

## De outubro a outubro

Vem aí o Outubro Rosa. Momento em que se amplia as discussões sobre a necessidade de realizar exames para a descoberta precoce do câncer de mama. Descobrir cedo, as possibilidades de cura aumentam e muito. Quando a doença já avançou, o tratamento é iniciado, mas provavelmente será tarde demais.

Quando outubro chegar, se envolva nas ações. Se alguém perto está enfrentando a doença, ajude, dê força, carinho e amizade

Há alguns tipos de cânceres que levam as pessoas que amamos num piscar de olhos. É o tempo de descobrir a doença, tentar entender como aquilo aconteceu, procurar um caminho e logo tentar entender a perda. Crianças, jovens, velhos. Mulheres, homens. Nestes casos, não há sexo, não há idade. Mas o câncer de mama é conhecido,

amplamente divulgado. Sabe-se que é o tipo de câncer que mais afeta as mulheres. E também sabe-se que o diagnóstico precoce do câncer de mama pode representar a cura em mais de 90% dos casos.

Para as mulheres da classe média e alta a campanha funciona muito bem, pois pode servir como um "puxão de orelha". Na maioria das vezes bem informada, apesar de terem condições de acessarem a saúde privada, muitas vezes deixam para depois, alegam que não têm tempo, sempre achando que não vai acontecer com elas. Nesta onda do depois é que surgem os nódulos malignos, que levam as mamas embora, que levam os cabelos, o brilho no olhar, a saúde. Infelizmente, alguns levam também a vida.

Agora, se para quem tem acesso já é difícil, imagina para quem é pobre.

Quem depende do Sistema Único de Saúde (SUS) trava uma luta constante

para fazer exames e conseguir procedimentos quando já está doente e muitas mulheres acabam deixando de procurar a prevenção já pensando na batalha que terão que enfrentar. Os exames tinham que ser totalmente acessíveis às mulheres, para resguardar suas vidas. E pensando sobre a lógica do poder público, a prevenção é infinitamente mais barata que o tratamento.

Já existe lei, existe luta e existe até boa vontade, mas ainda falta avanço. E mais, a mulher que tem o câncer de mama, muitas vezes, enfrenta muito mais que a doença. Não tem sido raro o abandono pelo companheiro quando a doença é descoberta e o tratamento iniciado, principalmente se for necessária a retirada da mama. Em um caso, o homem virou para a jovem, que ainda

estava grávida, e afirmou que não viveria com uma mulher mutilada. Pegou suas coisas e simplesmente sumiu. E isso é apenas um pouquinho da crueldade.

Por isso, além de tratar o câncer em si, é preciso também cuidar do emocional das pacientes e dos familiares destas pacientes. Afinal, o apoio familiar é uma das partes mais importantes no enfrentamento de qualquer doença. Basta ouvir qualquer pessoa que venceu uma doença contando como foi possível. Sempre terá a parte do apoio da família, seja ela pais, irmãos, marido, filhos, ou outras pessoas consideradas família, como os amigos.

Quando outubro chegar, se envolva nas ações. Se alguém perto está neste momento enfrentando a doença, ajude, dê força, carinho, amizade. A solidão é um veneno, não deixe a paciente provar. E depois de outubro, espalhe o que aprendeu até o outro outubro chegar.

## Espaço do Leitor

leitor@gazetadigital.com.br

## Brasileiros sedentários

É muito preocupante saber que sete em cada dez brasileiros não pratica atividade física porque é preciso comer bem e fazer atividade física para ter saúde. Mas acredito que a maioria das pessoas não fazem atividade por falta de tempo.



FÁBIO SOUZA, 37 ANOS, ADMINISTRADOR.

## Gravado em vídeo

Não sei se mudou alguma coisa no desempenho do prefeito Emanuel Pinheiro por conta das denúncias de recebimento de propina. Acho que depois disso ele nem deveria mais estar lá, mas todo mundo age como se nada tivesse acontecido.

MARIA DE FÁTIMA SOARES, 44 ANOS, DOMÉSTICA.

## Minoria no Congresso

Ter apenas 54 mulheres entre os 513 deputados federais é uma diferença muito grande porque a sociedade é machista e mais homens costumam ocupar cargos de poder. Muita coisa nesse sentido precisa ser mudada. Lugar de mulher é em todo lugar, inclusive na política.

BRUNA MARQUES, 23 ANOS, ESTUDANTE.

## Ano eleitoral

Propaganda eleitoral é o que mais me incomoda em ano de eleição. São sempre as mesmas promessas e sempre os mesmos resultados. Todo mundo promete, promete, promete, mas no final não faz nada, só rouba.

ÁLVARO DA SILVA, 32, FERRER.

## Violência virtual

Violência virtual é mais difícil porque geralmente as pessoas que cometem essa violência estão escondidas por meio de uma tela de computador ou celular. Acho que é até pela certeza da impunidade que eles cometem esse tipo de crime.

BIANCA GOMES, 25 ANOS, ESTUDANTE.

## Opinião na WEB

www.gazetadigital.com.br

## ENQUETE

## Deputado Gilmar Fabris pode pedir transferência por estar sofrendo maus-tratos em prisão

Deve receber o mesmo tratamento dos outros presos e não ter privilégios por ser deputado

96%

É preciso levar em conta o estado de saúde de Fabris, que diz sofrer de problemas crônicos

10%

O fato só traz à tona as condições ruins a que são submetidos os presos em celas espalhadas pelo país

4%

RESULTADO OBTIDO ATÉ AS 20h

## O desafio dos inovadores

Para colocarmos um produto ou serviço no mercado, há, basicamente, três fases pelas quais devemos passar. A primeira é a criatividade, que é a ideia desse novo produto. A segunda é a inovação, que é exatamente a transformação dessa ideia em produto. A terceira é o empreendedorismo, que é transformar esse produto em algo que o mercado possa consumir.

Um dos fatores mais críticos é a passagem da fase 2 para a 3. Isso ocorre, muitas vezes, porque o criativo-inovador não tem recursos financeiros ou de acesso ao mercado desejado. Aí, há a necessidade de "vender" a ideia. Surge, então, o grande problema: muitos dos que detêm esses recursos, não tem predisposição para ouvir sobre aquilo que é novo e, dentro da sua

capacidade limitada (por ele mesmo) de pensar, acaba por perder grandes possibilidades de negócios.

O fato é que eles estão tão mergulhados em seu sucesso, que a experiência adquirida os cegam do novo, das novas possibilidades, exatamente pelo fato de não terem a mente preparada para o futuro, para as mudanças. É normal que nossas

mentes aceitem aquilo que funciona na lógica que conhecemos. Quando alguém traz algo novo, esse novo pode funcionar em outra lógica. Assim, se o possível parceiro não se abrir para conhecer e entender essa nova lógica, não entenderá o novo produto/serviço. O resultado, então, será da não realização da parceria.

Não faz muito tempo, ocorreu um fato desse no programa Shark Tank Brasil, onde dois sócios levaram uma ideia totalmente inovadora do uso de placas fotovoltaicas. Confesso que não consegui entender direito o negócio, exatamente porque os "tubarões" não permitiram a explicação da ideia. Como o modelo de negócio não se encaixou nos modelos mentais dos participantes, eles, ao invés de adaptarem as suas mentes para o entendimento do modelo, tentaram fazer com que este se encaixasse dentro de seus pressupostos. Obviamente não funcionou. E não funcionará.

Uma comunicação será bem-sucedida se os modelos mentais se encaixarem. Quando há o novo, quem tem que se adaptar é quem não o enxerga. E, para isso, é preciso preparo para ouvir. Pena que Rubem Alves já se foi. Nunca foi tão premente o curso de "escutatória". Há arte e há ciência para isso.

CLAUDINET COLTRI JUNIOR É PROFESSOR, PASTORANTE, CONSULTOR ORGANIZACIONAL E EDUCACIONAL, PROFESSOR E DIRETOR DA NOVA HÉLIO TREINAMENTOS. WEBSITE: WWW.COLTRI.COM.BR

E-MAIL: COLTRI@COLTRI.COM.BR | FACEBOOK: COM/CLAUDINETJUNIOR



LILIA KAWAZOE

## Opção por alimentos saudáveis

De acordo com uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, a Proteste, com 2.406 brasileiros, de idades entre 17 e 74 anos, 80% das pessoas têm a consciência de que precisam mudar os hábitos alimentares. Além disso, um levantamento realizado pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, Organís, aponta que 64% dos entrevistados revelam que o consumo de produtos orgânicos está relacionado à saúde. Para 15%, o motivo é por indicação da mídia como alimentos mais saudáveis, por fim, 3% disseram que tiveram recomendações de médicos ou nutricionistas.

A conclusão desse cenário é que a indústria alimentícia está passando por um grande processo de transformação

dos alimentos ingeridos. Até mesmo os jovens e adolescentes estão mais atentos aos cuidados com a alimentação. Assim, o grande desafio da indústria alimentícia está relacionado aos investimentos em ingredientes mais saudáveis e naturais. Por isso, cada vez mais, as pesquisas são importantes para garantir o desenvolvimento de itens

inovadores que agradem ao paladar e impactem de forma positiva na saúde.

A análise produzida pela Organís ainda revelou que para 18% das pessoas as questões ambientais também são muito importantes e influenciam na compra de alimentos. Nesse sentido, podemos destacar as manteigas e os óleos obtidos a partir de frutos e sementes da biodiversidade brasileira, entre eles, o cupuaçu, o coco licuri e a castanha-do-Brasil. Ou seja, além da procedência sustentável, também são benéficos por serem naturais e orgânicos.

A proposta é que esses ingredientes sejam acrescentados a receitas tradicionais do dia a dia como pães, bolos, cookies, molhos e maioneses, para além de proporcionarem sabores exclusivos, possam fortalecer nutricionalmente os alimentos.

A conclusão de todo esse cenário é que a indústria alimentícia está passando por um grande processo de transformação, o que envolve não somente a mudança de comportamento do consumidor, mas também, a revolução das marcas para esse novo momento do mercado. O resultado, certamente, será benéfico para todos. Afinal, cada vez mais, os alimentos saudáveis e funcionais ganham espaço no nosso cardápio.

LILIA KAWAZOE É GERENTE COMERCIAL DA UNIDADE DE NEGÓCIO CONCEPTE INGREDIENTS



CLAUDINET COLTRI JUNIOR

Quando há o novo, quem tem que se adaptar é quem não o enxerga. E, para isso, é preciso preparo para ouvir

## A GAZETA

www.gazetadigital.com.br

Rua Professora Teresa Lobo, 30  
Barro Canal - Curitiba-MT  
CEP 78.048-700 - Fone: (066) 3612-6000DEPARTAMENTO COMERCIAL  
Rua Professora Teresa Lobo, 30  
Barro Canal - Curitiba-MT  
CEP 78.048-700  
Fone: (066) 3612-6103  
(066) 3612-6307com.jornal@gazetadigital.com.br  
Assinatura - 3612-6170  
assinantes@gazetadigital.com.brServiço Atendimento ao Assinante  
sa@gazetadigital.com.br - 3612-6321Classificados - 3612-6167  
classificados@gazetadigital.com.brREPRESENTAÇÃO COMERCIAL  
FTPI - Matriz: Alameda dos Maracatins,  
nº 508 - 8 andar - Meana - São Paulo  
Capital - CEP: 04089-001  
Fone/fax - (011) 2178-6700  
www.ftpi.com.br

## ADMINISTRAÇÃO

PRESIDENTE  
João Carlos Leal  
joao@gazetadigital.com.brVICE PRESIDENTE ADMINISTRATIVO  
Adair Rogério  
adair@gazetadigital.com.brVICE PRESIDENTE COMERCIAL  
Carlos Eduardo Derlins Carvalho  
carlos@gazetadigital.com.br

## JORNAL A GAZETA E PORTAL GD - PABX (065) 3612-6000

DIRETORA DE REDAÇÃO  
Margareth Sotello  
(065) 3612-6300  
margareth@gazetadigital.com.brEDITOR EXECUTIVO  
Daniel Petragli  
(065) 3612-6327  
daniel@gazetadigital.com.brEDITOR DE ARTE  
Cláudia Castro  
(065) 3612-6315  
claudia@gazetadigital.com.brEDITORA DE POLÍTICA  
Michely Figueiredo  
(065) 3612-6318  
michely@gazetadigital.com.brEDITORA DE ECONOMIA  
Fabrício Rios  
(065) 3612-6319  
economia@gazetadigital.com.brEDITORA DE GERAL  
Andréia Fontes  
(065) 3612-6321  
andrea@gazetadigital.com.brEDITOR DE ESPORTE  
Oliver Junior  
(065) 3612-6322  
esportes@gazetadigital.com.brEDITORA DO VIDA  
Luana D'Almeida  
(065) 3612-6324  
vida@gazetadigital.com.brGERENTE INDUSTRIAL  
Edvaldo Carneiro  
Fone: (065) 3612-6203  
gerencia@gazetadigital.com.brEDITORA ADJUNTA  
Rita Consi  
(065) 3612-6323  
consi@gazetadigital.com.brEDITOR ESPECIAL  
Waldere Félix  
(065) 3612-6317  
waldere@gazetadigital.com.brGAZETA DIGITAL  
Editor Executivo  
Walter Sales  
(065) 3612-6318  
redacao@gazetadigital.com.br

## ARTICULISTAS

Alfredo da Mata Meneses, Orestes Ribeiro,  
Lourenço Alves, Hélio Cordeiro Gomes,  
Waldere Félix, Claudinet Coltri, Jan  
Dantas, Elias Janssen, Pio Penna, Jency  
Silva, Claudineo Targatto, Luiz Henrique  
Lima, Raphael Carvo, Gonçalo Antonio de  
Barros Neto, Daniel Almeida, Rosana Leite  
Antonio de Barros e Renato Paves Pereira.COLUMNISTAS  
Sélio Covatta e Aquiles Rique ReisCOLUMNISTAS SOCIAIS  
Fernando Barakat e Ugo Peretti PazCartas para as seções de Opinião e Do Leitor  
articulistas@gazetadigital.com.br  
com@gazetadigital.com.brDo artigo de opinião assinado por  
colaboradores e/ou articulistas sob de  
responsabilidade exclusiva de seus autoresAGÊNCIAS DE NOTÍCIAS  
Estado, Associated Press, Carta Z,  
Canal 1, Agência Brasil e Gazeta PressANJ ASSOCIAÇÃO  
NACIONAL  
DE JORNALIS  
www.anj.org.br