



Encontro Inter-regiões - Sudeste

Região Sudeste - Evento Virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00933
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal de Ouro Preto
CAMPUS	Mariana
CIDADE	Mariana
UF	MG
CATEGORIA	JO
MODALIDADE	JO01
TÍTULO	Conscientização sobre câncer mama no distrito de Monsenhor Horta - MG.
ESTUDANTE-LÍDER	Thayane Nascimento dos Santos
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Jornalismo
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Giovanna Giaretta (Universidade Federal de Ouro Preto); Rosercio Luciano Lobo Costa (Universidade Federal de Ouro Preto); Karine de Oliveira Costa (Universidade Federal de Ouro Preto); André Quiroga Sandi (Universidade Federal de Ouro Preto)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A Verbalize! Jr. é a empresa júnior do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), atuando há sete anos, sem fins lucrativos, com o intuito de proporcionar a seus membros as condições necessárias de experimentação prática dos conhecimentos teóricos apreendidos ao longo das disciplinas do curso, através do contato direto com o mercado, qualificando seus membros para atuação profissional. Assegurados nas estruturas da UFOP, amparados pela rede nacional do Movimento Empresa Júnior (MEJ) e com a orientação do tutor e professor Dr. André Quiroga Sandi, os empresários juniores propõem mecanismos e estratégias para os trabalhos entregue aos seus clientes na área da comunicação. Em sua carta de serviços, que pode ser remunerada ou não, a empresa júnior oferece os processos de assessoria de comunicação, bem como serviços mais pontuais de gerenciamento de mídias sociais, cobertura fotográfica, criação audiovisual e textual e criação de conteúdo midiático. Em 2019 a Verbalize! Jr. desenvolveu uma série de trabalhos para a comunidade, mas o trabalho apresentado aqui ganha uma significação maior por compreendermos a força que uma imagem tem na recepção, neste caso mulheres que têm ou tiveram câncer de mama, por poder pensar e refletir os processos de comunicação como algo que ressignifica vidas. O projeto fotográfico "Conscientização sobre câncer mama no distrito de Monsenhor Horta - MG" foi realizado em novembro 2019 e buscou retratar mulheres que lutaram e lutam contra o câncer de mama. Sua elaboração foi iniciada a partir da requisição do programa de saúde preventiva Estratégia de Saúde Familiar (ESF), pertencente ao Sistema Único de Saúde, da unidade de Monsenhor Horta - distrito de Mariana (MG). Os debates e as conversas realizadas com as pacientes, os responsáveis da Estratégia de Saúde Familiar (ESF) e os membros da Verbalize! Jr nortearam inúmeras questões que fomentaram o processo, apontando a importância de dar espaço a uma narrativa sobre a doença retratando através das fotografias, da captura de um momento, uma trajetória de vida que precisa ser valorizada, buscando, em muitos casos, resgatar a autoestima e a felicidade destas mulheres. A finalidade da execução desse projeto se pautou em duas principais frentes de trabalho. Na primeira, o reconhecimento da comunicação como um espaço de construção de narrativas que envolvem a capacidade de participação cívica, atentos a todos os processos dos espaços de emissão, mediação e recepção no modelo informacional da comunicação, como forma de garantir a visibilidade do assuntos abordados, neste caso a importância da prevenção e tratamento do câncer de mama, assunto muitas vezes tabu ou silenciado na sociedade. Para tanto na segunda frente, o objeto foi trabalhado e dialogado sem tabus, buscando compreendermos a importância acerca do câncer de mama e a desmistificação das questões que o rodeia cotidianamente. Nesse sentido, respectivamente, os olhares dos membros da Verbalize! Jr!, que se comprometeram com o trabalho/causa, perceberam a importância da reafirmação da autoestima de mulheres que são invisibilizadas, insistentemente, devido a padrões de beleza e para a escuta atenta dos sujeitos vitimizados nesse processo, além da ressignificação do olhar que é voltado para seus corpos. O trabalho realizado pela equipe da Verbalize Jr. contou com todo o cuidado necessário para o entendimento do processo que seria realizado, não se resumindo à uma "simples" sessão de fotografia das pacientes que passaram por aquela unidade de saúde e foram ou são atendidas pelo ESF, com o diagnóstico de câncer de mama. Foi um projeto que buscou

valorizar a autoestima destas mulheres e para tanto contou, também, com a coleta dos relatos pessoais e mensagens de apoio para a comunidade, voltado para as mulheres que estão passando pelo processo de tratamento.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

A equipe foi pensada para contemplar as diversas etapas, captação das imagens, relatos e produção do conteúdo e pós-produção das imagens, sendo que os responsáveis pela sessão de fotos foram escolhidos entre os alunos que já haviam realizado as disciplinas ligadas a discussão teóricas sobre imagem e técnicas/práticas de fotografia. Assim, os membros da Verbalize Jr., junto a Estratégia de Saúde Familiar, centralizaram seus esforços em produzir um conteúdo que fosse representativo para a comunidade de mulheres que lutam contra o câncer de mama e suas diferentes formas de lidar com a doença, sempre interseccionada pelos recortes étnicos, de gênero e de classe. Na elaboração do trabalho, algumas indagações surgiram, trazendo a preocupação do debate da comunicação no processo de construção do plano de trabalho. As questões da imagem, da semiótica e do processo de captação da narrativa como um todo, que é filtrado pela lente do jornalista, ficaram evidenciadas. Assim, para que as imagens pudessem ser registradas legitimando as trajetórias das pacientes, foi necessário o estabelecimento de um processo de escuta, o que foi feito através de entrevistas feitas não somente com elas, mas também com seus familiares ali presentes e enfermeiras da unidade, pessoas que eram, em esmagadora maioria, mulheres. Nesse plano, não foi possível que passasse despercebido o fato de que a corrente de apoio contra o câncer de mama é uma corrente, evidentemente, feminina. Mas por que utilizar a fotografia como meio de narração? Seria ela capaz de competir na escolha de determinados ângulos? Com o amadurecimento do processo de pesquisa, o grupo compreendeu que, embora a fotografia seja considerada uma imagem estática, ela é capaz de dar sentido a imagem através dos valores culturais e sociais relacionados. Por outro lado, a coleta da narrativa do grupo, com sua polifonia resultante dos diferentes capitais simbólicos - sejam eles econômicos, culturais ou sociais, assegurou o movimento circular do fazer comunicativo que se propõe a dar protagonismo a minorias historicamente marginalizadas na mandala midiática. Teríamos então um conjunto composto pela escrita e pela imagem, elementos principais que construíram a narrativa do projeto. A escolha da linguagem usada na representação dos corpos fotografados também se baseou no entendimento de que a arte de fotografar permite que novos olhares sejam voltados para temas sensíveis, que requerem ressignificação e novos enquadramentos, quebrando o estereótipo da perda de feminilidade da mulher mastectomizada ou, até mesmo, a caricatura de impotência dos sujeitos perante ao câncer, que é contraposto por Geroliza, de 44 anos, paciente da ESF que fez a retirada parcial do câncer de mama e diz que "câncer não mata, o que mata é a depressão e abaixar a cabeça." Apesar dos dados do SUS, que apontam que "o câncer de mama responde, atualmente, por cerca de 28% dos casos novos de câncer em mulheres" (<https://saude.gov.br/saude-de-a-z/cancer-de-mama>) e que no ano de 2018, foram estimados 59.700 novos casos de câncer de mama no Brasil, as modelos que protagonizaram essa ação não se deixam abater pelas estatísticas. São sujeitos de suas próprias histórias, para além de números, que estão recriando as percepções sobre seus corpos, não a partir do olhar operante do mercado da beleza, mas partindo da reafirmação de sua própria autoestima e da descentralização do discurso de medo que rodeia o câncer e desencoraja pessoas a lutarem. Esse movimento contracorrente de apelo por novas representações é dialético, circular e deve ser salientado pelas vozes autorizadas da área da mídia e da saúde, visto que ele é essencial na valorização da autoestima da pessoa acometida pelo câncer de mama e que o reconhecimento de sua legitimidade, em todos os territórios de produção dos sentidos sociais, assegura as saúdes física e mental de seus atores.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Após o contato da ESF com a Verbalize! Jr a proposta foi encaminhada internamente, através da área de Projetos da Empresa Júnior que expôs aos demais membros, sendo aprovado a execução. Na solicitação recebida a ESF pediu que o serviço fosse não remunerado e a Verbalize Jr! entendendo que é um projeto do SUS - Governo Federal, atendeu por compreender que é o retorno ao Estado do investimento na Universidade Pública. Todo o projeto foi pensado por uma equipe da Verbalize Jr! que, em contato com a ESF, organizou o deslocamento, agendamento da data e local para a execução da ação. Para a captação das imagens, relatos e produção do conteúdo os membros se deslocaram até o local do encontro com seis mulheres que vivenciaram o câncer de mama e receberam apoio na ESF de Monsenhor Horta. No distrito, o local escolhido para ambientar a produção fotográfica foi a Igreja de Monsenhor Horta, uma construção histórica, em meio à paisagem relevo mineiro, que evidencia a materialização da história, da tradição e das crenças dos moradores. Buscando estabelecer um diálogo entre a equipe da ESF e da Verbalize Jr! foi realizado uma mesa de café da manhã e com a oportunidade de explicar o processo que a Verbalize ia realizar e de troca de orientações sobre como agir e se comportar, por parte da equipe da ESF, visto que o tema é delicado. Foi respeitado o lugar de fala das enfermeiras e psicóloga, que ressaltaram a importância da cautela no trato com o tema, que vulnerabiliza especialmente as mulheres. Assim, sobressai-se a atenção e o lugar da escuta por parte dos executores do projeto, que se sensibilizaram e tornaram também subjetiva a experiência. Ainda na etapa de pré-produção, por parte das voluntárias que atendem a ESF, houve o trabalho da maquiadora, que é uma das ações mais importantes voltada para o fortalecimento da autoestima das mulheres atendidas, que têm faixa etária entre os 37 e 71 anos. O processo de captação teve início já nos bastidores com as protagonistas e também outras pessoas presentes, entre elas as enfermeiras e os familiares. As três câmeras semiprofissionais utilizadas, pertencentes ao Curso de Jornalismo da UFOP, propiciaram a captação de várias ações que ocorriam simultaneamente e, em alguns momentos, de uma cena por vários ângulos. Durante a sessão, enquanto estudantes já mais experientes com o fotojornalismo registravam os momentos, buscando as expressões mais marcantes e a representatividade contida em cada pose das fotografadas, outros membros da Verbalize! Jr. prestavam atenção aos bastidores, auxiliando e entregando às modelos os termos de direitos de imagem, buscando uma aproximação para que o ambiente estivesse mais confortável, pois em vários momentos ficou nítido a estranheza gerada pelas câmeras fotográficas. Consoante ao escopo do projeto e já á na etapa de pós-produção, selecionamos as fotos que seriam editadas e tratadas, de acordo com critérios técnicos, como enquadramento, exposição e contraste, bem como os afetivos, na valorização dos corpos femininos, respeito a sensibilidade do tema e representatividade dos signos. Buscamos realizar o mínimo de tratamento possível, apenas em aspectos de equilíbrio de cores, harmonia, exposição à luz e demais detalhes foram reparados, buscando manter a naturalidade e a beleza que foram captadas entre as mulheres retratadas. O material foi entregue pela equipe da Verbalize! Jr. para a equipe da ESF de Monsenhor Horta com sensação de dever cumprido ao propiciar a essas mulheres voz e imagem, para reafirmar suas histórias, seus valores, tradições e sua fé ao longo de toda luta vivenciada contra o câncer e, sobretudo, com o novo olhar de todos os envolvidos sobre o câncer de mama. As fotos foram postadas nas redes sociais dos envolvidos, ancorando uma campanha de conscientização a respeito dos mitos que rodeiam a doença e seu tratamento, que é oferecido amplamente e gratuitamente pelo Sistema Único de Saúde (SUS).