

Innovative driving marketing for a better world

The emergence of social proposals in pandemic times

18 novembro 2020

organização



A Associação Internacional de Marketing Público e Não Lucrativo (AIMPN/IAPNM), em colaboração com a Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE-IPS), organizaram o XII International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing, com o tema **"Innovative Driving Marketing for a Better World. The Emergence of Social Proposals in Pandemic Times"**. O Congresso realizou-se a 18 de dezembro de 2020 a partir de Setúbal (Portugal) em formato virtual através da plataforma Zoom.

No âmbito deste congresso foram abordados vários temas:

- Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade
- Marketing verde
- Marketing social
- Empreendedorismo social e inovação social
- Modelos de negócio sustentáveis com impacto social
- Marketing público e político
- Marketing sem fins lucrativos
- Digitalização e marketing com impacto social
- Competitividade empresarial e coesão social numa perspetiva de marketing territorial
- Economia social voltada para soluções inovadoras

Os 108 casos apresentados no congresso foram organizados em 10 sessões síncronas, para além de uma sessão assíncrona que possibilitou a participação de vários trabalhos através de vídeos. O Congresso, de tradição luso-espanhola, teve 292 participantes, 133 de Universidades de Espanha e 124 de Universidades de Portugal, mas também ainda 11 da Argentina, 10 do Equador, 7 do México, 3 do Brasil, 2 da Colômbia, 1 da Holanda e 1 do Paquistão. Entre os participantes houve também alguns alunos de programas de intercâmbio Erasmus de países como França e Alemanha.

O Congresso teve ainda duas sessões plenárias. Uma na abertura com a apresentação do livro: *"Case Studies on Social Marketing A Global Perspective"* (Galan-Ladero, M. Mercedes & Alves, Helena, Eds.). Esta sessão teve também a partilha de um estudo intitulado *"Facing COVID-19 pandemic: Results from a national survey on the Portuguese nonprofit sector"*, apresentado por Márcia Santos, do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal. A outra sessão plenária foi realizada no encerramento, com a participação de Enoque Raposo da Universidade de Roraima no Brasil com o tema: *"Desafios contemporâneos: Arte, autonomia e gestão de território dos povos indígenas"*.

Importa ainda referir que este Congresso contou sobretudo com casos realizados por estudantes supervisionados por professores, tendo sido para muitos estudantes a primeira oportunidade para participarem num evento internacional, o que se revestiu de particular relevância sendo uma mais valia não apenas pelo seu potencial científico, mas também pela sua abrangência e dimensão pedagógica.

XII Comissão Organizadora do International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing

Setúbal, 4 de Janeiro de 2021

| | |
|--------------------|--|
| Título | XII Congresso Internacional de Casos Docentes em Marketing Público e Não Lucrativo: <i>Innovative driving marketing for a better world. The emergence of social proposals in pandemic times</i> (Proceedings) |
| Local | Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal |
| Data de realização | 18 de dezembro de 2020 |
| Editores | Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal (Presidente da Comissão Organizadora) Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal José Luis Vázquez-Burguete, Universidade de Leon, Espanha M. Isabel Sanchez-Hernandez, Universidade de Extremadura, Espanha Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal |
| Capa e paginação | Susana Galvão |
| Disponível em | http://hdl.handle.net/10400.26/36120 |
| Mês/Ano | Abril de 2021 |
| ISBN | 978-989-54631-9-0 |

TRATAR O DOENTE COM CANCRO E NÃO O CANCRO DO DOENTE! LIGA PORTUGUESA CONTRA O CANCRO

Sandrina B. Moreira

(Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, CICE e BRU-IUL, Portugal)

Tatiana Rico

Nádia Rocha

RESUMO

O Covid-19 é a “doença” do momento, mas não nos podemos esquecer das milhares de doenças que ainda existem. O cancro é uma delas. Durante esta fase crítica e difícil para todos, incluindo doentes oncológicos, a Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC) esteve e está particularmente presente, dispondo de novos meios de acompanhamento. O mundo parou e a LPCC viu-se obrigada a mudar a sua estratégia de atuação, adaptando-se a esta nova realidade pandémica. Uma das novas estratégias adotadas pela LPCC consistiu em dar continuidade ao acompanhamento dos seus utentes em formato online, nomeadamente em consultas de psicologia e aulas de motricidade. Apesar da preocupação acrescida que a LPCC tem demonstrado ao longo dos últimos meses pela menor atenção devida aos doentes oncológicos, esta organização prima-se pelos feitos inovadores e exímios, em prol da qualidade de vida dos seus utentes.

ABSTRACT

Covid-19 is the present “disease” in the world. However, we cannot forget the other thousand diseases that still last. Cancer is one of them. During this critical and difficult time, the Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC) has been and still is particularly present in Portugal, offering new support alternatives. It seems like the world has “stopped” and LPCC was forced to change its operation strategy, adapting to the new pandemic scenario. One of the new strategies adopted is the online support, especially for psychological therapy and physical exercise classes. Besides the increasing concern that LPCC has shown during the last few months, given the lower attention paid to the oncological patients, this institution also excels for its innovative achievements in favor of its patients’ quality of life.

1. INTRODUÇÃO

A Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC) é uma Instituição de Utilidade Pública que tem como princípios fundamentais a Humanização e Solidariedade (CASES, 2020). A LPCC tem como missão o apoio ao doente oncológico e família, a promoção da saúde, a prevenção do cancro, e o estímulo à formação e investigação em oncologia, assumindo-se como uma entidade de referência nacional (LPCC, 2020a).

A origem desta Instituição de Utilidade Pública está no ano de 1931, quando algumas mulheres se reuniram e tomaram a decisão de criar a Comissão Iniciativa Particular de Luta Contra o Cancro. Todo o trabalho e dedicação por parte deste grupo na prevenção do cancro e promoção da saúde possibilitou que, a 4 de abril de 1941, o médico Francisco Gentil, fundasse legalmente a LPCC (Lusa, 2011; LPCC, 2020b).

A organização apresenta como principais objetivos: (i) contribuir para o apoio social, psicológico e emocional, dando ênfase à humanização da assistência ao doente oncológico, em todos os períodos da doença; (ii) desenvolver projetos para as prevenções primária e secundária, tratamento e reabilitação, isoladamente ou em parceria com outras entidades (LPCC, 2020a).

Apesar do mundo atravessar uma situação particularmente dramática, com contexto pandémico que atualmente vivemos, a LPCC mostra-se ainda mais preocupada com os seus utentes e, por esta razão, continua a acompanhar os doentes oncológicos através de consultas e sessões de acompanhamento e esclarecimento online, nomeadamente psicologia. Como sustenta o Presidente da LPCC: “Estamos muito atentos, mas também muito preocupados porque verificamos que o Serviço Nacional de Saúde embora tenha como prioridade neste momento o combate à pandemia, não pode de maneira nenhuma esquecer os problemas de outras doenças, nomeadamente do cancro, porque no fim vamos ver que as mortes por cancro vão de certeza ser muito superiores às mortes originadas por esta pandemia” (Veloso, 2020). Toda esta situação levou a um aumento do número de pedidos de apoio à LPCC, que já reforçou o serviço de apoio online (Figura 1).

Figura 1. Início da página web oficial da LPCC



Fonte: [<https://www.ligacontracancro.pt/>], consultado em 29/10/2020.

2. DESENVOLVIMENTO DO CASO:

A Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC) é uma Organização Não Governamental (ONG), sem fins lucrativos, declarada de Utilidade Pública que, em nosso entender, tem tido um papel de destaque durante a pandemia atualmente vivida. Uma Instituição de Utilidade Pública é uma organização que presta serviços à sociedade sem qualquer custo (CASES, 2020). Por outro lado, a LPCC é uma das mais importantes organizações sem fins lucrativos existentes em Portugal, sendo que estas têm um papel significativo na solução de problemas sociais, na prevenção de ameaças e comportamentos de risco (CASES, 2020; LPCC, 2020a).

A história da LPCC está relacionada com o desenvolvimento social, devido às profundas alterações implementadas pela Revolução Industrial. No final do século XIX, o número de doenças, incluindo o cancro, aumentou. Nesse sentido, iniciou-se a criação de instituições e estruturas de luta contra o cancro. Em Portugal, em 1923, por iniciativa do Professor Doutor Francisco Gentil, foi fundado o Instituto Português de Oncologia (IPO) de acordo com a legislação de António Sérgio, sendo no mesmo ano inaugurado em Portugal o primeiro pavilhão do IPO em Lisboa. Entre 1931 e 1941, graças à intervenção da Comissão Iniciativa Particular de Luta Contra o Cancro, avançaram em todo o país as pesquisas sobre doenças oncológicas e a prestação de serviços médicos a doentes clínicos. Um grupo de mulheres (entre as quais Mécia Mouzinho de Albuquerque e a Condessa de Murça) procurou chamar à atenção da sociedade civil para a necessidade de prevenir e promover a saúde na época. A 4 de abril de 1941, segundo proposta do Professor Doutor Francisco Gentil, a LPCC tem a sua constituição com base em dois princípios fundamentais: a Humanização e a Solidariedade (Lusa, 2011; LPCC, 2020b).

Os projetos e atividades que a LPCC com o tempo desenvolve cabem a cinco Núcleos Regionais (Norte, Centro, Sul, Açores e Madeira), autónomos a nível financeiro e administrativo, e que intervêm em todo o espaço nacional. O Núcleo Regional do Sul, por exemplo, disponibiliza a todos os seus doentes oncológicos atividades como ioga, reiki, fisioterapia e grupos de animação, com o intuito de os manter ativos, combatendo assim a solidão. No Núcleo Regional do Norte salienta-se que está a ser realizado um estudo, através de aulas práticas específicas, para entender os efeitos do exercício físico na qualidade de vida dos doentes oncológicos (Sic Notícias, 2020a). Apesar da pandemia Covid-19, estas aulas continuam a ser realizadas, agora em formato online.

Transcrevemos um excerto de uma entrevista que realizámos, para efeitos do presente estudo de caso, a uma utente da LPCC, para melhor compreendermos o papel crucial que esta entidade da economia social desempenha para a sociedade em geral e a comunidade oncológica em particular: “A minha filha decidiu tentar perceber mais sobre a doença em si, e ligou para a Liga. Com isto, foi informada de uma série de serviços que se encontravam disponíveis, mesmo durante a pandemia. Nesta altura, encontro-me com acompanhamento psicológico online, usufruí de cabeleireiro de forma gratuita e aguardo que as atividades como reiki e ioga reabram. Recordo-me que o que mais surpreendeu a minha filha pela positiva na altura foi o facto de serem muito pragmáticos e de não exigirem qualquer tipo de burocracias; visto que a última coisa que o paciente quer pensar é em papéis”.

A LPCC está particularmente direcionada na prestação de apoio financeiro aos doentes oncológicos e às famílias com carência económica que impossibilite suportar todos os custos associados, incluindo medicamentos, ajudas técnicas, transporte, alimentação e outros apoios sociais e familiares (Veloso, 2016). Como refere a utente entrevistada: “Não estou sozinha nesta doença, o apoio psicológico tem sido fundamental quer a nível da superação diária da doença, quer a nível de autoestima”.

A LPCC também está presente na implementação de sólidos projetos de educação para a saúde, abrangendo principalmente jovens e agentes educativos (Veloso, 2016). Nesse âmbito, merece destaque a integração e modernização de um sofisticado serviço móvel de rastreio de cancro da mama, onde são enviadas cartas às mulheres em idades compreendidas entre 50 e 69 anos, inscritas nas Unidades de Saúde para realizar mamografia (exame gratuito).

São ainda responsáveis pela realização de mais de quatro milhões de mamografias (até 2018) em todo o país e pela deteção de milhares de tumores em estágios iniciais, fornecendo apoio incondicional à pesquisa científica que é proporcionada através de bolsas e prémios. A título de exemplo e segundo a Agência Lusa, a LPCC recebeu no Congresso anual do Cancro, em Kuala Lumpur, Malásia, o prémio *World Cancer Day Spirit Award*, atribuído pela *Union for International Cancer Control* (UICC), uma organização não governamental sediada em Genebra, na Suíça, com mais de 1200 organizações membros em mais de 170 países (Lusa, 2018).

É também pioneira em cuidados paliativos, tendo estabelecido há 20 anos a primeira e maior unidade de cuidados paliativos e/ou cuidados continuados do Norte do país. Como opina o Presidente da LPCC: “é uma unidade de grande qualidade, de referência nacional e internacional” (Veloso, 2016)

Em outra entrevista realizada no âmbito do presente estudo de caso, desta feita a uma cuidadora de utente da LPCC, é expressa a opinião de que: “o cancro não muda só a vida da pessoa que está doente, mas também dos seus familiares e cuidadores. A Liga Portuguesa Contra o Cancro tem um grupo de apoio a familiares e cuidadores que se mantêm a funcionar em formato online. Têm consultas de psicologia disponíveis também em formato online e sempre que é necessário colocarmos alguma questão, nunca tive dificuldades”. De facto, a LPCC prima pela defesa dos pacientes com cancro e as suas famílias e disponibiliza escritórios de apoio para pacientes com cancro, sabendo adaptar-se a esta nova realidade pandémica, de forma eficaz e eficiente.

Por último, entre o rol diversificado de atividades desenvolvidas pela LPCC na prossecução dos seus objetivos, destaque ainda, pelo carácter disruptivo de que se reveste, o acesso oportuno ao diagnóstico e tratamento de acordo com o mais recente nível tecnológico, incluindo alguns métodos de tratamento inovadores em parceria com o IPO (Figura 2).

Figura 2 – Imagem de marca de artigo relativo a tratamento inovador.



Fonte: Domingues (2019).

Todo o trabalho desenvolvido pela LPCC, em cooperação com voluntários e especialistas, é inteiramente financiado pela generosidade dos cidadãos e parcerias sem quaisquer subsídios do Estado (LPCC, 2020c). A título de exemplo, as campanhas de prevenção conhecidas por “Outubro Rosa” e “Novembro Azul” (Figura 3) assumem particular relevância a nível internacional.

Figura 3 – Imagem de marca das campanhas de prevenção.



Fonte: PMB (2019).

O “Outubro Rosa” nasceu nos Estados Unidos da América (EUA) na década de 1990 e, desde então, tem sido celebrado todos os anos com objetivo de consciencializar as pessoas sobre a doença e compartilhar informações sobre o cancro da mama. Neste mês, a cor rosa espalha-se pelo mundo com o intuito de sensibilizar as pessoas sobre o tema da prevenção e diagnóstico precoce e, em Portugal, a LPCC assume a liderança da iniciativa (Santos, 2020). Por outro lado, o “Novembro Azul” é uma campanha publicitária realizada por diversas instituições, incluindo a LPCC, no mês de novembro com o objetivo de sensibilizar as pessoas para as doenças masculinas, e com ênfase na prevenção e diagnóstico precoce do cancro da próstata. A campanha começou na Austrália em 2003, batizada de *Movember*, e a sua comemoração acontece no Dia Mundial da Luta contra o Cancro da Próstata, realizado no dia 17 de novembro (Minuto Saudável, 2020).

Para além do “Outubro Rosa” e do “Novembro Azul”, a LPCC conta com o apoio de parcerias e com donativos de várias entidades. Os donativos representam a principal fonte de rendimento da LPCC que permite proporcionar programas e atividades diárias para doentes com cancro e seus familiares, deteção precoce do cancro e apoio a investigação oncológica.

Como referido anteriormente, a LPCC conta com a generosidade dos cidadãos nomeadamente a contribuição com a declaração de rendimentos (0,5% do IRS). Nos casos criminais, como alternativa ao tratamento processual dos pequenos crimes, o Ministério Público pode propor injunções. Essas injunções estipuladas pela lei incluem um certo número de transferências para instituições privadas do Estado ou de solidariedade social. Assim, neste caso, o tribunal pode propor que o dinheiro apurado seja revertido para a LPCC (LPCC, 2020d).

Durante o desenvolvimento da sua missão, a LPCC mantém ainda várias parcerias de âmbito nacional com diversas entidades, que muitas vezes se convertem na contribuição para a mesma, doando um determinado valor pela compra de um produto ou serviço. No caso da marca *Intimissimi*, aquando direcionada à LPCC, na compra de um soutien, 2€ revertem para apoiar a causa relativa à luta contra o cancro da mama (Chaves, 2020). O Sporting Clube de Portugal (SCP) também se juntou ao mês rosa, iniciando uma parceria com a LPCC. Durante o mês de outubro, o clube disponibiliza a todas as suas sócias um diagnóstico completo, desde que se desloquem aos hospitais e clínicas CUF de Alvalade. O clube divulga também, durante o mês de outubro, esta iniciativa, recorrendo às jogadoras da equipa principal de futebol feminino, através de pequenos vídeos em todas as plataformas digitais do clube. Desta forma as atletas leoninas sensibilizam todas as mulheres para a necessidade de prevenção da doença. (SCP, 2017). A MEO é exemplo de outro parceiro da LPCC, em que, por cada 400 pontos acumulados do pagamento das faturas, reverte em 12€ para a LPCC.

Por último, não é de esquecer que a LPCC conta com voluntários, sejam estes sobreviventes que já tenham passado pela mesma situação, dispostos a contar a sua história que oferecem um testemunho de esperança, enfermeiros e/ou médicos para o serviço de rastreio móvel, e cidadãos em geral que se comprometem com os utentes, criando campanhas de iniciativa à deteção e prevenção da doença.

3. PERGUNTAS PARA A DISCUSSÃO

Pergunta 1. Para além da consignação de IRS e donativos, de que outras formas é que os cidadãos podem contribuir para a LPCC?

Algumas indicações para reflexão – Elaboração própria de atividades de sensibilização com o objetivo de angariar fundos para a LPCC.

Pergunta 2. Que opinião têm acerca do apoio que a LPCC continua a dar durante a pandemia?

Algumas indicações para reflexão – O rastreio precoce, atividades físicas online e o apoio psicológico durante a pandemia é fulcral para a saúde mental e física dos doentes.

Pergunta 3. O que acham que poderia ser melhorado na LPCC? A que nível?

Algumas indicações para reflexão – Arranjar medidas de segurança para que o serviço móvel de rastreio seja possível de realizar ; linha de apoio ao doente oncológico funcionar 24h por dia; etc.

4. CONCLUSÕES

De todas as organizações sem fins lucrativos existentes em Portugal, a escolha foi a LPCC. Esta demonstrou ser uma organização particularmente inovadora nos últimos meses, em resposta ao contexto pandémico vivido, e consequentemente conciliou a parte tecnológica com a ajuda aos seus utentes e famílias. Para além disso, este estudo de caso permitiu uma visão mais realista da vida dos doentes oncológicos e uma melhor tomada de consciência de que, sem o auxílio da LPCC, estes não iriam ter a mesma atenção.

Esta organização tem vindo a evoluir e a priorizar o apoio a cada vez mais doentes oncológicos desde há 79 anos, estabelecendo-se como uma referência na sociedade. Destes casos, 30% a 50% podem ser prevenidos a tempo, sendo, portanto, números que a LPCC ajuda a diminuir. Por outro lado, 25% das pessoas em Portugal podem vir a contrair este tipo de doenças até aos 75 anos. Trata-se, assim, de uma organização com um significativo reconhecimento, responsabilidade e influência junto da sociedade portuguesa e no apoio ao doente oncológico (Observador Lab, 2019).

Com a realização deste trabalho foi possível compreender de uma forma mais aprofundada a história, o funcionamento e as diferentes formas de atuação da LPCC. Durante a pesquisa sobre a LPCC, foi permitido perceber como esta atua diariamente, inclusive, em situações mais problemáticas como esta que atravessamos a nível mundial. Ao longo da pesquisa pôde-se ainda verificar que, em momento algum, a LPCC “abandonou” os seus utentes, mantendo-se atenta e facultando soluções alternativas de acompanhamento.

O apoio psicológico que a organização disponibiliza é determinante na condição mental dos seus utentes, com a finalidade de não progredir para outras doenças do foro psicológico. Do mesmo modo, são disponibilizadas inúmeras atividades para que os utentes se mantenham ativos e mentalmente estáveis. No entanto, verificou-se alguns pontos a melhorar, mais concretamente o serviço móvel de rastreio, visto que com o Covid-19 este tipo de serviço deixou de ser prestados. A chegada da pandemia em março do corrente ano atrasou o processo, mas agora nove meses depois, os rastreios estão a ser retomados. No Norte do país há 630 mil mulheres elegíveis para os rastreios, contudo a LPCC já está a conseguir efetuar uma média de 50 rastreios por dia para converter o atrasado causado (Sic Notícias, 2020b).

Apesar de já se ter algum conhecimento de apoios e parcerias, foi instrutivo adquirir informação de que várias entidades realizam vendas ou campanhas publicitárias para que um valor simbólico seja revertido a favor da LPCC, facilitando aos doentes oncológicos e não oncológicos a obtenção de rastreios, deteção precoce, consultas e ajudas financeiras. Adicionalmente, cabe a cada cidadão ter a sensibilidade de contribuir com 0,5% do IRS, com donativos monetários, ou através de voluntariado.

Conclui-se que tudo o que foi referido anteriormente deve ser tido em conta, dado que o cancro não deixou de existir e a LPCC permanece com o seu apoio, proporcionando os seus cuidados.

A Liga Portuguesa Contra o Cancro faz o que se compromete a fazer.

BIBLIOGRAFIA

- CASES (2020), Cooperativa António Sérgio para a Economia Social: [<https://www.cases.pt/utilidade-publica/>], consultada em 29/10/2020.
- Chaves. M (2020), A Intimissimi vai doar 2€ à Liga Portuguesa Contra o Cancro por cada soutien vendido, Saber Viver: [<https://www.saberviver.pt/moda/intimissimi-liga-portuguesa-contra-o-cancro/>], consultada em 07/11/2020.
- Domingues, C. (2019), Tratamento inovador contra o cancro já salvou dois doentes terminais, Rádio ON FM: [<https://www.onfm.pt/2019/10/22/tratamento-inovador-contra-o-cancro-ja-salvou-dois-doentes-terminais/>], consultado em 04/11/2020.
- LPCC (2020a), Página web oficial da Liga Portuguesa Contra o Cancro: [<https://www.ligacontracancro.pt/missao-objectivos-principios-e-valores/>], consultada em 29/10/2020.
- LPCC (2020b), Página web oficial da Liga Portuguesa Contra o Cancro: [<https://www.ligacontracancro.pt/resenha-historica/>], consultada em 29/10/2020.
- LPCC (2020c), Página web oficial da Liga Portuguesa Contra o Cancro: [<https://www.ligacontracancro.pt/financiamento/>], consultada em 18/11/2020.
- LPCC (2020d), Página web oficial da Liga Portuguesa Contra o Cancro: [<https://www.ligacontracancro.pt/processosjudiciais/>], consultada em 07/11/2020.
- Lusa (2018), Liga Contra o Cancro recebeu prémio internacional pelo trabalho desenvolvido, Jornal Público: [<https://www.publico.pt/2018/10/03/sociedade/noticia/liga-contra-o-cancro-recebeu-premio-internacional-pelo-trabalho-desenvolvido-1846132>], consultado em 05/11/2020.
- Lusa (2011), Liga Portuguesa Contra o Cancro faz hoje 70 anos, Diário de Notícias: [<https://www.dn.pt/portugal/liga-portuguesa-contra-o-cancro-faz-hoje-70-anos-1822316.html>], consultada em 29/10/2020.
- Minuto Saudável (2020), Novembro azul: conheça a campanha e qual a sua importância, Minuto Saudável: [<https://minutosaudavel.com.br/novembro-azul/>], consultado em 10/11/2020.
- Observador Lab (2019), Cancro: os números que já são uma realidade, Jornal Observador: [<https://observador.pt/2019/05/14/cancro-os-numeros-que-ja-sao-uma-realidade/>], consultada em 10/11/2020.
- PMB (2019), Outubro Rosa e Novembro Azul alertam para a saúde da mulher e do homem, Prefeitura Municipal de Barroso: [<https://barrosemidia.com.br/destaque/outubro-rosa-e-novembro-azul-alertam-para-a-saude-da-mulher-e-do-homem/>], consultado em 07/11/2020.
- Santos, H. (2020), Outubro Rosa, Biologia Net: [<https://www.biologianet.com/curiosidades-biologia/outubro-rosa.htm>], consultada em 10/11/2020.
- SCP (2017), Sporting associa-se ao mês rosa, Sporting Club de Portugal: [<https://www.sporting.pt/pt/noticias/clube/noticias/2017-10-15/sporting-cp-associa-se-ao-mes-rosa>], consultada em 10/11/2020.
- Sic Notícias (2020a), Exercício físico em estudo: doentes oncológicas no ginásio e no Jornal da Noite da SIC, Sic Notícias: [<https://sicnoticias.pt/tenho-cancro-e-depois/e-depois/noticias/2020-10-30-Exercicio-fisico-em-estudo-doentes-oncologicas-no-ginasio-e-no-Jornal-da-Noite-da-SIC>], consultado em 09/11/2020.
- Sic Notícias (2020b), Retomados os rastreios ao cancro da mama na região Norte do País, Sic Notícias: [<https://sicnoticias.pt/especiais/coronavirus/2020-10-15-Retomados-os-rastreios-ao-cancro-da-mama-na-regiao-Norte-do-pais>], consultado em 04/11/2020.
- Veloso, V. (2020), Não se esqueçam dos doentes oncológicos, Jornal de Notícias: [<https://www.jn.pt/nacional/nao-se-esquecam-dos-doentes-oncologicos-pede-liga-portuguesa-contra-o-cancro-11999815.html>], consultada em 10/11/2020.
- Veloso, V. (2016) Liga Portuguesa Contra o Cancro 75 anos a combater a doença, Diário de Notícias: [<https://www.dn.pt/opiniao/opiniao-dn/convidados/liga-portuguesa-contra-o-cancro75-anos-a-combater-a-doenca-5108922.html>], consultado em 4/11/2020.
- Sociedad Española de Oncología Médica (2017): 1 de cada 2 hombres y 1 de cada 3 mujeres tendrá cáncer a lo largo de su vida. Nota de prensa. Disponible en: [<https://seom.org/es/notas-prensa/105943-1-de-cada-2-hombres-y-1-de-cada-3-mujeres-tendra-cancer-a-lo-largo-de-su-vida>]
- Montserrat-Gauchi, J.; Llopis-Ripoll, C.; Tur-Viñes, V. (2014): Estrategias de Responsabilidad Social Corporativa: acciones lazo rosa en multinacionales de moda-belleza en España, Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos 16(3): 146-156, DOI: 10.4013/fem.2014.163.01
- Tur-Viñes, V.; Llopis-Ripoll, C.; Montserrat-Gauchi, J. (2013): Corporate social responsibility and Pink Ribbon Campaigns. The case of the Spanish beauty and fashion brands. Doxa.comunicación 18: 105-120.