

# CONIC SEMESP

15º Congresso Nacional de Iniciação Científica

**TÍTULO:** CAMPANHA COLO

**CATEGORIA:** EM ANDAMENTO

**ÁREA:** CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

**SUBÁREA:** DESIGN

**INSTITUIÇÃO:** FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E DESIGN "OSWALDO CRUZ"

**AUTOR(ES):** PRISCILLA PAES DE AGUIAR, GABRIELA DA SILVA COSTA

**ORIENTADOR(ES):** ELEIDA PEREIRA DE CAMARGO

Realização:



Apoio:



## 1. RESUMO

O câncer de colo de útero está na lista de das doenças que mais atingem mulheres no Brasil, a estimativa para o ano de 2014 foi de 15.590mil novos casos, com um risco estimado de 15,3 casos a cada 100mil mulheres (INCA)

Nosso principal objetivo é criar uma identidade visual para a Campanha Colo, visando conscientizar as mulheres da cidade de São Paulo sobre os riscos que o câncer de colo oferece.

Para que seja possível a criação da identidade visual, coletaremos e analisaremos dados bibliográficos de organizações de saúde, como o OMS. Além disso, contamos com um questionário de 13 questões que será aplicado a 100 mulheres de 30 a 39 anos da cidade de São Paulo e Grande São Paulo, que coletará dados sobre a periodicidade com a qual frequentam o ginecologista, fazem exames preventivos e quais seus conhecimentos sobre métodos contraceptivos.

Buscamos referências de campanhas e imagens sobre o câncer de colo uterino e universo feminino em escala nacional e internacional a fim de criarmos repertório visual para a realização da campanha. Utilizamos como critérios para a escolha das referências, imagens que passassem uma sensação de conforto, acolhimento e tivessem a mulher como protagonista das peças.

Para a criação de materiais, usaremos softwares como: Adobe Photoshop, Illustrator e InDesign.

## 2. INTRODUÇÃO

Segundo o INCA (Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva): "câncer é o nome dado a um conjunto de mais de 100 doenças que têm em comum o crescimento desordenado (maligno) de células que invadem os tecidos e órgãos, podendo espalhar-se (metástase) para outras regiões do corpo". Essa doença é a segunda causa de morte dos brasileiros; em primeiro lugar estão as doenças cardíacas.

No contexto mundial, segundo estimativa do projeto Globocan 2012, da IARC (*Internation Agency For Research on Câncer*) e da OMS (Organização Mundial da Saúde), houve 14,1 milhões de casos novos e 8,2 milhões de mortes por câncer, em todo mundo, em 2012. E a tendência é aumentar ainda mais. Em 2030, será 21,4 milhões de novos casos e 13,2 milhões de morte em decorrência do câncer.

Para o Brasil, a estimativa de casos do ano de 2014, que também é válida para o ano de 2015, é de aproximadamente 576 mil casos novos de câncer.

Muitos casos poderiam ser combatidos, evitando o óbito, porém o câncer é uma doença silenciosa, em muitos casos obtém-se o diagnóstico da doença já num estágio avançado e em algumas situações não há condições de tratamento.

Existem tipos de câncer que afetam muito mais mulheres que homens, devido a questões genéticas principalmente, entre eles os mais comuns são: os de mama, cólon e reto, colo do útero, pulmão e glândula tireoide.

Em relação ao Câncer de Mama temos a Campanha Outubro Rosa, que é um evento mundial onde o objetivo é promover a conscientização e discussão sobre a doença. Em relação ao câncer de colo de útero não temos evento semelhante.

### **3.Objetivo**

Desenvolver uma identidade visual para a campanha Colo, que conscientizará as mulheres sobre o câncer do colo uterino, a importância da prevenção e tratamento.

### **4.Método**

Coletaremos e analisaremos os dados bibliográficos de organizações de saúde, sobre a incidência, prevalência, prevenção, diagnóstico e tratamento do câncer de colo.

Além disso, faremos uma pesquisa (100 mulheres) para conhecermos a periodicidade com a qual vão ao ginecologista e realizam exames preventivos. O questionário conta com 13 questões e entrevistamos 71 mulheres até o momento. Para a criação da identidade da campanha realizaremos uma pesquisa iconográfica de formas e cores que exprimem este universo. Abordaremos também a questão materna, imprimindo o sentimento de aconchego e conforto, remetendo ao nome da campanha: Colo. No processo de criação dos materiais serão utilizados softwares de edição gráfica como: Photoshop, Illustrator, InDesign.

### **5.DESENVOLVIMENTO**

O câncer de colo de útero está na lista das doenças que mais atingem mulheres no Brasil, a estimativa para o ano de 2014 foi de 15.590 mil novos casos, com um risco estimado de 15,3 casos a cada 100 mil mulheres.

Os fatores de risco para esse tipo de câncer são: início precoce da atividade sexual, higiene íntima inadequada, multiplicidade de parceiros sexuais tabagismo, uso prolongado de contraceptivos orais e HPV (Papilomavírus).

Sua incidência, segundo a OMS, aumenta nas mulheres entre 30 e 39 anos de idade e atinge seu pico entre a quinta ou sexta década de vida. Em mulheres antes dos 25 anos ocorrem infecções por HPV e lesões de baixo grau, que podem regredir espontaneamente na maioria dos casos. Em mulheres acima dos 65 anos, caso a mesma tenha feito exames preventivos regularmente, o risco de desenvolvimento do câncer é reduzido, devido a sua lenta evolução.

Exames de prevenção, como o Papanicolau e a Colposcopia, podem detectar a doença possibilitando assim maiores chances de tratamento. Apesar do câncer de colo uterino ser um dos mais fáceis de ser diagnosticado, com chances de cura de cerca de 90%, ainda mata mais de 4mil mulheres anualmente no Brasil.

As principais estratégias de prevenção utilizadas mundialmente são: a divulgação e aplicação da vacina contra o HPV, conscientização em relação ao uso de métodos preservativos durante a relação sexual. Mesmo assim, 270 mil mulheres morrem, por ano, no mundo todo devido à doença. O diagnóstico feito a partir dos exames preventivos poderia salvar muitas vidas.

### **6.RESULTADOS PRELIMINARES**

Através da pesquisa aplicada detectamos que muitas mulheres não vão ao ginecologista com a periodicidade adequada, não sabem como se dá o desenvolvimento da doença e nem como evitá-la. Também detectamos que 100% das entrevistas (até agora) utilizam redes sociais e lêem cartazes e/ou folders informativos em hospitais. Logo concluímos que é viável o desenvolvimento da campanha envolvendo estas interfaces de divulgação.

## 7.FONTES CONSULTADAS

BRASIL. INCA. Ministério da Saúde. **AGENDA ESTRATÉGICA:** Agenda Estratégica PARA O CONTROLE DO CÂNCER DO COLO DO ÚTERO. 2011. Disponível em:

<[http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/acoes\\_programas/site/home/agenda\\_estrategica/apresentacao\\_agenda\\_estrategica](http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/acoes_programas/site/home/agenda_estrategica/apresentacao_agenda_estrategica)>. Acesso em: 04 maio 2015.

BRASIL. INCA. Ministério da Saúde (Org.). **Câncer:** O que é. Disponível em: <<http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/cancer/site/oquee>>. Acesso em: 03 maio 2015

ROUX, Mariette Le. **Casos de câncer vão aumentar 50% até 2030, alerta agência.** 2014. Disponível em:

<<http://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/afp/2014/02/03/casos-de-cancer-va-aumentar-50-ate-2030-alerta-agencia.htm>>. Acesso em: 04 maio 2015.

BRASIL. Inca. Ministério da Saúde. **Controle do Câncer do Colo do Útero.** 2015.

Disponível

em:<[http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/acoes\\_programas/site/home/nobrasil/programa\\_nacional\\_controle\\_cancer\\_colo\\_uterio](http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/acoes_programas/site/home/nobrasil/programa_nacional_controle_cancer_colo_uterio)>. Acesso em: 04 maio 2015.

BRASIL. INCA. Ministério da Saúde (Org.). **Estimativa 2014:** Incidência de Câncer no Brasil. 2014. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/estimativa/2014/index.asp?ID=1>>. Acesso em: 03 maio 2015.

A.C CAMARGO CANCER CENTER (Brasil). **Pacientes e tudo sobre câncer:** Colo do Útero. Disponível em: <<http://www.accamargo.org.br/tudo-sobre-o-cancer/colo-do-uterio/11/>>. Acesso em: 05 maio 2015.

BRASIL. INCA. Ministério da Saúde. **PERGUNTAS FREQUENTES:** HPV e Câncer. Disponível em: [http://www1.inca.gov.br/conteudo\\_view.asp?id=2687](http://www1.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=2687). Acesso em: 04 maio 2015.