

Projeto Hanseníase: Informação Para a Cura ¹

Beatris NEPPEL²

Daniele PITZ³

José Augusto Ferreira de CASTRO⁴

Dennys Robson GIRARDI⁵

FAE Centro Universitário, Curitiba, PR

RESUMO

No início de 2011 a FAE Centro Universitário lançou o concurso “Desafios do Milênio”, pelo qual foi oportunizado aos alunos da graduação a inscreverem Projetos dentro de cinco categorias propostas: saúde, inclusão, energia, habitação e mobilidade. Os autores apresentaram uma proposta na área de saúde, focando o combate à proliferação da hanseníase no Estado do Paraná, defendendo a informação como forma eficaz para isso. O tema foi selecionado entre os cinco finalistas e ganhou o direito de apresentar a concretização do Projeto durante a 11ª Feira de Gestão da FAE Centro Universitário em setembro de 2011. O presente trabalho apresenta os resultados desse Projeto que conseguiu impactar mais de três milhões de pessoas no Estado do Paraná, com a participação voluntária de celebridades e com custo zero para a equipe.

PALAVRAS-CHAVE: Hanseníase; propaganda; informação; cura.

1 INTRODUÇÃO

A Hanseníase é uma doença de alta transmissão e baixa patogenicidade, transmitida pelas vias aéreas. No Brasil são detectados, em média, 47 mil casos novos todos os anos. O Paraná é o único estado da Região Sul que não tem a doença controlada e identifica-se em

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Publicitária.

² Recém graduada do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, email: benepel@gmail.com.

³ Recém graduada do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, email: danizinhapitz@hotmail.com.

⁴ Aluno líder do grupo e Recém graduado do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, email: guthio@hotmail.com.

⁵ Filósofo, Mestre em Tecnologia em Saúde – PUCPR. Orientador do trabalho. Professor da FAE Centro Universitário, email: dennys.girardi@live.fae.edu.

média, 1.500 novos casos anualmente. Entende-se com controlada a existência de 10 casos novos para cada 100.000 habitantes.

A doença, antes conhecida como *lepra*, ataca os nervos e desenvolve incapacidades físicas irreversíveis que podem evoluir ao longo do tempo, provocando desde limitações funcionais até dificuldades no convívio social devido o preconceito que a doença historicamente carrega. As principais incapacidades causadas pela hanseníase estão ligadas às mãos, pés, olhos e nariz. Uma pessoa com alto grau de incapacidade perde completamente as funções dos três órgãos. A única forma de impedir a evolução das incapacidades ou o agravamento da doença é o diagnóstico e tratamento precoce. Contudo, como a população pouco sabe sobre a doença, sinais, sintomas, contágio e tratamento, os casos são diagnosticados tardiamente e os doentes já desenvolvem incapacidade antes do momento do diagnóstico. Assim, é necessário capacitar a sociedade, oferecendo informações sobre a doença e principalmente sobre os seus sinais e sintomas, favorecendo o diagnóstico precoce, contribuindo com o controle e eliminação da hanseníase no Paraná.

Vista a carência do Estado do Paraná em relação à informação e diagnóstico da hanseníase, o grupo aproveitou a oportunidade oferecida pelo concurso “Desafios do Milênio” para desenvolver este Projeto que consistiu na busca por parcerias com o governo, ONG’s e empresas privadas para propagação de informações sobre a doença. E no decorrer deste trabalho serão apresentados os resultados obtidos durante a concretização do Projeto.

2 OBJETIVO

Informar a sociedade paranaense sobre as causas, sintomas, diagnóstico e cura da hanseníase, usando para esse fim dos meios da mídia impressa e eletrônica.

3 JUSTIFICATIVA

Diante do cenário dos casos de hanseníase no Brasil que detecta milhares de novos casos todos os anos e aproximadamente 12.700 deles apresentam danos neurais e algum tipo de incapacidade no momento do diagnóstico e o fato da doença não estar controlada no Paraná, torna-se necessária a disseminação das informações sobre a doença.

A hanseníase, ao contrário do censo comum, tem cura e tratamento terapêutico, oferecido gratuitamente nas unidades básicas de saúde. Como é uma doença infecciosa que causa incapacidades e deformidades irreversíveis decorrentes dos acometimentos neurais, a

única forma de prevenir é o diagnóstico e o tratamento precoce. Para se obter o diagnóstico precoce é preciso disseminar as informações sobre os sinais e sintomas da doença. Assim, ao primeiro sinal, os indivíduos podem buscar auxílio médico e tratamento adequado.

Dessa forma, identifica-se que a maior arma contra a hanseníase e seus efeitos é a informação, sendo esse o fator motivador para a realização do Projeto, e a apresentação dele durante a 11ª Feira de Gestão da FAE que aconteceu de 20 a 22 de setembro de 2011.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 Delimitações geográficas do Projeto

O Projeto limitou-se ao estado do Paraná que ainda não tem a doença controlada, motivo pelo qual se trata de um grave problema de saúde pública.

4.2 Público Alvo

Pessoas que possuem ou possuíram hanseníase, líderes comunitários, divulgadores, religiosos, políticos, formadores de opinião, agentes de saúde e a comunidade em geral que desconhece ou pouco sabe sobre a doença.

4.3 Estratégias estabelecidas para alcançar os objetivos propostos

Para alcançar o objetivo proposto buscaram-se parcerias para utilizar os meios de comunicação para a disseminação de informações sobre a doença no estado do Paraná.

4.4 Parcerias

A equipe firmou parceria com o Movimento de Reintegração dos Atingidos pela Hanseníase - MORHAN, através do Conselheiro Nacional de Saúde e Coordenador Nacional do MORHAN, Artur Custodio, que contactou voluntários ligados à mídia nacional para participar do Projeto, dentre eles Elke Maravilha e Ney Matogrosso. O grupo firmou parceria com a Secretaria de Estado da Saúde do Paraná, através da Coordenadora

Estadual do Controle Hanseníase, Nivera Noemia Stremel, que se dispôs a auxiliar em todos os passos do Projeto.

A equipe buscou junto a empresas privadas apoio para impressão de materiais e inserção das mídias em seus canais de comunicação e recebeu da FAE Centro Universitário a infraestrutura necessária ao Projeto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Logo e identidade visual

Foi desenvolvida para o Projeto uma logomarca com cores fortes e alegres que remetesse à vida, a informação e com propósito de combater o estigma da doença e chamar a atenção da população. A identidade visual das peças seguiu a mesma linha de cores e balões remetendo a alegria e a informação.

5.2 Eventos, Materiais, Mídias e Espaços Midiáticos

5.2.1 Apoio Supermercados Condor

O Supermercado Condor cedeu gratuitamente espaços para a divulgação do Projeto Hanseníase em suas 30 lojas, sendo 12 hipermercados e 18 supermercados distribuídos pelo Estado do Paraná, nas cidades de Curitiba, Araucária, Campo Largo, Fazenda Rio Grande, Lapa, Apucarana, Londrina, Maringá, Ponta Grossa, Paranaguá e São José dos Pinhais.

A campanha teve início no dia 26 de agosto de 2011 e término em 30 de setembro de 2011.

As peças descritas a seguir foram criadas e desenvolvidas pelos integrantes desse Projeto e produzidas com apoio desse parceiro:

5.2.1.1 Anúncio impresso em Tabloide

O supermercado cedeu espaço em seu tabloide de ofertas quinzenal, sendo um anúncio de 27cm x 6cm no rodapé. A tiragem do tabloide foi de 600 mil exemplares, com distribuição entre os dias 01 a 11 de setembro de 2011 para toda a rede Condor e residências no estado.

5.2.1.2 Spot para a rádio Interna da Rede Condor

Tendo como objetivo principal “informar para curar” o roteiro para o spot foi elaborado de forma simples e direta com 30’ de duração. O roteiro foi escrito pela equipe e produzido pela Agência que atende a Rede Condor, veiculada de 29 de agosto até 29 de setembro de 2011, com inserções de hora em hora nas rádios internas das 30 lojas da rede no Paraná.

5.2.1.3 Banner para o Site Institucional Condor

A rede também cedeu espaço em seu site www.condor.com.br, onde foi inserido um banner em flash 640 x 268 Pixels, 100 K que esteve no ar de 26 de agosto a 26 de setembro de 2011.

5.2.2 Apoio da FAE Centro Universitário

A FAE além de promover o concurso “Desafios do Milênio” durante a sua 11ª Feira de Gestão também permitiu o nascimento do Projeto através de sua iniciativa e proporcionou toda infraestrutura necessária.

5.2.2.1 Stand

Durante a Feira o Projeto teve seu espaço em um stand com a infraestrutura necessária para apresentar seus materiais audiovisuais e impressos e informar aos visitantes da feira sobre a doença.

5.2.2.2 Mesa Redonda

No segundo dia de feira, 21 de setembro de 2011, o Projeto promoveu uma mesa redonda e para isso a FAE cedeu o espaço do anfiteatro para a ação. A mesa redonda promoveu uma breve discussão sobre o tema: Eliminação da Hanseníase no Paraná. Nessa ação estiveram presentes as seguintes personalidades: a artista Elke Maravilha que é militante da causa, Artur Custodio - Conselheiro Nacional de Saúde e Coordenador

Nacional do MORHAN; Nivera Noemia Stremel - Coordenadora Estadual do Controle Hanseníase, Professores da FAE, alunos e visitantes.

5.2.3 Apoio ao Movimento de Reintegração dos Atingidos pela Hanseníase – MORHAN

O MORHAN esteve presente durante todas as etapas e cedeu informações, imagens e visibilidade ao Projeto.

5.2.3.1 Direito de uso de imagens

O MORHAN possui direito de uso de imagens de artistas militantes da causa e cedeu ao Projeto o uso de imagens dos artistas Elke Maravilha e Ney Matogrosso, artistas estes que reforçaram a credibilidade e visibilidade nas peças da campanha impressa.

5.2.3.2 Presença de Elke Maravilha e Artur Custódio durante a Feira de Gestão

No dia 21 de Setembro de 2011 o Projeto recebeu durante a Feira de Gestão a presença do Artur Custódio e Elke Maravilha em seu stand, os quais também participaram da mesa redonda, dando assim maior visibilidade ao Projeto.

5.2.4 Apoio Governo do Estado do Paraná

O Governo do Estado possui departamentos específicos de combate à Hanseníase e também prestigiou o Projeto com a sua participação.

5.2.4.1 Presença de Nivera Noemia Stremel

A Coordenadora Estadual do Controle Hanseníase, Nivera Noemia Stremel, esteve no dia 21 de Setembro de 2011 visitando o stand do Projeto e também participando da mesa redonda juntamente com os outros convidados.

5.2.5 Apoio Gráfica Corgraf

Empresas privadas foram procuradas pela equipe a fim de patrocinarem e produzirem materiais impressos que seriam distribuídos durante a Feira de Gestão, dentre delas a Corgraf que produziu os folders da campanha.

5.2.5.1 Folder

Elaborado com uma linguagem simples, já que a proposta é informar de forma clara e direta, o texto e arte foram criados pela própria equipe.

A confecção de um total de 1.000 folders no formato: 29,7 cm x 21 cm, 4x4 foi patrocinado pela Gráfica Corgraf e distribuídos durante a Feira de Gestão e a mesa redonda.

5.2.6 Apoio Gráfica Pix Boureau

Esta foi outra empresa privada que cedeu a produção dos cartazes que ambientaram a feira convidaram o público para a mesa redonda.

5.2.6.1 Cartaz

Foram criados dois modelos de cartazes para o Projeto, um informativo, usando a imagem de Ney Matogrosso e outro de convite para avisar aos visitantes da feira sobre a mesa redonda. Foi produzido um total de 20 cartazes no formato 29,7 cm x 42 cm, 4x0, produzido gratuitamente pela gráfica Pix Boureau.

5.2.6.2 Adesivo

Durante a Feira de Gestão foi realizada uma ação de divulgação e conscientização desse Projeto através da distribuição de adesivos autocolantes aos visitantes a fim mobilizar as pessoas na luta e combate a hanseníase.

A confecção de um total de 1.000 adesivos no formato 6 cm x 4 cm, 4x0 foi patrocinada pela Gráfica Pix Bureau.

5.2.7 Materiais de Apoio

Os integrantes da equipe confeccionaram camisetas personalizadas para uso durante a Feira de Gestão bem como para identificar e reforçar o objetivo do Projeto proposto.

5.2.7.1 Camiseta

Foram produzidas um total de 15 camisetas na cor branca, fio 30, serigrafia 4 cores para utilização nos dias da Feira pelos integrantes. Algumas delas foram sorteadas entre os participantes na ocasião da mesa redonda.

5.2.7.2 Fita da Consciência

Ação lançada durante a mesa redonda, foram produzidas pelos integrantes, sendo uma fita em cetim azul claro 3,5 mm x 12cm presa com alfinete. Essa iniciativa foi motivada pelo fato da Hanseníase não possui uma fita com uma cor específica para simbolizar o combate à doença. Dessa forma a equipe distribuiu 250 fitas na cor azul claro para todos os participantes da mesa redonda, bem como solicitou aos militantes da causa que levassem essa ideia adiante e fizessem dessa fita azul claro um símbolo dessa luta.

5.2.7.3 Canção Tema

A cantora Olívia Figueiredo de Natal-RN, assim que teve conhecimento do Projeto teve a iniciativa de compor e produzir uma canção tema para a causa. A cantora cedeu seus direitos autorais para o Projeto e ao MORHAN para uso da canção em Campanhas e divulgação da doença. A canção teve sua estreia durante a Feira de Gestão.

6 CONSIDERAÇÕES

As ações do Projeto Hanseníase: Informação para a Cura obteve excelentes resultados e visibilidade para o tema. Segundo a analista de Marketing da rede de Supermercados Condor, Danielle Araújo, no mês em que o spot foi veiculado, cerca de 2,5 milhões de clientes passaram pelas lojas da rede. O tabloide teve uma tiragem de 670 mil exemplares, isso sem citar leitores secundários. O site da rede onde foi inserido o banner teve a visita de cerca de 100 mil internautas durante a campanha.

Durante a Feira de Gestão, cerca de 10 mil pessoas prestigiaram o evento e teve a oportunidade de conhecer o Projeto, causas, sintomas e informações sobre a Hanseníase.

Dessa forma é possível afirmar que mais de 3 milhões de pessoas tiveram a oportunidade de serem impactados pela mensagem do Projeto e tiveram algum tipo de contato sobre a doença, “ecos” esses que continuarão a impactar outras pessoas e fortalecer o movimento em prol da eliminação da Hanseníase.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Danielle. **Publicação eletrônica** [mensagem pessoal]. Mensagem Recebida por <guthio@hotmail.com> em 21 de Set. de 2011.

BAKHTIN, Mikail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes. 1992.

CONDOR. **Supermercados Condor**. Disponível em: <<http://www.condor.com.br>>. Acesso em: 20 de Set.2011.

DIVE. **Diretoria de Vigilância Epidemiológica**. Disponível em: <http://www.dive.sc.gov.br>>. Acesso em: 03 de Abr. 2012.

FEIRA DE GESTÃO. **Feira de Gestão 2011**. Disponível em: <<http://www2.fae.edu/feiradegestao2011>>. Acesso em: 01 de Abr. 2012.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura. 2000.

MORHAN. **Movimento de Reintegração do Atingidos pela Hanseníase**. Disponível em: <<http://www.morhan.org.br>>. Acesso em: 01 de Abr. 2012.

MOSS, Hugo. **Como formatar seu roteiro**. Rio de Janeiro: Aeroplano. 2002.

PORTAL DA SAÚDE. **Portal da Saúde: Ministérios da Saúde**. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br> >. Acesso em: 03 de Abr. 2012.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: Como Usar a Propaganda para Construir Marcas e Empresas de Sucesso**. Rio de Janeiro: Campus. 2003.

SANT'ANNA. Armando. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. 2002.