



Pfizer reforça campanha pela mamografia no SUS a partir dos 40 anos

Objetivo é aproveitar o Dia Nacional da Mamografia, 05 de fevereiro, para mobilizar a sociedade em defesa da aprovação do Projeto de Decreto Legislativo em tramitação na Câmara dos Deputados que garante às mulheres o direito de obter a detecção precoce do câncer de mama a partir desta faixa etária

A Pfizer lançou no Brasil a campanha de mobilização social **Mamografia no SUS a partir dos 40 anos**, que visa engajar toda a sociedade para defender o direito das mulheres à realização da mamografia de forma preventiva e mais cedo no Sistema Único de Saúde (SUS), a partir dos 40 anos, diferentemente do critério atual de 50 anos. Sociedades médicas nacionais e internacionais recomendam o exame a partir dos 40 anos como a forma mais eficiente para a detecção precoce do câncer de mama, aumentando assim, a possibilidade de tratamentos menos agressivos e com taxas de sucesso mais satisfatórias^{1,2}. O **Dia Nacional da Mamografia, 05 de fevereiro**, reforça a importância do tema.

A campanha é a primeira no Brasil baseada na plataforma global da Pfizer **Unidos pela Cura (Ready for Cures)**, que tem como missão promover um ambiente de políticas públicas que incentive a detecção precoce e a inovação em saúde.

Gargalos do sistema

Segundo a Lei nº 11.664/2008, a mamografia é um direito das mulheres no SUS dos 40 aos 69 anos. No entanto, a portaria nº 61/2015 do Ministério da Saúde contraria essa lei proposta e restringe, na prática, o exame preventivo para mulheres dos 50 aos 69 anos, apesar de 40% das pacientes brasileiras serem diagnosticadas antes dos 50 anos, portanto, uma proporção significativa da população afetada desenvolve câncer de mama antes da faixa etária de triagem atendida pelo SUS³.

Mas agora, o projeto de decreto legislativo nº 679/2019, que anula os efeitos da portaria no 61/2015 e assegura o direito à realização da mamografia preventiva a partir dos 40 anos ou mais, já foi aprovado no Senado e está em tramitação na Câmara dos Deputados.



Por meio da campanha **Mamografia no SUS a partir dos 40 anos**, a Pfizer quer informar a sociedade sobre essa questão e incentivar que os brasileiros entrem na plataforma **Unidos pela Cura** (www.pfizer.com.br/unidos-pela-cura) para enviar mensagens aos deputados federais e senadores, manifestando apoio à causa e aprovação do projeto de decreto legislativo.

“Estamos confiantes de que podemos, juntamente com a sociedade, mostrar aos nossos congressistas que é hora de apoiar a Ciência, buscando acesso ao diagnóstico precoce para as mulheres brasileiras com mais de 40 anos. A iniciativa busca também empoderar a população e reforçar a voz dos cidadãos junto aos representantes legislativos”, destaca Cristiane Santos Blanch, diretora de Comunicação e Assuntos Corporativos da Pfizer Brasil.

Para o oncologista clínico Gilberto Amorim, especialista em câncer de mama, esse é um tema importante, pois a taxa de mortalidade por câncer de mama no Brasil está aumentando, enquanto em outros países a queda é significativa. “A idade média do diagnóstico de câncer de mama no país é de 53 anos, sendo que 40% dos casos têm menos de 50 anos, ou seja, uma parcela significativa de mulheres está fora da recomendação do Ministério da Saúde”, diz Dr. Gilberto Amorim que também ressalta: “Se negarmos o rastreamento a essas mulheres jovens, podemos comprometer o diagnóstico precoce de milhares de brasileiras. É hora de mudar esse cenário”.

A médica radiologista Linei Urban, especialista em imagem mamária e uma das coordenadoras da Comissão de Mamografia do Colégio Brasileiro de Radiologia (CBR), lembra que o rastreamento mamográfico está associado à redução da mortalidade pelo câncer de mama. “Dados e estudos científicos consolidados demonstram que a realização do exame anual reduz a mortalidade decorrente da doença entre 18% e 32%, sendo recomendada para mulheres acima de 40 anos”, explica Dra. Linei Urban.

O tempo que importa é agora

Além do aspecto de mobilização, a campanha é apoiada por um esforço de mídia paga em plataformas sociais, como Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter. Com o slogan **O tempo que importa é agora**, a campanha **Mamografia no SUS a partir dos 40 anos** é realizada no ambiente digital, com presença nos canais oficiais da Pfizer no Brasil, e terá continuidade nos próximos meses. As peças trazem o conceito da passagem do tempo, que é sensível para a mulher e muitas vezes vista de forma negativa pela sociedade. Mas, neste caso, a campanha reverte esse olhar, chamando a atenção para o fato de a mulher



estar numa fase da vida em que ainda tem muito para viver e, agora, é a hora de se cuidar e se prevenir.

Já a logomarca, traz uma imagem que simboliza o seio feminino e a mamografia. O texto "Mamografia a partir dos 40" é um sorriso e as formas desenhadas em rosa também podem sugerir um olho atento.

"Esse é um assunto muito relevante, tanto que na nossa associação muitas voluntárias tiveram o diagnóstico do câncer de mama antes dos 50 anos, inclusive eu aos 30, minha mãe com 44 e minha tia com 40 anos", Joana Jeker, presidente da Recomeçar Associação de Mulheres Mastectomizadas de Brasília.

Panorama da doença

Em todo o mundo, o câncer de mama é o mais incidente entre as mulheres e, no Brasil, é responsável por quase um terço de todos os diagnósticos de tumores malignos entre a população feminina, correspondendo a 29,7% da estimativa de cânceres de localização primária nas mulheres, exceto câncer de pele não melanoma⁴.

Segundo o Instituto Nacional de Câncer, a estimativa de novos casos de câncer de mama no Brasil é de 66.280 para o triênio 2020-2022.⁴ Apesar da prevenção reduzir as chances de desenvolvimento do câncer de mama, nem sempre a sua ocorrência é completamente evitável. Por isso, a combinação de prevenção e detecção precoce é fundamental para melhorar as chances de cura do câncer de mama e reduzir o risco de desenvolver metástase.

Saiba mais:

www.pfizer.com.br/unidos-pela-cura

<https://www.facebook.com/PfizerBrasil>

<https://www.instagram.com/pfizer.brasil/>

<https://www.linkedin.com/company/pfizer/>

<https://twitter.com/PfizerBr>

[#mamografianosus #unidospelacura](#)

Referências:

1. Stephen W Duffy, et al. Effect of mammographic screening from age 40 years on breast cancer mortality (UK Age trial): final results of a randomised, controlled trial. *The Lancet Oncology*. September 2020, Volume 21, Issue 9, P1165-1172. [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(20\)30398-3](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(20)30398-3)



2. Stephen W Duffy. Mammography screening reduces rates of advanced and fatal breast cancers: Results in 549,091 women. Cancer, ACS Journals, July 2020 1;126(13):2971-2979. <https://doi.org/10.1002/cncr.32859>

3. Simon SD, Bines J, Werutsky G, Nunes JS, Pacheco FC, Segalla JG, et al. Characteristics and prognosis of stage I-III breast cancer subtypes in Brazil: The AMAZONA retrospective cohort study. Breast. 2019;44:113-9.

4. MS/ INCA / Tipos de Câncer; MS / INCA / Estimativa de Câncer no Brasil, 2020; MS / SVS/DASIS/CGIAE/Sistema de Informação sobre Mortalidade, 2020.

Trabalhando juntos para um mundo mais saudável

A Pfizer investe fortemente no desenvolvimento de terapias que ajudem a prolongar e a melhorar a vida das pessoas. Os esforços se concentram na manutenção de um elevado padrão de qualidade e segurança durante os processos de pesquisa, desenvolvimento e manufatura de uma variada gama de produtos para o cuidado com a saúde. Seu portfólio global inclui medicamentos e vacinas mais conhecidos no mundo. A cada dia, seus profissionais trabalham em prol do bem-estar, da prevenção, dos tratamentos e da cura para muitas das mais importantes doenças da atualidade. Como uma das principais companhias biofarmacêuticas e inovadoras do mundo, por mais de 150 anos a Pfizer vem colaborando com os profissionais de saúde, governos e comunidades locais para apoiar e expandir a atenção e o acesso à saúde, trabalhando para fazer a diferença na vida das pessoas. Para mais informações visite o portal www.pfizer.com.br e as redes sociais da companhia: Twitter, Facebook e YouTube.

Kubix Estratégia & Comunicação
Fabiana Fontainha
fabiana.fontainha@kubix.com.br
(11) 99137-7914