

## SAÚDE TAMBÉM É PAPO DE HOMEM

*Eliza Domingues Tran Sales<sup>1</sup>, Brenda Ribeiro Silva Medeiros<sup>1</sup>, Gabriel Cunha Garcia Capretz<sup>1</sup>, Gabriel Pinto de Almeida<sup>1</sup>, Gabriel Victor Quirino Oliveira<sup>1</sup>, Henrique Santos de Assis<sup>1</sup>, Marina Lopez de Souza<sup>1</sup>, Milene Natalia Coelho Vieira<sup>1</sup>, Otávio Silva Andrade<sup>1</sup>, Pedro Henrique Silva Carvalho<sup>1</sup>, Débora da Penha Herculano<sup>2</sup>.*

1 - Discente do Curso de Medicina da Faculdade Atenas - Passos

2 - Orientadora de Projeto de Extensão Acadêmica do Curso de Medicina da Faculdade Atenas - Passos.

Endereço para contato: [debora.extensao.passos@uniatenas.edu.br](mailto:debora.extensao.passos@uniatenas.edu.br)

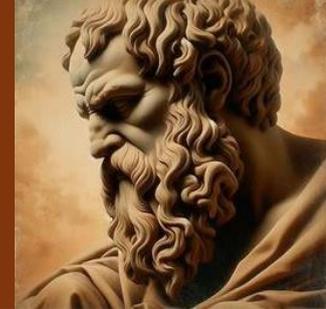
### RESUMO

A campanha “Novembro Azul” visa conscientizar sobre a importância do cuidado com a saúde masculina, com foco na prevenção do câncer de próstata, visto que é o mês mundial de combate a ele. A metodologia consistiu na aplicação de questionário e na realização de palestras educativas para o público masculino presente no operacional da Faculdade Atenas Passos. Os resultados obtidos por meio das respostas sobre os hábitos de vida e comorbidades deste grupo demonstrou a escassez do autocuidado. As ações do projeto de extensão contribuíram de maneira eficaz na sensibilização dos participantes, promovendo a construção de uma nova mentalidade sobre a saúde.

**PALAVRAS-CHAVE:** campanha novembro azul, saúde masculina, câncer de próstata.

### INTRODUÇÃO

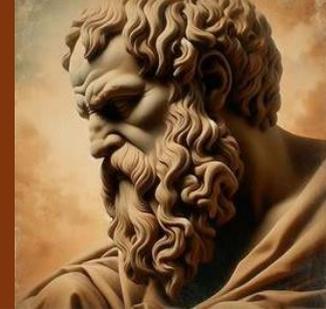
“Novembro Azul” é conhecido como o mês mundial de combate ao câncer de próstata, integralmente dedicado para reforçar o alerta e a importância da conscientização a respeito de doenças masculinas, com ênfase na prevenção do câncer de próstata. A campanha tem como objetivo estabelecer um conjunto de estratégias que sejam capazes de orientar a população masculina sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce de um conjunto de patologias, em especial, aquelas mais predominantes nesse público.



O movimento começou no Brasil em 2011 como uma oportunidade de reforçar anualmente a importância do autocuidado, uma vez que a interação de fatores biológicos e sociais ao longo do tempo contribuíram com o estabelecimento de estigmas relacionados ao autocuidado masculino. De acordo com Modesto et al (2018), o câncer de próstata é o tipo de câncer mais comum entre homens no Brasil com média de 70,54 novos casos a cada cem mil indivíduos e 14,06 óbitos a cada cem mil indivíduos em 2013, sendo a idade o fator de risco mais evidente, já que a doença acomete, normalmente, homens com 65 anos ou mais. Sendo assim, o tema surge como uma alternativa para tentar quebrar esses estigmas e reduzir esses números, recrutando homens para uma avaliação clínica e laboratorial investigativa capaz de diagnosticar os principais distúrbios e, por conseguinte, melhorar a qualidade de vida e a saúde masculina.

Nesse contexto, existe a falta de adesão da população masculina às práticas preventivas, o que é comprovado pelo desdenho em relação ao autocuidado, do mesmo modo que há limitação de serviços especializados, que dificultam a promoção integral à saúde deste público. Além disso, doenças cardiovasculares, como diabetes e hipertensão arterial, bem como outras neoplasias e síndromes metabólicas também merecem destaque nessa campanha por serem responsáveis por um alto índice de mortalidade no público-alvo. Ainda que muitas dessas doenças estejam associadas a hábitos de vida prejudiciais como etilismo, sedentarismo e tabagismo, elas poderiam ter seu desfecho alterado caso fossem detectadas precocemente e combatidas desde a sua gênese.

Dessa forma, é essencial compreender o universo masculino dentro do contexto do estereótipo da masculinidade, para que essas políticas possam promover aderência e a inserção do homem e ao mesmo tempo desconstruir o pensamento de que a saúde para o gênero masculino não representa uma prioridade dentre as atribuições do cotidiano. Com isso, para que tal meta seja atingida é crucial o fortalecimento, a propagação e o financiamento do “Novembro Azul”, considerando o papel social que esta campanha assume, em especial, no diagnóstico precoce de doenças potencialmente prejudiciais.



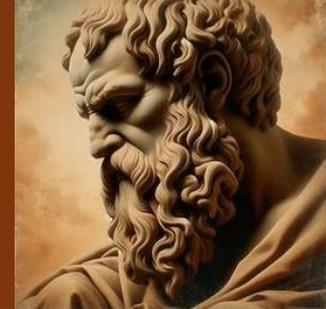
Portanto, o projeto tem como objetivo propor estratégias práticas e educativas que potencializem a adesão masculina às ações preventivas promovidas pela campanha Novembro Azul. Pretende-se, com isso, desconstruir estereótipos relacionados à masculinidade, promover o autocuidado e incentivar o diagnóstico precoce de doenças como o câncer de próstata, além de abordar outros problemas de saúde recorrentes no público masculino, visando a melhoria da qualidade de vida e a redução da mortalidade.

### **MATERIAIS E MÉTODOS**

O projeto de extensão, desenvolvido por estudantes de Medicina da Faculdade Atenas Passos, teve como público alvo colaboradores operacionais da obra da própria instituição. Inicialmente foi encaminhado um questionário com questões sobre a saúde de cada um, para a equipe reconhecer os hábitos de vida e as possíveis comorbidades desses indivíduos. Com o intuito de conscientizar sobre a saúde do homem, com destaque a prevenção e diagnóstico precoce do câncer de próstata, aliado a outras principais questões de saúde, foram realizadas duas palestras com apresentação de slides. Por fim, após essa apresentação, foram distribuídas cartilhas educativas com laços de fita azul que representassem o mês de conscientização, para facilitar o entendimento e ampliar o alcance dessa campanha com o intuito de que a mesma não fique restrita apenas ao longo do mês de novembro e, assim, seja obtida uma sensibilização durante todo o ano.

### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O questionário aplicado constatou informações importantes sobre o estilo de vida do público alvo como, qualidade da alimentação e do sono, consumo de álcool e tabaco, diagnóstico de diabetes e hipertensão, realização dos exames de rastreio do câncer de próstata e cuidados com a saúde mental. Um número relevante dos indivíduos abordados apresentou consumo exacerbado de tabaco (entre 15 a 20 maços por dia), poucas horas de sono por noite, frequentes dores nas articulações ou nos músculos, além de ansiedade e estresse frequentes. A partir das respostas,



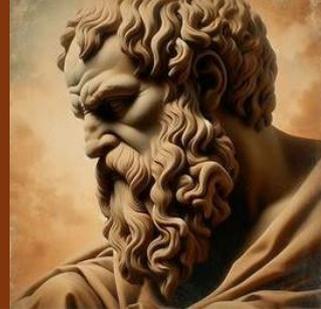
as palestras realizadas abordaram sobre esses aspectos, enfatizando a relevância da prevenção e do diagnóstico precoce dos tumores prostáticos. Com o propósito de reforçar a importância da conscientização sobre a saúde masculina, o grupo realizou a entrega da cartilha que reiterava a necessidade de quebrar os estigmas e realizar o autocuidado, marcando o resultado final do projeto.

## CONCLUSÃO

Em face de tudo que foi apresentado, foi possível conscientizar os colaboradores da sobre a relevância da prevenção e do diagnóstico precoce, com destaque para o câncer de próstata e outras comorbidades comuns no público masculino. Os resultados obtidos, que apontaram hábitos prejudiciais à saúde e uma baixa adesão a práticas preventivas, reforçam a necessidade de campanhas como o "Novembro Azul" serem contínuas e amplamente disseminadas. Ao desconstruir estereótipos e valorizar a saúde masculina como prioridade, espera-se não apenas reduzir a mortalidade, mas também melhorar significativamente a qualidade de vida deste público. Dessa forma, o projeto contribui para a construção de uma nova mentalidade sobre saúde e para o fortalecimento de políticas públicas mais inclusivas e eficazes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. de Kretser DM. Determinants of male health: the interaction of biological and social factors. *Asian J Androl.* 2010 May;12(3):291-7. doi: 10.1038/aja.2010.15. Epub 2010 Apr 5. PMID: 20364153; PMCID: PMC3739266.
2. Bell DL, Breland DJ, Ott MA. Adolescent and young adult male health: a review. *Pediatrics.* 2013 Sep;132(3):535-46. doi: 10.1542/peds.2012-3414. Epub 2013 Aug 12. Erratum in: *Pediatrics.* 2014 Feb;133(2):346. PMID: 23940241.
3. Espósito RC, Medeiros PJ, Dantas Júnior JH, Oliveira AG, Moreira SA, Sales VSF. Blue November Campaign as an annual male self-care strategy for healthy aging. *Aging Male.* 2020 Dec;23(5):865-872. doi: 10.1080/13685538.2019.1610731. Epub 2019 Jun 28. PMID: 31251097.
4. OLGUIN, Pedro Rocha, et al. Novembro Azul – a importância da campanha *Revista Reuni.* Vol. 3 n. 1 (2025) Atenas - Passos Mg



frente aos questionamentos acerca da (In)eficácia do diagnóstico precoce. Brazilian Journal of Health Review, Curitiba, v. 5, n. 3, p. 10099-10107, maio/jun. 2022.