

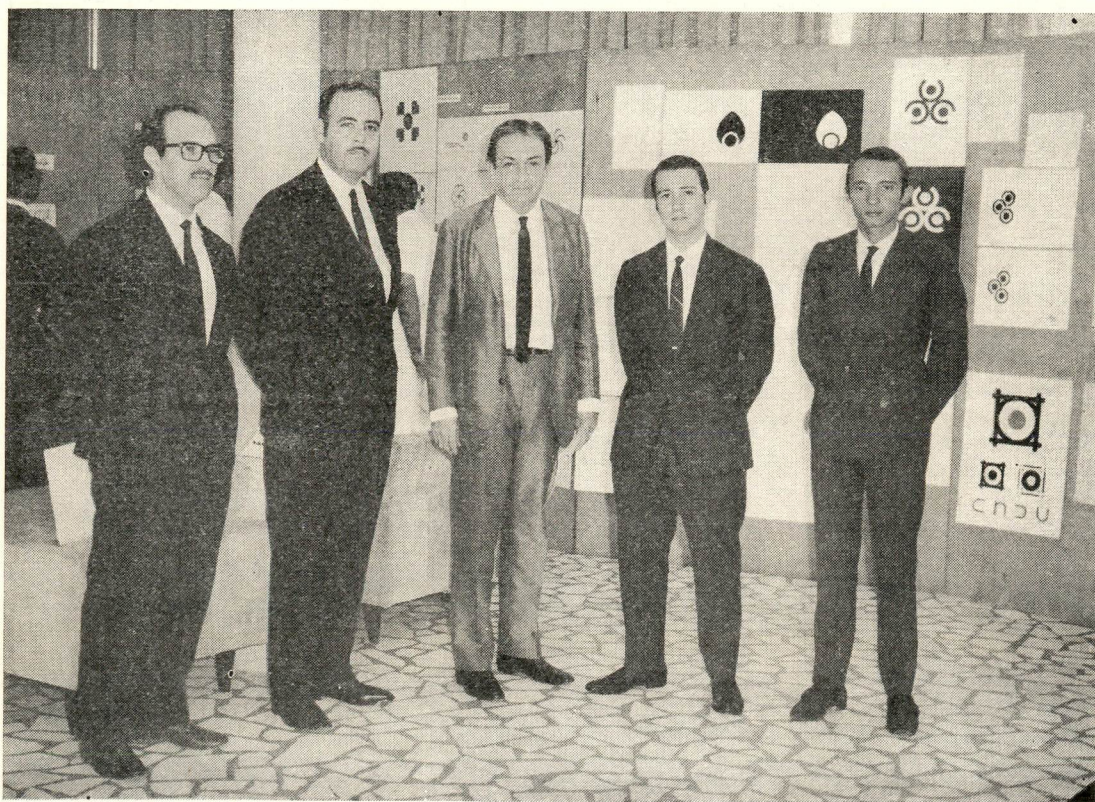
CAMPANHA NACIONAL
DE
COMBATE AO CÂNCER

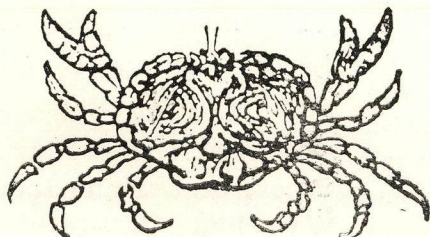
o caranguejo
a campanha
e o concurso

DAVID I. BERDITCHEVSKY *

* Chefe de artes, autor da capa e diagramação da RBC.

CONCURSO DE LOGOTIPO — A Campanha Nacional de Combate ao Câncer, na entrega do prêmio ao vencedor, organizou uma exposição para apresentar o 1.º colocado, os que obtiveram Menção Honrosa e mais 12 trabalhos selecionados pela Comissão Julgadora. O autor do trabalho vencedor, Sr. Roberto Mario da Silva Vasconcellos Filho, "Roma", recebeu do Superintendente da CNCC, Prof. Adayr Eiras de Araujo, um cheque de NCr\$ 1.000,00 e do Supervisor de Grupos e Eventos, da VARIG, Sr. Henrique Gonçalves Magalhães, uma passagem para qualquer ponto do território nacional. Na foto: Dr. Lourival Perri Chefaly, Assessor da CNCC, Sr. Henrique Gonçalves de Magalhães, Supervisor de Grupos e Eventos da VARIG, Prof. Adayr Eiras de Araujo, Superintendente da CNCC, Sr. Roberto Mario da Silva Vasconcellos Filho — 1.º lugar, e o Sr. Enivaldo Serra Araújo, do Dept.º de Vendas da VARIG.





O CARANQUEJO, A CAMPANHA E O CONCURSO.

A figura do caranguejo, forma gráfica de grande impacto visual, recebeu da Cancerologia honras de elemento identificador da doença.

A origem dessa escolha remonta a tempos antigos e caminha sempre no sentido da comparação com forte dose de emotividade.

Para a Escola Hipocrática, na Grécia, o caranguejo, quando em movimento, se assemelhava ao aspecto apresentado pelo crescimento dos tumores malignos, donde "Karkinos, Karkinoma, Câncer". O Câncer era assim chamado dada a maneira idêntica pelo qual adería de forma obstinada ao corpo humano, "agarrando-se" tal como o caranguejo.

Galeno é mais explícito: "Exato como pés do caranguejo estendendo-se de cada parte de seu corpo, nesta doença, as veias são distendidas formando uma figura similar". A descrição desta semelhança mostra claramente as razões pelas quais até hoje o caranguejo, como "marca-símbolo", vem servindo indiscriminadamente às atividades relacionadas com o câncer. Resulta da comparação lógica, porém predisposta pela natureza da doença, a um sentido dramático acentuado, com sua figura de garras prontas a atacar, comunicando à população uma idéia de "terrível mal". Atende ao antigo conceito de que "pelo mêdo" o doente se aproximaria.

Atualmente a Cancerologia dá grande importância ao Diagnóstico Precoce, justificando as Campanhas de Combate ao Câncer em âmbito popular, onde a tônica principal é o chamamento para Prevenção e Detecção. Dentro desse objetivo a presença agressiva do caranguejo faz do símbolo uma "imagem-mêdo", pessimista demais para uma filosofia de luta.

A Campanha Nacional de Combate ao Câncer que, entre muitas tarefas importantes, se destina a coordenar em todo território nacional as atividades públicas e privadas de Prevenção e Diagnóstico Precoce, vem de criar uma imagem nova dentro de conceitos modernos de comunicação, com o objetivo de divulgar, por **atitudes de alerta e não de alarme**, uma nova filosofia de luta contra o câncer.

Para esse fim foi lançado um Concurso de Logotipo pelo Prof. Adayr Eiras de Araujo, Superintendente da CNCC e com a Assistência do Dr. Lourival Perri Chefaly, onde a publicação do respectivo edital pela imprensa proporcionou condições psicológicas para a futura adoção de um novo símbolo identificador da campanha na luta contra o câncer. Increveram-se 116 concorrentes com trabalhos de várias partes do País.

O trabalho vencedor que, no dizer da Comissão Julgadora, "melhor desen-

volvido do ponto de vista criativo e técnico, atendendo não só as exigências do edital como também a melhor programação e conseqüente aplicação da marca-símbolo", resulta da fusão de dois símbolos conhecidos: a Cruz Vermelha — imagem de solidariedade — e a Bandeira Brasileira — imagem da nacionalidade, numa feliz associação de idéias.

A Comissão Julgadora esteve composta de Renina Katz, Professora da Escola de Desenho Industrial; Ziraldo Alves Pinto, Artista Plástico, Humorista; Reinaldo Jardim, Jornalista, sob a presidência do Prof. Jorge de Marsillac, Superintendente substituto, selecionou 16 trabalhos de onde três receberam "Menção Honrosa" e um o 1.º lugar. Roberto Mario da Silva Vasconcelos Filho, Programador Visual, 1.º lugar. Receberam Menção Honrosa: João Carlos Moura, "A Flor"; Maria de Lourdes P. Machado Costa, Jurandir Durval Cordeiro, Alcino Deruby Correia Neto, Amaury Rodrigues Prado, "Proposta" (equipe); J. A. de Menezes, "Jorme".

A Campanha Nacional de Combate ao Câncer poderá agora, programar suas atividades na Cruzada a que se propõe com uma nova bandeira como símbolo otimista de comunicação de massa.

M.S. — D.N.S. — S.N.C.

Campanha Nacional de Combate ao Câncer

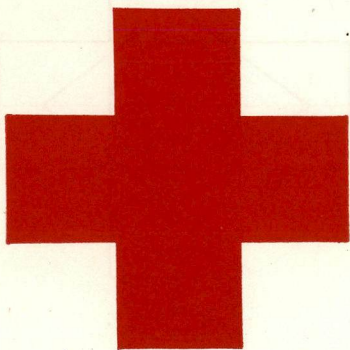
1.º LUGAR — CONCURSO DE LOGOTIPO

Para conseguir esta marca, tomei como base, dois símbolos, que são, já por demais conhecidos. Associados, formaram um inteiramente nôvo, com uma forma conhecida, mas que com côres bem proporcionadas e bem divulgado, será uma excelente marca para a

CAMPANHA NACIONAL DE COMBATE AO CÂNCER. No decorrer desta apresentação, limito-me apenas a uma pequena legenda em cada página, pois tenho a certeza, de que será facilmente compreendida, assim também como a marca apresentada.

Roberto Mario da Silva Vasconcellos Filho — "Roma"

1 — A cruz vermelha, símbolo mundialmente conhecido.



2 — A bandeira brasileira, o símbolo do Brasil.



3— 1.^a etapa de nossa marca:
a cruz.

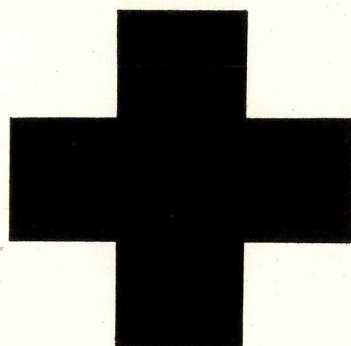
4— 2.^a etapa: o losango e o
centro da bandeira.

5— 3.^a etapa: a marca, en-
cerrando os dois símbo-
los.

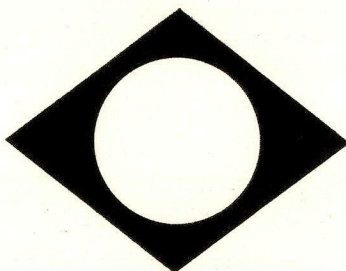
6— Como é construída.

Ao lado: suas côres.

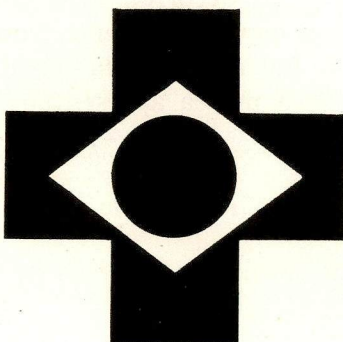
3



4



5



6

