

RESUMO

O câncer de mama só começa a ser percebidos como um problema de saúde de elevada importância a partir da década de 1970, quando no âmbito das transformações sociais que passava o país, o papel social das mulheres começou a se modificar, ao mesmo tempo em que novas tecnologias médicas de exames e tratamentos pareceram dar novos alentos na luta contra a doença.

Tais pressões acabam se refletindo nas políticas públicas de ampliação do número de mamógrafos por habitantes, leis, portarias, nas campanhas e documentos educativos do Ministério da Saúde.

Nesse turbilhão de informações, os movimentos sociais se tornam mais um ator de cobrança do Estado para aquisição e implementação das novidades tecnológicas.

Este trabalho busca analisar como foi construída a percepção da mídia jornalística sobre o câncer de mama e a mamografia no Brasil. Objetivamos compreender como o processo de difusão da ideia de diagnóstico precoce e do risco foi tratada nas reportagens do jornal O Globo no período de 1925 a 1999.

A metodologia empregada para esta pesquisa consiste no levantamento de material do jornal O Globo relacionado ao câncer de mama e a mamografia.

Nesse sentido, partimos do pressuposto que existe uma relação entre a percepção das mulheres acerca do câncer de mama, a divulgação midiática sob uma perspectiva de consumo da tecnologia e da produção científica, o que permite uma melhor compreensão do papel das mulheres como atores sociais no processo do controle do câncer de mama.