

VEIGA; ANA BEATRIZ FERREIRA¹, MARINHO; PEDRO GOMES COUTO²

RESUMO

INTRODUÇÃO: O câncer de mama é o mais comum entre as mulheres e uma das principais causas de morte por neoplasia. Para incentivar a prevenção, o diagnóstico precoce e a adesão ao rastreamento, campanhas como o Outubro Rosa desempenham um papel fundamental, tornando-se uma das principais iniciativas de conscientização e estímulo à realização de exames preventivos. No Brasil, o Ministério da Saúde (MS) e o Instituto Nacional de Câncer (INCA) recomendam a mamografia bienal para mulheres de 50 a 69 anos, com base em estudos que comprovam sua eficácia na redução da mortalidade. **OBJETIVOS:** Analisar o impacto do Outubro Rosa no aumento da procura pela mamografia. **METODOLOGIA:** Estudo retrospectivo, descritivo e quantitativo, a partir da coleta de dados do Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde (DATASUS), pela ferramenta TABNET, através do Sistema de Informações de Câncer (SISCAN), referentes a Janeiro de 2020 a Dezembro de 2024. Os dados foram coletados em Fevereiro de 2025. **RESULTADOS:** No período analisado, observou-se um aumento significativo nas mamografias realizadas nos últimos três meses do ano, impulsionado pela campanha do Outubro Rosa. No entanto, o percentual de crescimento tem mostrado uma tendência de declínio ao longo dos anos. Em 2020, a média mensal foi de 154.503 mamografias, subindo para 234.188 no último trimestre, um aumento de 51,58%, o menor do período, possivelmente devido à pandemia. Em 2021, a média de 221.772 subiu para 300.609, com um aumento de 35,55%. Nos anos seguintes, apesar do aumento total de mamografias, o crescimento percentual no último trimestre foi diminuindo. Em 2022, a média mensal foi de 272.968, subindo para 326.043 (19,44%). Em 2023, a média foi de 294.019, subindo para 333.085 (13,29%). Em 2024, o aumento foi de 11,35%, com a média mensal de 293.220 e 326.488 no último trimestre. Esses dados indicam que, embora o Outubro Rosa continue a impactar a adesão ao rastreamento, seu efeito sobre o aumento das mamografias nos últimos meses do ano tem diminuído ao longo do tempo. **CONCLUSÃO:** No último trimestre do ano, que é mais influenciado pela campanha do Outubro Rosa, observou-se um aumento em relação à média anual ao longo de todo o período analisado. No entanto, o crescimento percentual tem diminuído ao longo dos anos. Isso demonstra que as campanhas de prevenção, apesar de serem eficazes, vêm apresentando menos influência no aumento percentual do número de mamografias do último trimestre.

PALAVRAS-CHAVE: Câncer de mama, Mamografia, Prevenção, Outubro Rosa

¹ UNIMA/AFYA, anabeatrizveiga0@gmail.com

² UNIMA/AFYA, pedromarinho114@gmail.com