

## Projeto Reticências<sup>1</sup>

Arthur BARROS<sup>2</sup>

Danielle CARDOSO<sup>3</sup>

Laís FRANCHI<sup>4</sup>

Pedro Gabriel MACHADO<sup>5</sup>

Cristina JOBIM<sup>6</sup>

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

## RESUMO

O Projeto Reticências tem como objetivo elevar a autoestima e esclarecer às pessoas que estão com câncer de mama que existe uma vida saudável após a doença. O preconceito e a desinformação ainda existente colaboram para que o imaginário social ainda associe o câncer a uma sentença de morte, que quando não se concretiza, permanece como uma sombra, uma mutilação. Com boa alimentação, exercícios físicos e seguindo as indicações médicas, é possível vencer essa doença por dentro e por fora, recuperando a esperança e trazendo de volta a confiança, a autoestima e a força. Por isso o projeto tem o intuito de mostrar um outro lado do câncer de mama, o lado da beleza, da autoestima, da coragem de quem está passando ou já passou por isso, tentando reverter o modo como as pessoas enxergam esta condição.

**PALAVRAS-CHAVE:** câncer de mama; autoestima; saúde; tratamento; esperança.

## 1 INTRODUÇÃO

O câncer de mama é um grupo heterogêneo de doenças, com comportamentos distintos. A heterogeneidade deste câncer pode ser observada pelas variadas manifestações clínicas e morfológicas, diferentes assinaturas genéticas e consequentes diferenças nas respostas terapêuticas. O sintoma mais comum de câncer de mama é o aparecimento de nódulo, geralmente indolor, duro e irregular, mas há tumores que são de consistência branda, globosos e bem definidos. Os principais fatores de risco para o câncer de mama estão ligados à idade, aspectos endócrinos e genéticos. Possuem risco aumentado as mulheres com história de menarca precoce (idade da primeira menstruação menor que 12

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Publicitária.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: arthurpanziera@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: dsenecardoso@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: lsifranchi@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: pedrombtm2009@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: crisjobimh@hotmail.com.

anos), menopausa tardia (após os 50 anos), primeira gravidez após os 30 anos. Outros fatores incluem a exposição a radiações ionizantes em idade inferior a 40 anos, a ingestão regular de bebida alcoólica, mesmo que em quantidade moderada (30g/dia), obesidade, principalmente quando o aumento de peso se dá após a menopausa, e sedentarismo. História familiar, principalmente em parentes de primeiro grau antes dos 50 anos também são importantes fatores de risco para o câncer de mama e podem indicar predisposição genética associada à presença de mutações em determinados genes.

O câncer de mama identificado em estágios iniciais, quando as lesões são menores de dois centímetros de diâmetro, apresenta prognóstico mais favorável e elevado percentual de cura. A estratégia de diagnóstico precoce contribui para a redução do estágio de apresentação do câncer, a orientação é que a mulher realize a auto palpação das mamas, valorizando-se a descoberta casual de pequenas alterações mamárias. Também é recomendado que a mulher faça exames de rotina de acordo com a sua idade, esses exames como o exame clínico de mamas e o exame de mamografia podem ajudar a identificar o câncer antes de a pessoa ter os sintomas. As modalidades de tratamento do câncer de mama podem ser divididas em tratamento local e tratamento sistêmico.

- Tratamento local: Visa tratar o tumor no local, sem afetar o resto do organismo. É quando o tumor se encontra em estágio inicial e em condições favoráveis para a retirada. É realizado por meio de cirurgia e radioterapia.

- Tratamento sistêmico: São os medicamentos administrados por via oral ou diretamente na corrente sanguínea, para atingir as células cancerosas em qualquer parte do corpo. Por meio de quimioterapia, hormonioterapia e terapia biológica.

## **2 OBJETIVO**

Para o nosso trabalho, escolhemos trabalhar com a autoestima, com o intuito de mostrar um outro lado do câncer de mama, o lado da beleza, da autoestima, da coragem de quem está passando ou já passou por isso, tentando reverter o modo como às pessoas enxergam isso. Queremos mostrar que a vida continua após o câncer de mama.

Portanto nosso objetivo é através de uma imersão na vida de mulheres que superaram a doença, esclarecer às pessoas diagnosticadas com câncer de mama e seus familiares que existe uma vida saudável após o câncer. A partir disso, definimos o conceito de nossa campanha: a vida continua após o câncer de mama.

Optamos como público alvo primário, mulheres de 40 a 45 anos, de classe A, B1 e B2, que estão com diagnóstico de câncer de mama ou em tratamento. Como público alvo secundário, homens e mulheres, a partir dos 18 anos que participem do grupo de risco e familiares das pessoas que estão com câncer. E como público alvo terciário, homens e mulheres de todas as idades, das classes B1, B2 e C, que participam ativamente das redes sociais.

Principal plataforma de divulgação da campanha: Rede Social Facebook, com uma página oficial do projeto.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O preconceito e a desinformação ainda existente colaboram para que o imaginário social ainda associe o câncer a uma sentença de morte, que quando não se concretiza, permanece como uma sombra, uma mutilação.

Como identificação, adotamos o nome “Projeto reticências”, pois a palavra reticências significa algo que se prolonga, que ainda não acabou e está diretamente ligada ao nosso conceito e objetivo, complementando-se com nosso slogan: “Por um mundo mais rosa”.



Optamos pelas tonalidades de rosa como cor básica da nossa marca para definir uma ligação com o câncer de mama, o qual é mundialmente representado com a mesma cor. O degradê foi escolhido para que o logotipo não ficasse chapado e pudesse ser visualizada certa profundidade. A ilustração da figura feminina também foi escolhida para representar as mulheres, delimitando-se apenas pela sua silhueta e cabeça raspada, deste modo evitando generalizar ou estereotipar a figura feminina. As fontes foram escolhidas a partir de critérios avaliativos de clareza e delicadeza. Exatamente para dar um contraste com a mensagem de força que deseja ser passada e ser de fácil identificação pelo público. A fonte da palavra “Projeto” (Rounded Elegance) foi escolhida pela sua elegância, como o próprio nome diz e é mais neutra que a da palavra “Reticências” (Dragon is coming).

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a execução do Projeto foi desenvolvida uma página na rede social Facebook, a qual serviu como base de divulgação para, praticamente, toda a campanha, sem contar com a mídia espontânea gerada posteriormente.

Foram produzidas seis fotografias em parceria com Fabiana Reis Espaço e Beleza e Artigos de Luxo por Andrea Mascarenhas para promover a beleza de cinco mulheres que superaram o câncer de mama, postadas no Facebook durante o mês de setembro de 2015.

Em sequência às fotos, foram realizados cinco web-documentários, com cada uma dessas mulheres contando um pouco da sua vida, do diagnóstico e da recuperação. Após a divulgação online, foram organizadas exposições fotográficas em pontos estratégicos da cidade, que gerassem um grande fluxo de pessoas: na Praça Saldanha Marinho, no centro da cidade de Santa Maria; no Restaurante The Park; na CVI Refrigerantes, fábrica da Coca-Cola; e no Espaço Esmeralda (um salão de festas), em um evento organizado por diversas entidades focadas no câncer de mama em celebração ao Outubro Rosa.

#### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

##### 5.1 Página na rede social Facebook.



Link para acessar a página: <https://www.facebook.com/proreticencias/>

## 5.2 Fotografias.

### PRIMEIRA FOTOGRAFIA



**Legenda:**

“Agora elas são mais fortes, mais confiantes e mais determinadas. Mulheres de coragem tão grande que sua única alternativa foi continuar lutando, permanecendo na batalha mesmo quando muitos já teriam desistido. Simone se mostrou uma verdadeira vencedora, pois através de muita força e bravura, venceu os seus medos. E amanhã completa 31 anos, sob uma nova perspectiva de vida. Parabéns, Simone, você nos ajudou a deixar o mundo um pouco mais rosa!”

### SEGUNDA FOTOGRAFIA



**Legenda:**

“Às vezes temos que buscar força em lugares que antes pareciam não existir. Ao nosso lado, tudo inspira para a vitória, as pessoas ao redor nos dão amparo e muitas vezes, lutam conosco. Entre tantas batalhas ao longo do caminho, você conseguiu passar por cada uma delas com a persistência de poucos. Parabéns, Sílvia, por ser essa guerreira que hoje inspira muitas pessoas que buscam a mesma força. Sílvia nos ajudou a deixar o mundo um pouco mais rosa, e você?”

## TERCEIRA FOTOGRAFIA

**Legenda:**

“Você nunca saberá o quão forte é até que ser forte seja a única escolha que você tem. Lúcia é uma mulher de força tão grande que virou as chances a seu favor, agarrou a vida com vontade e por isso é chamada de vencedora em todo sentido que essa palavra carrega. Parabéns a essa mulher de força imensurável, coragem incomparável e que recebe todo respeito que uma verdadeira guerreira merece. ”

## QUARTA FOTOGRAFIA

**Legenda:**

“Coragem é continuar lutando mesmo quando o medo parece dominar, mesmo quando a insegurança parece tomar conta. É persistir com garra mesmo quando o mundo parece dizer não. Karen transformou sua realidade ao fazer a vida dizer sim, ao olhar o horizonte e enxergar força e determinação. Parabéns a essa guerreira que jamais se rende, jamais desiste e que descobre a cada dia a força infinita que mora em seu interior. ”

## QUINTA FOTOGRAFIA

**Legenda:**

“A força da qual estamos falando é aquela que está diretamente ligada ao psicológico. Você nos mostrou, através do seu modo de encarar a vida, que essa força você tem de sobra. Pessoas como você nos fazem perceber todos os dias que os problemas os quais achamos ser o “fim do mundo” são, na verdade, “uma pedra no meio do caminho”, como diria Carlos Drummond de Andrade. Uma lição que, com certeza, nos ajudou a ver a vida de uma maneira diferente e levar com mais leveza os empecilhos. Sua força nos inspira, Vera. Obrigado por ser essa mulher guerreira de coração enorme.”

## SEXTA FOTOGRAFIA

**Legenda:**

“A maioria das pessoas olha para cima, admirando as estrelas e sonhando com uma vida que poderiam ter. Essas verdadeiras guerreiras chegaram tão próximo do limite que enxergaram o valor completo da vida, subiram no alto e agarraram com força essa estrela. Agora elas não sonham em apenas alcançar o infinito, pois sentem a vida em toda sua essência.”

Obs: Abaixo da legenda de cada fotografia foi postado um pequeno texto explicando o projeto para as pessoas que fossem alcançadas pela foto, mas que não curtissem a página e não soubessem sobre o que se tratava:

“Sobre nós? Somos um projeto que trata sobre o câncer de mama, com o intuito de mostrar que é possível que uma pessoa com câncer volte a ter uma vida normal e saudável após a doença, para que assim não a associe a uma sentença de morte. Focamos principalmente na autoestima, fator muito importante na luta contra a doença. #porummundomaisrosa  
Maquiagem por Fabiana Reis Espaço Beleza e Acessórios de Luxo por Andrea Mascarenhas.”

### 5.3 Exposições.

- Exposição das fotos do projeto na Praça Saldanha Marinho, durante a 4ª edição do evento SOMA, desenvolvido pela CDL Santa Maria com apoio do Sindilojas e engajada às atividades do Outubro Rosa.



Link com o vídeo da exposição: <https://www.youtube.com/watch?v=tQ8KITxTa9E>

- Exposição das fotos do projeto no Espaço Esmeralda, durante o lançamento do documentário “Mulheres Donas de Si: Celebrando a Vida”, promovido por Marlene Seiger e Leila Moura, contando a história de 12 mulheres que também superaram o câncer de mama.



Link com o vídeo da exposição: <https://www.youtube.com/watch?v=dYJWzE4aQ5M>

#### 5.4 Web-documentários.

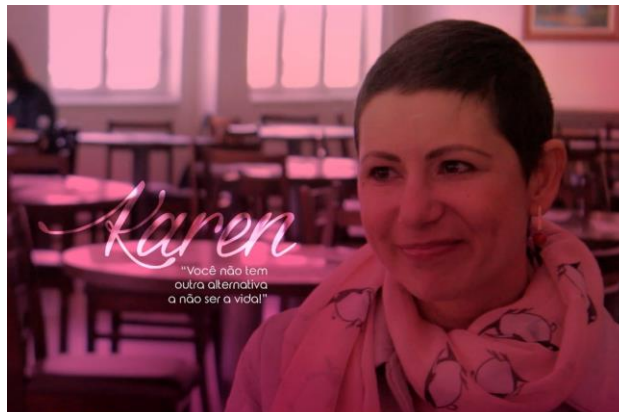
- Web-documentário falando sobre a história de superação de 5 mulheres que tiveram Câncer de Mama, dividido em 5 partes postadas semanalmente na Página Oficial do Projeto Reticências no Facebook, durante o mês de outubro/2015. Dois dias antes de cada vídeo ter sido disponibilizado, um webcard fora postado na página, anunciando o web-documentário de cada guerreira, para gerar a expectativa do público.

##### WEBCARD 1



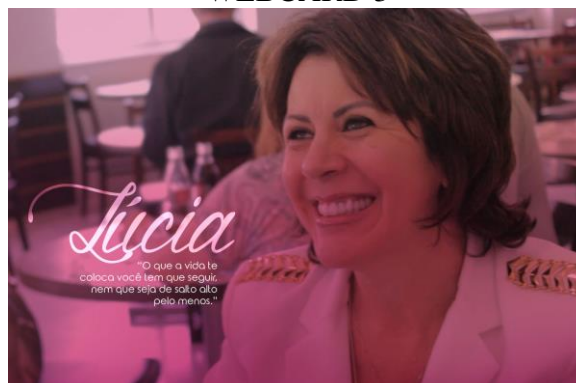
Link com o vídeo da Flávia: <https://www.youtube.com/watch?v=EKpbuqbDmB4>

##### WEBCARD 2



Link com o vídeo da Karen: <https://www.youtube.com/watch?v=wjet0p0lItc>

##### WEBCARD 3



Link com o vídeo da Lúcia: <https://www.youtube.com/watch?v=V8d1u6zSHHo>

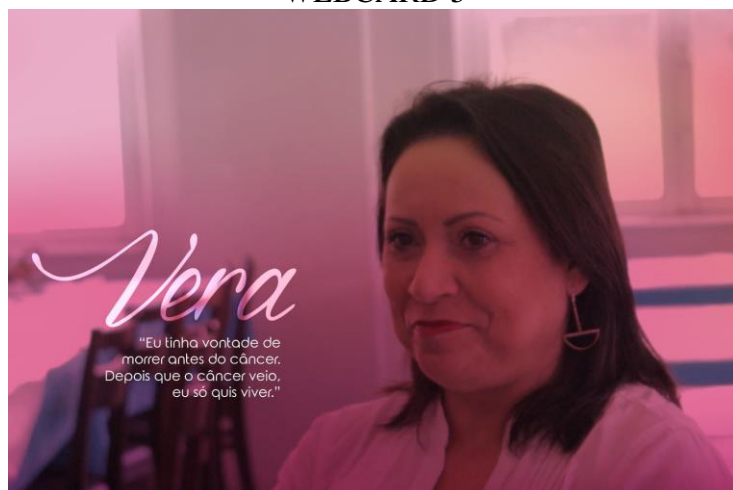


#### WEBCARD 4



Link com o vídeo da Sílvia: <https://www.youtube.com/watch?v=E85tsrP35H0>

#### WEBCARD 5



Link com o vídeo da Vera: <https://www.youtube.com/watch?v=koUAkgpkkOY>

#### 5.4 Camisetas.



#### 5.5 Making of da Sessão Fotográfica.

Link com o vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=vHpKHZnH-Bc>

## 6 CONSIDERAÇÕES

- As 6 fotos postadas geraram uma ótima recepção pelo público. A foto menos curtida na página totalizou 428 curtidas entre a publicação em si e os seus compartilhamentos. Já a foto mais curtida totalizou 1.268 curtidas entre a publicação e seus compartilhamentos e um alcance de 18.776 pessoas.

- A página conta, atualmente, com um total de 2.789 curtidas.

- O Projeto Reticências foi destaque na edição do Jornal do Almoço do dia 02 de outubro de 2015, com uma reportagem exclusiva veiculada em todo o estado do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/outubro-rosa-numero-de-mulheres-que-vence-o-cancer-de-mama-tem-crescido/4510738/>>

- O Jornal **O Diário de Santa Maria** também realizou uma entrevista com o Projeto, sendo veiculada na edição do final de semana, do dia 03 e 04 de outubro de 2015. Além de contar com um post no facebook da matéria do jornal online no dia 03 de outubro. Teve 288 curtidas, 32 compartilhamentos e 3 comentários.

Disponível em: [www.facebook.com/diariodesantamaria/posts/1009919212392533](http://www.facebook.com/diariodesantamaria/posts/1009919212392533)

- No dia 13 de novembro de 2015, o Projeto Reticências foi premiado com a Classificação Ouro na categoria Campanha Institucional do 8º Prêmio Universitário de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano.

- Após o encerramento da campanha no mês de Outubro de 2015, foi desenvolvido um videocase a fim de apresentar o projeto e os seus resultados para uma banca de professores do Centro Universitário Franciscano e homenagear as guerreiras (modelos) que participaram da execução do projeto.

Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=1xBdB7MyrZs>>.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Minha Vida, Câncer de Mama. Disponível em: <<http://www.minhavidacom.br/saude/temas/cancer-de-mama>>. Acesso em 6 de abril de 2015.

Dr. Drauzio Varela, Câncer de Mama. Disponível em: <<http://drauziovarella.com.br/mulher-2/cancer-de-mama/cancer-de-mama/>>. Acesso em 6 de abril de 2015.

Mulher Consciente, Câncer de Mama: sobre o câncer. Disponível em: <<http://www.mulherconsciente.com.br/cancer-de-mama/sobre-o-cancer/>>. Acesso em 13 de julho de 2015.