

NOVEMBRO AZUL: O CONHECIMENTO DO PÚBLICO SOBRE O CÂNCER DE PRÓSTATA

XXXI Encontro de Extensão

Igor Giordan Duarte Jorge, Gabriel Fontenelle Costa, Júlia Matos Dubanhevit, Rodrigo Amado Delmiro de Oliveira, Cícera Chaves Lobo, Luiz Gonzaga Porto Pinheiro

No Brasil, a campanha Novembro Azul busca conscientizar a população sobre o risco e prevenção do câncer de próstata, estimulando o seu rastreamento. Este trabalho objetivou avaliar o conhecimento da população sobre o câncer de próstata. Tratou-se de um estudo descritivo, de abordagem quantitativa, realizado com funcionários de uma empresa provedora de internet, que participaram de uma ação promovida em novembro de 2021. Para participar da pesquisa era necessário a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O instrumento de coletado de dados utilizado foi um formulário semiestruturado. A população foi composta por 34 pessoas, todos do sexo masculino. Quanto a escolaridade, 32% tinham o ensino fundamental, 59% possuíam ensino médio e 9% tinham ensino superior. 41,2% dos participantes nunca buscaram informações sobre o câncer de próstata; as informações autorrelatadas eram prioritariamente oriundas de revistas (41,2%) ou de fontes da internet (38,2%). A maioria (97%) afirmaram que nem todo tumor é câncer; 76,5% compreendiam que o câncer de próstata, após o câncer de pele, é o que mais afeta a população masculina; 91% conheciam os principais sintomas da doença; 68% acreditavam que o toque retal positivo por si só confirma o diagnóstico. Através do estudo é possível inferir que embora muitos homens possuam conhecimento sobre o câncer de próstata, ainda há alguns mitos que circundam o imaginário masculino. Ações que promovam conhecimento sobre o assunto contribuem para melhorias na prevenção e rastreamento do câncer de mama.

Palavras-chave: Câncer de Próstata. Homens. Conscientização Pública.