaio sobre a cegueira*, José Saramago cria a ficção de uma branquidão contagiosa que simboliza a insensibilidade e a indiferença em relação ao outro. O mais angustiante do relato do autor português não é o fato de que ninguém enxerga, mas a constatação de que ninguém é visto naquele cenário.

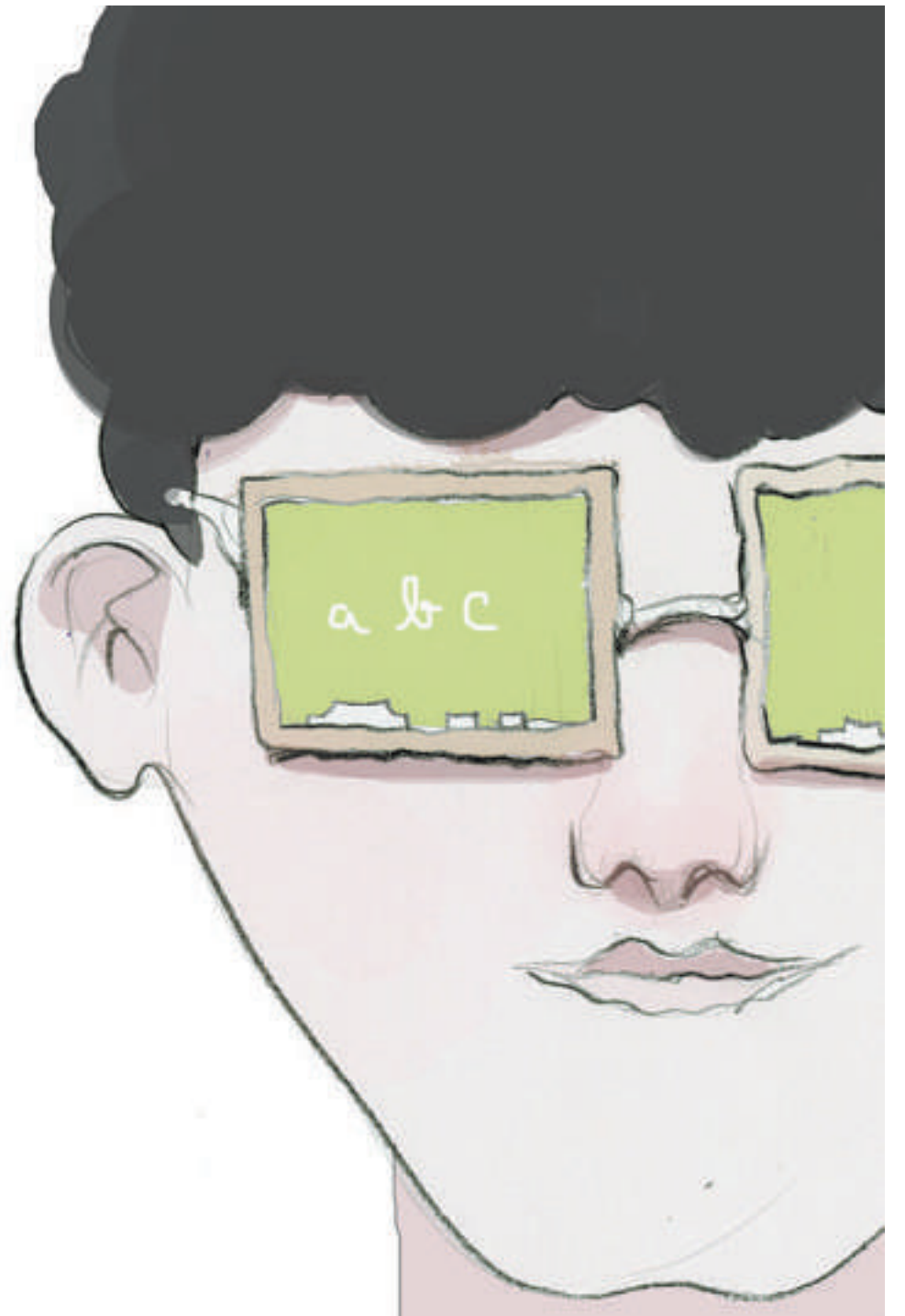
Zigmunt Bauman, por sua vez, em *Cegueira moral*, denuncia a mutualidade da insensibilidade: "O indivíduo tornado moralmente 'insensível' (a quem possibilita, e que esteja disposto a desconsiderar o bem-estar do outro) está, queira ou não, ao mesmo tempo situado na ponta receptiva da insensibilidade moral dos objetos de sua insensibilidade moral".

Ou seja, o maior desafio no convívio com um deficiente visual é não nos deixar participar dessa cegueira que nos impede de enxergar aquele que, mais do que ver, quer é ser visto. E, como se trata de relações recíprocas, perceber que, ao olhá-lo, também somos percebidos.

O mais interessante foi ter me visto surpreendida pelo comportamento dos meus alunos. Eles não foram contaminados pela cegueira ou, ao menos, tiveram a chance de cura. Todos os dias eles me mostram comprometimento e acolhida – por Leandro e por mim. Vejam! A presença dele foi determinante para criar um espaço de respeito e consideração mútuos na sala de aula.

Descobrimos juntos que é impossível ensinar a um aluno cego em um ambiente barulhento. Quando nos falta um sentido, os outros tomam muita importância. Logo, como Leandro não pode ler meus lábios quando minha voz é abafada por cochichos, os colegas tiveram que exercitar o silêncio. E todo mundo ganhou com isso.

Leandro descobriu que não poderia realizar uma pergunta no meio de uma explicação, pois poderia atrapalhar a cadência da aula. Descobriu que ele não sabia que levantar a mão era a forma mais gentil de pedir atenção, já que ele não via os colegas ansiosos com as mãos levantadas. Agora, ele ergue o braço e precisa lidar com a mesma expectativa dos outros alunos de poder participar. E,



A educação nos transforma mesmo quando não vemos. Mas, se abriremos os olhos, ela transforma um mundo inteiro

mais uma vez, todo mundo ganhou com isso.

Essa lição dada ao professor ensina tanto sobre o Leandro quanto sobre todos os outros alunos. É preciso vê-los! Saber de onde e por que eles vêm à sala de aula. Entender o que eles querem ver aqui ou como eles querem enxergar o mundo através do curso superior. Foi preciso que eu começasse a pensar tudo de novo. Com isso, Leandro reforçou

o brilho nos meus olhos. Porque a docência é e sempre foi minha opção. Uma escolha legítima e sincera para ver e ser vista.

A educação nos transforma mesmo quando não vemos. Mas, se abriremos os olhos, ela transforma um mundo inteiro. Muito obrigada, Leandro. Muito obrigada, meus alunos. Sejam bem-vindos à nossa sala de aula!

Diga - me o que postas e direi quem és

GHOEBER MORALES

Terapeuta e coach comportamental

Quanto tempo do seu dia é usado nas redes sociais? Pense em todas as vezes que, ontem, você acessou o Instagram, Facebook, Snapchat ou qualquer uma delas, por celular, tablet ou computador. De acordo com a pesquisa Futuro Digital em Foco Brasil 2015 (Digital Future Focus Brazil 2015), divulgada pela consultoria comScore, os brasileiros são líderes no tempo gasto nesses canais, com média de acesso 60% maior do que a do resto do mundo. Acredite, no Brasil, as pessoas gastam, cada uma, impressionantes 650 horas por mês em redes sociais.

Espanta que, mesmo sendo fonte de informação, predominantemente o que encontramos nas redes é baboseira. O que nos atrai, então, para que fiquemos horas conectados? Um fator relevante é que elas têm o poder de proporcionar algo elementar para o ser humano, que todos nós necessitamos, em maior ou menor grau: atenção. Uma em cada três pessoas, em países ocidentais, sente-se sozinha com frequência, apontam estudos. Essa constância de um sentimento de solidão é surpreendente e, nesse sentido, o ciberespaço parece um refúgio relativamente seguro para quem procura companhia.

Desde que nascemos, recebemos atenção. O choro é, geralmente, a primeira forma de aprendizagem que temos nesse quesito. Afinal, basta chorar e alguém aparece para nos acudir. Ao longo da vida, vamos descobrindo "n" outras formas de conseguir-la, tanto nos portando de formas socialmente aceitáveis quanto pelo caminho inverso. A probabilidade de que um comportamento seja repetido depois de ganhar repercussão é enorme, por mais bizarro que seja.

Com as redes sociais, a possibilidade de receber visibilidade cresceu de forma exponencial. Quantas curtidas você teve em sua última foto? E comentários? Quantas visualizações aquele postagem alcançou? Quantos "k" seguem você? Há quem tome decisões levando em consideração o número de seguidores de alguém. Não é raro que para se contratar uma celebridade para ser a estrela de um comercial, escolher um palestrante, buscar um nutricionista ou outro profissional qualquer, o mais relevante seja quantos "k" eles têm no Instagram. Prato cheio para quem trabalha com marketing de influência.

Fato é que as pessoas estão de olho na gente. E nós nelas. Todos se conhecem um pouco mais sem nunca ter trocado um "oi" com elas. De repente, nos pegamos considerando simpáticas quem nem sequer vimos ou falamos pessoal-

mente. Certa vez, uma amiga se decepcionou nos pavilhões da São Paulo Fashion Week. Deparou-se com um rapaz que seguia no Instagram e que, segundo ela, tinha mais de 300k, era esportista, excelente profissional, gentil, bonito, inteligente, entre outros adjetivos. Acontece que tudo isso foi a imagem que ela criou a partir das postagens que ele escolheu fazer. "Ao vivo, era outra pessoa", lamentou, deixando claro que, ainda assim, não deixou de acompanhá-lo.

Onde vamos parar? Transito entre duas hipóteses extremas: desde a ideia de que, em breve, a busca será pela retomada, com força total, do contato à moda antiga, olho no olho, conversas presenciais... até a possibilidade de esse tipo de relação ficar extremamente reduzida – muito mais do que já se vê hoje.

Contudo, observo que existe uma busca crescente para se saber quem está por trás de uma marca ou de uma imagem postada. Nesse sentido, se usadas de forma a enriquecer interações pessoais, as redes sociais podem abrir uma infinidade de novas possibilidades, pessoais e profissionais. Elas até podem ajudar, de alguma forma, ainda que temporariamente, a diminuir a solidão. Porém, acredito que não devam ser jamais substituídas das verdadeiras relações humanas.

S/A ESTADO DE MINAS

FUNDADO EM 7 DE MARÇO DE 1928

DIÁRIOS ASSOCIADOS
A vida com mais conteúdo

SEDE
Avenida Getúlio Vargas, 291 - Funcionários,
Belo Horizonte-MG-Cep 30112-020
TELEFONE GERAL
(31) 3263-5000

ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALISTAS

Filado ao Instituto Verificador de Circulação

REPRESENTANTES EXCLUSIVOS

SUCURSAL SÃO PAULO
Alameda Joaquim Eugênio de Lima, nº 732/766 - Edifício Mary Harriet Speers - 7º andar - Bairro Jardins - São Paulo - SP
CEP: 01403-000 • Fone: (11) 3372-0022 • e-mail: sucursal.sp@uoi.com.br e associadosp@uoi.com.br

SUCURSAL RIO DE JANEIRO
Rua do Livramento, 189 - 8º andar - Sala 24 - Saúde
Tel.: (21) 2263-1945 • Fax: (21) 2263-2045
e-mail: sucursal.rj@uoi.com.br

TELEFONES DE APOIO

Redação
(31) 3263-5330
Editorias:
Gerais
(31) 3263-5244
Política
(31) 3263-5293
Economia e Agropecuária
(31) 3263-5103
Espportes
(31) 3263-5313
Internacional
(31) 3263-5301
Opinião
(31) 3263-5373

Cultura - TV - Pensar e Divirta-se
(31) 3263-5126
Fotografia
(31) 3263-5214
Turismo
(31) 3263-5333
Informática
(31) 3263-5360
Vrum
(31) 3263-5078
Bem Viver, Guri e Negócios e Oportunidades
(31) 3263-5048
Feminino & Masculino
(31) 3263-5260

WhatsApp: (31) 99918-4155

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO ASSINANTE

Belo Horizonte (31) 3263 5800
Outras Localidades 0800 031 5005

DISTRIBUIDOR DE ASSINATURAS INTERIOR

0800 283 5062

SERVIÇO DE ATENDIMENTO À VENDA AVULSA

Capitol e Contagem - (31) 3263 5830
Interior de Minas Gerais - 0800-283-5062
Telefax - Circulação: (31) 3263 5961

DEPARTAMENTO DE COBRANÇA

(31) 3263-5421

DEPARTAMENTO COMERCIAL

(31) 3263-5501 e (31) 3263-5224

AGÊNCIAS

O ESTADO DE MINAS trabalha com as seguintes agências de notícias:
Agência Estado, Agência O Globo, Agência Folha, France-Press e Reuters.

ASSINE ANUNCIE

Belo Horizonte
(31) 3263 5800

Outras Localidades
0800 031 5005

TABELA DE PREÇOS

Localidade	VENDA AVULSA (R\$)	
	2ª e sábado	Domingos
MG, SP, RJ (capital)	2,50	3,50
RJ (interior), ES e DF	3,50	4,50
Outros estados	5,00	6,50

Publicidade
(31) 3263-5501/5197

Classificados
(Pequenos Anúncios Fonados)
(31) 3228-2000

D.A. PRESS MULTIMÍDIA

ATENDIMENTO PARA PESQUISA E VENDA DE CONTEÚDO:
Por e-mail e telefone: 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 647 73 77.
Fax: (61) 3241.1595.

E-mail: dopress@dabr.com.br
Site: www.dopress.com.br