

A FOTOGRAFIA COMO FORMA DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DO AUTOCUIDADO

Eduarda Dutra de Oliveira, Alice Vitória da Silva de Oliveira, Alison Lima Amaral Moreira, Ana Beatriz Lacerda de Brito, Ana Vitória Soares Macedo, Claudia Mara Stapani Ruas, Elton Tamiozzo de Oliveira, Fernanda Lara de Souza Tejada, Geovana Ferreira Guimaraes, Júlia Soares Mônaco, Julia Victoria Oliveira Marinho, Juliane de Oliveira Quadros, Thiago Rodrigues de Oliveira

Universidade Católica Dom Bosco - Avenida Tamandaré, 6000, Jardim Seminário, 79117-900 - Campo Grande-MS, Brasil, ra189507@ucdb.br, ra197785@ucdb.br, ra197546@ucdb.br, ra196222@ucdb.br, ra196150@ucdb.br, claudia@ucdb.br, eltontamiozzo@msn.com, ra192734@ucdb.br, ra192817@ucdb.br, ra197878@ucdb.br, ra196885@ucdb.br, ra196184@ucdb.br, ra192824@ucdb.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo conscientizar, por meio da fotografia, a necessidade e a importância do autocuidado como medida preventiva contra o câncer de mama e próstata. O procedimento metodológico adotado foi a revisão bibliográfica, em livros, artigos, sites e material fotográfico que serviram como referência para o processo criativo. No ano de 2023 o Brasil tem registrado muitos novos casos de câncer de mama e de câncer de próstata, destacando a falta de informação a respeito da importância na detecção precoce para aumentar a possibilidade de tratamento e cura. Para enfrentar tabus e a desinformação, a Agência Mais Comunicação, projeto laboratório do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), em parceria com a Associação Brasileira de Assistência às pessoas com câncer (ABRAPEC) criou a exposição fotográfica Outubro Rosa e Novembro Azul. Tal parceria não apenas contribuiu para o aprendizado acadêmico como também comprovou que a comunicação eficaz pode promover mudanças sociais significativas utilizando a fotografia como uma forma de expressão.

Palavras-chave: Comunicação. Outubro Rosa e Novembro Azul. Exposição fotográfica

Área do Conhecimento: Ciências sociais aplicadas. Comunicação

INTRODUÇÃO

Para a construção deste trabalho a linguagem fotográfica, foi utilizada como ferramenta pedagógica, e isto se deve a sua popularidade conquistada ao longo dos anos pela evolução tecnológica, tornando-a acessível.

Esta acessibilidade aos recursos fotográficos transformou essa técnica em um poderoso meio de comunicação. A respeito da comunicação, a palavra comunicação deriva-se do latim *communicare*, cujo significado seria tornar comum, partilhar, trocar opiniões, conferenciar. Assim, comunicação quer dizer trocar ideias, consultar os demais, tornar comum, tornar legível, fazer-se compreendido e compreender os outros. Dessa forma, como prerrogativa, pode-se dizer que o processo comunicacional é fundamental na vida do ser humano e de acordo com Berlo (1999, p. 1) “[...] gastamos cerca de 70% do nosso tempo ativo nos comunicando: ouvindo, falando, lendo e escrevendo, ou seja, cada um de nós gasta de 10 a 12h por dia, todos os dias, em comportamento de comunicação”.

Segundo Ruas (2002), sendo a comunicação um dos principais agentes do processo social, possibilita a permuta de informações que se processa entre um emissor, que envia a mensagem e um receptor, que a acolhe. Por meio da comunicação o homem cria laços, envolve, amarra, influência, dirige, manipula, oprime, reprime, liberta. Todo processo de comunicação, independente da ferramenta a ser usada, deve ser entendido como uma transmissão de ideias, quer seja por meio da linguagem falada ou escrita, de aparelhamento técnico sonoro/visual, quer por outros meios de comunicação,

dentre eles a fotografia. Em seus primórdios, a fotografia era apenas uma imagem para efetuar registros importantes. Segundo Borges (2010, p. 152)

A imagem está presente em tudo o que rodeia o cidadão, e reafirma a sua importância dizendo que os diversos meios de comunicação e informação jornalística, publicitária ou cultural que nos envolvem e fascinam, são essencialmente fotográficos, seja na forma de imagens estáticas ou dinâmicas.

Independentemente de sua forma, imagem é um conjunto de traços, cores e elementos visuais em simultaneidade, se reconhece que a “[...] vista chega antes das palavras. A criança olha e vê, mesmo antes de poder falar”. (BERGER, 2002, p.11). Essa capacidade existente no ser humano, de perceber as coisas inicialmente pela visão, não significa uma reação somente mecânica a determinados estímulos, pois nosso olhar é voluntário. Esta foi um dos fatores que se optou pela fotografia como forma de comunicação, mas também por ter o Brasil, no ano de 2023, a estimativa de 73.610 novos casos de câncer de mama e 71.730 novos casos de câncer de próstata, sendo que neste caso trata-se da segunda causa de morte masculina, ficando atrás apenas dos tumores de pele não melanoma.

Em ambos os casos, o prognóstico é otimista quando a doença é descoberta no início. Como forma de combater tabus e desinformação relacionada aos exames, tratamento e recuperação, as exposições fotográficas, uma com a exposição de fotos sobre Outubro Rosa e a outra sobre o Novembro Azul, foram pensadas como um agente de mudança no agir do autocuidado.

Com este propósito de conscientizar foi que a Agência Mais Comunicação, projeto laboratório do curso de Publicidade e Propaganda da UCDB, criou este job com os temas “As marcas que importam” para o público feminino e “Se cuidar para estar bem”, para o masculino, todos participantes da parceira deste projeto a ABRAPEC.

De acordo com o site oficial da Abrapec (www.abrapec.org.br), esta é uma organização não governamental engajada em prestar suporte socioeconômico, de reabilitação física emocional e jurídico às pessoas em tratamento de câncer na situação de vulnerabilidade social, incluindo atendimento aos familiares e cuidadores.

Com a parceria, os envolvidos chamados de modelos são pacientes da Abrapec e foram cuidadosamente selecionados com o apoio do parceiro da Associação.

Os processos criativos envolveram ensaios fotográficos de retratos de participantes, homens e mulheres, pessoas que já tiveram câncer e estão curadas e/ou pessoas que estão ainda em tratamento. Esse trabalho utilizou a fotografia como forma de potencializar a informação de que quando o diagnóstico é realizado de forma precoce, ele está diretamente relacionado com altas taxas de cura. E isso parte do autocuidado que cada um deve ter, pois essa estratégia preventiva é eficaz na cura e acaba salvando vidas.

Com o material produzido foram realizadas as Exposições no mês de outubro de 2023, referenciando outubro rosa e em novembro, referenciando ao Novembro azul. A exposição aconteceu no espaço de um shopping da capital - Campo Grande, Pátio Avenida Shopping.

Para divulgação deste job vários post e vídeos foram criados para veiculação nas redes sociais da ABRAPEC, da UCDB e do shopping com um sucesso de público nos espaços onde foram expostas as fotografias.

O ato de fotografar consiste no processo capaz de gravar e reproduzir imagens de tudo o que nos cerca e a possibilidade também de parar o tempo, retendo uma imagem que jamais se repetirá (KUBRUSLY, 1982). Tal conceito é expandido por Silva (2009, p. 8) quando afirma que “[...] fotografar é reduzir parte da complexidade das combinadas informações do nosso cérebro a um momento de tempo e a uma fração de espaço, confinado a um plano de uma realidade existente”.

A fotografia, com a crescente evolução da tecnologia, vem sofrendo mudanças. A internet passou a ser uma das invenções mais revolucionárias com início no século passado fazendo com que o processo fotográfico fosse simplificado, saindo da necessidade de rolos de filmes para revelação até chegar a sua fase digital, possibilitada pela internet. Essa é a realidade dos nossos dias possibilitados pela internet. Com ela “[...] o mundo se tornou uma comunidade multicultural. A grande verdade é que a web suprimiu a questão das fronteiras e da distância entre os continentes”. (ROSA NETO, 1998, pg. 90).

Como consideração final constatou-se que este job contribuiu, por meio de seu conteúdo teórico, técnico e prático, fazer com que todos valorizem, preservem e respeitem mais a sua natureza passando a ser olhado com mais cuidado como um fator de prevenção. Do lado acadêmico, os alunos tiveram um aprendizado mais aprimorado em áreas como fotografia, direção de arte e redação, e também puderam comprovar que a comunicação, em suas diversas formas, promove mudanças sociais significativas, como neste caso, para a conscientização para o autocuidado e diagnóstico precoce.

Este trabalho teve como objetivo conscientizar, por meio da fotografia, a necessidade e a importância do autocuidado como medida preventiva. O procedimento metodológico adotado foi a revisão bibliográfica, em livros, artigos, sites e material fotográfico que serviram como referência para o processo criativo.

METODOLOGIA

Vislumbrando um horizonte social onde a informação pode salvar vidas, o objetivo deste trabalho foi construído delimitando-se o campo de pesquisa em dois públicos. São pacientes que fazem parte da ABRAPEC, homens e mulheres com câncer de mama ou próstata que estão em tratamento ou já em seu estágio de cura.

Com base em Minayo (1999: 53) “Concebe-se campo de pesquisa como o recorte que o pesquisador faz em termos de espaço, representando uma realidade empírica a ser estudada a partir das concepções teóricas que fundamentam o objetivo da investigação.”

O procedimento metodológico adotado foi a revisão bibliográfica, em livros, artigos e sites e material fotográfico que serviram como referência para o processo criativo, buscando esgotar o máximo possível o assunto pois como Alves (1999, p,91) assevera “A má qualidade da revisão da literatura compromete todo o estudo, uma vez que esta não se constitui em uma seção isolada mas, ao contrário, tem por objetivo iluminar o caminho a ser trilhado pelo pesquisador, desde a definição do problema até a interpretação dos resultados”.

As pesquisas que serviram como base para o processo criativo e contribuíram de forma significativa para a construção das mensagens dos temas, na linguagem fotográfica.

O processo deste job teve início com a seleção prévia dos modelos. Duas equipes formadas por oito pessoas, entre homens e mulheres, após uma minuciosa análise foram convidadas pela Agência Mais a participarem de um ensaio fotográfico. Para esta seleção e durante todo o tempo de exposição para o registro das fotos as pessoas contaram com o apoio de psicólogos e assistente social da ABRAPEC.

Além das exposições de fotografia que contou com 18 totens espalhados pelo espaço de divulgação no shopping também foram criados e veiculados post e vídeos para redes sociais.

O *job* incluiu a produção do ensaio fotográfico para os retratos, a elaboração do design dos expositores e do mote da campanha, que destacou a importância da empatia e incentivo às medidas de prevenção e diagnóstico precoce.

RESULTADOS

Foram criados os totens de exposição, sendo oito da campanha As marcas que importam, Outubro Rosa, e oito da campanha Se cuidar para estar com quem importa, do Novembro Azul. Com a exibição no Pátio Central Shopping estima-se que pelo menos 250 pessoas tenham sido alcançadas de forma direta e indireta.

Tais dados foram coletados através do alcance digital, documentos dos locais onde ocorreram as exposições, entrevistas com os modelos e espectadores da campanha. A análise incluiu principalmente a avaliação qualitativa do impacto das peças de comunicação.

Figura 1: Totens de alguns das modelos e dos modelos



Fonte: Elaboração própria

DISCUSSÃO

A fotografia, quando utilizada como ferramenta pedagógica, tem o poder de conforme afirma Borges (2010, p. 152) “[...] provocar dúvidas, gerar questionamentos e sugerir soluções na busca de resultados, tanto para artistas quanto para cientistas, e também ao homem comum, em sua contemplação desinteressada (ou não) do mundo que o cerca”.

Esta citação de Borges é a essência deste projeto da ABREC traz em seu bojo discussões importantes, mas que ainda se apresentam como tabu em nossa sociedade. Portanto, este job se pauta em reflexões que devem surgir, antes, durante e depois dos registros do aumento de câncer de mama e de próstata, pois existe uma solução simples e que pode salvar vidas: o autocuidado.

Figura 2 - Mulheres



Fonte: Elaboração própria

Figura 3 - Homens



Fonte: Elaboração própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interação do ensino, pesquisa e extensão é a premissa básica para que uma instituição de ensino seja considerada uma universidade dentro os parâmetros do Ministério da Educação. O ensino acontece no espaço das salas de aula, a pesquisa é necessária para a construção do conhecimento e extensão para ser o braço entre o espaço acadêmico e comunidade. Essa inter-relação propicia ao acadêmico a percepção de como a universidade pode, deve e faz a diferença na vida das pessoas e, por conseguinte, das comunidades.

Dentro desta relação se constrói ações desta envergadura como esta parceria com a ABRAPEC, o qual representa uma oportunidade para aliar conhecimento teóricos/técnicos, recebido em salas de aula, às atividades práticas exercidas por meio do oferecimento das oficinas oferecidas. Esses dois lados representam uma condição indispensável para o desenvolvimento completo do profissional, pois o insere na sociedade, de forma participativa, integrada e produtiva, inerente ao perfil profissional.

Ainda nesse sentido, os extensionistas do projeto Laboratório Mais Comunicação fazem parte da extensão universitária, que abarca a comunidade oferecendo, por meio da linguagem fotográfica, a informação que direciona para a importância do autocuidado.

Por fim, as considerações finais que foram se delineando ao longo deste artigo sobre a fotografia como forma de conscientização sobre a importância do autocuidado demonstram seu poder em proporcionar um olhar crítico para a desinformação.

Esta ação ao se apoderar da fotografia como uma ferramenta de comunicação, permitiu propor a todos os envolvidos, alunos e sociedade, uma reflexão sobre a maneira como enxergamos o câncer e as possibilidades de cura quando a descoberta é precoce e daí a importância do autocuidado.

REFERÊNCIAS

- ABRAPEC: **Carinho e apoio à vida**. Disponível em <https://www.abrapec.org.br/>. Acesso em: set 2023
- ALVES Alda J. **A revisão bibliográfica em teses e dissertações**: meus tipos inesquecíveis. Cadernos de pesquisa. São Paulo, nr 81, maio de 1992.
- BERGER, J. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BORGES, Marília Dammski; ARANHA, José Marcelo; SABINO, José. **A fotografia de natureza como instrumento para educação ambiental.** Ciência & Educação, v. 16, n. 1, p. 149-161, 2010.

KUBRUSLY, Cláudio. **O que é fotografia.** São Paulo: Editora Brasiliense, 2003. Coleção Primeiros Passos; 1982.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social.** Petrópolis: Vozes, 1999.

ROSA NETO, Antonio. **Atração Global:** a convergencia das mídias. São Paulo: Makron, 2008

RUAS, Claudia Mara. **Radio comunitária como fator de desenvolvimento local.** Campo Grande: UCDB: 2002.