



Extensão Universitária: olhares internacionais e perspectivas de integração

15 a 17 de maio de 2013 - Campus de Foz do Iguaçu



CAMPANHA DE PREVENÇÃO DO CÂNCER BUCAL NO SHOWRURAL/COOPAVEL

Área Temática: Saúde

Adriane de Castro Martinez Martins¹ (Coordenadora)
Giovani Ceron Hartmann²
Rosana Aparecida Santos³
Fábio José Bianchi⁴

Modalidade: Comunicação Oral

Palavras-chave: Câncer bucal; Prevenção; Comunidade.

Resumo: A realização de campanha é uma estratégia utilizada na prevenção de diversas doenças, sendo incentivada e desenvolvida por diversos órgãos públicos de saúde, como o Ministério da Saúde e secretarias estaduais e municipais de saúde, como também por entidades privadas que prestam assistência à saúde. Através destas campanhas é possível atingir diretamente a população com informações necessárias para a prevenção e diminuição da incidência das doenças, e direcionadas para o perfil dos indivíduos mais afetados, como no caso das neoplasias, doenças sexualmente transmissíveis, doenças cardiovasculares, entre outras. Na estimativa do Ministério da Saúde para o ano de 2010, estava previsto a ocorrência de 14.120 casos novos de câncer de boca no Brasil. Apesar do crescente aumento no número de casos de câncer, podemos observar avanço nos métodos de tratamento, que possibilitam uma sobrevida maior para estes pacientes, principalmente quando a doença é diagnosticada em estágios iniciais. Desde 2011 participamos do Show Rural Coopavel, e observamos que o evento proporciona o nosso acesso a população que apresenta um perfil para o desenvolvimento do câncer bucal, que são homens, na quarta e quinta década de vida, tabagistas, etilistas crônicos e que se expõe ao sol diariamente. Na atividade desenvolvida durante evento de 2012, que aconteceu entre os dias 06 a 10 de fevereiro, foi possível examinar 220 pessoas e orientar 115 pessoas. Das pessoas examinadas, 72 apresentaram alteração e foram encaminhadas para atendimento na Unidade de Saúde de seu município. As atividades foram desenvolvidas em parceria com o Hospital Nossa Senhora da Salete, e como trabalhamos com uma população que apresenta hábitos que aumentam o risco da ocorrência do câncer de boca, consideramos que esta campanha conseguiu levar informações que podem ajudar esta população a mudarem suas atitudes, prevenindo assim a ocorrência da doença.

¹ Docente, Mestre, Odontologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Campus de Cascavel, Email: Adrianemartins@unioeste.br

² Discente, Odontologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Campus de Cascavel.

³ Docente, Mestre, Odontologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Campus de Cascavel.

⁴ Docente, Doutor, Odontologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Campus de Cascavel.

Contexto da ação

A Promoção da saúde bucal, no seu sentido mais amplo, é uma ação global objetivando a melhoria na qualidade de vida das pessoas com foco na odontologia. Saúde bucal é só uma pequena parte de todo. Da mesma forma, pode-se considerar que a prevenção específica ou o tratamento de qualquer doença constituem outras parcelas deste novo e amplo movimento (ADAMS E PINTUS, 1994).

O trabalho de promoção de saúde e prevenção às lesões que podem ou não ser potencialmente cancerizáveis é de suma importância devido a uma abrangência de informações e orientações à população, recebendo assim devida assistência de profissionais da área da saúde visando prevenir, diagnosticar e/ou tratar qualquer ameaça à integridade oral e geral das pessoas.

É possível afirmar que de modo que as atividades desenvolvidas pelo projeto consigam atingir seus objetivos, será provável uma diminuição na incidência das lesões apresentadas pelas pessoas atendidas, desta forma havendo uma melhoria significativa para a saúde na região. Caso consigamos realizar com sucesso esta iniciativa, será demonstrada a efetividade do trabalho no projeto de extensão à comunidade.

Em média, 3.000 brasileiros morrem por ano vítimas dessa doença. Essas mortes poderiam ser evitadas se o câncer fosse descoberto em estágio inicial. 65% dos casos de câncer bucal são identificados em fase avançada. Geralmente as pessoas não procuram o tratamento odontológico por ser muito caro para o padrão financeiro do trabalhador brasileiro. Segundo o Instituto Nacional de Câncer (Inca), o Brasil registra cerca de 10 mil novos casos da doença por ano.

A multicausalidade é frequente na formação do câncer (carcinogênese). Pode ser exemplificada pela associação entre álcool, tabaco e residência na zona rural e o câncer de esôfago, e entre álcool, tabaco, chimarrão, churrasco e o cozimento de alimentos em fogão a lenha e o câncer da cavidade bucal. A interação entre os fatores de risco e os de proteção a que as pessoas estão submetidos pode resultar, ou não, na redução da probabilidade delas adoecerem. Nestas associações, os fatores de proteção determinados foram, respectivamente, o consumo de frutas cítricas e vegetais ricos em caroteno. (BRASIL, 2013)

O câncer bucal se caracteriza por lesões, normalmente indolores, na mucosa e na parte externa dos lábios, na língua e em toda a região interna da boca. Pode-se suspeitar da existência desse câncer quando essas feridas persistem por mais de 20 dias. Ulcerações superficiais e indolores com menos de dois centímetros de diâmetro, que podem sangrar ou não, e manchas esbranquiçadas ou avermelhadas nos lábios ou na mucosa bucal são outros sintomas da doença. Em nível avançado, o câncer de boca pode levar a dificuldades de fala, de mastigação e da deglutição, ao emagrecimento acentuado, à dor e à presença de linfadenomegalia cervical (íngua no pescoço).

Detalhamento das atividades

As atividades foram desenvolvidas por acadêmicos e docentes do curso de Odontologia da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), e contou com as seguintes ações:

1. Distribuição de folder educativo sobre saúde bucal, elaborado com linguagem de fácil entendimento e com informações objetivas sobre Saúde Bucal, abordando, doença periodontal, cárie, câncer bucal, higienização e halitose.



Figura 1 – Distribuição de Folder Educativo



Figura 2 – Folder Educativo

2. Realização de Anamnese com ficha do Hospital Erasto Gaertner, que possibilita a identificação dos pacientes com risco para câncer bucal, o levantamento de dados epidemiológicos, e o encaminhamento para atendimento quando necessário.



Figura 3 – Anamnese dos pacientes

FICHA	
Município de Cáceres-PI Hospital Erasto Gaertner-Cáceres	
Prevenção e Diagnóstico de CÂNCER BUCAL	
Município de Cáceres-PI	
1- Nome do paciente	_____
2- Data	___/___/2012
3- Nome	_____
4- Endereço	_____
5- Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino
6- Idade	___ anos
7- Estado Civil	<input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Solteiro <input type="checkbox"/> Viúvo <input type="checkbox"/> Divorciado
8- Escolaridade	<input type="checkbox"/> Analfabeto <input type="checkbox"/> Até 20 anos <input type="checkbox"/> 21 a 40 anos <input type="checkbox"/> 41 a 50 anos
9- Profissão	_____
10- Hábitos	<input type="checkbox"/> Não fuma <input type="checkbox"/> Fuma <input type="checkbox"/> Não bebe álcool <input type="checkbox"/> Bebe álcool
11- História de Câncer	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Câncer de Boca) <input type="checkbox"/> Sim (Câncer de Mama) <input type="checkbox"/> Sim (Câncer de Estômago)
12- História de Doenças	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Diabetes) <input type="checkbox"/> Sim (Hipertensão) <input type="checkbox"/> Sim (Doença Renal)
13- História de Trauma	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Quilomastectomia) <input type="checkbox"/> Sim (Trauma)
14- História de Uso de Medicamentos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Quimioterapia) <input type="checkbox"/> Sim (Radioterapia)
15- História de Uso de Tabaco	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Cigarro) <input type="checkbox"/> Sim (Cigarro e Álcool)
16- História de Uso de Alcool	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Cerveja) <input type="checkbox"/> Sim (Vinho) <input type="checkbox"/> Sim (Destilado)
17- História de Uso de Drogas	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Cocaína) <input type="checkbox"/> Sim (Heroina) <input type="checkbox"/> Sim (Alcool)
18- História de Uso de Outras Substâncias	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outras)
19- História de Uso de Outros Medicamentos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
20- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
21- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
22- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
23- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
24- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
25- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
26- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
27- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
28- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
29- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
30- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
31- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
32- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
33- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
34- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
35- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
36- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
37- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
38- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
39- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
40- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
41- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
42- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
43- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
44- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
45- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
46- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
47- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
48- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
49- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
50- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
51- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
52- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
53- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
54- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
55- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
56- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
57- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
58- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
59- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
60- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
61- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
62- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
63- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
64- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
65- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
66- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
67- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
68- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
69- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
70- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
71- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
72- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
73- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
74- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
75- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
76- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
77- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
78- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
79- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
80- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
81- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
82- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
83- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
84- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
85- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
86- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
87- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
88- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
89- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
90- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
91- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
92- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
93- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
94- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
95- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
96- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
97- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
98- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
99- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)
100- História de Uso de Outros Produtos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Outros)

Figura 4 – Ficha Utilizada na Anamnese

3. Realização de exame bucal com objetivo de prevenir o câncer bucal, através da identificação de lesões bucais que possuem potencial carcinogênico. Durante o exame também foi esclarecido às dúvidas sobre cuidados bucais e doenças que atingem a cavidade bucal, sendo realizada a orientação individual conforme a necessidade.



Figura 5 – Realização de Exame Bucal



Figura 6 – Realização de Exame Bucal

4. Orientação sobre técnicas de higienização bucal, tanto da cavidade bucal, como das próteses dentárias.



Figura 7 – Orientações



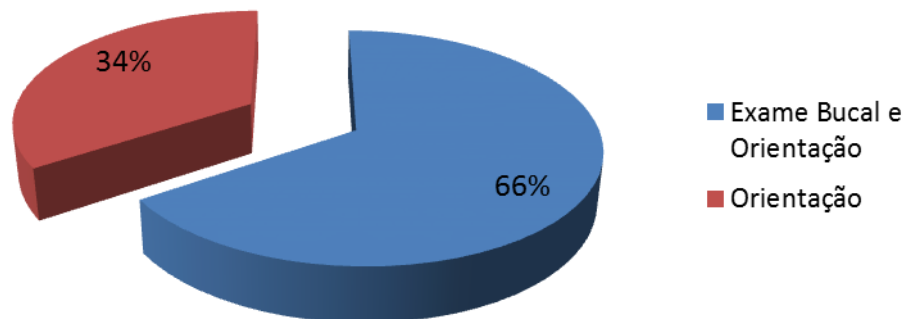
Figura 8 – Orientações

Análise e discussão

As atividades foram desenvolvidas durante o Show Rural Coopavel realizada entre os dias 06 a 10 de fevereiro de 2012, em parceria com o Hospital Nossa Senhora da Salete, e participaram da atividade 16 pessoas, sendo 3 professores e 13 acadêmicos.

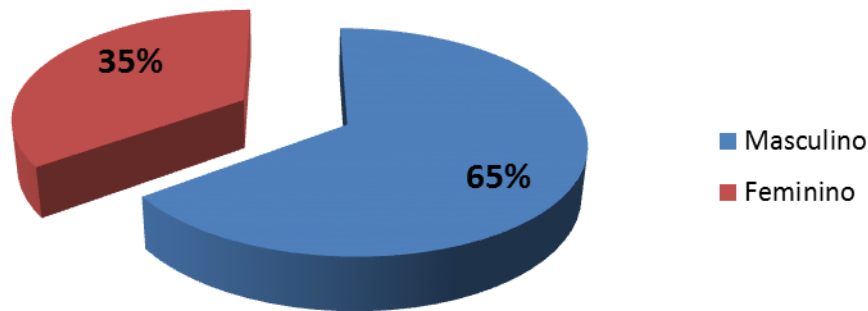
Durante os cinco dias de evento realizou-se um total de 335 atendimentos, como pode ser observado na Figura 9 sendo que do total de pessoas examinadas, 33,63% (n= 74) apresentaram pela menos uma alteração bucal. Estes dados confirmam a importância de ser realizadas campanhas de orientação e exames bucais, que são estratégias bem aceitas pela população.

Figura 9 - Distribuição das atividades desenvolvidas durante o Show Rural 2012 (n=335)



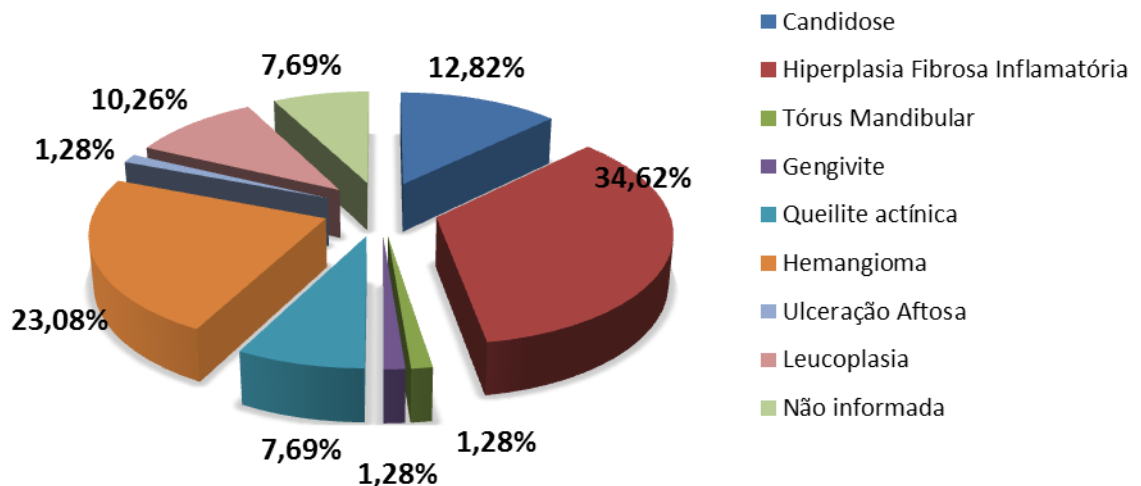
A distribuição por gênero dos indivíduos com lesão bucal pode ser observada na figura 10, e considerando que o evento é direcionado a população rural observou-se uma maior participação de homens, que normalmente não frequentam as Unidades Básicas de Saúde.

Figura 10 - Distribuição por gênero dos indivíduos examinados durante o Show Rural 2012



A distribuição das lesões identificadas está descrita na Figura 11, e destacamos que a maior parte das hipóteses são de processos proliferativos não neoplásicos, representando 34,62% das hipóteses e neoplasias benignas, como o hemangioma (23,08%). No entanto, foram identificadas lesões compatíveis com leucoplasia (10,26%) e queilite actínica (7,69%) que possuem potencial carcinogênico e devem ser tratadas e acompanhadas para evitar que evoluam para uma lesão de câncer bucal.

Figura 11 - Distribuição das hipóteses diagnósticas durante o Show Rural 2012



Em comparação ao trabalho de Miranda et al. (2011), onde houve um estudo de prevalência de queilite actínica em 1539 indivíduos de uma população rural que ficavam expostos ao sol durante o trabalho, foram encontrados 141 (9,16%) casos, percentual semelhante ao que encontramos nesta atividade.

Em contraponto, houve uma diferença nos valores apresentados por Oliveira et al. (2010), em pesquisa realizada em 394 pessoas onde foram encontrados 7 (1,77%) registros de casos de leucoplasia e 4 (1,01%) casos de queilite actínica,

enquanto nesta campanha foram examinadas 335 pessoas, sendo identificado 8 (10,26%) casos de leucoplasia e 6 (7,69%) casos de queilite actínica.

Considerações finais.

O desenvolvimento deste projeto possibilitou a introdução de informações úteis à comunidade, atraiu a atenção da população visitante do show rural, obtendo dados significativos não somente à universidade, mas a todo o sistema de saúde cuja preocupação é a melhoria gradual e o progresso da divulgação e conscientização da população.

Conseqüentemente, a atividade proporcionou um aprendizado na carreira de todos os participantes que, ao estarem cientes da situação geral e/ou local das pessoas examinadas, adquirem um conhecimento cada vez maior na maneira de tratamento na comunidade.

Considerando que o trabalhador rural se enquadra no perfil da população de maior incidência para ocorrência do Câncer de boca, por apresentarem o hábito do tabagismo e etilismo, e estarem expostos ao sol, consideramos que foi extremamente importante esta campanha.

Portanto, é possível afirmar que a realização do trabalho beneficiou a todos os envolvidos e tende a crescer, na medida em que todo o conhecimento e informação discutidos no trabalho possam ser disseminados e discutidos.

REFERÊNCIAS

ADAMS,L.; PINTUS,S.- A challeng to prevailing theory and practice. Critical Public Health,5: 17 -29,1994.

BRASIL. Instituto Nacional de Câncer (INCA). Câncer [Internet] [Acesso dia 1 de Abril de 2013]. Disponível em www.inca.gov.br

BRASIL. Ministério da Saúde. Orientação e prevenção. [Internet] [Acesso dia 1 de Abril de 2013]. Disponível em www.portalsaude.saude.gov.br

OLIVEIRA, Lycia Gardênia dos Santos et al . Prevalência de lesões bucais cancerosas e cancerizáveis em pacientes ambulatoriais atendidos no FBHC de 2006 a 2007. Odontol. Clín.-Cient. (Online), Recife, v. 9, n. 2, jun. 2010 .

MIRANDA, Ana Maria Oliveira; FERRARI, Thiago Miranda; CALANDRO, Terezinha Lisieux Lopes. Queilite actínica: aspectos clínicos e prevalência encontrados em uma população rural do interior do brasil. Revista Saúde e Pesquisa, v. 4, n. 1, p. 67-72, jan./abr. 2011

XAVIER, J.C.; ANDRADE, S.C.; ARCOVERDE, C.A.L.; LUCENA, K.C.R.; CAVALCANTI, U.D.N.T.; CARVALHO, A.A.T. Levantamento epidemiológico das lesões bucais apresentadas por pacientes atendidos no Serviço de Estomatologia da Universidade Federal de Pernambuco durante o período de janeiro de 2006 a julho de 2008. Int J Dent, Recife, v.8 n.3 p.135-139, jul./set.,2009