



## **PROJETO EU CONTINUO MULHER – UM NOVO OLHAR SOBRE A SENSUALIDADE<sup>1</sup>**

Caroline Nascimento da Silva ROCHA<sup>2</sup>

Dhiego Arlisonn Rodrigues da SILVA<sup>3</sup>

Erica Karoline Melo PESSOA<sup>4</sup>

Klinger da Silva FIGUEIREDO<sup>5</sup>

Saadya Jezine da SILVA<sup>6</sup>

Jimi Aislan ESTRAZULAS<sup>7</sup>

Faculdade Martha Falcão, Manaus, AM.

### **RESUMO**

O “PROJETO EU CONTINUO MULHER – UM NOVO OLHAR SOBRE A SENSUALIDADE” é o resultado do trabalho dos alunos de Comunicação Social, de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Martha Falcão. O ensaio fotográfico é realizado com oito mulheres amazonenses que venceram o câncer de mama e a mastectomia radical. O projeto inicial era apenas uma exposição fotográfica, no entanto, sofreu influência das novas mídias e converteu-se para uma página na web e um canal no YouTube, com vídeos próprios. Com a ajuda da internet, os idealizadores do ECM conseguiram desdobrar o projeto para proporções que ganhou música, documentário e revista. Este projeto nos permitiu explorar o conceito de convergência proposto por Henry Jenkins (2008) em um projeto social.

**PALAVRAS-CHAVES:** cultura da convergência; fotografia; mulher; câncer de mama.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na categoria V Produção Transdisciplinar, modalidade PT 13 Comunicação e Inovação.

<sup>2</sup> Estudante do 3º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, e-mail: [carolinerocha225@gmail.com](mailto:carolinerocha225@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [dhiegoarlinsonn@gmail.com](mailto:dhiegoarlinsonn@gmail.com)

<sup>4</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [ericamelofotografia@gmail.com](mailto:ericamelofotografia@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, e-mail: [klingerfigueiredo1990@outlook.com](mailto:klingerfigueiredo1990@outlook.com)

<sup>6</sup> Estudante do 3º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, e-mail: [saadyajezzine@hotmail.com](mailto:saadyajezzine@hotmail.com)

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Mestrado em Ciências da Comunicação, email: [jimiaislan@gmail.com](mailto:jimiaislan@gmail.com)



## **1. INTRODUÇÃO**

Nos dias atuais é impossível um produto não sofrer convergência midiática. Essa hibridização das novas mídias interagindo concomitante as antigas, promove maior flexibilidade e expansão de um produto ou assunto. Já não há um universo separado dos meios de comunicação, pois um único produto pode abranger o universo da imagem, do som e da escrita. Paralelo a isso, o projeto Eu Continuo Mulher feito com mulheres que venceram o câncer de mama, mescla as novas e tradicionais mídias em um projeto beneficente, onde é possível englobar todas as esferas sociais e torná-las participativas e coletivas por intermédio de uma causa social.

Este trabalho faz um levantamento das estimativas percentuais do câncer de mama mundial e nacional. Abordando, em subtópicos, cada um dos veículos de divulgação e métodos utilizados na gravação, edição e elaboração do ensaio fotográfico, do documentário, do clipe, da música e revista do ECM.

Portanto, podemos afirmar que Eu Continuo Mulher e toda a extensão deste, é resultado final de uma ideia que surgiu há cerca de oito meses pela aluna Erica Melo, e posteriormente por mais 4 alunos e um orientador, com a finalidade de fazer o bem para as pessoas. Oito mulheres que tiveram o câncer de mama e fizeram a mastectomia, foram escolhidas, com idades de 40 a 80 anos. O projeto foi dividido em quatro produtos: exposição fotográfica (ideia inicial), documentário, música/videoclipe e revista.

## **2. OBJETIVO**

Como primórdio, o projeto Eu Continuo Mulher tem como base resgatar a sensualidade de mulheres que fizeram a mastectomia radical e ampliar a beleza destas oito amazonenses através de fotos, nas quais foram apresentadas em uma exposição especial e singular para o público manauara no Dia Internacional da Mulher. Neste projeto, visamos expandir os cuidados e prevenções com o corpo e o conhecimento sobre o câncer de mama, responsável por 22% dos diagnósticos cancerígenos da população mundial. Para isso, procuramos evidenciar, em todos os aspectos do projeto, que é possível um assunto ministrado em sala de aula torna-se um projeto experimental.



### 3. JUSTIFICATIVA

Sendo o segundo tipo de câncer mais frequente e com um aumento de aproximadamente 3,1% ao ano no mundo. O câncer de mama atinge cerca de 60 mil mulheres brasileiras anualmente. Antes dos 35 anos é raro, acima desta idade a probabilidade cresce rápido e atinge um maior número de vítimas. Todas as mulheres que passaram por este câncer e tiveram que retirar uma de suas mamas, vivenciaram a baixa autoestima e os preconceitos de uma sociedade condenadora. Diante disso, os alunos integrantes do projeto tiveram a ideia de criar um ensaio fotográfico denominado Eu Continuo Mulher para mostrar a sociedade que é possível sim ser feliz e amar o seu corpo, mesmo lhe faltando uma mama. As fotos são capazes de revelar o lado mais íntimo e sensual do ser humano e representar a nossa história, por isso a fotografia foi escolhida como veículo para início deste projeto.

Diante do exposto e ao longo das imagens que coletamos ao longo do projeto, começamos sentindo a necessidade de utilizar outros materiais e transformar em produtos. Assim, as filmagens que em um primeiro momento nos serviram de base e conhecimento sobre a trajetória de vida dessas mulheres, foi transformada em documentário, onde neste momento, nos apropriamos também das concepções reais do conceito de documentário.

Escolhemos tal produção porque partimos do pressuposto que “documentário passa a ser considerado como a produção audiovisual que registra fatos, personagens, situações que tenham como suporte o mundo real (ou mundo histórico) e como protagonistas os próprios “sujeitos” da ação” (LUCENA, 2012). Portanto, nada mais próximo aos fatos e da condição humana de externar os sentimentos que as mulheres mastectomizadas sofreram ao longo desse doloroso processo que consiste o tratamento de câncer de mama.

Ao longo do projeto, ainda contamos com a colaboração de alguns parceiros, como é o exemplo do Hospital Check Up, onde nos motivou com ideias, a construir uma ideia, que englobasse não apenas o aspecto biológico da doença, mas também as transformações psicológicas que essas mulheres sofrem ao longo do tratamento. A ideia se consolidou e no presente evento, lançamos a revista, com algumas sessões voltadas até mesmo para a moda feminina, na utilização de lenços e maquiagens, para contribuir com a auto estima da mulher em tratamento.



E nos referindo a auto estima, as oito mulheres que compartilharam suas experiências, nos revelaram também, através de relatos, gestos e sorrisos, que a mulher que passa pelo tratamento de câncer de mama, adquire uma beleza mais brilhante que as demais, porque carrega em seus gestos, a sua vontade de viver. E foi a partir dessa dimensão, que resolvemos homenageá-las com um videoclipe intitulado Beleza Brasileira.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foram oito meses de elaboração e organização do projeto até que este finalmente fosse apresentado no dia 08 de março, dia escolhido propositalmente pela nossa equipe. Faltando dois meses para a realização da exposição Eu Continuo Mulher, do lançamento da revista, documentário, videoclipe e música, a equipe começou a recolher conteúdos e fazer entrevistas para as matérias da revista, para impactar o público escolhemos para a capa, a foto de uma das mulheres do projeto, sua formatação foi feita no Adobe Photoshop 15; a composição da letra da música foi criada e cantada pelo cantor amazonense Cilenio, em parceria com a banda Moinhos de Vento, os quais optaram pelo estilo musical samba-rock; foram quatro dias de gravação do videoclipe, divididos em gravação da música no Studio ABM, gravação no Hospital Check Up, gravação em um apartamento para a simulação da casa da mulher com câncer e no quarto dia, uma gravação externa com os músicos e personagens do clipe em um ponto turístico de Manaus, a Orla da Ponta Negra. Para a gravação externa do videoclipe, decidimos por não usar o tripé, assim as cenas ficariam soltas e livres, um conceito criativo de movimento adotado pela equipe, a câmera utilizada para a externa foi uma Nikon D90, a mesma que utilizamos para a gravação do documentário, com duas lentes objetivas: 35 mm e 15 mm fisheye, para as internas, optamos pela câmera Canon 5D, com objetiva 35mm. Ambas as câmeras disponibilizam de imagem FullHD, com quadro de 1920x1080 pixels. Em seguida, passamos para o processo de eleger as melhores cenas, para isso, utilizamos o Adobe Premier CS6, com o auxílio do técnico de rádio e tv da faculdade, Marcelo Sá, onde foram feitos os corte das cenas, efeitos sonoros e a colocação da trilha sonora e da música tema; antes da exposição fotográfica, nos reunimos em *brainstorm* para decidir quais ângulos seriam fotografados, técnicas a serem aplicadas e iluminação a ser usada. Escolhemos uma iluminação difusa, com *octosoft e striplight*, e com um plano de torso.



Utilizamos para fotografar, uma câmera Nikon D7100, com uma lente objetiva de 50mm, e após a selecionarmos as fotos, estas mesmas foram editadas através do Adobe Photoshop Lightroom 5 e o Adobe Photoshop CS6.

A revista foi produzida através de um levantamento documental de outras revistas referente a beleza, auto estima e saúde, posteriormente, selecionamos as matérias que entrariam na mesma e as produções foram feitas em duas semanas com as oito mulheres, médicos e blogueiros de moda.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Henry Jenkins (2008) afirma em seu livro “Cultura da convergência” que qualquer transformação tecnológica, mercadológica, cultural ou social que um produto ou assunto sofra, é chamado de convergência, e passa por mudanças em suas estruturas. Existem três conceitos dentro dessa cultura do qual iremos nos basear em apenas dois: cultura participativa e inteligência coletiva. Jenkins esclarece a cultura participativa como àquela que estabelece uma interação maior entre produtores (ECM) e consumidores (público), onde o consumidor sai da zona de conforto e passividade e passa a interagir ativamente com os produtores, modificando a forma e o conteúdo com opiniões. Chris Anderson (2006) acrescenta que essa interação torna a comunicação mais aberta e flexível. A interação com o público do ECM aumentou após o incremento do projeto na rede social (Facebook e YouTube) devido a maior acessibilidade, rapidez das conexões e fluxo dinâmico das notícias sobre o evento e afins, em consequência disso, houve uma mudança na narrativa do projeto, uma vez que a internet tem linguagem própria. Referente a essas particularidades das novas mídias, Caio Tulio Costa (2008) ressalta que qualquer interferência das novas mídias em produzir ou veicular uma informação muda sua interlocução, a sua narrativa. Por intermédio da internet, o projeto mudou sua narrativa para uma abordagem com expressões comunicativas dinâmicas e simplificadas. Essa nova narrativa transmidiática proporcionou uma transmissão mais abrangente do projeto, sem perder o foco da mensagem. A inteligência coletiva para Jenkins ocorre porque “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana” (JENKINS, Henry, 2008, pág. 30). Com a disponibilidade de informações sobre o

câncer, cuidado com o corpo e dicas de beleza e alimentação veiculadas nos media que o projeto abrange, causa certos rumores os quais são responsáveis pelo aumento do público e da visibilidade (consumo). O nosso público acaba tendo um aproveitamento maior dessas informações, pois podem estender isso para a vida diária. Ainda que o projeto tenha integrado a internet e as tecnologias para o avanço e publicidade do mesmo, também houve a participação forte das tradicionais mídias, como o rádio e jornal impresso, além da criação da revista independente do projeto ECM. Essa mistura de velhas e novas mídias contribuiu para o aumento da popularização da exposição fotográfica *Eu Continuo Mulher*.

### Documentário

A equipe, juntamente com as mulheres se reuniram no studio de RTV da faculdade Martha Falcão, para gravar o documentário, onde contaram todo o processo de tratamento da doença, suas histórias de luta e superação, preconceitos vividos. Seus medos e felicidades foram contados

Optamos por realizar o documentario em um primeiro momento – este, anterior a fotografia – no intuito de conhecer mais profundamente a trajetoria de vida dessas oito mulheres, a fim de gerar não somente com o intuito de apenas questionar sobre a suas experiências com a doença, mas também trocar momentos de vida, fortalecendo laços e contribuindo para que as outras atividades fluíssem de maneira mais natural, e singular.



**Figura 1** – Imagens do documentário *Eu Continuo Mulher*  
**Fonte:** SILVA, 2014.

Nessa fase, criamos um cronograma, onde dividimos em 4 dias as gravações, em cada dia, duas mulheres eram entrevistadas. Cada gravação apesar de ter tido tempo indeterminado para ocorrer, em linhas gerais, aconteceu entre meia hora, duas horas, variando para cada entrevistada.

Cronograma de Gravação			
Localção:	Estúdio da Faculdade Martha Falcão	Período:	19h às 22h
11/Fev	Joana Mazulo	Cidalgina Campos	
12/Fev	Sandra Conte	Juliete Santos	
13/Fev	Tereza Araújo	Maria Aérea	
14/Fev	Aurinete Alves	Maria Aldemira	
<b>Figura 2</b> – Cronograma de Gravação <b>Fonte:</b> ARLINSONN, 2014.			

As oito, compartilhavam através de um roteiro semi estruturado, suas experiências que iniciava com a sua vida antes da descoberta do cancer, o descobrimento, tratamento e superação.

<ol style="list-style-type: none"><li>1. Como você era antes do câncer?</li><li>2. Como foi a descoberta? Qual o impacto que isso causou?</li><li>3. Família, qual a importância nesse processo?</li><li>4. Quais os medos e traumas?</li><li>5. Após a retirada, perdeu a autoestima?</li><li>6. Sentiu que perdeu a feminilidade/sensualidade?</li></ol>
<b>Figura 3</b> – Roteiro de entrevista semi estruturado <b>Fonte:</b> Arlinsson, 2014.

### Exposição Fotográfica

O ensaio foi dividido em três partes, pré-produção, produção e pós-produção. Na fase de pré-produção, as oito modelos foram conduzidas ao Studio Yamada, onde cada uma das modelos pegou sua lingerie e joias, que usariam durante o ensaio, depois seguiram para o Studio de Maquiagem Priscila Albuquerque, em seguida, foram levadas para o Salão Amanda Beauty Center, para darem início a maquiagem e penteados. Enquanto isso, a equipe se reunia para decidir as poses de cada modelo. Na fase de

produção, seguimos para um studio fotográfico, onde as modelos se posicionaram para serem fotografadas, com as poses já estabelecidas, depois disso, elas ficaram a vontade para decidir em quais poses ficariam. Na pós-produção, as fotos foram selecionadas e editadas, para isso usamos o Adobe Photoshop Lightroom 5 e o Adobe Photoshop CS6. Apesar de usarmos photoshop nas edições, decidimos deixar as fotos com os aspectos mais naturais possíveis e coloridas. Utilizamos para fotografar, uma câmera Nikon D7100, com uma lente objetiva de 50mm. Uma foto de cada modelo foi escolhida e emoldurada para ser exposta no dia do evento. Por meio de um desfile, no dia do evento, procuramos enfatizar a beleza e o bem-estar destas oito mulheres consigo mesmas. Após o desfile, apresentação do documentário, música e clipe, as mulheres caminharam até onde estavam suas fotos, cobertas por um pano rosa e sustentadas por cavaletes, e retiraram o tecido, mostrando assim, a beleza que cada uma possui.



**Figura 4** – Exposição Fotográfica Eu Continuo Mulher

**Fonte:** MELO, 2014.

### **Videoclipe**

O videoclipe foi idealizado na terceira etapa do projeto, e contou com a colaboração do cantor regional Cileno, que criou a música para o projeto e compartilhou com a banda também regional Moinhos de Vento, onde montaram parceria com o nosso projeto.

O videoclipe foi gravado em quatro dias, em diferentes ambientes. Contou com a participação de uma figurante e também integrante do Projeto, que fazia o papel de filha da protagonista, que também faz parte do Eu Continuo Mulher, sendo uma das que passaram esse processo de superação.

Este produto foi lançado no dia 08 de março de 2014, no Teatro Manauara, juntamente com os demais produtos abordados neste presente trabalho.

## Revista

A revista *Eu Continuo Mulher* foi preparada em 3 semanas, e foi realizada em 3 etapas. Na primeira, um levantamento de literaturas a respeito de assuntos que tivessem relacionados a beleza, auto estima, moda, e saúde foram fundamentais para a construção desse produto. Nesta etapa, buscamos reunir as principais matérias a fim de pensarmos na estrutura que a mesma teria.

Posteriormente, finalizamos essa etapa anterior e montamos a estrutura da revista. A mesma contendo, necessariamente nesta ordem: capa, apresentação, entrevistas com duas mulheres, um quadro sobre moda (envolvendo acessórios e maquiagem), entrevista de outras duas mulheres, quadro sobre saúde (mostrando a prevenção, descoberta e superação do câncer de mama), outras duas matérias com duas mulheres e projetos e campanhas em andamento.

A revista foi lançada no dia 8 de março de 2014, juntamente com os demais produtos ditos anteriormente.



**Figura 5** – Revista *Eu Continuo Mulher*  
**Fonte:** ROCHA, 2014.

**-principal patrocinador do evento check up.**



## 5. CONSIDERAÇÕES

A exposição fotográfica, apresentação da música, do documentário, da revista e videoclipe foram apresentados em um único dia de exibição no Shopping Manauara, em Manaus, às 19h30 minutos do dia 08 de março, Dia Internacional da Mulher, e contou com a participação de um público de quase quatrocentas pessoas.

Tendo a primeira versão do videoclipe finalizada, apresentamos o clipe para algumas pessoas que estavam de fora do projeto e não sabiam sobre o evento, para nossa completa satisfação, as pessoas que assistiram ao clipe compreenderam e identificaram todos os valores que queríamos transmitir, e também identificaram a mulher que estava no videoclipe, como sendo aquela cuja beleza é nacional e superou o câncer de mama.

A importância social do projeto foi enorme, tanto para o público que assistia quanto para os que o fizeram, em especial, para as mulheres com câncer. Um novo olhar foi aberto para essa doença, já que esta é mais comum do que imaginávamos. Todos ali aprenderam que o amor próprio e a felicidade independem de qualquer beleza padrão imposta pela sociedade e pela mídia. Preconceitos de pena e condenação causados pelo câncer que estas oito mulheres vivenciaram, que são apenas uma ínfima parte das mulheres que tem ou já tiveram câncer de mama, foram visto de uma perspectiva diferente, onde o que era anormal passou a ser normal. Muito, também, foi aprendido sobre os cuidados e prevenções com o corpo, sobre alimentos saudáveis os quais combatem as células cancerígenas e a difusão do conhecimento do câncer de mama.

O Projeto Eu Continuo Mulher contou com a divulgação em três programas de TV regionais, quatro entrevista em rádios locais e uma matéria impressa em um jornal local. Os três grandes diferenciais no nosso projeto foi à proposta social fortíssima, convergência midiática e de narrativa, e repercussão e abrangência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**: uma moral provisória. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editores, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: ALEPH, 2008

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários**: conceito, linguagem e prática de produção.