



IMPACTOS E DESAFIOS DA CAMPANHA OUTUBRO ROSA

TARLISON MOITA PESSOA; EVARISTO NETO PINOTTI; LILIANNE DE OLIVEIRA QUEIROZ; POLIANNA EMANUELLE MOREIRA ROCHA

Introdução: O câncer de mama é o segundo tipo de câncer mais frequente em mulheres, seguido pelo câncer do colo do útero, sendo estes as principais causas de morte por câncer entre mulheres em muitos países. Em um contexto mundial, desde o final da década de 90 começaram a ser criadas campanhas para a prevenção de câncer, em 2018 no Brasil, foi criada a lei que instituiu o mês de outubro para as campanhas, sendo denominada de Outubro Rosa, realizada por instituições públicas e privadas. **Objetivo:** Identificar se os objetivos das campanhas do Outubro Rosa de instituições públicas e privadas, estão sendo alcançados. **Material e Métodos:** Trata-se de uma pesquisa do tipo revisão de literatura, na qual foram rastreados um total de 26 títulos na Biblioteca Virtual em Saúde com o uso de palavras-chave e filtros conforme os descritores em Ciências da Saúde, sendo utilizados 8 títulos mais relevantes acerca do tema escolhido. Além, da análise de 5 artigos em matérias jornalísticas publicadas na internet sobre o assunto. **Resultados:** Conforme os artigos e reportagens analisadas, foi identificado pelos autores um aumento no número de mamografias realizadas nos meses de outubro, novembro e dezembro, no entanto, nos demais meses do ano foram encontrados valores abaixo da média mensal. Foram relatados também por diferentes autores, o excesso de exames realizados fora da faixa etária do grupo da população alvo (50 a 69 anos) neste período. Geralmente as campanhas acabam utilizando mulheres jovens, o que poderia induzir a realização de rastreamento fora da população alvo. Foi observado que a falta de revisão cuidadosa das mídias em repassar as informações a população e dos próprios profissionais de saúde, têm estimulado o uso inapropriado da mamografia para fins de rastreamento, o que pode contribuir para a sobrecarga de um sistema de saúde já precarizado. **Conclusão:** Espera-se promover reflexões sobre a importância de alinhar as mensagens das campanhas ao público-alvo (50 a 69 anos) e capacitar os agentes de saúde como multiplicadores de informações corretas. Recomenda-se a intensificação de ações ao longo do ano, e não apenas em outubro.

Palavras-chave: **CAMPANHA OUTUBRO ROSA; ; CÂNCER DE MAMA; MAMOGRAFIAS**