

Campanha Publicitária Para Alerta e Prevenção Da Anorexia¹

Janaína BRITO²
Hugor IORAS³
Meronilce REIS⁴
Maria Angela DUMELL⁵

Faculdade Interamericana de Porto Velho, Porto Velho RO.

RESUMO

Este estudo trata-se de uma campanha publicitária de alerta e prevenção a uma doença pouco conhecida e divulgada no Brasil, a anorexia. O objetivo deste trabalho é tornar a doença conhecida e popular para que todos saibam sobre a sua gravidade e como é importante o seu tratamento. O marketing social é explorado já que é utilizado para a elaboração de uma campanha institucional. Para que fosse possível conhecer o universo da doença, como ela age e como é perigosa foi realizada uma pesquisa qualitativa com o método exploratório, através de entrevistas individuais em profundidade com meninas portadoras da anorexia e familiares. Com a pesquisa observou-se que realmente um dos principais problemas da anorexia é falta de informação tanto para quem a vive quanto para quem está próximo como os familiares.

Palavras-chaves: Anorexia. Transtorno alimentar. Marketing social. Campanha publicitária.

1 INTRODUÇÃO

Os transtornos alimentares são comportamentos não comuns de pessoas em relação a seu corpo e aos seus hábitos alimentares, neste trabalho vamos falar do principal deles a Anorexia, que é considerada uma doença devido a sua seriedade e necessidade de tratamento adequado e contínuo, ela atinge principalmente as mulheres e em sua maioria jovens, que não são levadas a sério quando apresentam os sintomas da doença principalmente por estes sintomas estarem relacionados com a estética.

Anorexia não é uma doença comumente abordada no Brasil e isto é um dos principais motivos que a faz ser ignorada ou mesmo desconhecida pela maioria das pessoas. Ela não existe por ser contagiosa, infecciosa, viral, como outras doenças, a anorexia pode

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e propaganda, modalidade Campanha publicitária (conjunto/série).

² Aluna líder. Aluna do curso de publicidade e propaganda graduado em dezembro de 2012, email: janabritopp@gmail.com

³ Aluno do curso de publicidade e propaganda graduado em dezembro de 2012, email: hugor_fe7@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de publicidade e propaganda graduado em dezembro de 2012, email: meroreismake@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora Mestra e coordenadora do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda email: marrylima1@hotmail.com.

ter inúmeros causadores, todos por questões psicológicas e por isso é silenciosa. A maior motivação deste trabalho é devido a esta invisibilidade e periculosidade da doença, a sociedade, os pais, amigos, familiares precisam ser alertados, esclarecidos sobre como detectar, tratar e prevenir a Anorexia. Por este motivo apostamos na criação de uma campanha publicitária institucional de alerta e prevenção da anorexia. Acreditamos que a campanha trabalhada constantemente, com objetivos estratégicos de despertar a sociedade para o problema, aguçando a curiosidade sobre o tema de uma forma geral, conseguirá incitar a busca de informações por parte das pessoas e conseqüentemente a procura por tratamento, diminuindo assim os alarmantes números crescentes que a anorexia protagoniza no país.

A campanha será divulgada durante todo mês de Março, aproveitando a data que comemora o dia da mulher e o início das aulas nas escolas, faculdades e cursos, depois deste período à campanha segue nos postos de saúde, centros comunitários, associações, escolas, faculdades, órgãos públicos e demais locais com grande fluxo de pessoas, através de mídia impressa durante todo o ano.

2 OBJETIVO

Alertar, informar, popularizar a doença, mostrando os seus principais sintomas. Fazendo com que as meninas se conscientizem sobre a seriedade da anorexia e procurem ajuda e também que todos consigam reconhecer uma menina que esteja passando por isso e saibam ajudá-la.

3 JUSTIFICATIVA

Anorexia trata-se de uma doença muito séria e sem o conhecimento da maioria da população brasileira, que a trata como frescura, é um transtorno alimentar grave, dentre todos um dos mais importantes, foi o primeiro a ser pesquisado pela comunidade científica, porém só ganhou critérios técnicos e diagnósticos específicos na década de 1970. Não é uma doença exclusivamente feminina, mas os índices dela em homens e crianças são muito menores, os dados revelam que a maioria das pessoas que apresentam a doença são mulheres que tem idade entre 12 e 30 anos e as causas não são específicas nem diagnosticadas rapidamente, a doença muitas vezes se esconde através de outros sintomas, ou mesmo outras doenças que são decorrentes da perda excessiva de peso, da falta de vitaminas, do uso abusivo de medicamentos para emagrecer. Em pesquisa com as

portadoras e familiares de meninas que convivem com a anorexia, foi possível confirmar a teoria de que ela é uma doença psicológica e que a maioria dos casos tem início na infância, por motivos variados como educação rígida, falta de carinho, baixa autoestima, *bullying*, entre outros. O tratamento da anorexia é complexo, necessita de acompanhamento de vários tipos específicos de profissionais, o apoio da família é imprescindível e a maioria das pessoas desconhece isso.

No Brasil nunca foi realizada uma campanha publicitária que alerte de maneira eficaz e ensine como prevenir a anorexia. E é este o fator motivacional desta campanha. Pretende-se popularizar os sintomas, e os principais sinais da doença para que todos saibam como ela é e o que ela causa e possam pedir ajuda ou ajudar as pessoas próximas a elas a procurarem tratamento adequado.

O maior problema nesse caso é, principalmente como consequência, a falta do reconhecimento precoce dos sintomas (por parte dos familiares) e do fato das anoréxicas não entenderem que é uma doença e que pode matá-las outros problemas: a preocupação excessiva com o corpo; o culto à beleza; os padrões de beleza ditados pela mídia e pelo comércio; o fato de ser uma doença invisível e silenciosa. Para as anoréxicas ela é considerada um estilo de vida, uma doutrina a ser seguida. Para a família, que muitas vezes demora um tempo para percebê-la, não passa de uma fase ruim que suas meninas e mulheres estão passando.

De encontro a todas essas dificuldades para divulgar a seriedade da doença, são observados crescentes oportunidades que ajudam a fazer com que possa se obter êxito na proposta de conscientização social por meio de uma campanha publicitária. Por exemplo, hoje as mulheres estão cada dia mais conscientes sobre a importância de se cuidarem, fazerem o autoexame, para detectar câncer de mama, fazerem exames ginecológicos regularmente por causa do câncer uterino. Isso foi graças a um grande volume de campanhas publicitárias divulgadas através da televisão que é um veículo de massa atingindo assim a maior parte da população, expondo um problema sério e fazendo com que as mulheres se preocupassem mais com a sua saúde, e não só elas, pois os seus filhos, maridos, familiares também passaram a cobrá-las que se cuidassem e é neste ponto que se pretende chegar. Expor a anorexia, torná-la um problema que todos saibam enxergar e ajudar. Outro ponto importante que se mostra oportuno é a crescente crítica feita ao que se chama de “padrão de beleza”. Muitos se dizem contrários à sua existência e discursam para que ele deixe de existir, e não tornem a mulher escrava de seu próprio corpo, tentando

encontrar algo que não existe, mas aceitando-se da maneira que são, como pessoas diferentes uma das outras e encontrando a beleza no que fazem e são e não em como estão fisicamente. A própria mídia, que é sem dúvida uma vilã neste assunto, já dá sinais de mudanças ao evidenciar em algumas notícias as mortes de meninas com anorexia e aproveitarem o exemplo para discutirem o assunto e, mesmo que de forma mínima, alertar para o mal que ela causa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A campanha foi desenvolvida com base nas etapas a seguir:

1. Pesquisa sobre marketing;
2. Pesquisa sobre transtornos alimentares com ênfase na Anorexia;
3. Pesquisa exploratória, sob o método de pesquisa com entrevistas individuais em profundidade;
4. Planejamento de campanha;
5. Criação: texto e layout das peças;
6. Montagem/orçamento/finalização;

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha publicitária terá uma linguagem informativa, pretende-se mostrar os principais sintomas da anorexia para que quando o público em geral receber a mensagem saiba identificar os mesmos sintomas em pessoas próximas e ajudá-las, e também as próprias meninas que estão passando pela doença se conscientizem do quanto ela é séria e procurem ajuda.

A campanha ilustra os principais sintomas da anorexia, a queda de cabelo, magreza excessiva, distorção da própria imagem, unhas enfraquecidas, com o objetivo de mostrar para todos que assistem o que é verdadeiramente a anorexia.

5.1 CONCEITO

A anorexia não é frescura. É uma doença séria, silenciosa e que precisa de informação e tratamento.

Partindo do objetivo traçado, escolheu-se um **eixo para essa campanha**: O ALERTA contra Anorexia. Para chamar a atenção de toda a sociedade para uma doença que pode estar dentro de suas casas e por falta de informação acessível ainda não foi percebida.

Com base nesse eixo foi criado um **título da campanha**: “Todos contra a ANOREXIA”. Para que as pessoas se sintam inseridas na campanha e saibam que podem ajudar se tiverem essa informação e que, munidos dela, poderão identificar a doença onde menos imaginavam que ela existia. Inserimos também as meninas que passam por isso, mostrando de forma real os sintomas, e chamando as para a importância do tratamento.

Slogan: “Conheça, informe-se e ajude”.

O slogan da campanha reforça o título, pois se estão todos contra a doença é preciso conhecê-la, buscar mais informações sobre ela para então poder ajudar.

Frase de apoio: “Anorexia não é frescura, precisa da sua atenção e de tratamento adequado”.

A frase de apoio é embasada principalmente na pesquisa, onde foi constatado que realmente muitas pessoas veem a doença com frescura e isto é muito perigoso, pois a anorexia precisa de tratamento e ele deve ser contínuo e adequado.

Mote: “Só com informação há prevenção, saiba mais sobre ANOREXIA”. O mote da campanha nos remete ao nosso objetivo de alerta, para que a informação seja buscada por todos e que dessa maneira os pais e familiares possam prestar mais atenção em suas filhas, cuidar de seus comportamentos, dar valor a união e principalmente darem as crianças uma infância mais saudável.

5.2 Mídias

5.2.1 Mídias eletrônicas

- TV – Inserções de 60”
- Internet – Super banner (728x90px) em sites de notícias e redes sociais.
 - a) Internet – website personalizado - formato (480x368 pixels)

5.2.2 Mídias impressas

- Folders– Formato (A4 29,7x21cm)
- Cartaz – Em formato (A3 29,7x42cm)
- Jornal – Anúncio ½ página (29,7x21,4cm)

5.2.3 Ações

Palestras: Serão realizadas palestras em escolas, postos de saúde e centros comunitários para a divulgação da campanha, distribuição dos folders e explicações sobre os sintomas e informações gerais sobre a doença. As datas, locais e horários destas palestras serão divulgados no site, comunicadas aos moradores, alunos que estão próximos ao local que será realizado e a palestra será ministrada por um dos cinco profissionais envolvidos no tratamento da doença.

6 CONSIDERAÇÕES

O presente trabalho nasceu da intenção de alertar toda a sociedade sobre uma doença que é desconhecida e muitas vezes tratada sem a devida importância e seriedade pela maioria das pessoas. A anorexia é grave e precisa de atenção e tratamento adequado.

A publicidade é utilizada para vender coisas, produtos, marcas, ideias, conceitos, e com esta campanha o que se quer é que a publicidade consiga vender também o alerta e o cuidado, a todas essas jovens e mulheres e também aos seus familiares que passam por este problema e precisam de atenção e respeito. Através da pesquisa que foi realizada para a conclusão deste projeto, foi possível conhecer de muito perto o drama da doença através de cada história que nos foi relatada e dessa forma nos motivar ainda mais na esperança que esta campanha seja realmente uma forma de alertar a toda sociedade e fazer com que os números alarmantes de meninas com a doença diminuam. Descobrir que a família tem papel principal no combate à doença nos mostrou o quanto à educação, atenção, presença, compreensão e amor dos pais com os filhos principalmente na infância é fundamentais e necessários para uma formação de adultos saudáveis.

O crescimento pessoal de cada integrante do grupo envolvido neste projeto é sem dúvida indescritível, perceber o quanto essa campanha tem potencial de ajudar é compensador.

Esta campanha foi desenvolvida a nível acadêmico, porém, existe a intenção que ela seja de fato divulgada e atinja o maior número de pessoas possíveis fazendo assim com que o nosso principal objetivo seja alcançado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. São Paulo: Futura, 2002.

CORRÊA, Roberto. **Contato imediato com planejamento de propaganda**. 9 ed. Revista e ampl. São Paulo: Global, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. 1 ed. – 2º reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle** / Philip Kotler; Tradução Ailton Bomfim Brandão. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing – Edição compacta**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda**. São Paulo: Atlas, 2008.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7 ed – ver. e atual. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes insaciáveis** / Ana Beatriz B. Silva. – Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.