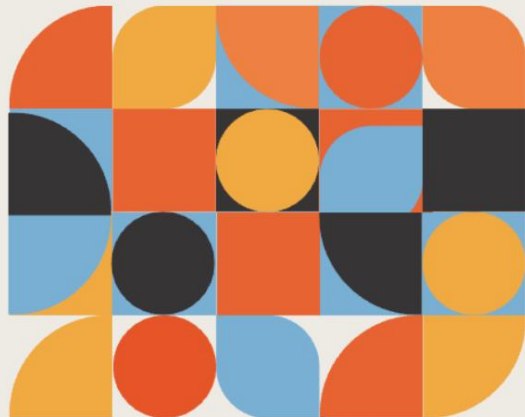




PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DIGITAL COM FOCO EM IMPACTO SOCIAL: Relato de uma experiência na Associação Lua Rosa

Digital content productions with a focus on social impact: Report of an experience at the Lua Rosa Association

QUEIROZ, Cyntia; Dra.; Universidade Federal do Ceará, cyntiatavares@yahoo.com.br¹
OLIVEIRA, Maria Clara; Graduanda; Universidade Federal do Ceará, oclara075@gmail.com²
ALMEIDA, Yanne; Graduanda; Universidade Federal do Ceará, yanneehrich@yahoo.com.br³

Resumo: Este artigo apresenta um relato de experiência sobre a produção de conteúdo digital com foco em impacto social, realizada junto à Associação Lua Rosa, uma organização que acolhe, empodera e inspira mulheres afetadas pelo câncer de mama. O trabalho envolveu planejamento de publicações, design gráfico, produção textual e acompanhamento dos resultados. A análise incluiu métricas de alcance e engajamento, além de dados qualitativos obtidos em uma entrevista com a presidente da Lua Rosa.

Palavras chave: Comunicação digital; Câncer de mama; Impacto social.

Abstract: This article presents an experience report on the production of digital content with a focus on social impact, carried out with the Lua Rosa Association, an organization that welcomes, empowers and inspires women affected by breast cancer. The work involved planning publications, graphic design, text production and monitoring of results. The analysis included reach and engagement metrics, as well as qualitative data obtained in an interview with the president of Lua Rosa.

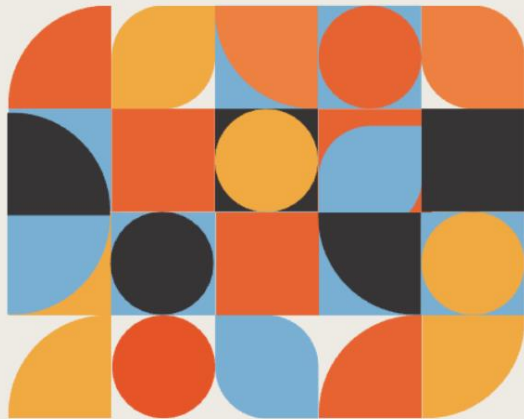
Keywords: Digital communication; Breast cancer; Social impact.

¹ Doutora em Educação. Mestre em Design e Marketing. Graduada em Comunicação Social e em Estilismo em Moda. Professora Associada II do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

² Graduanda em Publicidade e Propaganda / UFC

³ Graduanda em Publicidade e Propaganda / UFC





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

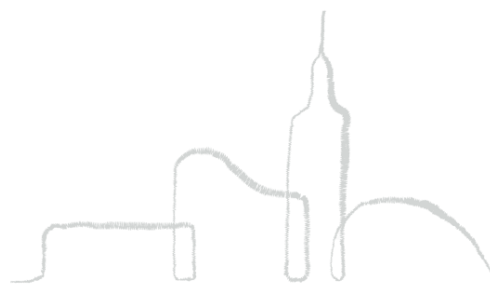
Introdução

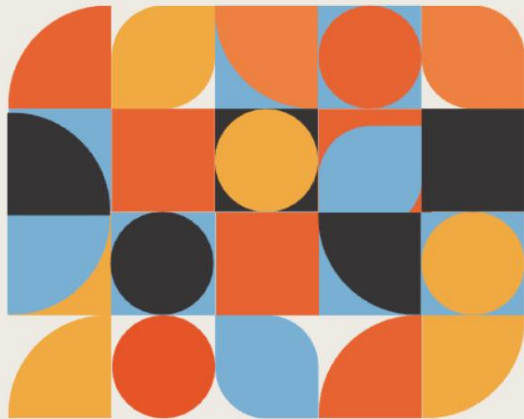
A comunicação digital tem se consolidado como ferramenta estratégica para organizações sociais que buscam ampliar sua atuação e engajamento com diferentes públicos. Especialmente no contexto do terceiro setor, a produção de conteúdo nas redes sociais pode ser decisiva para mobilizar voluntários, atrair doações e sensibilizar a sociedade sobre causas relevantes. Neste artigo, relatamos uma experiência de produção de conteúdo digital voltado ao impacto social realizada junto à Associação Lua Rosa, sediada em Fortaleza (CE), que atua com mulheres sobreviventes do câncer de mama por meio de atividades de acolhimento, empoderamento e esporte.

A experiência faz parte do Projeto de Extensão SEGURA A MINHA MÃO - Núcleo que integra ações de apoio à Comunicação em Mídias Sociais para ONGs, OSCIPS e comunidades, em geral. O trabalho realizado no núcleo consiste no planejamento de ações para mídias sociais, design gráfico, indicação e contato com influenciadores, produção de conteúdo, acompanhamento das ações do grupo, postagem e acompanhamento. Nesse sentido, o Projeto ajuda as organizações a superar as dificuldades comunicacionais, oferecendo capacitação técnica em gestão de mídias sociais e suporte para o planejamento e execução de campanhas de comunicação online.

Além de contribuir para o fortalecimento da comunicação e do engajamento das organizações sem fins lucrativos e comunidades nas mídias sociais, ampliando seu alcance e impacto social, o projeto se configura como um excelente espaço de experimentação para os estudantes de moda e comunicação, cujo mercado tem exigido, cada vez mais, essas habilidades e tem se aberto a possibilidades de contratação nesta área.

Em 2025, o núcleo selecionou cinco perfis de *Instagram*, mais que o dobro do que conseguiu atender no ano anterior, fato possível pela ampliação dos estudantes interessados em atuar no projeto. Neste artigo será relatada a experiência na Associação Lua Rosa.





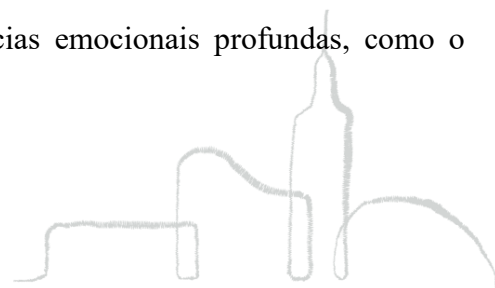
Comunicação Digital no Terceiro Setor

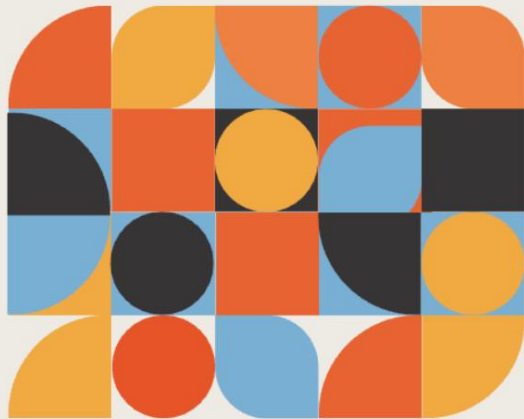
A comunicação digital no terceiro setor tem sido estudada como elemento central para o fortalecimento institucional e a geração de impacto social. Segundo Castells (2013, p. 20), “a internet é, acima de tudo, uma ferramenta de autonomia. As redes horizontais de comunicação interativa na internet permitem a auto emissão de mensagens, por parte de muitos para muitos, em tempo escolhido por quem emite e recebe.” Essa lógica descentralizada favorece o protagonismo das organizações sociais, especialmente em contextos de mobilização e engajamento, o que possibilita que as mesmas cresçam em termos de alcance e impacto.

Kunsch (2003, p. 89) destaca que “a comunicação organizacional no terceiro setor precisa ser estratégica, planejada e contínua, para sensibilizar a sociedade, conquistar parceiros e fortalecer a imagem institucional das organizações sociais.” Nesse sentido, a comunicação não pode ser reduzida a ações pontuais, mas deve integrar os objetivos e valores da instituição. No entanto, muitas dessas organizações enfrentam dificuldades para gerenciar suas contas nas mídias sociais, seja por falta de conhecimento técnico ou pela falta de recursos humanos e financeiros. Isso pode comprometer a qualidade da comunicação, prejudicando o alcance e o engajamento da audiência.

Outros autores contemporâneos também reconhecem o poder transformador das redes digitais. Lemos (2010, p. 78) afirma que “as mídias locativas e as redes sociais configuram um novo tipo de esfera pública, mais fluida e interativa, permitindo que organizações sociais ganhem visibilidade, articulem mobilizações e gerem engajamento.” A atuação estratégica nesse ambiente passa pela criação de narrativas que mobilizem afetos e representem causas.

Nesse mesmo contexto, Cogo e Marchiori (2017, p. 135) observam que “as ONGs precisam atuar de maneira estratégica nas redes sociais, produzindo narrativas que expressem valores, causas e emoções, para se conectarem afetivamente com seus públicos.” Essa conexão afetiva é particularmente relevante no caso de organizações como a Lua Rosa, cujo público-alvo compartilha experiências emocionais profundas, como o enfrentamento do câncer.





A Associação Lua Rosa

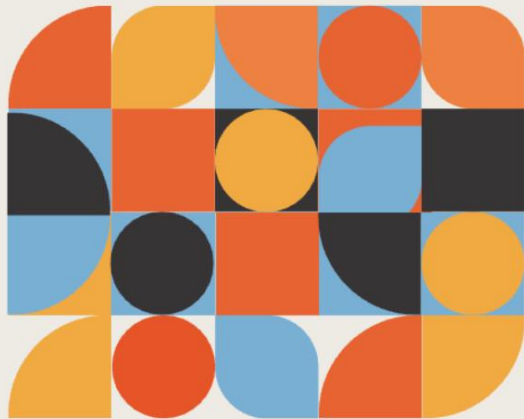
A Associação Lua Rosa é uma organização sem fins lucrativos, fundada com o propósito de inspirar, acolher e fortalecer mulheres afetadas pelo câncer de mama. Localizada em Fortaleza, Ceará, a associação surgiu a partir do encontro de mulheres que, após vivenciarem o diagnóstico e o tratamento do câncer, decidiram transformar suas dores em força coletiva e ação social.

A Lua Rosa atua em três eixos principais:

1. Acolhimento: oferece apoio emocional e social desde o momento do diagnóstico, promovendo escuta sensível, rodas de conversa, encontros presenciais e virtuais, além de apoio psicológico e jurídico;
2. Empoderamento: promove ações que valorizam a autoestima, a identidade e a autonomia das mulheres, com oficinas de autocuidado, grupos de estudo e leitura, oficinas formativas e apoio às mulheres empreendedoras;
3. Atividade física e integração: reconhecendo os benefícios físicos e emocionais da prática de exercícios, a Lua Rosa desenvolveu uma equipe de remadoras de *dragon boat*, a primeira do Ceará formada exclusivamente por mulheres sobreviventes do câncer de mama. Além disso, também tem um grupo de corredoras.

A associação se destaca por sua atuação ativa em comunicação digital, mobilizando campanhas, ações de conscientização e produção de conteúdo nas redes sociais para ampliar o acesso à informação, estimular o diagnóstico precoce e fomentar o voluntariado. Com uma equipe de voluntárias, apoiadoras, profissionais da saúde e da comunicação, a Lua Rosa tornou-se uma referência afetiva e transformadora para dezenas de mulheres, que encontram na organização um espaço de pertencimento, superação e afeto. A associação também é reconhecida por seu trabalho colaborativo com universidades, profissionais da área de saúde e outros movimentos sociais, fortalecendo sua presença como uma instituição de impacto no terceiro setor.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

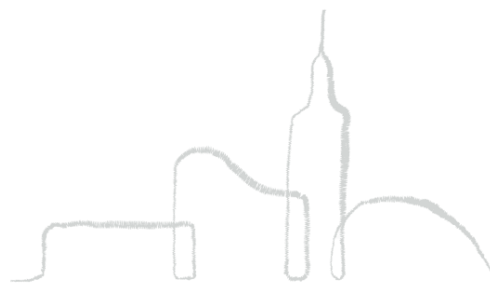
Planejamento da Produção de Conteúdo

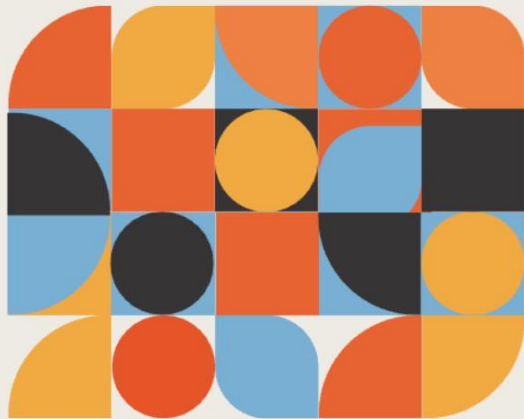
O planejamento da produção de conteúdo da Associação Lua Rosa é conduzido em parceria entre a equipe do projeto de extensão “Segura a Minha Mão” e uma representante da própria associação. O processo é pautado pela escuta ativa e pela construção conjunta da agenda editorial, considerando as demandas e a identidade institucional da organização.

A função de atendimento, exercida por um dos integrantes da equipe de comunicação, é fundamental neste processo. Essa função estabelece a ponte entre a Associação Lua Rosa e os profissionais envolvidos no núcleo de comunicação. A partir de reuniões e trocas periódicas com uma representante da associação, são identificados os temas prioritários para o mês, considerando datas comemorativas, ações internas e campanhas de sensibilização e autocuidado.

Com base nesse alinhamento, é elaborada uma agenda editorial mensal, que organiza os conteúdos a serem veiculados nas redes sociais da instituição, mais precisamente o Instagram. A agenda propõe, em média, três publicações semanais e articula conteúdos sugeridos pela associação com propostas desenvolvidas pela equipe de comunicação. Após a aprovação do calendário editorial, o atendimento repassa as informações para os setores de produção gráfica e redação, garantindo a fluidez na execução das etapas e a coerência entre identidade visual e textual.

Até o momento, já foram desenvolvidas duas agendas mensais, referentes aos meses de maio e junho, contemplando conteúdos institucionais, educativos e motivacionais. O planejamento prevê o fortalecimento da presença digital da Lua Rosa, oferecendo à equipe interna da associação maior organização, previsibilidade e engajamento com seu público.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Publicações Desenvolvidas

No âmbito do Projeto de Extensão SEGURA A MINHA MÃO, desenvolvem-se atividades na área de mídias sociais para o subprojeto Lua Rosa, com foco na criação de peças gráficas voltadas à divulgação das ações nas redes sociais. Essa função envolve, principalmente, a produção de conteúdos visuais para o Instagram, tanto para o feed quanto para os stories. Todo o trabalho é realizado com base em uma agenda de postagens organizada, a qual serve como guia para a elaboração dos materiais.

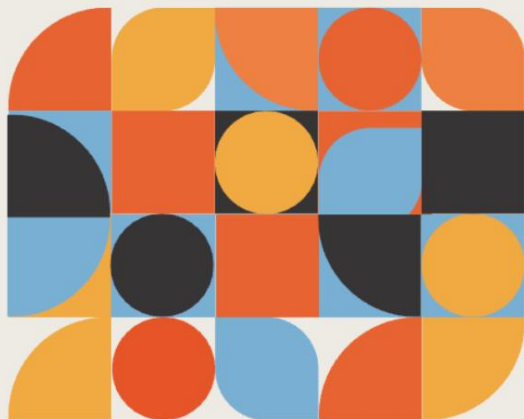
A ferramenta utilizada para a criação das artes é o Canva, escolhida por sua praticidade, agilidade e acessibilidade, características que favorecem a produção eficiente de conteúdos visuais. As peças seguem uma padronização estética definida pela identidade visual do projeto Lua Rosa, incluindo o uso de uma paleta de cores específica e fontes previamente estabelecidas, o que garante uniformidade e coesão entre as publicações.

Sempre que possível, são utilizadas imagens reais das participantes do projeto, em registros de suas atividades, o que contribui para reforçar a autenticidade e a representatividade do conteúdo divulgado. Quando o uso de imagens com pessoas não é viável, opta-se por elementos visuais simbólicos ou ilustrativos que dialoguem com a temática abordada, mantendo a coerência comunicacional.

Além da criação de artes gráficas, também já foi produzido conteúdo audiovisual, como um vídeo comemorativo para o Dia das Mães. Esse material reuniu fotos das mães envolvidas no projeto, organizadas em uma sequência com transições suaves e música de fundo, resultando em uma homenagem sensível e representativa.

As ações desenvolvidas nessa frente de comunicação visual contribuem diretamente para a visibilidade do projeto Lua Rosa, reforçando sua identidade e fortalecendo os vínculos com o público por meio de uma presença digital planejada, sensível e comprometida com o propósito social do Segura Minha Mão. As imagens abaixo exemplificam dois tipos de postagens relacionadas. O primeiro post tem uma função motivacional, enquanto o segundo tem função administrativa, com o propósito de atrair novas associadas.





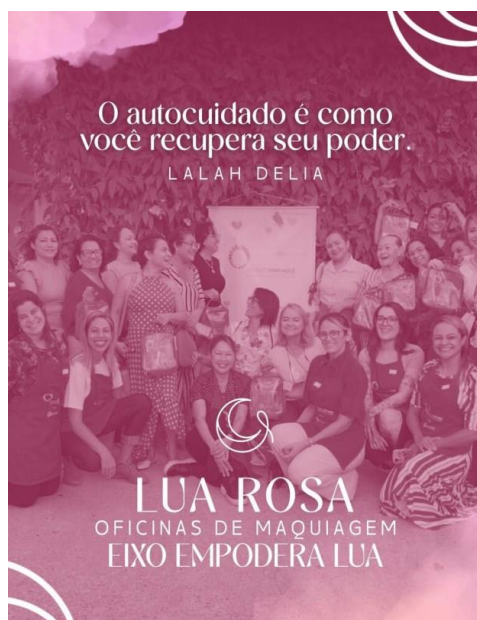
20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 1- POST MOTIVAÇÃO LUA ROSA



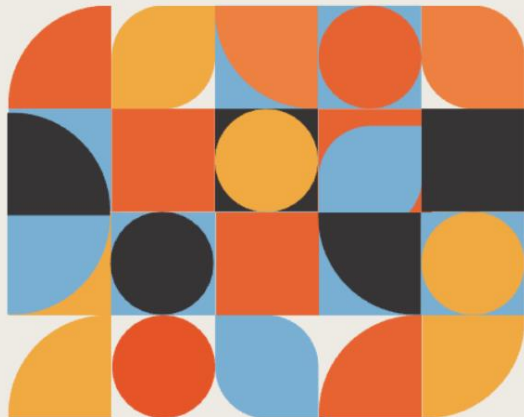
Fonte: Instagram @associacaoluarosa

Figura 2- POST SE TORNE ASSOCIADA



Fonte: Instagram @associacaoluarosa





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Considerações Finais

A experiência de produção de conteúdo digital com foco em impacto social na Associação Lua Rosa revelou de forma contundente o potencial das redes sociais como ferramentas estratégicas para o fortalecimento institucional e a mobilização de pessoas em torno de causas sociais relevantes. Mais do que simplesmente divulgar informações, a comunicação afetiva, construída com base na escuta atenta, no respeito às histórias de vida das mulheres atendidas e na sensibilidade diante de suas trajetórias, foi capaz de gerar conexões reais, traduzidas em resultados expressivos de visibilidade, engajamento e aumento na adesão ao voluntariado.

Esse processo evidenciou que a comunicação, quando centrada nas pessoas e orientada por valores como empatia, solidariedade e pertencimento, transforma-se em um instrumento poderoso de inspiração e transformação. O trabalho colaborativo entre estudantes, voluntários e lideranças da Associação Lua Rosa foi um dos pilares fundamentais dessa construção. Essa articulação entre diferentes saberes e experiências promoveu não apenas uma comunicação mais rica e humanizada, mas também o fortalecimento dos laços comunitários e institucionais.

Além disso, os aprendizados extraídos dessa vivência apontam para a urgência de se investir na formação crítica e técnica em comunicação digital no contexto do terceiro setor. Capacitar pessoas para atuarem com consciência, criatividade e responsabilidade nesse campo é um passo fundamental para ampliar o alcance de iniciativas sociais, fortalecer a cultura do engajamento e estimular o protagonismo das comunidades.

Referências

- CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- COGO, Rodrigo; MARCHIORI, Marlene. Comunicação e organizações do terceiro setor: narrativas e práticas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2017.
- KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.
- LEMOS, André. Cibercultura. São Paulo: Sulina, 2010.
- O autocuidado é como você recupera seu poder. Lalah Delia. Lua Rosa. Oficinas de Maquiagem. Eixo Empodera Lua. [Fortaleza, Ceará], 05 jun. 2025. Instagram: perfil @associacaoluarosa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKiQeaUuZET/>
- SEJA uma associada Lua Rosa. arraste para o lado e confira as informações! [Fortaleza, Ceará], 02 mai. 2025. Instagram: perfil @associacaoluarosa. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DJKfWb7OpX8/?img_index=1