

162

**USO DE MEDICINA ALTERNATIVA E COMPLEMENTAR POR PACIENTES COM CÂNCER DE MAMA.** *Samuel Uez, Fernando Hamilton Viera, Karin Sumino, Jorge Biazús, Nilton Xavier, José Antônio Cavalheiro, Eliane Rabin, Rodrigo Cericatto, Ana Bittelbrunn, Carlos Henrique Menke (orient.) (UFRGS).*

O presente trabalho versa sobre o uso de Medicina Alternativa e Complementar (MAC) por pacientes com câncer de mama. Segundo a Cochrane Field In Complementary Medicine, esse conceito inclui ferramentas de diagnóstico, tratamento e/ou prevenção que complementam a medicina convencional. De acordo com o National Institutes of Health, dos Estados Unidos da América, estas terapêuticas podem ser classificadas em complementares quando usadas em adição ao tratamento habitual e em alternativas quando são utilizadas em substituição a esse. A aderência crescente de pacientes à MAC e a inexistência de dados nacionais relacionados ao seu consumo, justificam o estudo de sua prevalência e características. Assim, planejou-se um estudo transversal em pacientes femininas com câncer de mama diagnosticado, no Serviço de Mastologia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, entre 1990 e 2002 com o objetivo de traçar um perfil clínico, social e demográfico destas usuárias, bem como de analisar a comunicação do uso ao médico assistente e avaliar os gastos financeiros com a MAC. Aplicou-se um questionário padronizado à amostra de 270 pacientes. Os resultados obtidos indicam uma prevalência de 46%, sendo que destas, 88% não comunicam ao médico a utilização da MAC. Observou-se ainda que 76% das usuárias referem melhora após o uso de MAC. Estes dados contribuem para um melhor conhecimento sobre estas terapias por médicos e outros profissionais da saúde. A abordagem científica desse tema, ainda incipiente no Brasil, deve despertar o interesse da comunidade médica, facilitando a integração da MAC ao tratamento oncológico e auxiliando as pacientes em escolhas informadas e esclarecidas sobre todas as opções de tratamento disponibilizadas a elas através dos meios de comunicação em massa.