

AÇÃO EM SAÚDE ALÉM DO OUTUBRO ROSA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

HEALTH ACTION BEYOND PINK OCTOBER: EXPERIENCE REPORT

Karem Stephany Assunção Folgado ^{1*}; Caefeson Rêgo Oliveira da Silva ¹; Ellen Larissa Santos da Rocha Maciel ¹; Lorena da Silva Viana ¹; Rutenberg Vilar de Carvalho Júnior ¹; Iraciane Rodrigues Nascimento Oliveira ²

1. Universidade Federal do Maranhão (UFMA) - Campus Imperatriz, Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia, Estudante de Medicina.
2. Universidade Federal do Maranhão (UFMA) - Campus Imperatriz, Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia, Enfermeira e docente do curso de Medicina.

*<mailto:karem.stephany@gmail.com>

RESUMO

INTRODUÇÃO: O câncer de mama é a neoplasia que mais mata mulheres com mais de 50 anos no mundo, sendo o câncer mais incidente em 2020. Nesse sentido, objetiva-se relatar sobre uma campanha feita em novembro, a qual elucidou a comunidade sobre medidas para prevenção dessa neoplasia, além de identificar e desmistificar mitos referentes ao câncer de mama. **RELATO:** “Laço Rosa o Ano Inteiro” foi uma ação realizada em dois encontros (um online e outro presencial) que contou com a participação de mulheres e homens de uma Unidade Básica de Saúde e de uma empresa local. A finalidade da campanha foi informar sobre o câncer de mama, bem como seus sinais, sintomas, diagnóstico e tratamento. Para isso, utilizou-se de dinâmicas, recursos atrativos e explicações para facilitar o repasse das informações. **DISCUSSÃO:** Foi observado que grande número de participantes acreditou na obrigatoriedade do componente familiar para o desenvolvimento da neoplasia, além de haver saberes inadequados sobre a mamografia, como o mito de possuir silicone impedir a realização desse exame e de ele, por si só, causar o câncer. Tais achados se assemelham ao encontrado na literatura, assim como o fato de nenhum participante saber o período correto para acompanhamento mamográfico. Como limitações do relato, destacam-se a baixa quantidade de pessoas envolvidas e a curta duração da campanha para sensibilização dos envolvidos. **CONCLUSÃO:** A campanha realizada identificou que mitos e falta de conhecimento ainda permeiam o imaginário popular sobre o câncer de mama, e tal realidade dificulta a adesão a medidas preventivas e, conseqüentemente, a diminuição dos índices desse câncer. Ações como a realizada aqui, através de métodos lúdicos para educação em saúde, contribuem para mudar esse cenário.

PALAVRAS-CHAVE: Câncer de Mama; Educação em Saúde; Fatores de Risco.

ABSTRACT

INTRODUCTION: Breast cancer is the neoplasm that most kills women over 50 years of age in the world, being the most incident cancer in 2020. In this sense, the objective is to report on a campaign carried out in November, which elucidated the community about measures for the prevention of this neoplasm and identified and demystified myths related to breast cancer.

REPORT: “Laço Rosa o Ano Inteiro” was an action carried out in two meetings (one online and the other face-to-face) with the participation of women and men from a Basic Health Unit and a local company. The purpose of the campaign was to inform about breast cancer, as well as its signs, symptoms, diagnosis and treatment. For this, dynamics, attractive resources and explanations were used to facilitate the transfer of information. **DISCUSSION:** It was observed that a large number of participants believed that the family component was mandatory for the development of the neoplasm, in addition to having inadequate knowledge about mammography, such as the myth that having silicone prevents the performance of this exam and that it, by itself, causes the cancer. Such findings are similar to those found in the literature, as well as the fact that none of the participants knew the correct period for mammographic follow-up. As limitations of the report, the low number of people involved and the short duration of the campaign to raise awareness of those involved stand out. **CONCLUSION:** The campaign carried out identified that myths and lack of knowledge still permeate the popular imagination about breast cancer, and this reality makes it difficult to adhere to preventive measures and, consequently, to reduce the rates of this cancer. Actions like the one carried out here, through playful methods for health education, contribute to changing this scenario.

KEYWORDS: Breast Neoplasm; Health Education; Risk Factors.

INTRODUÇÃO

A taxa de mortalidade por câncer de mama, em 2019, ajustada pela população mundial, foi 14,23 óbitos/100.000 mulheres.¹ No Brasil, esse câncer apresentou 88.492 casos novos em 2020, sendo o tipo de câncer mais incidente no mundo, de acordo com estimativas do mesmo ano.² Não obstante, o estado do Maranhão apresenta uma taxa de mortalidade estimada de 9,55 casos para cada 100 mil mulheres¹.

Com a elevada incidência dos casos de neoplasia mamária, em 1990, instituiu-se o movimento denominado Outubro Rosa, cujo objetivo baseia-se na luta contra o câncer de mama e no incentivo à participação da população no combate a essa doença. Desse modo, uma das formas de chamar a atenção da sociedade sobre o tema foi iluminar de rosa prédios públicos e monumentos e, assim, estimular o diálogo sobre essa doença.³ Nesse panorama, o Ministério da Saúde, em suas Diretrizes para Detecção Precoce do Câncer de Mama no Brasil, recomenda que estratégias de conscientização sejam adotadas a fim de que um diagnóstico precoce possa ser realizado.⁴

Consoante a essas medidas, em nível de atenção básica encontram-se as ações de educação em saúde, cujo intuito é avaliar o risco e sensibilizar as mulheres sobre os sinais e sintomas da neoplasia de mama. Diante disso, o serviço prestado deve ser de acesso rápido, facilitado e bem estruturado, a fim de permitir que a paciente tenha um seguimento adequado nos diferentes níveis de atenção para um diagnóstico mais rápido e um tratamento mais eficaz.³

Quanto aos fatores de risco que são capazes de contribuir para o aumento do câncer de mama encontra-se: mulheres em idade mais avançada, história de menarca precoce, menopausa tardia, uso de contraceptivos orais, ingestão de bebida alcoólica, obesidade, inatividade física, tabagismo, fatores hereditários, entre outros. Logo, cabe aos serviços de saúde a identificação precoce das populações de risco e das devidas intervenções precoces.⁴

De fato, um diagnóstico nos estágios iniciais associa-se com um melhor prognóstico. No Brasil, o diagnóstico em fases avançadas ainda perdura e contribui para elevadas taxas de mortalidade. Nesse contexto, estudantes e profissionais da saúde possuem o dever de prestar serviços para a população com a realização de reuniões educativas sobre o câncer de mama direcionada à população alvo. No entanto, estudos indicam que a taxa de profissionais que realizam essas atividades ainda se encontra baixa, o que reforça a necessidade da educação e capacitação permanente dos profissionais de saúde para qualificar a prestação da assistência.⁵

As ações educativas na área da saúde da mulher preocupam-se em instruir a população sobre o autocuidado e a importância da periodicidade da realização do autoexame da mama, uma forma da mulher conhecer o corpo e, caso exista, presenciar precocemente alguma alteração palpável.⁶

Dessa forma, haja vista a magnitude dos casos e o papel da educação em saúde na prevenção e detecção da neoplasia em questão, o objetivo deste artigo é relatar sobre uma campanha feita em novembro, a qual elucidou a comunidade sobre medidas para prevenção do câncer de mama e identificou e

desmistificou mitos e conhecimentos inadequados referentes a essa neoplasia.

RELATO

Um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030⁷ é diminuir a taxa de mortalidade prematura por doenças não transmissíveis via prevenção e tratamento, o que inclui o câncer de mama. Nesse cenário, a ideia surgiu como uma demanda trazida da comunidade aos acadêmicos de Medicina envolvidos na ação, e o “Outubro Rosa” foi um incentivador da elaboração da campanha “Laço Rosa o Ano Inteiro”.

O fato de tal iniciativa ter partido de estudantes de Medicina é importante por ser um meio de torná-los protagonistas em ações desse caráter, proporcionando maior contato com a comunidade. No entanto, devido à relevância do assunto, optou-se por uma ação voltada para a comunidade que ressaltasse a importância da temática em outros meses.

Assim, para a realização da atividade de educação em saúde, contou-se com a parceria de duas Ligas Acadêmicas voltadas para o estudo da Anatomia Humana e da Ginecologia e Obstetrícia, a XXX e a YYY, respectivamente, e a idealização e organização de filiados do comitê local da *International Federation of Medical Student's Association of Brazil* (IFMSA Brazil). A organização das atividades que seriam feitas aconteceu por meio de um aplicativo de conversas online, e foram divididos dois grupos de ação, de acordo com a disponibilidade dos indivíduos para os dias de educação em saúde.

Escolheu-se realizar dois momentos de campanha, um virtual e outro de forma presencial, na Unidade Básica de Saúde (UBS) ZZZ, sendo que cada grupo de alunos ficou responsável por um encontro. Optou-se por esse formato *online* e presencial de ação pois poderia suprir a demanda de conhecimento referente ao tema com funcionários de uma empresa da cidade (que não estavam disponíveis para um momento presencial), e ainda levar esses saberes a uma UBS, que é a porta de entrada para o Sistema Único de Saúde (SUS), abrangendo, dessa forma, um público-alvo maior.

Nesse sentido, antes dos dois encontros, organizaram-se capacitações aos acadêmicos que iriam desenvolvê-los. A finalidade das capacitações, bem como do uso de material de apoio de instituições de saúde confiáveis, foi informar aos alunos sobre o câncer da mama para que pudessem repassar informações seguras. A primeira capacitação foi realizada por um mastologista. Após esse momento com o profissional, foi realizado o encontro *online* com os profissionais da empresa através de um aplicativo de vídeo-chamadas.

Nesse primeiro encontro, os acadêmicos realizaram uma apresentação explicando o que é o câncer de mama, quais os fatores de risco, os sinais e sintomas, como se realiza o diagnóstico e tratamento, além de incentivarem à realização da

mamografia para as mulheres que se enquadram nos critérios do Ministério da Saúde. Foram sanadas dúvidas dos participantes ao longo da explanação. Vale ressaltar que o momento foi organizado de modo a proporcionar um espaço de tira-dúvidas e debate com os participantes.

Como meio de avaliação do impacto da campanha para esse primeiro dia de ação, os participantes foram convidados à responder um questionário com perguntas sobre o tema (que avaliou o conhecimento prévio das pessoas), baseado no que seria abordado durante o encontro e, após o momento de compartilhamento dos saberes, foram repassadas as mesmas perguntas em conjunto a questões para mensurar a satisfação dos envolvidos na atividade. Seis das catorze pessoas na capacitação responderam efetivamente os formulários, sendo que mais da metade (66,7%) era composta por mulheres, enquanto os homens representaram 33,3% (n=2) da amostra.

Antes da parte presencial da ação, contou-se com uma segunda capacitação para o grupo responsável por esse encontro, na qual outro profissional especialista em Mastologia explanou sobre a temática através do *Google Meet*. Dessa forma, na mesma semana foi realizada a última parte da campanha, onde foram explicadas as mesmas informações da atividade virtual.

Artifícios decorativos no local foram utilizados para chamar a atenção do público, como um painel para fotos feito pelos organizadores da ação, balões e plaquinhas com frases de efeito. Uma mama sintética foi repassada aos presentes após a explicação sobre o autoexame e seus possíveis achados patológicos, na qual as pessoas poderiam palpar e sentir exemplos do que estava sendo explicado.

Além disso, previamente à ação, foi elaborado um panfleto com um resumo das informações apresentadas e foram impressas 50 unidades, as quais foram distribuídas aos indivíduos na UBS. No início e no final da ação presencial, empregou-se um método lúdico que visou avaliar o que os participantes pensavam sobre alguns mitos a respeito do câncer de mama, como se usar sutiãs apertados influencia na formação dessa neoplasia e se mulheres que já colocaram silicone podem realizar mamografia. Era falado um mito e as pessoas tinham que levantar uma plaquinha de “sim” ou virá-la para “não” caso concordassem ou não com o exposto. Nesse momento, participaram 10 pessoas (oito mulheres e dois homens).

Ao final, depois das explicações realizadas na tarde da campanha, questionou-se novamente a veracidade dessas informações. Essa forma de avaliar o conhecimento prévio foi adotada em vez da outra abordagem no encontro *online* devido às dificuldades de se aplicar questionários virtuais no ambiente da sala de espera da UBS por motivos de conexão à internet. Além disso, esse método empregado foi mais dinâmico e

possibilitou que os presentes no local prestassem mais atenção ao que era explicado.

Dentre as limitações dessa ação, destacam-se a baixa quantidade de pessoas no segundo dia de atividade, o que dificultou uma maior disseminação dos conhecimentos. Porém, os indivíduos que presenciaram esse momento forneceram comentários suficientes para avaliar a aplicabilidade da ação. Além disso, os organizadores não puderam ter certeza se todos os participantes davam a devida atenção ao que foi exposto. No entanto, isso tentou ser superado com perguntas que envolvessem o público durante a apresentação, testando seu envolvimento naquilo e deixando o debate mais dinâmico.

Outrossim, quanto aos pontos negativos da campanha realizada, vale ressaltar a realização em um curto período de tempo que mudou a dinâmica do serviço de saúde no dia, e uma consequência foi o atraso nos atendimentos visto que os usuários estavam participando das atividades. Tal aspecto poderia ter sido evitado com um planejamento maior quanto ao horário de realização da ação em um período mais livre e em que as pessoas poderiam prestar mais atenção ao que estava sendo explicado.

Outro ponto é que muitos mitos ainda estão enraizados quando o assunto é câncer de mama, de forma que mesmo após a palestra educativa para o público algumas pessoas ainda demonstraram acreditar em determinadas inverdades. É importante destacar que as limitações quanto à disponibilidade de profissionais para capacitação e abrangência de público evidenciaram que a execução do cronograma da ação em saúde deveria ter sido cumprida com maior organização, de acordo com o tempo disponível dos envolvidos na ação. Apesar disso, a atividade contemplou seus objetivos e trouxe experiências além do esperado. Portanto, teve um impacto benéfico para a comunidade.

DISCUSSÃO

Foi observado que todos os participantes do primeiro dia da ação não sabiam o período correto para realização da mamografia, bem como 33,3% (n=2) não souberam quais os passos diagnósticos e menos da metade (33,3%) soube a periodicidade e a idade adequadas em que o rastreamento deveria ser feito. No segundo dia de ação, mais de 80% (n=8) dos participantes acreditavam que traumas, desodorantes e sutiãs apertados causavam câncer de mama, além de que é obrigatório alguém da família ter tido para uma pessoa desenvolver. Além disso, 20% (n=2) disse que o exame de rastreamento (mamografia) causava câncer de mama também.

O conhecimento sobre o câncer de mama consiste em uma das ferramentas mais importantes para que haja taxas cada vez mais satisfatórias com relação à prevenção e ao diagnóstico precoce. Por outro lado, fatores relacionados ao da doença e às dificuldades de acesso da população aos métodos

diagnósticos e consequentemente ao tratamento adequado estão refletidos na chegada de pacientes com estágios mais avançados do câncer de mama, ressoando em um pior prognóstico, como o estimado para o ano de 2020 de 15,5% dos óbitos por câncer em mulheres.²

Na ação desenvolvida encontrou-se uma grande prevalência da crença na obrigatoriedade do componente familiar para o desenvolvimento do câncer de mama, o que se assemelha ao encontrado em uma pesquisa com mulheres brasileiras sobre o tema, na qual se verificou que mais de 95,7% das entrevistadas acreditavam que o histórico familiar é o principal fator para o desenvolvimento dessa doença.⁸ Ademais, durante a campanha de educação em saúde constatou-se que as pessoas ainda tinham conhecimentos errados sobre a mamografia, como o fato de possuir silicone impedir a realização desse exame e de ele, por si só, causar o câncer.

Além disso, todos os participantes, homens e mulheres, não souberam o período correto para acompanhamento mamográfico, e menos da metade soube a periodicidade e a idade adequadas em que o rastreamento deveria ser feito. Tal achado condiz com o apresentado em um estudo feito com usuárias de uma UBS em Minas Gerais⁹, o qual relata que apenas 5,2% sabiam o início e o término do rastreio adequadamente, e menos de 16% souberam a periodicidade recomendada pelo Ministério da Saúde.

Com relação aos sinais e sintomas da neoplasia maligna de mama, em uma pesquisa transversal desenvolvida com idosas de Centros de Convivência em São Paulo,¹⁰ identificou-se que 71,4% das mulheres conheciam algum sintoma, dentre eles o mais apontado foi a presença de caroço ou nódulo. Resultado semelhante se obteve com a avaliação de impacto da campanha, em que a maioria dos participantes do primeiro encontro afirmaram ser correta essa manifestação clínica para o câncer de mama.

Atrelado a isso, as ações em saúde podem ter um impacto positivo na saúde das mulheres e a capacidade de reverter conhecimentos inadequados.⁹ Assim, elucidar os sinais e sintomas do câncer de mama é necessário para esclarecer o que as mulheres sabem sobre essa doença.¹⁰ A disseminação de informações a respeito disso tanto para homens quanto para mulheres é fundamental, uma vez que os primeiros por vezes não participam das discussões.¹¹

Desse modo, a inclusão de homens na campanha realizada foi um ponto positivo da experiência, similar ao obtido com um projeto de extensão desenvolvido em Santa Maria.¹¹ Nessa ação extensionista também foi discutido sobre os mitos envolvidos no câncer de mama por meio de uma dinâmica parecida com a empregada durante a atividade de educação em saúde relatada neste artigo. Essa abordagem foi elogiada no projeto de extensão por melhorar o foco prestado às explicações, vantagem também percebida no encontro presencial.

CONCLUSÃO

A campanha realizada identificou que mitos e falta de conhecimento ainda permeiam o imaginário popular sobre o câncer de mama. Tal realidade dificulta a adesão a medidas preventivas e, conseqüentemente, a diminuição dos índices desse câncer. Ações como a realizada aqui, através de métodos lúdicos para educação em saúde, contribuem para mudar esse cenário. Por se tratar de uma pesquisa observacional descritiva e com poucos participantes, não se pode inferir com precisão o conhecimento da população que frequenta o serviço de saúde utilizado para a campanha, e pode-se apenas levantar hipóteses sobre os dados aqui expostos. Sugere-se para a realização de campanhas futuras com mais pessoas e de maior duração, além de pesquisas prospectivas para analisar o real impacto dessas intervenções na comunidade.

REFERÊNCIAS

1. Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva. Atlas da mortalidade. Rio de Janeiro: INCA, 2021.
2. International Agency for Research on Cancer. Cancer today [Internet]. Lyon: WHO, 2020. [cited 2022 Mar 22]. Available from: <https://gco.iarc.fr/today/home>
3. Gutiérrez MGR, Almeida AM. Outubro Rosa. Acta Paul Enferm. Sep-Oct 2017; 30(5).
4. Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva. Diretrizes para a detecção precoce do câncer de mama no Brasil. Rio de Janeiro: INCA, 2015.
5. Teixeira MS, Goldman RE, Gonçalves VC, Gutiérrez MG, Figueiredo EN. Atuação do enfermeiro da Atenção Primária no controle do câncer de mama. Acta Paul Enferm. Jan 2017;30(1).
6. Mendes LC; Silveira CF, Silva SR. Conhecimento de mulheres a respeito do exame de papanicolaou e do autoexame das mamas. Revista de enfermagem e atenção à saúde. Uberaba-MG, v.2, n.3, p.4-17. 2013.
7. Organização das Nações Unidas. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil [Internet]. [place unknown]: ONU; [cited 2022 Mar 22]. Available from: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/3>
8. Sociedade Brasileira de Mastologia. Campanha Outubro Rosa [Internet]. [place unknown]: SBM; [cited 2022 Mar 22]. Available from: <https://www.revistasaudenews.com.br/post/533/campanha-outubro-rosa>
9. Viana FL, Santos MM, da Costa LD, Pinholi de ML, Círio NM. Conhecimentos e práticas de usuárias da atenção primária à saúde sobre o controle do câncer de mama. HU Revista. Jun 2020;46:1-8.
10. Santos GD, Chubaci RYS. O conhecimento sobre o câncer de mama e a mamografia das mulheres idosas frequentadoras de centros de convivência em São Paulo (SP, Brasil). Ciênc. saúde coletiva May 2011;16 (5).
11. Piccinin S, Castralli HA, Baldissera C, Lauz ER, Rigo D, Braz MM. Oficina sobre os mitos e verdades que permeiam a temática do câncer de mama: um relato de experiência [Internet]. [cited 2022 Mar 22]. Available from: <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/conintsau/article/download/19216/17949>

CONFLITOS DE INTERESSE

Os pesquisadores afirmam que não há conflitos de interesse nesta pesquisa.

FINANCIAMENTO

O financiamento deste trabalho foi realizado por meios próprios dos autores.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos estudantes de Medicina que ajudaram na execução da ação durante as palestras e confecção de materiais.