

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ANA BEATRIZ ASSIS DE SOUZA

**RESGATE DA AUTO ESTIMA: O DESIGN DIGITAL COMO
FERRAMENTA NA BUSCA DA PERCEPÇÃO DA AUTO IMAGEM**

VOLTA REDONDA
2018

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**RESGATE DA AUTO ESTIMA: O DESIGN DIGITAL COMO
FERRAMENTA NA BUSCA DA PERCEPÇÃO DA AUTO IMAGEM**

Trabalho de conclusão de curso
Apresentado ao Curso de
Design, do UniFOA, como
requisito à obtenção do título
de Bacharel em Design

Aluna:
Ana Beatriz Assis de Souza

Orientador(a):
Professor Silvio Wander
Machado

VOLTA REDONDA
2018



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: RESGATE DA AUTO ESTIMA.
Elaborado por ANA BEATRIZ ASSIS DE SOUZA, apresentado publicamente
perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de
Design.

Aprovado em 04 de dezembro de 2017.

Banca Avaliadora:

SILVIO WANDER MACHADO – MESTRE – UNIFOA

Professor Orientador

MOACYR ENNES AMORIM – MESTRE – UNIFOA

Professor Avaliador

LAERT DOS SANTOS ANDRADE – MESTRE – UNIFOA

Professor Avaliador

DEDICATÓRIA

À Deus e a minha família, que sempre me dão
força em todos os momentos da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por ter me dado forças para continuar nessa batalha. Minha gratidão para meus amigos, namorado, e principalmente para minha família, que me apoiaram e me ajudaram nessa reta final de meu curso. Também deixo meu sentimento de gratidão para minha coordenadora de curso Patrícia Rocha e meu orientador Silvio Wander Machado, pela paciência e ajuda nessa reta final do meu projeto.

RESUMO

O presente projeto tem como objetivo ajudar mulheres que passaram por tratamento contra o câncer de mama, na percepção da sua autoimagem através do Design em conjunto com a fotografia; Visto que ao decorrer do tratamento, a paciente pode sofrer possíveis alterações na aparência física, limitações e impedimentos de atividades de rotina em decorrência dos efeitos colaterais da quimioterapia, estigma da doença, levando a dificuldades na sua readaptação ao cotidiano após o tratamento. Baseado na metodologia extraída do livro: “Design Thinking” (BROWN, 2010, SEBRAE, 2012), a pesquisa encontrou duas soluções para este problema: a realização de um ensaio fotográfico com quatro mulheres vítimas da doença e a criação de um ebook para a apresentação deste ensaio. Trata-se o mesmo, de um projeto de Design Social, que visa a utilização do meio digital, que além de ser uma solução sustentável também é uma ferramenta de comunicação mais efetiva, pois com esse mecanismo podemos ter fácil e rápido acesso do material, aproximando tanto as mulheres selecionadas como modelos, quanto as outras mulheres que passam pela mesma situação.

ABSTRACT

The present project aims to help women who have undergone breast cancer treatment in the perception of their self-image through Design in conjunction with photography; Since during the treatment, the patient may suffer possible changes in physical appearance, limitations and impediments of routine activities due to the side effects of chemotherapy, stigma of the disease, leading to difficulties in its readaptation to the daily after treatment. Based on the methodology drawn from the book "Design Thinking" (BROWN, 2010, SEBRAE, 2012), the research found two solutions to this problem: a photographic essay with four women victims of the disease and the creation of an ebook for the presentation of this test. This is the same of a Social Design project, which aims to use the digital medium, which in addition to being a sustainable solution is also a more effective communication tool, because with this mechanism we can have easy and fast access to the material, approaching both selected women and models, as well as other women in the same situation.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Tema.....	16
1.2 Problema.....	16
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo geral	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.3.3 Objetivos operacionais.....	16
2 JUSTIFICATIVA	17
3 MÉTODOS E TÉCNICAS	19
3.1 Imersão.....	20
3.1.1 Definição do problema.....	20
3.1.2 Real imersão	21
3.2 Análise e Síntese	22
3.3 Ideação	22
3.4 Prototipagem e Implementação.....	22
4 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	23
4.1 Por quê fazer o ensaio?	23
4.2 Como fazer esse ensaio?.....	23
4.3 Com quem e onde fazer?	24
5 DESIGN COMO FERRAMENTA DE BEM ESTAR SOCIAL	25
5.1 Design gráfico/social	25
6. FOTOGRAFIA E DESIGN	30
6.1 Fotografia e semiótica	30
6.2 Fotografia como percepção da autoimagem	32
6.3 Imagem e fotografia	34
6.3.1 Composições fotográficas.....	36
6.3.2 Princípios das composições.....	38
6.3.2 Fotografia de retrato	42
Fonte: Principais Regras de Composição na Fotografia Disponível em: www.eduardo-monica.com/new-blog	39

6.4 Análise conceitual – Arlindo Machado	44
7 A AUTO ESTIMA DAS MULHERES QUE SOFRERAM PERDAS FÍSICAS DEVIDO AO TRATAMENTO CONTRA O CÂNCER.....	47
8 MÉTODOS DE APRESENTAÇÃO DE ENSAIO FOTOGRÁFICO	51
8.1 Livro book	51
8.2 E-book.....	52
8.2.1 Recursos e formatos.....	55
8.3 Layout	56
8.4 Proporção Áurea	58
8.5 Grid	59
8.6 Forma e função	60
8.7 Fontes.....	60
9 PROJETOS SIMILARES	62
9.1 The Scar Project	62
9.2 Toque de Beleza	65
9.3. Projeto: “De Peito Aberto”	67
10 ANÁLISE E SÍNTESE	69
10.1 Análise de Similares.....	70
10.1.1 Análise de Conceito.....	71
8.2 Síntese de dados	71
10.2.1 Síntese Conceitual	72
10.2.1.1 “O espaço ilusório do extraquadro”	72
10.2.1 Síntese Projetual.....	73
11 IDEAÇÃO	75
11.1 Ensaio.....	75
11.2 Ebook.....	77
11.2.1 Geração de Layout	77
12 DESENVOLVIMENTO LAYOUT.....	80
12.1 Seleção de Capa.....	80
12.2 Páginas internas	84
12.2.1 Páginas conceituais.....	84
12.2.2 Páginas projetuais de solução	85
13 CONCLUSÃO	88

14 BIBLIOGRAFIA.....	89
ANEXOS	93
ANEXO 1 – EBOOK.....	93
ANEXO 2 – DEPOIMENTO.....	102

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Paula Dib / Designer brasileira.....	26
Figura 2 - Representação da relação triádica da semiótica peirceana.....	31
Figura 3 - Regra dos terços.....	39
Figura 4 - Ponto Focal.....	40
Figura 5 - Composição Simétrica	40
Figura 6 - Composição Radial.....	41
Figura 7 - Sobreposição	41
Figura 8 - Martha.....	42
Figura 9 - Henna	43
Figura 10 - Palácio do Planalto	45
Figura 11 – Conclave / Vaticano	45
Figura 12 - Cidadão Kane	46
Figura 13 - Livro Gisele Bündchen.....	52
Figura 14 - Exemplo de e-book.....	55
Figura 15 - Proporção Áurea.....	58
Figura 16 - Como lemos uma página	59
Figura 17 - Fontes.....	61
Figura 18 - The Scar Project 1	62
Figura 19 - The Scar Project 2	63
Figura 20 - The Scar Project 3	64
Figura 21 - The Scar Project 4	64
Figura 22 - Projeto Toque de Beleza 1	65
Figura 23 - Projeto Toque de Beleza 2	65
Figura 24 - Site Elabore	66
Figura 25 - Projeto De peito aberto 1	67
Figura 26 - Projeto De peito aberto 2	68
Figura 27 - Análise de Similares	70
Figura 28 – Extraquadro.....	72
Figura 29 - Extraquadro2	73
Figura 30 - Foto individual do ensaio	76
Figura 31 - Foto em grupo do ensaio	76
Figura 32 – Foto do Quadro: Geração de Alternativas (Layout-01)	77
Figura 33 – Geração do nome	78
Figura 34 - Seleção de fotos	79
Figura 35 - Seleção de Fotos.....	79
Figura 36 - Capa 01	80

Figura 37 - Capa 02	81
Figura 38 - Capa 03	81
Figura 39 - Capa 04	82
Figura 40 - Capa 05	82
Figura 41 - Desenvolvimento de páginas.....	84
Figura 42 - Página conceito	85
Figura 43 - Página “Câncer e Autoestima”	86
Figura 44 - Página de apresentação 1	86
Figura 45 - Página apresentação 2	87

TABELAS

Tabela 1- Design Social e Design Formal	28
Tabela 2 - Matriz de Seleção	83

ANEXOS

ANEXO 1 – EBOOK.....	93
ANEXO 2 – DEPOIMENTO	99

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho se destina na elaboração um produto que pudesse contribuir psicológica e socialmente para ajudar no resgate da autoestima de mulheres portadoras de câncer de mama que se submeteram ao tratamento padrão e tiveram alterações na sua aparência física.

Segundo Soares E. M. e Silva S.R. (2010), as duas últimas décadas houve um considerável avanço no diagnóstico e no tratamento do câncer. Destacam-se, como as principais formas de tratamento do câncer: a cirurgia, a radioterapia, a quimioterapia, a hormonioterapia, a imunoterapia e a terapia combinada que pode ser a combinação de todas as formas de tratamento do câncer. A utilização da quimioterapia antineoplásica tem se tornado uma das mais importantes e promissoras maneiras de combater o câncer. Todavia, vários fatores devem ser pontuados no seu planejamento, dentre esses a idade do paciente; seu estado nutricional; as funções renal, hepática e pulmonar, a presença ou não de infecções, o tipo do tumor, a presença de metástase e a condição de vida do paciente.

O câncer constitui um problema de saúde pública sério no Brasil, bem como mundialmente, e devido ao envelhecimento populacional de países em desenvolvimento, como o nosso, o mesmo se agravou nos últimos anos. Esta é uma doença diferenciada de outras enfermidades crônicas em virtude de sua patologia que pode provocar dor e mutilações, trazendo, também, grande impacto psicológico, levando a mesma à sentimentos negativos desde o momento que é diagnosticada. (NAKASHIMA; KOIFMAN; KOIFMAN,2012)

Pode-se destacar também que o paciente pode ter seu equilíbrio psicológico ameaçado pelas mudanças que serão necessárias no decorrer da doença e dos tratamentos, incluindo alterações em sua autoestima. Com isso, a adaptação ou o ajuste psicossocial ao câncer é um processo durante o qual cada pessoa procura controlar

seus sofrimentos, resolver problemas específicos e alcançar algum controle sobre acontecimentos desencadeados pela doença. (SOUZA, ARAÚJO, 2010)

Ao decorrer do tratamento, como o quimioterápico, podem surgir possíveis alterações na aparência física, limitações e impedimentos de atividades de rotina e com isso, esses pacientes podem apresentar problemas psicológicos, destacando-se as alterações em sua autoestima, uma vez que sua percepção sobre a imagem corporal se encontra relacionada a essa nova condição de vida. (BERTAN; CASTRO., 2010.)

Diante de tais aspectos citados anteriormente, podemos afirmar que é alta a incidência de pessoas acometidas por câncer, e por isso é preciso se atentar não apenas ao diagnóstico precoce e ao seu tratamento adequado, mas, também, à percepção que a paciente tem sobre a própria vida e imagem de si, de modo que obtenha uma boa qualidade de vida, além de se fazer necessário o cuidado de seu estado emocional, para que ,embora abalado, se mantenha saudável. Dessa forma, a autoestima que instiga as atitudes de aprovação, quanto à capacidade e valor que o indivíduo tem de si mesmo, decorrerá do estado emocional deste, ao qual seu nível de confiança estará relacionado.

Concluimos então a necessidade, de ajudar mulheres a recuperar a auto estima que elas haviam anteriormente, proporcionando o conhecimento da autoimagem para melhorar sua autoconfiança.

Através do método do design thinking e dos estudos de fotografia e confecção de métodos de apresentação, será proposto um ensaio fotográfico para contribuição da solução do problema.

1.1 Tema

O registro fotográfico da própria imagem como ferramenta para a promoção da autoestima de mulheres que atravessaram tratamentos médicos para a cura do câncer

1.2 Problema

Como utilizar o registro da autoimagem para promover bem-estar psicológico, de mulheres que atravessaram dolorosos tratamentos médicos para a cura do câncer?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Usar o design como ferramenta de bem-estar social, para ajudar mulheres que passaram por tratamentos dolorosos contra o câncer a resgatar a sua autoestima.

1.3.2 Objetivos específicos

Os objetivos que norteiam esse projeto são: ajudar na autoestima das mulheres que passaram por tratamentos no combate ao câncer de mama; e ajudar familiares e outras mulheres que descobriram precocemente a doença, a superação.

1.3.3 Objetivos operacionais

- Decompor o problema
- Coletar dados relevantes para o desenvolvimento do projeto na fase imersiva:

- Levantar dados sobre auto estima das mulheres que sofreram perdas físicas devido ao tratamento médico contra o câncer;
 - Levantar dados sobre fotografia como percepção da autoimagem;
 - Levantar dados sobre conceitos de fotografia;
 - Levantar dados sobre o design como ferramenta de bem estar social.
-
- Levantar principais similares;
 - Analisar e sintetizar os dados;
 - Fazer o ensaio de fotos;
 - Editar todas as fotos de acordo com os requisitos;
 - Gerar alternativas de apresentação do projeto;
 - Selecionar alternativa mais coerente
 - Coletar dados sobre materiais e processos
 - Desenvolver o layout final

2 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho pode ser caracterizado como um projeto de design social. Este segmento de Design, consiste em desenvolver produtos que atendem algumas necessidades específicas de cidadãos menos favorecidos ou de problemas de saúde mental ou física, e de inaptidão (PAZMINO, 2007)

Alguns desses problemas de saúde, podemos destacar aquele que vem aparecendo cada vez mais cedo na vida da mulher no Brasil e no mundo, o câncer de mama. O tratamento envolve mastectomia, quimioterapia e radioterapia, que, pelos seus efeitos físicos, podem comprometer em variados graus a autoestima, a imagem corporal e a identidade feminina daquelas que recebem o diagnóstico da doença. (BERTAN; CASTRO., 2010.)

Este tipo de câncer é a neoplasia maligna que mais atinge o sexo feminino e é responsável por cerca de 20% dos óbitos por câncer entre as mulheres. Segundo publicação do INCA (Instituto Nacional de Câncer), o câncer de mama continua a ser o mais incidente entre as mulheres, totalizando 53 casos a cada 100 mil pessoas, sendo que em 2003, esta estimativa era de 46 casos a cada 100 mil.

Além disso, em nossa sociedade atual o câncer adquiriu significados relacionados a culpa, punição, deterioração, dor e morte, agravando o sofrimento psicológico das doentes (GIMENES ,1998)

Ao passar pelo tratamento do câncer, a paciente pode aparecer com possíveis alterações na aparência física e limitações. Com isso, esses pacientes podem apresentar problemas psicológicos, destacando-se as alterações em sua autoestima, uma vez que sua percepção sobre a imagem corporal se encontra relacionada a essa nova condição de vida. (BERTAN; CASTRO., 2010.)

Essa baixa autoestima que pode ser desencadeada, pode ser definida como a ausência de afeto positivo que o indivíduo tem de si próprio, sendo de grande relevância na sua relação com os outros, fomentando seu desempenho ante seus objetivos. (ORTIZ, *et all*, 2010)

Neste sentido, é de suma importância ajudar essas mulheres a recuperar seu estado psicológico após os tratamentos para tal doença.

O presente trabalho aborda essa necessidade propondo o uso da fotografia como meio de autopercepção da beleza por trás das perdas físicas e a recuperação da autoestima. Nesse sentido propõe também a divulgação de imagens e histórias de mulheres que venceram o câncer, com o intuito de promover a ideia de que a superação da doença é possível e assim, oferecer conforto e esperança a outras pessoas que passam por situação similar.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS

Todo projeto de Design se baseia no uso de um método para se alcançar a solução tangível de um problema. Segundo Munari (2008), não devemos nos debruçar sobre um problema sem ter uma base concreta. Neste sentido, um método consiste em um caminho para compreender melhor o assunto e desenvolver uma solução que seja adequada.

Entretanto este caminho não pode ser tão determinante que impeça atalhos, de acordo com Munari,

O método de projeto, para o designer, não é absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. Isso tem a ver com a criatividade do projetista, que, ao aplicar o método, pode descobrir algo que o melhore. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista; ao contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros (MUNARI, 1998, p.11)

O método adotado pelo projeto aqui proposto é o “Design Thinking” (BROWN, 2010, SEBRAE, 2012), um modelo processual que busca uma união de interesses, onde todos os envolvidos participem de algum modo construção solução de problemas e pelo desenvolvimento do produto. O designer norteado por este tipo de abordagem projetual busca primeiramente uma imersão no problema, à procura de um entendimento que só pode ser obtido próximo ao usuário/produto para o qual pretende projetar. O que podemos dizer ser bem diferentes de outros modos de trabalho nos quais o projetista recebe o cliente em seu escritório, faz um briefing padrão e após isso senta à mesa para criar, nunca se aproximando da realidade do projeto. O designer sai das 4 paredes à procura de vivências, histórias e experiências reais; e não o faz somente para entender as necessidades dos usuários e consumidores, mas também para visualizar as possíveis barreiras *in loco*, dificilmente compreendidas sem o contato pessoal e todas essas informações obtidas em campo se transformarão em dados que delimitarão a sequência do trabalho. Se colocar no lugar do outro é fundamental, principalmente para os designers atuais. Em um mundo com tantas disparidades sociais e econômicas, não

podemos permanecer fixos no nosso meio. Precisamos dialogar e entrar em contato com diferentes realidades, pessoas, situações e profissões. Dessa forma poderemos entender melhor funcionamento desse grande sistema onde todos estamos, entrelaçados, e para o qual trabalhamos.

Para a elaboração de um projeto o “Design Thinking” divide-se em etapas, que consistem em:

- Imersão
- Análise e síntese
- Ideação
- Implementação e Prototipagem

3.1 Imersão

3.1.1 Definição do problema

Posterior a escolha do tema do projeto, teremos a análise do mesmo, que consiste em ajudar pessoas que passaram por tratamentos médicos para a cura do câncer de mama e dessa maneira tiveram consequências psicológicas, no que se refere a autoestima.

Nesta fase, o “problema” precisa ser ajustado de maneira em que caminhe junto com a elaboração do projeto, ampliando a visão do mesmo, para que se possa encontrar uma solução tangível.

O problema proposto por este projeto envolve três questões norteadoras: a autoestima das mulheres que sofreram perdas físicas devido a tratamentos contra o câncer; a fotografia como instrumento na percepção da autoimagem; e o design como

ferramenta de bem-estar social. Estas questões convergem para o problema geral proposto: o desenvolvimento de um projeto de design social que use a fotografia como um instrumento para o resgate da autoestima de mulheres que passaram por tratamentos médicos contra o câncer.

3.1.2 Real imersão

Assim como o nome diz, iremos imergir o assunto nesta fase, e para isso, é preciso conhecer os subtemas e temas que abrangem o assunto principal. Conhecendo além do foco do tema, o público no qual o projeto é destinado, usando de diversos tipos de pesquisas, e também projetos que se assemelham o mesmo.

Dessa maneira, nessa etapa serão realizadas buscas de informação, saber sobre os problemas causados pelos tratamentos contra o câncer, o que as faz se sentir com a autoestima baixa, como elas se sentiram ao descobrir o diagnóstico etc.

Após feito isso, serão pesquisados a fundo assuntos que norteiam o projeto, tais como, o design social, o uso da fotografia na autoestima de mulheres, qual a melhor maneira de fotografar tais pessoas e como o ensaio pode ser transformado em um e-book.

Mais pesquisas serão realizadas para obter mais referencial teórico, projetos parecidos já realizados no Brasil, e os mesmos ajudarão na criação do projeto, para melhor entender como essas pessoas se comportam a esse tipo de projeto, e também para ter melhorias nos quais não tiveram efetividade em sua realização.

3.2 Análise e Síntese

Nessa fase após a pesquisa realizada anteriormente, os dados após coletados, serão analisados de acordo com a solução do projeto e sintetizados para filtrar as informações e chegar mais perto da solução final.

3.3 Ideação

O design thinking norteia as ideias e começa a tomar forma. O desenvolvimento do projeto é feito a partir de análises de acordo com as necessidades e percepção do público direcionado. Aqui, abre-se mão de investigação de fatos para descobrir o processo criativo e assim gerar novas alternativas de como o ensaio e o layout serão desenvolvidos, criando esboços de possíveis módulos que atenda às necessidades do público alvo.

3.4 Prototipagem e Implementação

Para essa etapa, usa-se a versão mais simples do produto, para se ter uma ideia de como seu projeto ficará e se atingirá aos requisitos propostos, e também se atenderá as necessidades do público. Então o mesmo será mostrado às pessoas em questão e após esse teste, se faz a escolha do produto, se o mesmo teve sua função efetiva para com as mulheres.

Com suas respostas positivas, o projeto irá seguir para apresentação e dessa maneira conclui-se o projeto.

4 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

4.1 Por quê fazer o ensaio?

De acordo com o que podemos afirmar, a incidência do câncer de mama no Brasil e no mundo, vem aumentando gradativamente e aparecendo cada vez mais cedo na vida das mulheres. Tratamentos como: mastectomia, quimioterapia e radioterapia, e seus efeitos físicos, acarretam variáveis de auto estima, sua identidade feminina e imagem corporal daquelas que recebem tal diagnóstico. Além disso, em nossa sociedade o câncer adquiriu significados cruéis, com a culpa, a punição, que agravam o psicológico das doentes.

Deste modo, é de suma importância que possamos usar o design conjunto a fotografia, através de um ensaio, para ajudar essas mulheres a recuperar seu auto estima e fazer com que assim seu sofrimento seja minimizado e que elas possam se enxergar da melhor maneira.

4.2 Como fazer esse ensaio?

A proposta principal é fazer um ensaio fotográfico com mulheres que passaram ou passam por tratamentos em combate ao câncer e explorar sua beleza, ajudando na promoção da autoestima e do conhecimento da sua própria imagem através da lente de uma máquina fotográfica

4.3 Com quem e onde fazer?

A proposta do projeto é : realizar o ensaio com mulheres que passam ou já passaram por tratamentos contra o câncer de mama no GAPC (Grupo de Apoio a Pessoas com Câncer), que é uma entidade filantrópica, situada na cidade de Volta Redonda, interior do estado do Rio de Janeiro, que ajuda portadores de câncer, com mais de 18 anos, em tratamento, e suas famílias, fornecendo materiais de higiene pessoal, medicamentos, serviços médicos, serviços jurídicos, palestras motivacionais e informativas, projetos para promoção de auto estima e um ônibus que vai até os locais e ajuda na prevenção de câncer bucal, câncer de mama e câncer de pele.

O ensaio irá conter cerca de 4 mulheres, que serão selecionadas a partir das entrevistas feitas em campo, na fase de ideação para serem incluídas na pesquisa após, através de suas histórias e o tipo de perda visual que aflige cada uma. As fotos serão realizadas em ambiente externo com equipamentos próprios, com a ajuda de parceiros e de voluntariado.

5 DESIGN COMO FERRAMENTA DE BEM ESTAR SOCIAL

5.1 Design gráfico/social

Podemos afirmar que o seguinte projeto se relaciona e se define como uma proposta de Design Gráfico Social. De acordo com Strunk (2007, p.11,13,17) O design gráfico elabora projetos gráficos contando com o uso de metodologias e também por meio da combinação de elementos de fotografia, tipografia e a ordenação destes elementos com o objetivo de realizar uma comunicação.

O design gráfico, enquanto atividade profissional e parâmetro conceitual para a análise de objetos comunicacionais, requer uma metodologia específica através da qual o profissional tenha controle das variáveis envolvidas no projeto e faça opção expressa entre as alternativas de consecução, a partir de testagens realizadas por ele ou por outrem. (Villas-Boas, 1998)

São de influências sociais, culturais e tecnológicas que construímos a história do design gráfico, o que às vezes nos coloca em dúvida sobre a essência profissional da mesma.

De acordo com Villas-Boas (1997, p. 10), “*Design Gráfico é a atividade profissional e a conseqüente área de conhecimento cujo objetivo é a elaboração de projetos para reprodução por meio gráfico de peças expressamente comunicacionais*”.

Algumas pessoas acham que o designer é um simples artista, que nasceu com o “dom” e que o mesmo deve privilegiar a criatividade acima de qualquer outro aspecto.

Já para outros, design é tecnologia, algo exato, palpável. Porém, em vários momentos da profissão, entra em questionamento a atuação social do designer como a pessoa comprometida em dar soluções criativas e viáveis para os problemas da sociedade em questão e essa denominação é dada por *Design Social*

Pode se dizer que Design Social é um tipo de seguimento projetual que enfatiza as motivações e consequências sociais do processo de Design, assim como previsto no Código de Ética Profissional do Design, Artigo 5º do Capítulo 2, referentes ao desempenho de suas funções o designer deve: Interessar-se pelo bem do público e com tal finalidade contribuir com seus conhecimentos, capacidade e experiência para melhor servir à sociedade;

E também contribuir para a emancipação econômica e tecnológica de nosso país, procurando utilizar técnicas e processos adequados a nosso meio ambiente a aos valores culturais e sociais de nosso país; (ADG, 1998)

Figura 1 - Paula Dib / Designer brasileira



Fonte: Design Social: impacto positivo para empresa e sociedade
Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>

Segundo o que pode se afirmar, esse tipo de design é atuante em áreas onde não temos o designer, nem interesse industrial com soluções de melhoria da qualidade de vida, renda ou inclusão social. É feito uma produção solidária, onde a preocupação com a mesma é responsabilidade moral de um bom design.

Em meados da década de 60, esse paradigma que dizia que o design era voltado apenas para o mercado e consumo foi quebrado, daquele momento em diante as novas ideias, sugeriram um design novo, preocupado com a ecologia e o social da população.

PAPANÉK, 1971 em seu polêmico livro *Design for the real World*, iniciou um processo de demonstração de caminhos alternativos para o design, que dizia que o desenvolvimento do segmento não era para o mercado e sim para o indivíduo, para a comunidade, incentivando os mesmos a passarem por países subdesenvolvidos, aperfeiçoando produtos que realmente satisfaziam as necessidades locais.

Outro autor que tentou demonstrar caminhos paralelos, foi Gui Bonsiepe, que desenvolveu ações, publicou vários livros integrando o design no processo industrial de países periféricos, ajudando o desenvolvimento econômico dos mesmos e ao mesmo tempo inaugurou uma tradição crítica sobre esse processo, compreendendo cultural e politicamente.

Dessa forma, é considerado design social aquele que é socialmente benéfico e economicamente viável, neste sentido é necessário priorizar requisitos sociais, e os mesmos devem ser efetivos em todos os níveis de desenvolvimento do projeto, visando gerar produtos que causem uma melhoria na qualidade de vida dos menos favorecidos. Nesta orientação de design o fator social e econômico deve ser maximizado e tratados como objetivos de projeto. Isto exige do designer uma ação interdisciplinar do projeto, aplicação de metodologia de desenvolvimento de produto que permita minimizar os problemas sociais, aplicação de ferramentas e técnicas de projeto adequadas além de um maior conhecimento de sociologia, psicologia, política pública e antropologia. O design formal tem a inovação e a estética como seus valores principais, um design social exige do designer novas qualidades e maiores cuidados.

Tabela 1- Design Social e Design Formal

DESIGN SOCIAL	DESIGN FORMAL
Pequena escala de produção	Grande escala de produção
Mercado: Local	Mercado: Local e Global
Tecnologia adequada	Alta tecnologia
Orientado a população de baixa renda, excluídos, idosos, deficientes etc.	Orientado ao mercado
Maximiza a função prática	Maximiza a função simbólica
Baixo Custo	Custo médio e alto
Inclusão Social	Satisfazer necessidades emocionais

Segundo Schneider, diante de alguns objetivos desse seguimento de Design, é possível estabelecer algumas diretrizes de projeto de forma a que os produtos industriais e visuais fornecem aos usuários outros benefícios econômicos duradouros e mais justos socialmente, como : uso de materiais simples; uso de materiais de qualidade compatíveis com as necessidades do produto; uso de materiais de fácil obtenção e de baixo custo; uso de materiais nativos; uso de materiais adequados aos recursos dos processos de fabricação disponíveis; uso de mão de obra com condições de absorver o conhecimento; uso de processos de fabricação disponíveis e com tecnologia dominada localmente; adequação do produto ao contexto sociocultural; redesign de produtos que realmente atendem às necessidades locais; ser funcional e ter boa usabilidade; Proporcionar a autoestima do grupo social; abrangência local, continental sem alterações; atender as características biomecânicas do grupo; valorizar os aspectos sociais, culturais e ambientais da localidade; atender ao estilo e simbolismo do grupo social; linguagem do produto adequada ao estilo de vida do grupo social; uso racional e otimizado de matérias primas e componentes; fácil fabricação; montagem; manutenção; desmontagem; reciclagem; longo ciclo de vida; baixo custo.

Estas diretrizes deveriam ser aplicadas com peso, ou seja, alta, média e baixa importância no projeto. Dando valores mensuráveis. Uma das formas atualmente defendidas por pesquisadores é que o trabalho do designer social não esteja afastado das comunidades e que seja um trabalho de consultoria voluntária ou subsidiada por governos, por ONGs e por empresas, nas mais variadas áreas de atuação.

A área de atuação do design social é bastante promissora se considerarmos que, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) cerca de 25,4% da população brasileira vivem na linha de pobreza, e esse índice vem crescendo gradativamente.

Projeções de crescimento populacional da ONU indicam que atualmente há 893 milhões de pessoas com mais de 60 anos no mundo e que este número irá praticamente triplicar até a metade deste século. Este mesmo envelhecimento, ocorre inclusive nos países onde a renda populacional é considerada baixa.

"Todos os países - ricos ou pobres, industrializados ou ainda em desenvolvimento - estão vendo suas populações envelhecerem em um grau ou em outro", afirma o documento da ONU (Organização das Nações Unidas), acrescentando que o crescimento populacional entre idosos será mais rápido que em outros setores da população pelo menos até 2050.

Deste modo, pode-se entender que o designer através do seu trabalho, pode encontrar soluções para os problemas sociais que deverão se estender no planeta, criando produtos adequados a cada realidade. E que o mesmo exige novas qualidades e conhecimentos, é um campo de grande desafio para os profissionais da área, já que o trabalho do mesmo deve valorizar os aspectos sociais, culturais e ambientais da população, desenvolvendo produtos que satisfaçam as necessidades reais sempre prezando o respeito para com as características socioeconômicas das comunidades.

6. FOTOGRAFIA E DESIGN

6.1 Fotografia e semiótica

Para que possamos compreender o papel importante da fotografia conjunto à semiótica, precisamos compreender o que ela representa.

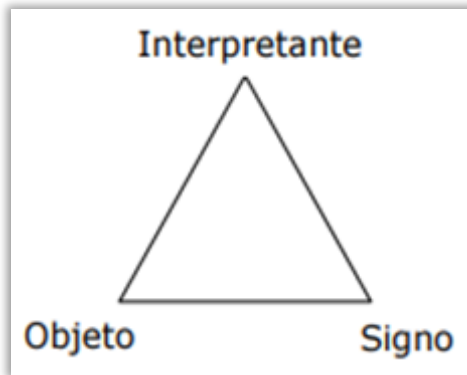
Para Santaella (2003), a semiótica é a ciência que estuda os vários tipos de linguagem. Porém, como a própria autora relata no livro “O que é semiótica?” essa é uma maneira bem simplificada de designar tal assunto. A palavra semiótica origina-se do grego – semeion - que significa signo, ou seja, tudo aquilo que significa algo (Ramalho e Oliveira, 2005), podendo ser uma palavra, gesto, imagem, som, que por sua vez possua um significado para uma determinada pessoa.

Dessa forma, podemos dizer que a semiótica considera todos os símbolos como signo, independente do seu significado ser individual ou social, podendo até ser considerada como: a ciência geral dos signos, da significação, ou a que estuda todas.

Existem variados segmentos teóricos com relação a semiologia. Ainda que, todas estejam relacionadas ao signo, o que varia é a abordagem do estudo. No Brasil uma das correntes mais comuns é a Peirceana – desenvolvida por Peirce (1839-1914).

Peirce ressalta a teoria ao estudo dos signos e a relação entre eles. Baseia a sua teoria na relação triádica (figura 2) entre signo - tudo o que representa algo para alguém; interpretante – efeito causado pela interpretação do signo, ou seja, um segundo signo criado pela mente de quem o observa; e objeto – elemento referido pelo signo e o interpretante, podendo ser perceptível ou imaginário (SUARÉZ, 2000).

Figura 2 - Representação da relação triádica da semiótica peirceana



Fonte: Suárez (2000)

A semiótica ainda pela visão de Peirce tem como objetivo classificar e descrever todos os tipos de signos, e ele as exemplifica criando três categorias: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, tratando-se, segundo o autor, das únicas três possibilidades de enquadramento de todos os fenômenos da natureza e da cultura (Ramalho e Oliveira, 2005). A primeiridade refere-se à relação signo/signo e à capacidade contemplativa; já a secundidade refere-se à relação signo/objeto, à capacidade de distinguir e discriminar experiências e à reação a acontecimentos concretos; e a terceiridade aborda a relação signo/interpretante, além da generalização dos fatos e sua organização em categorias, possibilitando a mediação, o crescimento e a aquisição. Essas três divisões denotam um modelo teórico, responsável por sua aplicação em diferentes áreas do conhecimento. Então, entende-se que signos são representações de uma determinada coisa e não elas por concreto, por exemplo, quando você vê uma bola preta, você cria uma imagem mental, uma cópia, similar ao objeto original, mas como sabemos, essa mesma bola preta não está dentro do seu cérebro, portanto não é a bola preta e sim a representação criada pela mente.

Dessa forma, podemos dizer que o signo está em tudo. Tudo pode ser analisado segundo os preceitos da Semiótica. Uma das primeiras formas de análise da semiótica, interessante para entender muitas coisas na vida, é o modelo triádico que define o que que é signo.

Segundo Pierce, a fotografia é icônica, visto que ela é exatamente, de certo modo, como os objetos a serem representados. Mas as mesmas se mantêm em ligação física com o objeto, pois elas correspondem ponto a ponto à natureza.

Pierce ainda argumenta que a imagem fotográfica age como afirmação sobre o objeto a ser representado, o que atua quase como seu argumento:

A mera impressão não transmite em si mesma, nenhuma informação. Mas o fato de que ela é virtualmente uma secção de raios projetados de um objeto conhecido de outro modo, faz dela um Dico-signo (Pierce , 1914)

6.2 Fotografia como percepção da autoimagem

É de extrema importância para esse projeto o entendimento da autoimagem, de como as pessoas se enxergam através da fotografia, afinal, é um dos temas que o norteiam.

Para entender a Imagem Corporal é preciso conhecer os diversos conceitos que a definam.

A Imagem Corporal é a imagem mental que a pessoa tem de si mesma (BARROS, 2005). Também ligada à imagem corporal, pode-se definir a Autoavaliação como um fenômeno pessoal que ajuda o indivíduo a controlar seu comportamento. Ela faz parte do processo adaptativo das pessoas.

Outro componente da Imagem Corporal é o Autoconceito, que pode ser entendido como a ideia que o indivíduo forma sobre si próprio, das capacidades, atitudes e valores na esfera social, física e moral (CATANEO, CARVALHO & GALINDO, 2005)

A Autoimagem pode ser definida como uma dimensão individualista do “eu”, reunindo conceitos como autônomo, separado e independente. Este termo é muito abordado nos últimos anos, pois os problemas relacionados à temática são normais em todos os lugares e aspectos, já que é o sentimento de competência e valor pessoal e é refletido na capacidade de encarar os desafios da vida, os problemas e o direito de se sentir felicidade. (BRANDEN, 1999).

Segundo Natalie *apud* Brandl & Campos (2008), a imagem corporal está ligada à como o indivíduo pensa e sente sobre si mesmo. É como um conjunto de representações mentais e corporais que vão sendo acumuladas ao longo da vida. Para essa construção, são consideradas as impressões visuais e táteis, experiências dolorosas e prazerosas permeadas por significados afetivos, de cultura, relacionamento, fatos presentes na história da pessoa.

A imagem corporal é desenvolvida desde o nascimento até a morte e sofre modificações resultantes do processamento de estímulos. Durante a fase pré-escolar, a criança desenvolve o seu conceito de imagem corporal. Nessa fase, ela começa a reconhecer a aparência das pessoas de forma positiva ou negativa, conhece o significado do “bonito” e “feio”, e já reflete sobre o que as pessoas pensam a respeito da aparência dela (MONTARDO, 2002).

Tal imagem corpórea envolve três fatores: perceptivo, que é a percepção do próprio corpo e a estimativa de tamanho e peso do mesmo; subjetivo que é referente à satisfação, ansiedade e a preocupação com a aparência; e o comportamental que são situações evitadas devido ao desconforto pela aparência física (COSTA, 2007).

A percepção corporal dá-se na mente e posteriormente no corpo, e o ambiente da educação física escolar torna essa percepção mais visível e mais fácil o seu

desenvolvimento. Diversos fatores ajudam essa percepção: o meio escolar, a afetividade, a sociedade de forma geral, fatores esses que auxiliam a formação de um autoconceito (CATUNDA ; JANUÁRIO, 2011).

Avalia-se a imagem corporal dependendo do ambiente, pois esta sofre alterações por toda a vida do indivíduo, dependendo do que a cultura social impõe como belo e o que se enxerga como o ideal. Com a mídia mostrando corpos com formas cada vez mais diferentes do que se enxerga no espelho, criam-se desejos que padronizam os corpos, tornando os indivíduos insatisfeitos (RUSSO, 2005).

6.3 Imagem e fotografia

Seguindo o conceito de entendimento da autoimagem, é necessário entendermos a fotografia como imagem perceptiva para as pessoas que tratamos em questão.

Imagem, palavra derivada do latim, imago, quer dizer qualquer visualização gerada pelo homem, que possuem fundamental importância na compreensão de mensagens, como códigos que transformam situações em cena

Imagens são superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo se encontra lá fora no espaço e no tempo. As imagens são, portanto, resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões espaciotemporais, para que se conservem apenas as dimensões do plano. [...] O significado da imagem encontra-se na superfície e pode ser captado por um golpe de vista. No entanto, tal método de deciframento produzirá apenas o significado superficial da imagem. FLUSSER, Vilem (Filosofia da Caixa Preta, p. 7).

A intenção de toda a imagem é representar através do clique e olhar do fotógrafo algo para o receptor, ou seja, a fotografia pode relatar vários momentos numa mesma cena, dependendo de dimensões e ângulos diferentes dentro de um mesmo espaço.

[...] as fotografias em preto e branco são magia do pensamento teórico, conceitual, e é precisamente nisto que reside seu fascínio. Revelam a beleza o pensamento conceitual abstrato. Muitos fotógrafos preferem fotografar em preto e branco, porque tais fotografias mostram o verdadeiro significado dos símbolos fotográficos: o universo dos conceitos.” ” FLUSSER, Vilem (Filosofia da Caixa Preta, p. 23).

A fotografia comunica através de mensagens não verbais, cujo signo constitutivo é a imagem. Portanto, sendo a produção da imagem um trabalho humano de comunicação, pautas e, enquanto tal, em códigos convencionais lizados socialmente, possuindo um caráter conotativo que remete às formas de ser e agir do contexto no qual estão inseridas como mensagens (MAUAD, 1996).

Ainda de acordo com Mauad (1996) , quando se fala de fotografia, logo ela é relacionada ao jornalismo, livros, moda, publicidade e realmente ela está em todos os lugares, seja vendendo produtos por ela representados ou como forma de expressão de estilos de vida e cotidiano, representados pela sociedade e seus valores, culturas e tendências.

Brasiliense (2007), em sua pesquisa sobre fotografia do corpo feminino, afirma que a identidade é a consciência que uma pessoa tem de si mesma. Ainda afirma que a identidade “é a forma que o indivíduo tem de processar tudo o que lhe é passado fazendo uma síntese pessoal transformando a realidade objetiva em subjetividade”. Esse processo explica a dificuldade de um indivíduo ao ser fotografado. Assim, pode-se ver que a fotografia contribui para modificar a forma de agir do sujeito.

Podemos então compreender que o uso da fotografia na obtenção de dados para pesquisa nas ciências é algo que está sendo recentemente usado. A fotografia possui um papel importante ao ser considerada um instrumento de representação e de memória do que é real, abrangendo o campo do imaginário, da memória e da história de vida das pessoas.

6.3.1 Composições fotográficas

Para entendermos um pouco de fotografia, se é necessário compreender as composições fotográficas e como elas se relacionam com o Design.

Quando a intenção é comunicar, a fotografia necessita muito mais do que clareza e eficiência. Em seguimentos como o da fotografia profissional, artística por exemplo, o propósito é a comunicação através da expressão, portanto a mesma, necessita de equilíbrio, beleza, coerência na disposição de elementos, além de conhecimentos mais técnicos, que se tornam essenciais para a sua composição. (FLUSSER 2009, p.41)

O mesmo autor, ainda afirma que a comunicação eficaz da fotografia se dá quando as pessoas se identificam visualmente com a imagem. Coisas como: cores, harmonia, beleza, nitidez e o apelo emocional e sentimental, por qualquer que seja, faz com que as mesmas se interessem por tal arte. Mas salienta, que tais gostos de são mutáveis, e variam de acordo com o público alvo e suas determinadas culturas.

Flusser (2009) exemplifica dizendo que fotografias comerciais, sempre procurarão o belo, seja qual for o assunto, para atrair os olhares e agradá-los, gerando lucro através de sua imagem. Diferentemente do seguimento artístico da fotografia que está mais preocupado com a expressão que a imagem possui, conjunto a sua técnica implícita e a composição, fazendo com que a mesma possa gerar interpretações variadas.

Dessa maneira, podemos também afirmar que, seja qual estilo o fotógrafo utilizar para suas fotografias, o mesmo, é exigido de conhecimento, criatividade, sensibilidade e talento.

A construção e concepção da imagem se dá através de etapas pertinentes para o fotógrafo. Primeiro é selecionado o assunto a ser retratado, os equipamentos mais

eficazes para a composição no momento (a câmera, objetiva, flashes). Feito isso, o fotógrafo faz o enquadramento, organiza os pontos e elementos visuais para que assim, ao final, ele capture a imagem e depois selecione as opções de tratamento da mesma. (SANT'ANNA, A. 2015)

Quando falamos de fotografias conceituais, torna-se necessário planejar o que se fotografar e como fotografar.

Para Flusser (2009, p.41), a fotografia tem intenção de:

- a) Codificar, conceitos de memória, em formas de imagem;
- b) Servir-se do aparelho para tanto;
- c) Fazer com que tais imagens sirvam de modelos para outros homens;
- d) Fixar tais imagens para sempre.

Ou seja, a intenção é de eternizar as imagens, de forma acessível, através da expressão dos conceitos do fotógrafo. Mas tais conceitos não se resumem apenas no uso de pessoas e objetos para âmbitos fotográficos, podendo expressar de formas conceituais: luz, cor, espaço, e conceito, bastando apenas para uma boa foto artística os recursos de equilíbrio, enquadramento e boa composição.

O meio fotográfico, conceitual de maneira expressiva, precisa aliar-se ao estudo e aplicações utilizadas na área do design para o processo compositivo de eficientes mensagens visuais, educando, desta forma, a estratégia de produção fotográfica e oferecendo critérios sintáticos à obra. Dondis (2007, p. 18), reitera que:

A sintaxe visual existe. Há linhas gerais para a criação de composições. Há elementos básicos que podem ser aprendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual, sejam eles artistas ou não, e que podem ser usados, em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras. Dondis (2007)

Pode-se entender então que apesar de a fotografia ser dominada pelos elementos visuais cor e tom, atua também a forma, a textura, a escala, a dimensão, e vários outros elementos relevantes para a prática fotográfica. Dessa forma, a partir desses elementos, utilizando técnicas adequadas, é possível harmonizar uma fotografia, ou criar efeitos de desequilíbrio, de choque, é possível criar estilos, modelos, minimizar, aguçar, chocar, revelar ou apenas registrar.

Partindo dos preceitos de uma sintaxe na linguagem visual, alguns autores categorizam os elementos e fatores compositivos aplicados pelo design, bem como técnicas que são imprescindíveis na construção de uma eficiente mensagem visual. (DONDIS 2007, p. 18).

6.3.2 Princípios das composições

Dondis (2007) diz que a fotografia é por muitos dominada de elementos visuais como cor e tom, mais apesar deste fato, em seus compositivos atuam a forma, textura, escala, dimensão e diversos outros elementos. E a partir daí, com a utilização de técnicas adequadas, é possível harmonizar uma imagem, ou desequilibrá-la através de estilos, modelos, criando emoções ou não para as mesmas.

Partindo dos preceitos de uma sintaxe na linguagem visual ditos pela autora, alguns autores categorizam os elementos e fatores compositivos aplicados pelo design, bem como técnicas que são imprescindíveis na construção de uma eficiente mensagem visual.

Deste modo, pode-se entender e ainda afirmar que a composição fotográfica é a ordem dos elementos, do primeiro plano e dos motivos secundários, e também a qualidade estética que inclui textura, equilíbrio de cores e formas entre outras variáveis que combinadas formam uma imagem comunicativa e agradável de ver.

Resumido, a composição de imagem tem como objetivo alcançar um efeito emocional, passar um clima e quebrar a monotonia, fazendo com que o espectador fixe a sua atenção nos pontos de interesse do assunto.

Para melhor compreendermos como funciona a composição de uma fotografia, foi desenvolvido um estudo técnico de alguns elementos da composição fotográfica para suporte no quesito direção de arte.

- a) **Regra dos terços:** A regra dos terços é uma maneira simples de conseguir uma boa composição, profissionais da área ou amantes da fotografia provavelmente já se utilizaram desse recurso. A regra está em todos os livros de fotografia e pode ser encontrada no manual de sua máquina fotográfica devido à sua importância. De forma imaginária, deve-se traçar duas linhas na vertical e duas linhas na horizontal de sua composição fotográfica. Os quatro pontos de interseção, chamados pontos de interesse, são os pontos de maior impacto visual.

Figura 3 - Regra dos terços



Fonte: Principais Regras de Composição na Fotografia
Disponível em: www.eduardo-monica.com/new-blog

- b) **Ponto Focal:** Antes do fotógrafo acionar o disparador, o centro de interesse da imagem, onde o mesmo quer que o foco esteja em sua composição, dessa maneira, a escolha da abertura é primordial para a imagem ficar do jeito que previamente foi planejada.

Figura 4 - Ponto Focal



Fonte: Possible to see focus point -> in playback mode
Disponível em: <https://www.sonyalphaforum.com>

- c) **Composição simétrica:** A composição simétrica significa solidez, estabilidade e força, é também eficaz na organização de imagens com detalhes elaborados. Uma das estratégias oferecida por uma apresentação simétrica é a simplicidade dos elementos de um tema.

Figura 5 - Composição Simétrica



Fonte: Google Imagens

- d) **Composição radial:** Composições radiais transmitem uma sensação de vida para quem a vê, mesmo que o motivo seja estático, isto é, são imagens nas quais os elementos principais se espalham a partir do meio da imagem.

Figura 6 - Composição Radial



Fonte: 10 regras de composição fotográfica (e por que elas funcionam)
Disponível em: <https://fotodicasbrasil.com.br/>

- e) **A sobreposição de elementos:** Tem como objetivo mostrar o aumento da profundidade e da perspectiva, como também convidar à observação dos contrastes no motivo.

Figura 7 - Sobreposição



Fonte: "Textus"
Autor: Seung Hoon

6.3.2 Fotografia de retrato

Segundo Luiz Garrido (2011, p.15) o “retrato” por ser tão popular, virou sinônimo de “fotografia”, e além da sua popularidade é a sua mais antiga aplicação. Antigamente, no início de sua trajetória, a fotografia era apenas para os privilegiados, homens e mulheres que tinham fortuna, para terem seus rostos representados através de um quadro.

O autor ainda salienta que o retrato, traz a magia da relação entre a própria imagem e a imagem da outra pessoa, podendo transparecer as emoções, algo que realmente existiu, e não meramente uma pose ou sentimento inventado pelo pintor. Nem sempre ele reflete fielmente o caráter e traços mais marcantes do indivíduo, mas é um testemunho das relações que orientam e dão contexto a sua produção, [...] “*A força de comunicação, a reconstrução da sensação da realidade muda completamente, exigindo um maior grau de engajamento por parte do observador.*” GARRIDO, Luiz (Retratos - Técnica, Composição e Direção , p.16) .

Figura 8 - Martha



Fotógrafo: Raphael Pacheco

Assim como as variadas aplicações fotográficas, o retrato tem inúmeros usos na sociedade, desempenhando diversas funcionalidades nos planos pessoais, plano sociais e institucionais.

Então, podemos dizer que o retrato materializa de forma categórica, a relação entre fotógrafo e indivíduo, pois sempre a imagem é resultado da percepção da câmera e a leitura através do olhar para o modelo, que são contextualizadas em questões de composição como luz e direção.

[...] O que a fotografia trouxe de novidade é a possibilidade de expandir o tempo e selecionar um ótimo de momento que, se insinuando no fluxo de vida do retrato, capture a expressão daquilo que, talvez, nem ele tenha consciência. GARRIDO, Luiz (Retratos - Técnica, Composição e Direção , p.17)

Figura 9 - Henna



Fotógrafo: Raphael Pacheco

6.4 Análise conceitual – Arlindo Machado

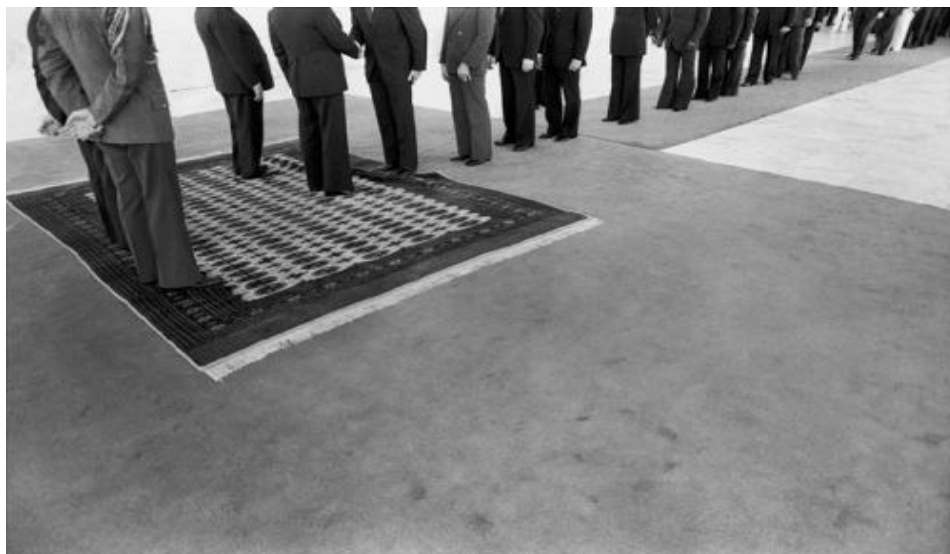
Para o autor, Arlindo Machado (1984, p.76), o recorte visual é a primeira escolha da fotografia, destacando-se o campo a ser transmitido. Para exemplificar, podemos dizer que a câmera em si funciona como uma tesoura, que faz o recorte da cena, destacando a composição a partir do olhar do fotógrafo sobre o assunto abordado.

Segundo o mesmo, os recortes imagéticos não são feitos inocentemente, pois toda a imagem é escolhida por algum motivo, essa escolha é essencial para dar continuidade ao campo da cena em que ele realmente tenha interesse.

Toda visão pictórica, mesmo a mais “realista” ou a mais ingênua, é sempre um processo classificatório, que joga nas trevas da invisibilidade extraquadro tudo aquilo que não convém aos interesses da enunciação e que, inversamente, traz a luz da cena o detalhe que se quer privilegiar. MACHADO, Arlindo (A ilusão especular, pág.76)

Como base conceitual do projeto, iremos abordar em nossa pesquisa imagética os estudos de Arlindo Machado (1984, p. 78 e 83) que em sua base consiste em três conceitos: revestir a cena de um sentido simbólico, o espaço ilusório do extraquadro e visão especular. O primeiro conceito se dá em ter uma simbologia por trás da reversão de uma cena, onde esse recorde do quadro seleciona elementos significativos ao contexto do discurso visual, revelando apenas partes da cena, retirando seu sentido imediatista.

Figura 10 - Palácio do Planalto



Fonte: Luís Humberto (1979).

O conceito do extraquadro, nos revela um parâmetro fora do quadro, ou seja, fora da cena, podendo ser interpretado de várias maneiras, como por exemplo uma composição fotográfica onde o personagem aponta para fora do campo, levando o receptor imaginar o prolongamento da imagem.

Figura 11 – Conclave / Vaticano



Fonte: Google Fotos

Já para o terceiro conceito, visão especular , o autor nos faz observar que a foto se torna maior, ou infinita através do auxílio de um espelho que tem como função, além de refletir, ampliar e preencher os limites da foto com outros elementos. Torna-se essencial a ocultação da câmera, pois assim pode-se criar um espaço imaginário sem que o suporte material (a câmera) apareça; o campo cego. *“Quanto mais a foto se deixa permear por essas marcas, quanto mais a foto deixa entrever o seu mecanismo enunciador, mais ela se libera do fetiche do extraquadro.”* MACHADO, Arlindo. (A Ilusão Especular, pág. 89)

Figura 12 - Cidadão Kane



Fonte: Orson Welles (1941)

7 A AUTO ESTIMA DAS MULHERES QUE SOFRERAM PERDAS FÍSICAS DEVIDO AO TRATAMENTO CONTRA O CÂNCER

As mulheres que sofrem ou sofreram câncer por sua maioria, vem a adquirir problemas de auto estima, visto que, os tratamentos que as mesmas passam deixam sequelas no seu físico, e desencadeiam problemas psicológicos e de aceitação. O câncer é frequentemente interpretado como uma doença insidiosa e arrogante que transforma a vida das pessoas acometidas por essa enfermidade (Skaba, 2000).

Historicamente pelo que conhecemos por maioria, o câncer vem sendo associado a experiências negativas e servindo como metáforas para diversas ordens de infortúnios físicos, mentais e sociais.

Sontag (1984) observa, ainda, que o câncer tem sido visto como uma doença cruel, intratável e misteriosa. Por ser algo que ataca, invade, o corpo, o seu tratamento tem sido pensado como um contra-ataque, fazendo com que muitas vezes seja visto como algo pior do que a própria doença. Nesse tratamento, costuma-se usar metáforas tiradas da linguagem militar. Assim, a radioterapia é o bombardeamento com raios tóxicos e a quimioterapia objetiva matar as células cancerosas.

Nessa “guerra”, segundo a autora, quase todo dano causado ao corpo é justificado se a meta for salvar vidas. Essa abordagem, em parte, pode ser creditada ao fato de o modelo médico, em geral, conceber as doenças como entidades universais biológicas ou psicofisiológicas, resultantes de disfunções somáticas.

Dentro desse raciocínio, a medicina clínica visa, principalmente, interpretar sintomas, relacionando-os a fontes funcionais e estruturais do corpo, e a subjacentes entidades doentes, para chegar a um diagnóstico. Em seguida, a tarefa da clínica médica é o tratamento racional visando intervenção nos mecanismos doentes (GOOD, 1994).

Segundo esses tipos de rótulo citados anteriormente pela autora, a própria afirma que seu significado vem se tornando a ideia de algo que cresce e destrói, sendo associado em muitas culturas à punição e ao castigo. Essas crenças podem trazer consequências desastrosas, tanto do ponto de vista emocional, como da ação prática e concreta para o enfrentamento da possibilidade de adoecer por câncer.

Françoso (1993), analisa as repercussões do significado emprestado ao câncer e sublinha que “o adulto, por ter uma representação da doença como fatal, antecipa a possibilidade de perda por morte desenvolvendo um processo denominado luto antecipatório – processo pontuado pela incerteza e por desinvestimentos de grau variado”. Nessa perspectiva, a sua cura é concebida como um milagre e não como fenômeno possível de ocorrer em virtude dos avanços da área médica. Sendo assim, a cura, enquanto realidade, ainda não foi incorporada ao repertório cultural.

Em estudo realizado com mulheres mastectomizadas, Silva & Mamede (1998) percebem que “o medo está em todas as fases percorridas pela mulher no processo de adoecer. O medo do diagnóstico câncer torna-se ameaçador, originando, assim, reações emocionais, que provocaram mudanças no âmbito biológico, mental e social”.

Com base em Sontag & Schulze (1993) observa que, na discussão acerca do câncer, deve-se levar em conta a questão do estigma social, que faz com que os cancerosos sejam vistos como pessoas que vão morrer por conta de sua doença. Em face desse imaginário social, a abordagem do câncer envolve sentimentos que são difíceis de ser administrados, tanto por parte dos profissionais, como por parte das pessoas em geral. Medo da dor, resignação diante da percepção de que sua doença terá um desfecho fatal e a negação de que a própria doença existe são alguns dos aspectos emocionais que envolvem toda a trajetória de ser portador de câncer.

Junto à dimensão psicológica, há questões sociais que devem ser apontadas no debate em questão. Silva & Mamede (1998) observam que, diante do enfrentamento da

situação, as entrevistadas expressaram um movimento de organizar os seus relacionamentos sociais.

Nesse movimento, pode constituir-se uma rede de pessoas, envolvendo família, amigos, profissionais de saúde e grupos de apoio: “os componentes dessa rede de suporte poderão facilitar ou não o estabelecimento de laços afetivos e sociais necessários e imprescindíveis ao enfrentamento das dificuldades” (Silva & Mamede, 1998:105).

Assim, por conta de toda a problemática que envolve o tema, a discussão não pode ser restrita a aspectos da clínica médica. Nela deve ser contemplada a necessidade de se considerarem os desdobramentos sociais que seguem à descoberta do câncer, demandando ações de saúde pública voltadas para essa doença.

O câncer de mama feminino está entre as doenças que mais afetam a mulher, fazendo com que suas portadoras vivenciam um processo de fragilização. Para que os profissionais de saúde possam lidar com essa problemática, é preciso que haja, além do entendimento da dimensão psicológica, uma compreensão sócio antropológica do contexto e da situação social em que se encontra o sujeito da doença, uma vez que é através das interações sociais que *“indivíduos desenvolvem determinadas experiências, estabelecem campos de significação e adquirem um senso de sua própria identidade”* (HITA, 1998).

Ainda segundo o autor, quando tratamos do câncer de mama feminina, acrescentamos aos fatores relacionados ao câncer em geral os aspectos relacionados à função social do corpo da mulher. Nesse sentido, no universo simbólico, a mama é um elemento fundamental capaz de concentrar papéis da identidade feminina, como a sexualidade – incluída aí a sensualidade –, sendo os seios objeto de prazer e desejo, e a feminilidade diante da possibilidade exclusivamente concedida à mulher do ato da amamentação.

A possibilidade de desenvolver uma doença na mama compromete toda essa construção fundamental da existência feminina. Compreender esses significados colabora no entendimento da totalidade dos aspectos que compõem o adoecimento por câncer, incorporando ao tratamento do tumor o sujeito fragilizado em suas funções de mulher e mãe. Frequentemente, a mulher, ao se perceber como possível portadora de uma patologia representada socialmente como aliada à dor ao sofrimento e com desfecho fatal, sofre reflexos dessas construções historicamente determinadas, que podem muitas vezes levá-la à negação desse processo, traduzindo-se em um elemento dificultador para a detecção precoce do câncer e, conseqüentemente, para a obtenção de melhores prognósticos. (HITA, 1998).

Assim, como o autor mesmo diz, a compreensão dessa teia de significados pode sinalizar para uma promoção em saúde que invista na desconstrução dessas representações, passando pela busca de possibilidades de se lidar com a doença como algo passível de controle, assegurando melhor qualidade de vida a essas pacientes.

8 MÉTODOS DE APRESENTAÇÃO DE ENSAIO FOTOGRÁFICO

8.1 Livro book

Dentre os métodos de divulgação de projetos de fotografia concretas ou abstratas, podemos citar o termo “fotolivro”, que é uma publicação não periódica impressa que apresenta trabalhos fotográficos.

Segundo a Fundação Getty (2015) , no passado guardávamos as fotos de família, das férias, das comemorações em álbuns maiores ou menores. Para a sua identidade comercial, ser um fotolivro é algo inequívoco, doméstico, um souvenir. Para os artistas, a definição só procede se houver desconsideração para com a verdade do comércio de serviços fotográficos (os antigos laboratórios de revelação), que aparenta ser o proprietário “real” do significado, pouco importando se efetivamente é dono do termo. Em contrapartida, quando miramos as livrarias, fotolivro acaba parecendo uma palavra que soa forçada, artificial, embora com utilização crescente, dada a sua aplicabilidade comercial. A reivindicação de propriedade de uso é um problema algo constrangedor para o artista fotógrafo, mas resulta que o seu significado específico (para a arte) já possua pelo menos uma tentativa de explicação instrumental.

A fundação ainda detém-se em explicar e sugerir atenção à sutileza dos significados, quando para trabalhos classificatórios.

[...] Um livro com ou sem texto, onde a informação essencial é transmitida através de uma coleção de imagens fotográficas. Pode ser de autoria de um ou mais artistas ou fotógrafos, ou organizado por um editor. Geralmente as imagens em um fotolivro são destinadas a serem vistas em contexto, como partes de um todo maior. Na maioria das vezes usado para se referir a obras reproduzidas mecanicamente e distribuídas comercialmente. Para álbuns de identificação, use “álbuns de fotografia”. (GETTY RESEARCH, Art and Architecture Thesaurus Online, 2015)

Figura 13 - Livro Gisele Bündchen



Autor: Giovanni Bianco e Steven Meisel

8.2 E-book

Outro método de divulgação pertinente para o projeto é o E-book que nada mais é que um livro eletrônico.

A informação digital surge como consequência do avanço das NTIC's que têm exercido um papel transformador na sociedade moderna, contribuindo de forma significativa para a evolução dos suportes de informação, originando uma das mais revolucionárias invenções de nossa época: a Internet. Esta vem permitindo o rompimento de barreiras geográficas, a livre circulação da informação e o surgimento do suporte digital, das bibliotecas “sem paredes” e dos livros eletrônicos. (LÉVY, 1993).

Considerada por Lévy (1993) uma “tecnologia da inteligência”, a Internet auxilia na comunicação, na elaboração de novos conhecimentos e na estruturação de nosso pensamento, disponibilizando ao usuário uma quantidade infinita de informações, bem como a liberdade de selecioná-la e usá-la, gerando novas possibilidades cognitivas.

Portanto, permite extrapolar o conceito tradicional de informação (o impresso), disponibilizando novos suportes informacionais (o eletrônico) e ocasionando uma nova realidade quando “não é mais o indivíduo que persegue a informação, mas as informações que soterram o indivíduo quando ele ousa acionar uma ferramenta de busca na internet” (MILANESI, 2002, p.51).

Nessa perspectiva, a inserção das NTIC's na rede vem alterando o processamento da informação, no que diz respeito a seleção, armazenamento, recuperação e disseminação. Dentre essas mudanças, destacamos o surgimento de um novo sistema de informação, o eletrônico, que no contexto da Biblioteconomia desponta como uma nova realidade de acesso/uso da informação. Estamos nos referindo as “bibliotecas sem paredes” que reúnem suportes não-convencionais e facilitam a disseminação da informação em tempo real.

Concomitante a tentativa de formar um conceito que possa diferenciar e caracterizar as bibliotecas emergentes na Sociedade da Informação, surge um novo paradigma quanto à forma de registrar e disseminar a informação: o livro eletrônico ou *Electronic Book (ebook)*.

Especificamente, podemos entender, que *eBooks* são arquivos com texto que podem vir em diversos formatos. Existe certa confusão ao chamar os *eReaders*, ou leitores eletrônicos portáteis, de *eBook*.

Segundo o dicionário, *E-book* é uma abreviação do termo inglês: *eletronic book* e significa o livro em formato digital. Ele pode ser lido por um aparelho portátil chamado *Ebook Reader* (dispositivo feito especificamente para a leitura do livro digital) ou pelo computador, Ipad, tablet e smartphone.

Este pode ser baixado via Internet para o computador por meio de download e para o aparelho que permite a sua leitura fora do computador, possibilitando uma maneira mais simples de compor e disponibilizar um livro para o leitor.

Analisando esta nova forma de suporte da informação advindo das novas tecnologias, Chartier (1994) afirma que a “*representação eletrônica dos textos modifica totalmente a sua condição: ela substitui a materialidade do livro pela imaterialidade de textos sem lugar específico*”, tornando difícil prever exatamente o que resultará dessa evolução.

O usuário-leitor, ao conhecer e utilizar os diversos tipos de suportes, independente das peculiaridades de cada um, vai perceber que são tecnologias diferentes e com propósitos distintos, podendo decidir qual deverá ser o formato de livro que deverá predominar (SANTOS, 2003).

Suas principais vantagens estão relacionadas à portabilidade, ao preço baixo para aquisição.

A principal vantagem do e-book é a sua portabilidade. Como se encontra no formato digital pode ser transmitido rapidamente por meio da Internet. Se um leitor que se encontra no Japão, por exemplo, tiver interesse em adquirir um e-book vendido nos Estados Unidos ou no Brasil, pode fazer isso imediatamente e em alguns minutos estará lendo tranquilamente o seu e-book. Uma segunda vantagem do e-book é o preço. Como seu custo de produção e de entrega bem mais baixo, um e-book de alto padrão, [...] podem chegar às mãos do leitor por um preço até 50% menor que um livro impresso. (FILIPINI, 2009).

Os e-books são arquivos digitais que estão cada vez mais se tornando comuns, assim como os livros impressos e outras demais obras, os e-books também possuem direitos autorais e trazem rentabilidade aos seus criadores.

O e-book é protegido pelas leis de direitos autorais. Isso significa que os e-books não podem ser alterados, plagiados, distribuídos ou comercializados de nenhuma forma, sem a expressa autorização de seu autor. (FILIPINI, 2009).

Desta forma os e-books vêm se tornando uma alternativa barata e de fácil acesso para milhares de pessoas que estão em busca de conhecimento e prazer na leitura.

Figura 14 - Exemplo de e-book



Fonte: Google Imagens

8.2.1 Recursos e formatos

Ao contrário do livro tradicional, que é comercializado prioritariamente em versões de papel, os livros digitais têm diversos formatos, com suas peculiaridades.

O formato mais comum para o uso principalmente em computadores pessoais é o PDF (Portable Document File). É dito pela Adobe Systems (2006), que “cada arquivo PDF contém dentro de si uma descrição completa de um documento de layout fixo, contendo texto, fontes, imagens, gráficos dentre outras informações.”

Seu formato garante que mesmo utilizando uma plataforma, um sistema operacional ou programa diferente, você consiga visualizar o seu documento sempre da mesma forma. Apesar de em alguns casos isso ser uma vantagem, quando se pensa em diferentes formatos e tamanhos de tela, isso também é um dos principais pontos fracos do PDF.

Além do formato em PDF, são diversas as possibilidades de diferentes tecnologias que podem ser exploradas em um livro digital. Cada uma delas tem suas especificidades em relação aos tipos de dispositivo em que funcionam e também quais os formatos de arquivo que as aceitam.

A grande maioria dos formatos de eBook encontrados no mercado funciona, apesar de suas diferenças, de forma parecida. Normalmente dentro do arquivo do eBook encontra-se encapsulado um arquivo de marcação de texto e de estilo. As linguagens de marcação foram criadas para definir o processamento, definição e apresentação de texto dentro de um contexto digital. As linguagens de marcação especificam a formatação, o layout e o estilo de um arquivo de texto.

O HTML (Hypertext Markup Language) é a linguagem de marcação de texto mais comum e utilizada, enquanto CSS (Cascade Styling Sheet), é a mais famosa linguagem de marcação de estilos. Ambas podem ser consideradas como um dos pilares de sustentação da internet, e também estão presentes dentro do arquivo da grande maioria dos livros digitais.

Outra tecnologia da web incorporada por alguns formatos de livros digitais (destaque para ePubs da terceira geração) é uma linguagem de programação chamada JavaScript. Dentro do contexto da internet, o HTML é utilizado para formatação, o CSS para estilização e o Javascript para a criação de interações, essas que podem ir bem além de hyperlinks.

Livros digitais que fazem uso de interações, animações, áudios, vídeos e afins são conhecidos como Enhanced eBooks (Ebooks Aprimorados), que apesar de apresentarem diversos diferenciais em relação a eBooks mais simples, tem na falta de suporte de diversas plataformas a sua maior fraqueza.

8.3 Layout

Uma palavra de origem inglesa que tem seu significado informal ligado à forma, à disposição de elementos em algum determinado espaço, ou seja, ao desenvolver um

site ou produto, com o layout, é desenvolvido o aspecto visual, a localização dos itens do projeto em questão.

A forma pode ser definida como a figura ou a imagem visível do conteúdo. A forma nos informa sobre a natureza da aparência externa do objeto. Tudo que se vê possui forma. A percepção da forma é o resultado de uma interação entre o objeto físico e o meio de luz agindo como transmissor de informação, e as condições e as imagens que prevalecem no sistema nervoso do observador, que é, em parte, determinada pela própria experiência visual. Para se perceber uma forma, é necessário que existam variações, ou seja, diferenças no campo visual. As diferenças acontecem por variações de estímulos visuais, em função dos contrastes que podem ser de diferentes tipos, dos elementos que configuram um determinado objeto ou coisa. (GOMES, 2004. p. 41)

Para que um projeto gráfico seja agradável aos olhos, e outros sentidos ligados a percepção, assim como foi nos ensinado em nosso curso, é necessário que haja uma organização harmônica. Contudo, como nós vivemos em constante mudança e transformação seguindo as alterações do mundo, sempre estamos em processo de adaptação, algumas que nos ajudam a evoluir e outras que são apenas um ciclo natural.

Como é ressaltado por MUNARI (2001,p.24)

Tudo, cada coisa, no mundo em que vivemos, é (ou parece ser) regulado por estruturas. Estas são, na realidade, sempre em quatro dimensões, visto que as formas das coisas se transformam continuamente, como podemos compreender facilmente se pensarmos na semente de uma planta e na sua transformação em árvore, em flor, em fruto e outra vez em semente, no seu ciclo completo. Tudo se transforma, à nossa vista como no caso das plantas, com lentidão secular como no caso dos minerais, num instante como no caso de uma descarga elétrica.

Dessa maneira, seguindo a linha de raciocínio do autor, a projeção de um layout deve proporcionar conforto para o usuário, visto que o mesmo, em partes, ficará um longo período em frente à tela do computador para ler sobre algum determinado assunto. Os estudos de utilização de contraste, cores e tipografias de maneira adequada, possibilitam interatividade, usabilidade e harmonia visual de quem o lê, que vão de formas além de apenas uma boa legibilidade.

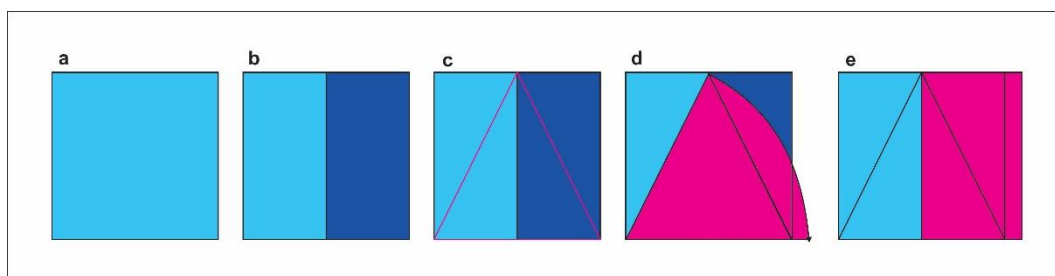
8.4 Proporção Áurea

Antes de elaborar um grid, precisamos de uma página para posicioná-lo. No campo das artes gráficas, a seção áurea forma a base para os tamanhos de papel e seus princípios podem ser utilizados como um meio de criar designs equilibrados. Na antiguidade, a seção áurea era vista como uma maneira de representar proporções incrivelmente belas.

Dividir uma linha pelo coeficiente aproximado de 8:13 significa que a relação entre o maior e o menor segmento é a mesma que entre o maior segmento e a linha toda.

Objetos com essas proporções são agradáveis aos olhos e ecoam no mundo. (AMBROSE, HARRIS, 2009)

Figura 15 - Proporção Áurea



Fonte: AMBROSE, HARRIS - 2009

Para formar uma seção áurea, pegue um quadrado (a); seccione-o ao meio (b); crie um triângulo isósceles (c); estenda um arco do ápice do triângulo até a linha de base (d); desenhe uma linha perpendicular a linha de base a partir do ponto em que o arco intersecciona e complete com um retângulo para formar uma seção áurea (e).

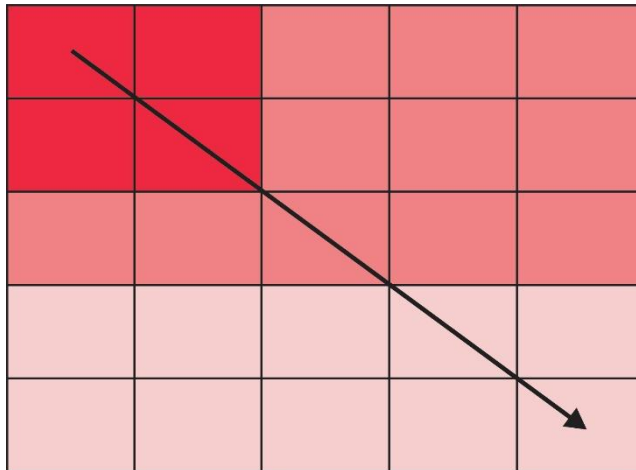
8.5 Grid

Segundo AMBROSE e HARRIS, o Grid é a base sobre a qual um layout é construído. Ele permite que o designer organize de modo eficaz, adicionando ordem e estrutura aos diversos elementos de uma página, ou seja, é o esqueleto de um projeto.

Dessa maneira, com os elementos estruturados, facilita e simplifica os processos de criação, além de ajudar na tomada de uma decisão mais condizente. Então, a utilização de um grid, aumenta a precisão e a consistência da localização dos elementos da página, fornecendo uma estrutura para um alto nível de criatividade. (AMBROSE, HARRIS, 2009)

Qualquer página tem elementos ativos e passivos à natureza do conteúdo e à maneira como enxergamos a página – o modo como o olho varre a página para localizar a informação. (AMBROSE, HARRIS, 2009)

Figura 16 - Como lemos uma página



Fonte: AMBROSE, HARRIS - 2009

Diante de uma nova página de informação, o olho humano habitualmente procura uma entrada no lado superior esquerdo, varrendo a página na diagonal para baixo até

o canto inferior direito, como mostrando na figura. A profundidade das cores indica onde o foco de atenção é mais forte. (AMBROSE, HARRIS, 2009)

8.6 Forma e função

Dito ainda por AMBROSE e HARRIS, embora o designer precise levar em considerações as limitações físicas e as exigências da mídia ou do formato usados, a forma de um layout deve complementar a sua função. Tal forma, varia de acordo com o público-alvo a que se destina.

“A forma segue a função” é uma expressão atribuída ao arquiteto Louis Sullivan e captura de modo sucinto a exigência de que, no design, o uso prático seja colocado acima da estética. Essa ideia busca eliminar os adornos supérfluos a fim de focar nos elementos essenciais ao uso. (AMBROSE, HARRIS, 2009)

8.7 Fontes

Segundo os estudos de layout, as fontes tipográficas desempenham um grande papel no desenvolvimento adequado de peças gráficas.

No passado, com a pouca tecnologia que tínhamos, não era muito fácil a tarefa de incluir e separar fontes para a leitura digital, dessa forma com a evolução, e com as adaptações da tecnologia, as tipografias consecutivamente também evoluíram diante o melhor desempenho dos monitores.

A baixa resolução das telas dos computadores, aliada à pouca compreensão do processo de geração de fontes digitais, fez com que, durante muito tempo, os esforços de pioneiros das fontes em bitmap como Licko fossem subestimados.

Existe hoje uma demanda crescente por tipos de tela, que funcionem bem quando exibidos em um monitor, tão necessários para publicações eletrônicas como internet e CD-Rom's. (FARIAS., 2000).

Podemos dizer que atualmente as fontes mais usuais para peças digitais, são fontes que facilitam a leitura, ou seja, tipografias que suportem os pixels dos monitores, sem serrilhados ou distorções.

As pesquisas sobre legibilidade são pouco concludentes, devido a diversos fatores, a começar pelas variantes: tipo, versão, corpo, alinhamento, espaçamento. Daí para o contexto visual aonde se insere a composição: fundo, contraste, cor. Pode-se dizer que, em relação aos tipos clássicos, em idênticas situações, as diferenças de legibilidade são pequenas. (PEREIRA. 2004, p. 104).

Em locais como a internet encontramos menos opções, pois tem-se que ser levado em consideração o conforto visual e a legibilidade quando relacionadas à tela de monitores, dessa maneira, as fontes mais indicadas são aquelas que não possuem serifas, fontes retas facilitam a leitura digital.

Figura 17 - Fontes



Fonte: A autora

9 PROJETOS SIMILARES

9.1 The Scar Project

Figura 18 - The Scar Project 1



Fotografo: David Jay
Fonte: The Scar Project

O projeto “The Scar Project” , foi criado por David Jay, um fotógrafo que está no mercado da fotografia de moda há 15 anos.

Segundo sua entrevista para o depoimento do projeto, ele sempre conviveu diariamente com questões que permeiam o universo da beleza feminina: a ditadura da beleza, que dita o corpo magro como perfeito, entre outras dessas barreiras impostas pelo conteúdo midiático.

Fugindo dessa imposição, o fotógrafo anunciou o projeto que mais chamou a atenção de todos,o SCAR Project.

Figura 19 - The Scar Project 2



Fotografo: David Jay
Fonte: The Scar Project

O fotógrafo conta também para Sara Dehghan, do “*Voice of America*”, que tudo começou quando o mesmo, viu sua amiga de 29 anos ter que passar por uma cirurgia de tratamentos contra o câncer, uma mastectomia, que é a retirada completa da mama. Segundo David, a criação do projeto foi a maneira que ele encontrou de enfrentar e aceitar aquela situação.

Figura 20 - The Scar Project 3



Fotografo: David Jay

E ainda em sua entrevista, ele afirma que o objetivo do projeto é o mesmo de outras campanhas: o de alertar mulheres para o perigo do câncer de mama.

E neste ensaio podemos analisar que são dois os grandes diferenciais: o primeiro é o público alvo, que é o de mulheres jovens; o segundo é a honestidade e veracidade com que ele procura mostrar a doença através de suas lentes, capturando as diversas fases e sentimentos da doença em questão.

Figura 21 - The Scar Project 4



Fotografo: David Jay

9.2 Toque de Beleza

Figura 22 - Projeto Toque de Beleza 1

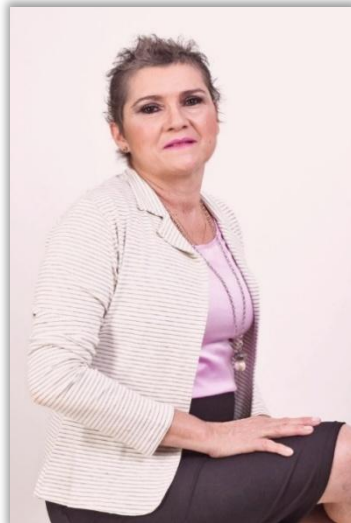


Fonte: Projeto Toque de Beleza

Disponível em: <http://projetotoquedebeleza.com.br>

Para inspirar aquelas que estão vivendo a realidade dessa doença, o projeto “*Toque de Beleza*” tem como principal objetivo resgatar a autoconfiança dessas mulheres, o mesmo propõe o que já é sugerido no nome: um toque de beleza.

Figura 23 - Projeto Toque de Beleza 2

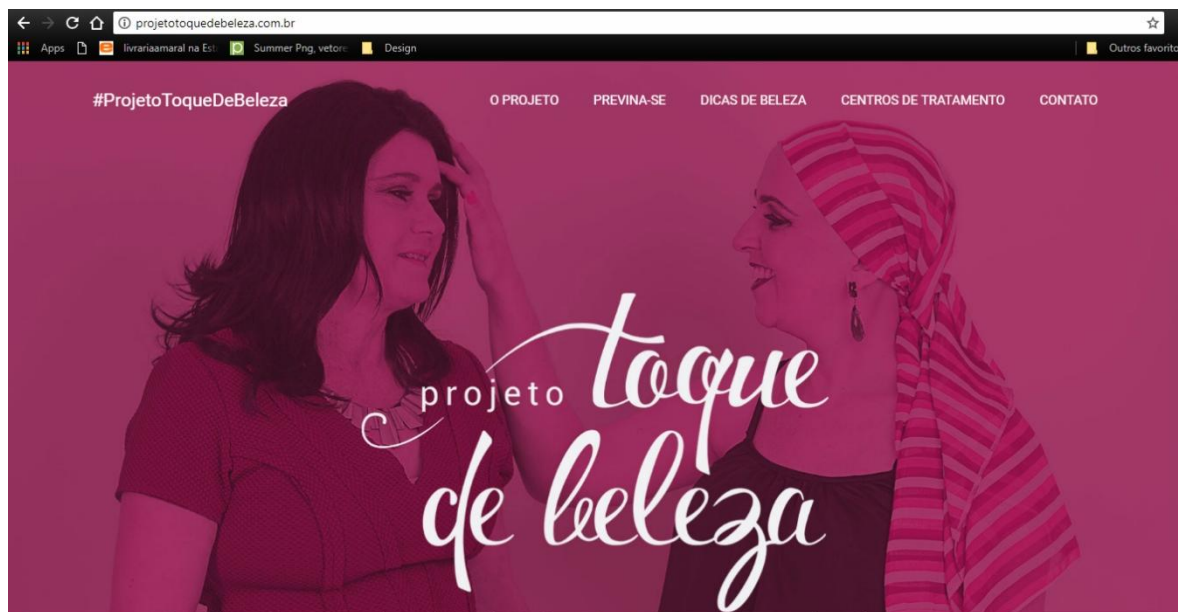


Fonte: Projeto Toque de Beleza

Criada pela *Elabore*, uma loja voltada para a comercialização de marcas e produtos que por falta de capital ainda não possuem a estrutura de uma loja física, essa campanha surgiu com inspiração no Outubro Rosa, que como é de entendimento geral, o mês em que se promove a conscientização sobre o câncer de mama, proporcionando maior informação e acesso aos diagnósticos e serviços com o objetivo de reduzir o índice de mortalidade pela doença;

“Queríamos fazer algo que impactasse as mulheres que são diagnosticadas com câncer de mama. Queríamos mostrar a elas que um toque de beleza realmente faz toda a diferença no processo de tratamento da doença”, (Raquel Praxedes, sócia proprietária da Elabore).

Figura 24 - Site Elabore



Além disso, o projeto utilizou do método de divulgação digital, trazendo dicas e técnicas de beleza direcionadas para mulheres que passaram ou passam por tratamentos quimioterápicos, ajudando-as nesta fase.

9.3. Projeto: “De Peito Aberto”

Figura 25 - Projeto De peito aberto 1



Fotógrafo: Hugo Lenzi

Diferentemente de outras campanhas sobre o câncer que são criadas no outubro rosa, “De peito aberto” foi idealizada para o mês das mães.

Segundo a organizadora do evento, a jornalista e escritora Vera Golik, a exposição retrata a luta de 50 mulheres e um homem contra o câncer de mama, que segundo o INCA é o mais comum entre as mulheres e o segundo mais frequente do mundo.

Foram fotografadas pessoas com idade entre 18 e 70 anos e pertencentes a diversas etnias e classes sociais, em diferentes fases da doença: a descoberta, o tratamento, o apoio e a superação.

A partir das fotos tiradas pelo fotógrafo e sociólogo Hugo Lenzi, a jornalista organizou uma exposição para que mais pessoas pudessem se aproximar daquele material.

Em entrevista, a organizadora conta que o evento, além das fotografias em destaque, contou com a distribuição de panfletos informativos sobre a saúde da mama e a importância do autoexame para a detecção precoce da doença, além de uma palestra interativa ministrada por profissionais de saúde, pacientes e familiares de pacientes com câncer de mama.

Figura 26 - Projeto De peito aberto 2



10 ANÁLISE E SÍNTESE

Após os dados coletados podemos dizer que o presente trabalho é um exemplo de projeto de Design Social, que é um tipo de seguimento projetual que enfatiza as motivações e consequências sociais do processo de Design.

Posterior a análise, conclui-se e ainda enfatiza que o número de , a importância de ajudar mulheres que passaram por tratamentos contra o câncer de mama através do design e dessa forma podemos refletir sobre as repercussões que as representações sociais sobre essa patologia trazem para as mulheres, no sentido de se criarem condições, objetivas e subjetivas, para que haja mobilização em busca de um caminho que favoreça o tratamento e o enfrentamento do câncer.

Deste modo, o uso da fotografia e a divulgação do seu ensaio é de suma importância para ajudar mais pessoas que passaram ou aquelas que veem de perto tal situação.

Para que o ensaio fosse feito de maneira com que o objetivo fosse alcançado foram estabelecidos pré-requisitos de significados e necessidades visuais, de acordo com a coleta de dados feita, para sabermos o que de fato seria mais pertinente para a composição do ensaio fotográfico e sua divulgação.

Pelos dados coletados, podemos chegar algumas conclusões pertinentes ao ensaio que nos ajudará na análise dos projetos similares e depois à síntese desses dados.

É correto afirmar, após a coleta de dados que fotografia em preto e branco, desperta através da imagem, um sentimentalismo a mais, conjunto a um melancolismo e à busca de um sentimento mais “sombrio”. Como o intuito deste projeto não é mostrar este lado realista do sofrimento por trás da doença, e sim ajudar essas mulheres a se

sentirem mais felizes e com a autoestima mais elevada, definiu-se a não utilização do preto e branco para o ensaio, apenas com filtro rosa caso necessário.

Em segundo lugar, podemos também dizer que o ensaio precisará transparecer pureza, através do contraste de cores com o plano de fundo do mesmo (ambiente).

Com algumas definições, se tornou importante a análise dos similares, para que nós possamos nos basear em apenas um.

10.1 Análise de Similares

Dessa maneira, após o levantamento de similares, iremos analisar os quesitos pré-estabelecidos anteriormente:

Figura 27 - Análise de Similares

	THE SCAR PROJECT <ul style="list-style-type: none">- O projeto possui fotografias em preto e branco;- O projeto retrata a realidade sentimental de pessoas que estão passando pelo câncer, sendo uma fotografia mais emocional;
	PROJETO "TOQUE DE BELEZA" <ul style="list-style-type: none">- O projeto nos traz leveza através da fotografia e não puramente um sentimento de sofrimento pela visão de tratamento- Tem seu ensaio todos em cores;- Possui poucas modelos- Utiliza acessórios e maquiagem- Foi criado para ajudar mulheres e sua autoestima;
	PROJETO "DE PEITO ABERTO" <ul style="list-style-type: none">- O projeto possui fotografias em preto e branco;- Este projeto foi criado para mães que estavam em tratamento contra a doença- Tem vários ambientes fotográficos, o que não cria uma singularidade para o ensaio;- Possui fotos ao ar livre

Fonte: A autora

10.1.1 Análise de Conceito

A leitura das imagens como vistas anteriormente, tem como base um dos conceitos de Arlindo Machado, o espaço ilusório do extraquadro.

Nessa fase foi feita a seleção conceitual que se encaixava no ensaio fotográfico feito pelas mulheres, as imagens que mais representasse o conceito de Arlindo Machado.

8.2 Síntese de dados

De acordo com a coleta de dados, podemos analisar e sintetizar os dados de acordo com requisitos pré-estabelecidos pela coleta de dados:

O ensaio deverá ser realizado ao ar livre, para dar mais leveza as fotos finais e demonstrar um olhar mais “sentimental” à imagem;

As fotos deverão ser coloridas, trabalhando com o recurso de contraste de cores;

A fotografia de retrato será utilizada para revelar a ideia conceitual do espaço ilusório do extraquadro.

As imagens vão trazer dentro de sua composição imagética o ícone de representação da autoestima.

A representação do sentimento das mudanças físicas devido ao tratamento poderá ser exposta ou sugerida de acordo com o consentimento da modelo.

O ensaio deve ser divulgado de maneira fácil e rápida por ser um projeto de Design Social

10.2.1 Síntese Conceitual

10.2.1.1 “O espaço ilusório do extraquadro”

Para que se iniciasse o projeto, após a escolha do conceito, foram analisadas as melhores imagens que representassem a visão do autor.

Segundo visto anteriormente, a perspectiva do extraquadro trabalha com dois espaços: o que se limita a tridimensionalidade ilusória do quadro e o extraquadro que permite ultrapassar as margens da imagem retratada na foto.

O direcionamento da foto faz com que o observador crie um espaço infinito fora dela, fazendo com que tenha autenticidade de imaginar e criar uma continuidade através do ponto de partida, vejamos os exemplos.

Figura 28 – Extraquadro



Fotógrafo: Raphael Pacheco

Figura 29 - Extraquadro2



Fotógrafo: Raphael Pacheco

Deste modo, para que o conceito de Arlindo Machado seja mais eficaz e condizente com o projeto, faremos montagens para aplicarmos no meio de apresentação: o Ebook.

10.2.1 Síntese Projetual

Segundo a análise feita anteriormente, o similar que mais entra nos pré-requisitos é o projeto “Toque de Beleza “dessa maneira o ensaio será feito baseado nos requisitos e assimilado a este mesmo projeto.

Dessa maneira, iremos realizar o ensaio em um lugar aberto, com muitas cores no ensaio similar e o material selecionado irá ser diagramado na plataforma de um Ebook e divulgado digitalmente.

E para que o ensaio seja feito de maneira eficaz, que seja de resultado rápido, de fácil divulgação e dentro dos conceitos do Design Social. O formato de apresentação do material finalizado será um Ebook, reforçando a questão ecológica utilizada dentro dos processos de design.

11 IDEAÇÃO

A partir dessa fase, como visto anteriormente, o projeto começa a tomar forma, gerando alternativas para chegarmos em uma solução, seguindo os conceitos antes levantados para o projeto.

11.1 Ensaio

Seguindo os dados coletados durante a pesquisa e apresentados nos capítulos anteriores, obtivemos os requisitos e restrições para a finalização do projeto, dessa forma, chegando em uma solução mais eficaz para o público alvo do mesmo.

Para que o conceito fizesse sentido, foi realizado um ensaio ao ar livre, com quatro modelos de diferentes idades, que já estiveram em tratamento contra o câncer de mama e que precisavam de incentivo para melhorar sua autoestima.

Tivemos o auxílio voluntário de um fotógrafo e de uma maquiadora para a realização das fotos, os mesmos foram orientados para que as imagens resultantes do trabalho estivessem em conformidade ao conceito estabelecido no projeto. Esse resultado foi obtido através da direção de arte da pesquisadora.

Na direção do ensaio, com o intuito de representarmos a beleza após o tratamento, foram usados além dos recursos de estímulos de auto estima através de uma entrevista informal os recursos de acessórios conceituais como lenços que tem um forte apelo significativo para as pacientes que se tornam modelos trazendo dessa forma uma identidade conceitual para o ensaio, ao mesmo tempo fazendo com que as mesmas se sentissem mais à vontade em frente as lentes.

Figura 30 - Foto individual do ensaio



Fotógrafo: Raphael Pacheco

Cada uma das modelos utilizou uma cor de lenço variando entre: azul, rosa, rosê e amarelo, cores que contrastavam com cada fundo criado no enquadramento de cada clique fotográfico.

Figura 31 - Foto em grupo do ensaio



Fotógrafo: Raphael Pacheco

Posterior ao ensaio, todas as fotos foram editadas e selecionadas para que pudéssemos dar seguimento ao projeto e sua apresentação.

11.2 Ebook

11.2.1 Geração de Layout

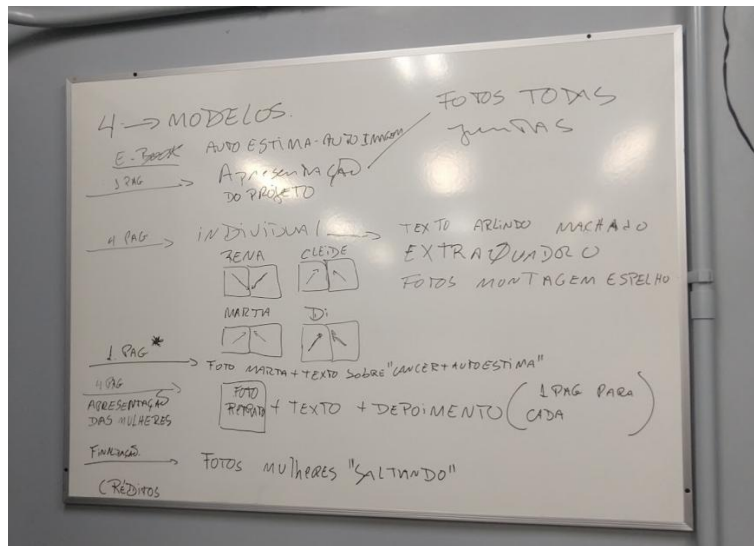
Após o ensaio realizado, precisávamos de uma forma para a sua apresentação.

Conforme sintetizado anteriormente, a melhor forma e a mais viável seria a criação de um Ebook, uma leitura em meio digital que é um dos meios mais acessíveis dos dias atuais.

Inicialmente, a partir de todos os dados sintetizados, iniciou-se a geração de ideias para o layout.

Em um primeiro momento foi pensado em desenvolver o layout com páginas com texto, e outras apenas com fotos. Algumas com conceitos importantes e indispensáveis, e outras páginas com fotos das modelos, retratando a busca da autoestima.

Figura 32 – Foto do Quadro: Geração de Alternativas (Layout-01)

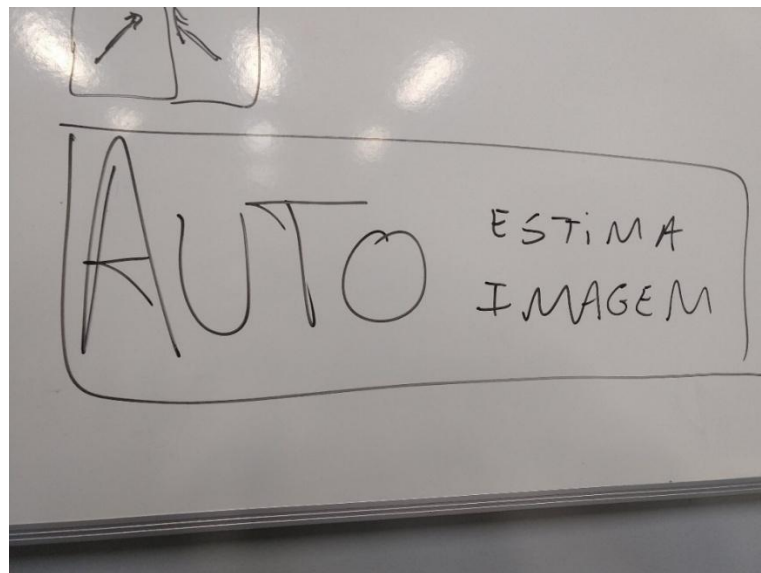


Em seguida, foram geradas para a seleção as disposições fotográficas do layout, quantidade de páginas corretas, número de fotos para cada modelo e quais assuntos iríamos retratar em cada página em questão.

Decidimos então colocar o efeito de extraquadro mais efetivo, por uso de montagem com as fotos das modelos. E para que fique um ebook mais leve, iremos colocar pouco texto.

Logo em seguida foi discutido o nome para a capa, seguindo o conceito do projeto.

Figura 33 – Geração do nome



Em seguida ao nome, foram pré-selecionadas as fotos que entrariam em cada página, mantendo a síntese conceitual, projetual e os requisitos anteriormente decididos.

Figura 34 - Seleção de fotos

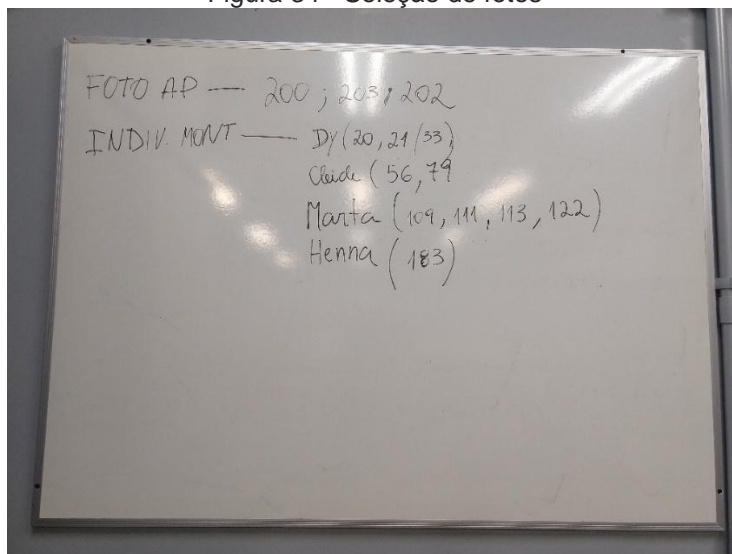
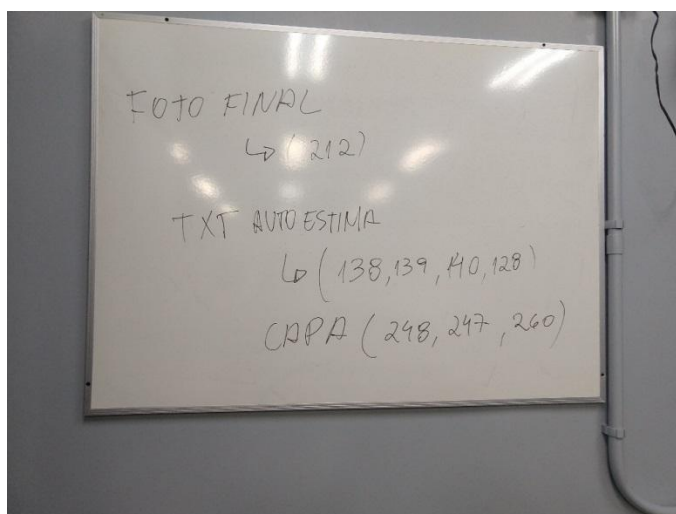


Figura 35 - Seleção de Fotos



12 DESENVOLVIMENTO LAYOUT

12.1 Seleção de Capa

Para o desenvolvimento do ebook, fez-se necessário a geração de alternativas para a capa, pois a partir daí o mesmo layout seria seguido para o restante das páginas.

Foram desenvolvidas cinco soluções para a capa do livro digital:

Figura 36 - Capa 01



Figura 37 - Capa 02

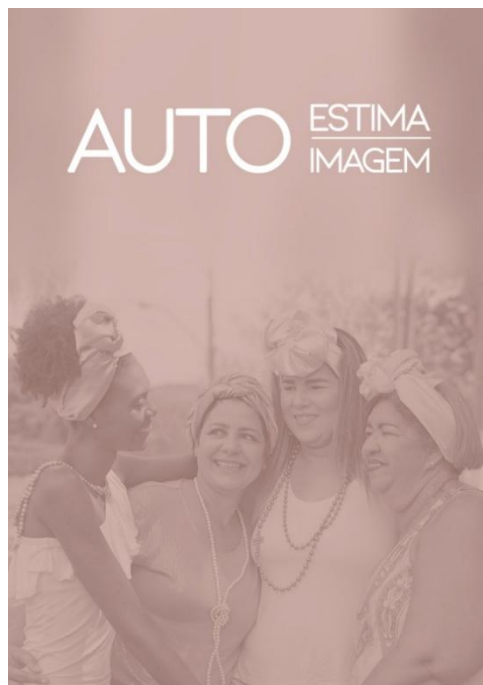


Figura 38 - Capa 03

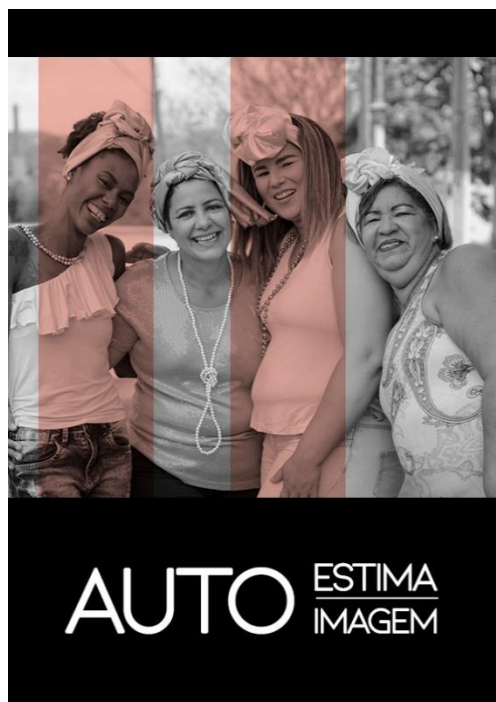


Figura 39 - Capa 04

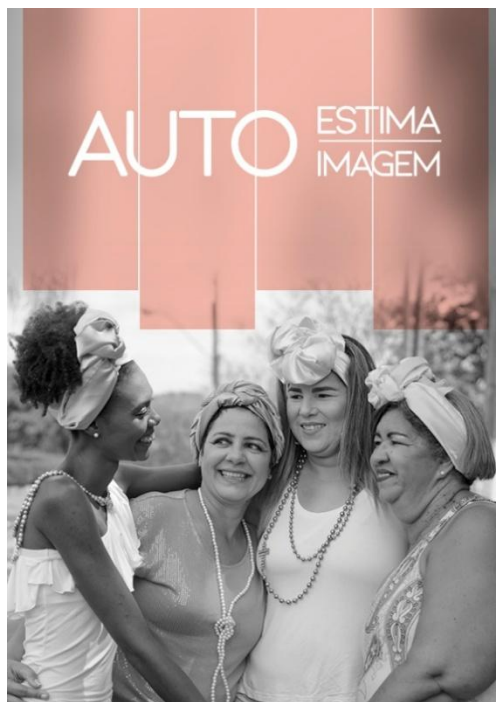


Figura 40 - Capa 05



Para a avaliação da mesma, foram utilizadas matriz de seleção com votações de 1 a 5 para as três categorias citadas:

Tabela 2 - Matriz de Seleção

	coerencia com o assunto	demonstração? beleza, harmonia, felicidade	mais impacto visual
Capa 1			
Capa 2			
Capa 3			
Capa 4			
Capa 5			

Fonte: A autora

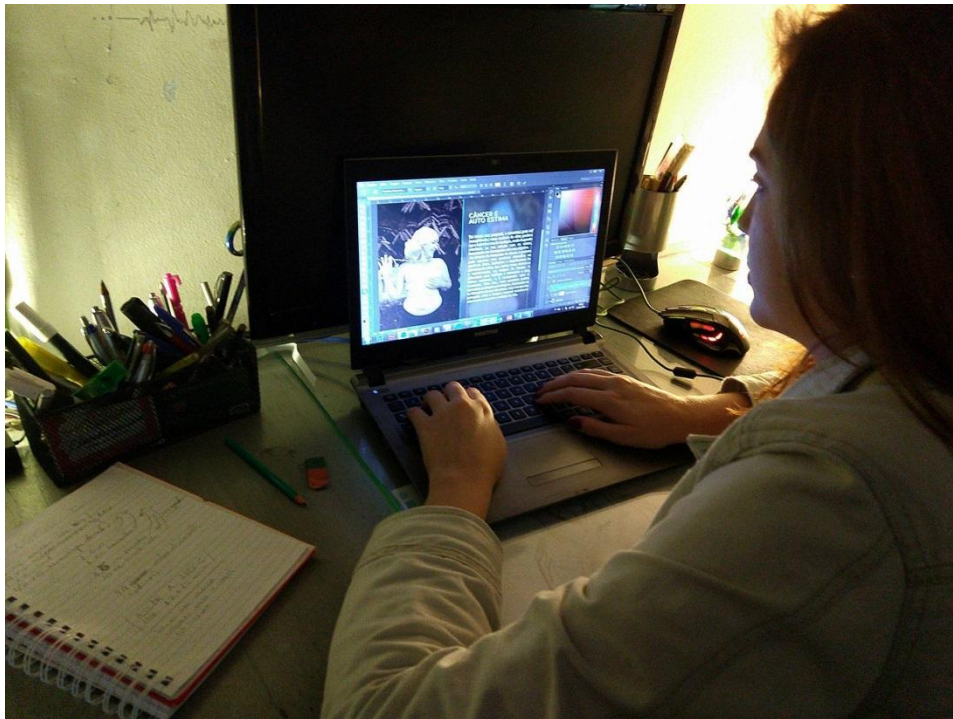
Participaram cerca de 5 pessoas além das modelos. Cada um expressou suas expressões acerca das opções propostas. A capa em que mais se obteve avaliações positivas de todas as cinco, foi a da Figura 5, a última alternativa.

Após a escolha da capa, mantemos a ideia do layout para as internas, assim como foi dito anteriormente.

12.2 Páginas internas

Após a seleção da capa, prosseguiu-se para a etapa seguinte, a criação das páginas internas que iriam compor o ebook. Durante o processo, foi levado em consideração aspectos antes pesquisados como: cor, tipografia, composição fotográficas e legibilidade, além do conceito que norteia o projeto.

Figura 41 - Desenvolvimento de páginas

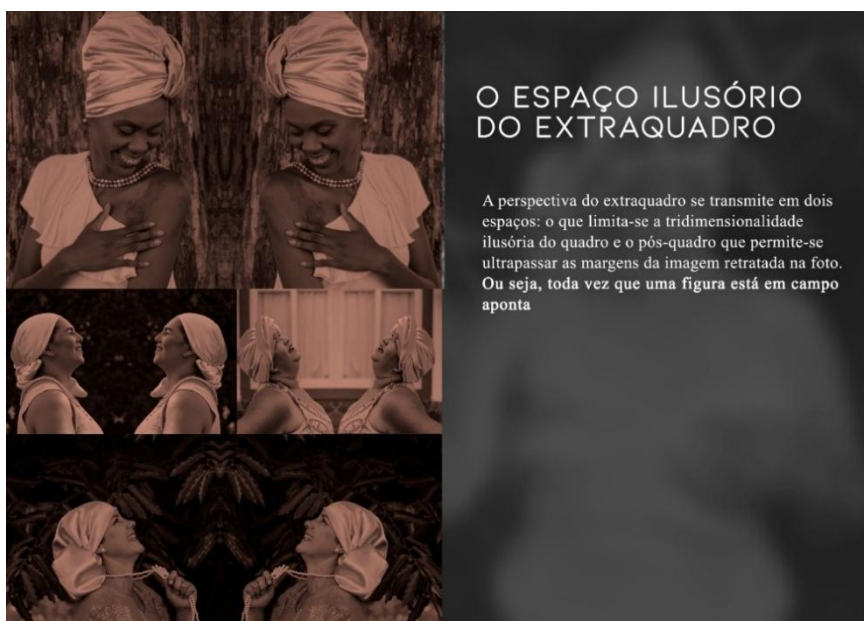


12.2.1 Páginas conceituais

Nos que desrespeita conceituação, de acordo com a perspectiva do extraquadro anteriormente retratada, o método visual deve-se ultrapassar as margens da fotografia em questão, deste modo, fazendo com que o observador crie uma tradução infinita para o que de fato pode estar além da cena.

Para que seja efetivo retratar o conceito, é necessário que o leitor o entenda, sendo assim, tornou-se indispensável a criação de uma página autoexplicativa com um breve texto conceituando o ensaio, como vemos a seguir (Figura 40).

Figura 42 - Página conceito



12.2.2 Páginas projetuais de solução

A fim de que o ebook possa ser identificado, e ajudar na solução do problema proposto, ou seja, ajudar a auto estima de mulheres que passaram por tratamentos contra o câncer de mama, é fundamental que o assunto seja tratado no arquivo.

Na Figura 41, a seguir, como uma maneira de auto explicação da doença, com um texto explicativo da importância da autoestima no tratamento de pacientes contra a doença.

Figura 43 - Página “Câncer e Autoestima”



Já nas Figuras 42 e 43, podemos identificar como foi a criação das páginas de apresentação e de incentivo, extra conceito, dentro do ebook.

Páginas que se mantinham o foco nas modelos, em sua beleza, um breve trecho de sua história e uma frase onde a mesma motiva outras mulheres a enfrentar a doença.

Figura 44 - Página de apresentação 1

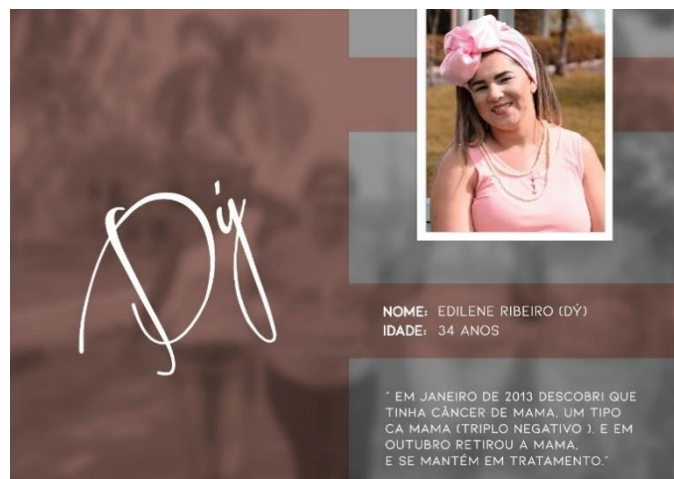


Figura 45 - Página apresentação 2



Todas as páginas do ebook estão em anexo no relatório (Anexo 1)

13 CONCLUSÃO

Como resultado do projeto obteve-se a realização de um ensaio fotográfico e o desenvolvimento de um *ebook* voltado para ajudar mulheres que já passaram ou que ainda passam por tratamentos de câncer de mama. No seu andamento, foi possível aprofundar e entender um pouco mais sobre esta doença, desenvolver nosso lado humano através do seguimento social de Design, planejando e criando uma linha de raciocínio voltada tanto para o bem-estar social como para a beleza da composição fotográfica.

Os resultados adquiridos nessa pesquisa foram decorrentes do uso de metodologias, uso de semiótica na imagem, questões norteadoras de fotografia e suas composições, além de pesquisas específicas de acordo com layout para equipamentos digitais, e dessa maneira, tendo por solução, um ensaio visualmente alegre e um layout que atendessem perfeitamente o público alvo.

O projeto se mostrou eficaz, pois atingiu o objetivo proposto segundo relatos das próprias modelos, fazendo com que elas percebessem a beleza através da fotografia e, também, se sentindo úteis para ajudar outras mulheres através das suas histórias de vida e palavras de incentivo.

O bom andamento da pesquisa foi possível devido a colaboração, estímulo e empenho de diversas pessoas. A convivência com essas quatro mulheres, guerreiras, trouxeram muita experiência de vida que nos estimula a seguir em frente.

Concluimos então, que além de projetos gráficos ou projetos de produto, em tempos como os de hoje, é de suma importância e relevante, a realização de trabalhos como esse, em âmbito social.

14 BIBLIOGRAFIA

ADOBE SYSTEMS INCORPORATED. Pdf Reference. Sexta edição. versão 1, p. 33;

AMBROSE, Gavin, HARRIS, Paul. Grids. Porto Alegre: Bookman, 2009;

AMBROSE, Gavin, HARRIS, Paul. Layout. Porto Alegre: Bookman, 2009;

ANG, Tom; SZLAK, CARLOS. Fotografia digital: uma introdução. Senac, 2007;

BESSELLE, Michael., "Como fotografar Nus", Ed. Abril S.A., 1982;

BERTAN, F. C.; CASTRO, E. K. Quality of life, anxiety and depressions indicators and sexual satisfaction in adult patients with cancer. Rev Salud Soc, v. 1, n. 2, p. 76-88, 2010;

BRAGA, Maria Lúcia Santaella; NÖTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. Iluminuras, 1999;

BONSIEPE, Gui., Design, Cultura e Sociedade., Blucher.,2011;

CATANEO, Caroline; CARVALHO, Ana Maria Pimenta and GALINDO, Elizângela Moreira Careta. Obesidade e aspectos psicológicos: maturidade emocional, auto-conceito, *locus* de controle e ansiedade., vol.18, n.1, pp.39-46, 2005;

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. Características da população e dos domicílios: resultados do universo. Rio de Janeiro: IBGE, 2011;

CHARTIER, R. A aventura do livro: do leitor ao navegador. São Paulo: UNESP, 1999;

DONDIS, Donis A. A sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1991;

FARIAS, Priscila, L. TIPOGRAFIA DIGITAL: o impacto das novas tecnologias. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, p.113 , 2000;

HITA, M. G., 1998. Identidade feminina e nervoso: Crises e trajetórias. In: *Antropologia da Saúde: Traçando Identidade e Explorando Fronteiras* (P. C. Alves & M. C. Rabello, org.), pp. 179-213, Rio de Janeiro: Editora Fiocruz/Editora Relume Dumará. Disponível em: < <https://scholar.google.com.br> >, Acesso em: 05 de abril de 2017;

INCA. Instituto Nacional de Câncer (2006), Disponível em: < http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/situacao_cancer_brasil.pdf >, Acesso em: 04 de maio de 2017;

INCA - Instituto Nacional de Câncer (2006b). Programa Nacional de Controle do Câncer do Colo do Útero e de Mama “Viva Mulher”. Disponível em: < http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=140.>, Acesso em: 12 de maio de 2017;

GAPC- Grupo de Apoio a Pessoas com Câncer, Disponível em: < <http://www.gapc.org.br/sobre>>, Acesso em: 15 de maio de 2017;

GETTY RESEARCH. Photobooks. In: Art and Architecture Thesaurus Online., Disponível em: < <http://www.getty.edu/vow/AATSearchPage.jsp> >, Acesso em: 04 de maio de 2017;

GIMENES, M. G. “ Psicooncologia no Brasil: resgatando o viver , p. 232-246, São Paulo: Summus, 1998;

GOMES FILHO, J. Gestalt do objeto: sistemas de leitura visual. São Paulo: Escrituras Editora, 2000;

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999;

MACHADO, Arlindo. A ilusão especular. São Paulo: Brasiliense. 2011.

MATARUNA, L. Imagem Corporal: noções e definições. *EFDeportes.com, Revista Digital*. Buenos Aires, Ano 10, nº 71, 2004.

MILANESI, Luís. Biblioteca. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. Lisboa: Edições 70, 1981.

Nakashima JP, Koifman RJ, Koifman S. Incidência de câncer na Amazônia ocidental: estimativa de base populacional de Rio Branco, Acre, Brasil, 2009;

ORTIZ, Eliana *et all* (2014). Relación entre las estrategias de afrontamiento, ansiedad, depresión y autoestima, en un grupo de adultos con diagnóstico de cáncer. *Psychologia: avances de la disciplina*, vol.8, 77-83.

PAPANÉK, Victor. Design for the real world: human ecology and social change. New York: Pantheon Book, 1971.

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba, 2007.

RAMALHO e OLIVEIRA, Sandra. Imagem também se lê. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried; MENEZES, Philadelpho. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983;

SANTAELLA, Lucia. Semiótica aplicada. São Paulo: Cengage Learning, 2002;

SANTOS, Franciele Filipini dos. "Arte Contemporânea em Diálogo com as Mídias Digitais: concepção artística/curatorial e crítica." *Santa Maria: Gráfica Editora Pallotti* , 2009;

SALCI MA, MARCON SS. Itinerário percorrido pelas mulheres na descoberta do câncer. *Esc Anna Nery.*, vol 3, p.558-66, 2009;

SCHULZE, C. M. N., As representações sociais de pacientes portadores de câncer. In: *O Conhecimento no Cotidiano: As Representações Sociais na Perspectiva da Psicologia Social* ,p. 266-279, São Paulo: Editora Brasiliense, 1993;

SILVEIRA, Paulo. A fotografia e o livro de artista. In: SANTOS, Alexandre; SANTOS, Maria Ivone dos (Org.). A fotografia nos processos artísticos contemporâneos. Porto Alegre: Unidade Editorial da Secretaria Municipal da Cultura; Editora da UFRGS, p. 144-155, 2004.

SOUZA JR, Araújo TCCF. Eficácia terapêutica de intervenção em grupo psicoeducacional: um estudo exploratório em oncologia. *Estud Psicol*, 2010;

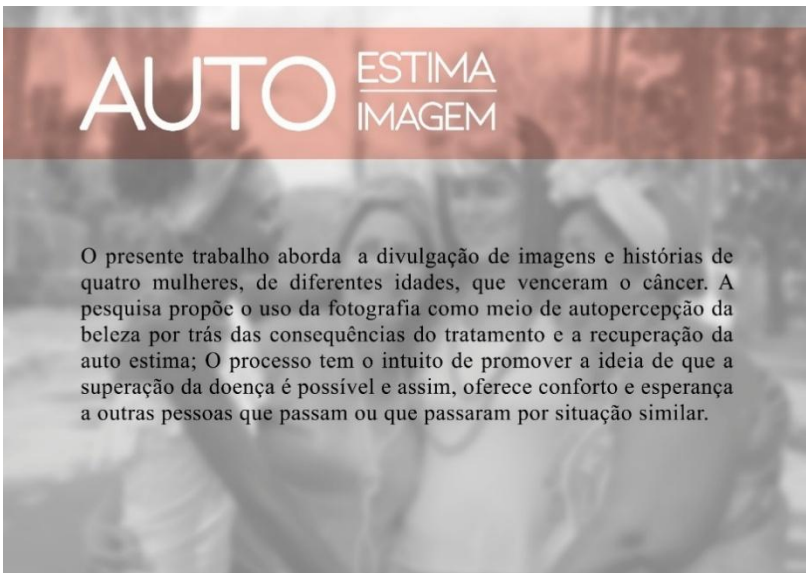
SILVA, R. M., & Mamede, M. V. *Conviver com a mastectomia*. Fortaleza: Editora da Universidade Federal do Ceará, 1998;

SONTAG, S. A., *Doença como Metáfora*. Rio de Janeiro: Editora Graal, 1984

SUÁREZ, Lizet Liñero. Conhecimento sensorial-uma análise segundo a perspectiva da semiótica computacional. UNICAMP-Universidade de Campinas-SP. Campinas-SP, 2000.

ANEXOS

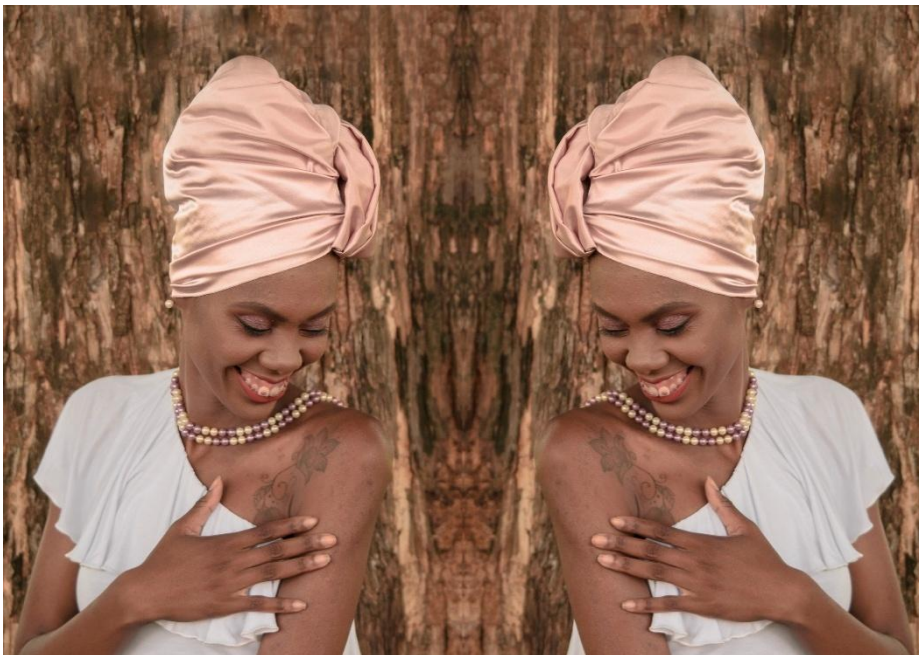
ANEXO 1 – EBOOK





O ESPAÇO ILUSÓRIO DO EXTRAQUADRO

A perspectiva do extraquadro se transmite em dois espaços: o que limita-se a tridimensionalidade ilusória do quadro e o pós-quadro que permite-se ultrapassar as margens da imagem retratada na foto. Ou seja, toda vez que uma figura está em campo aponta







CÂNCER E AUTO ESTIMA

De acordo com pesquisas, a autoestima pode ser exemplificada como ausência de afeto positivo que o indivíduo tem de si próprio, sendo de grande relevância na sua relação com os outros, fomentando seu desempenho ante seus objetivos.

Ao decorrer do tratamento do câncer, a paciente pode aparecer com possíveis alterações na aparência física, limitações e impedimentos de atividades de rotina, que, muitas vezes, somam-se à quimioterapia, ao estigma da doença, à dificuldade para enfrentar o tratamento e seus efeitos colaterais, e à readaptação após o tratamento. Com isso, esses pacientes podem apresentar problemas psicológicos, destacando-se as alterações em sua autoestima, uma vez que sua percepção sobre a imagem corporal encontra-se relacionada a essa nova condição de vida.

Henna



NOME: HENNA MELO
IDADE: 37 ANOS

" TIVE CÂNCER DE MAMA NÍVEL 2
E FIZ TRATAMENTOS QUIMIOTERÁPICOS
..."



HENNA VESTE UMA BLUSA
NA COR BRANCA. SEUS
ACESSÓRIOS SÃO: UM
MARAVILHOSO COLAR DE
PÉROLAS E UM INCRÍVEL
LENÇO NA COR ROSÉ
PARA COMPOR SEU LOOK!

“

NÃO É O FIM, É O
COMEÇO! NÃO
PENSE: "POR QUE
EU?" E SIM, "POR QUE
NÃO EU?"
HOJE TEMOS
RECURSOS E
MÉDICOS,
PRECISAMOS
APENAS DE FÉ E
VONTADE DE VIVER!



NOME: EDILENE RIBEIRO (DÝ)
IDADE: 34 ANOS

" EM JANEIRO DE 2013 DESCOBRI QUE TINHA CÂNCER DE MAMA, UM TIPO CA MAMA (TRIPLO NEGATIVO), E EM OUTUBRO RETIROU A MAMA, E SE MANTÉM EM TRATAMENTO."



DY VESTE UMA BLUSA NA COR ROSA. SEUS ACESSÓRIOS SÃO: UM MARAVILHOSO COLAR DE PÉROLAS E UM INCRÍVEL LENÇO NA COR ROSA, PARA COMPOR SEU LOOK!

“

EXISTE VIDA APÓS E DURANTE O CÂNCER! NÃO SE DESESPERE, POIS JÁ DEU TUDO CERTO! IREMOS VENCER JUNTAS!



Martha



NOME: MARTHA CARVALHO
IDADE: 45 ANOS

"EM 2014 DESCOBRI O CÂNCER DE MAMA, PERDI MINHA MAMA DIREITA E TERMINEI DE FAZER MEU TRATAMENTO EM 2017"



MARTHA VESTE UMA BLUSA NA COR ROSA. SEUS ACESSÓRIOS SÃO UM MARAVILHOSO COLAR DE PÉROLAS E UM INCRÍVEL LENÇO NA COR AZUL BEBÊ. PARA COMPOR SEU LOOK!

“

SEJA FORTE! NÃO DESISTA! SORRIA E INSPIRE OUTRAS PESSOAS COM A SUA ALEGRIA E FORÇA!

Cleide



NOME: CLEIDE MARIA SOUZA
IDADE: 58 ANOS

" TIVE LEUCEMIA, E EM 2015 DESCOBRIU QUE ESTAVA COM O CÂNCER DE MAMA."



CLEIDE VESTE UMA BLUSA ESTAMPADA NA CORROSA. SEUS ACESSÓRIOS SÃO: UM MARAVILHOSO COLAR DE PÉROLAS E UM INCRÍVEL LENÇO NA COR AZUL BEBÊ, PARA COMPOR SEU LOOK!



“

NÃO DESISTA! LUTE ATÉ O FIM! ENQUANTO HÁ VIDA, HÁ ESPERANÇA!

“

Eu, gostaria de dizer... OBRIGADA!

A elaboração deste trabalho não teria sido possível sem a colaboração, estímulo e empenho de diversas pessoas. Gostaria, por este fato, de expressar toda a minha gratidão e apreço a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para que esta tarefa se tornasse uma realidade. E em especial à essas quatro mulheres guerreiras, que disponibilizaram suas histórias para que esse projeto saísse do papel!

”

Ana Beatriz Assis de Souza



ANEXO 2 – DEPOIMENTO

