

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

ESTELA CAVALHEIRO LOBO

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E PROMOÇÃO DA SAÚDE:
ESTUDO DE CAMPANHAS DE PREVENÇÃO DE ISTS ENTRE JOVENS

BAURU

2021

ESTELA CAVALHEIRO LOBO

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E PROMOÇÃO DA SAÚDE:
ESTUDO DE CAMPANHAS DE PREVENÇÃO DE ISTS ENTRE JOVENS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas

Orientador: Prof. Dr. Danilo Rothberg

Bauru

2021

L799c

Lobo, Estela Cavalheiro

Comunicação Pública e promoção da saúde : estudo de campanhas de prevenção de ISTs entre jovens / Estela Cavalheiro Lobo. -- Bauru, 2021

76 p.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru

Orientador: Danilo Rothberg

1. Comunicação na saúde pública. 2. Promoção da saúde. 3. Direitos sexuais. 4. Jovens. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

RESUMO

O exercício da cidadania sexual, sobretudo pelos jovens, é um direito incontestável que deve ser promovido. A comunicação pública para saúde deve buscar a divulgação das informações básicas necessárias que possam garantir o bem-estar social e de saúde da população jovem em fase de desenvolvimento. Este trabalho de conclusão de curso apresenta os resultados de análise de campanhas de prevenção de infecções sexualmente transmissíveis (ISTs) voltadas para a população jovem realizadas pelos governos federal, estaduais e municipais dos últimos 10 anos no país (2010–2019). A análise foi realizada a partir de um instrumento avaliativo que marca a presença ou ausência de atributos de uma comunicação promotora da saúde com qualidade, conforme aspectos selecionados da literatura especializada. Os resultados obtidos sugerem que a comunicação produzida pelos órgãos públicos ao longo do período monitorado ainda é superficial e pouco aprofundada em sua maioria. As peças de comunicação mais bem avaliadas pelo instrumento possuem características em comum: o protagonismo do jovem para ilustrar as narrativas, a diversidade de pessoas, relacionamentos e contextos, e o incentivo ao direito à escolha e autonomia do jovem. No entanto, de maneira geral, grande parte da amostra é marcada por abordagens que exprimem ordens simplificadas que deixam lacunas informacionais acerca da prevenção de ISTs e não buscam estabelecer diálogo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; campanhas de saúde; direitos sexuais; população jovem.

ABSTRACT

The exercise of sexual citizenship, especially by young people, is an indisputable right that must be promoted. Public communication for health should seek to disseminate the necessary basic information that can guarantee the social and health well-being of the young population in the development phase. This final paper presents the results of the analysis of campaigns for the prevention of sexually transmitted infections (STIs) aimed at the young population carried out by the federal, state and municipal governments over a 10-year period in the country (2010–2019). The analysis was performed using an evaluation instrument that marks the presence or absence of quality attributes for health-promoting communication, according to aspects selected from the specialized literature. The results obtained suggest that the communication produced by public agencies over the monitored period is still superficial and mostly not very deep. The communication pieces best evaluated by the instrument have characteristics in common: the protagonism of young people to illustrate the narratives, the diversity of people, relationships and contexts, and the incentive to the young person's right to choice and autonomy. However, in general, a large part of the sample is marked by approaches that express simplified orders that leave informational gaps about STI prevention and do not seek to establish a dialogue.

KEYWORDS: public communication; health campaigns; sexual rights; young population.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Reprodução do vídeo intitulado “Aids. Escolha sua forma de prevenção”, produzido pelo Ministério da Saúde	49
Figura 2. Reprodução do vídeo intitulado “Vídeo 2 min - Campanha #VamosCombinar do Dia Mundial de Luta Contra Aids - 2017”, produzido pelo Ministério da Saúde.....	51
Figura 3. Reprodução do folheto intitulado “Camisinha combina com tudo. Camisinha combina contigo”, produzido pelo Governo do Rio Grande do Sul	53
Figura 4. Reprodução do vídeo intitulado “Sem camisinha não dá”, produzido pelo Ministério da Saúde.....	54
Figura 5. Reprodução do cartaz intitulado “Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher”, produzido pelo Ministério da Saúde.....	56
Figura 6. Reprodução da postagem de redes sociais intitulada “Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gay”, produzido pelo Ministério da Saúde	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REVISÃO DA LITERATURA E CONTEXTO DA PESQUISA	11
2.1 Direitos sexuais, cidadania e educação.....	11
2.2 Pesquisas sobre a visão dos jovens.....	17
2.3 Informação, comunicação e prevenção	24
2.4 O projeto de pesquisa CNPq.....	30
3 OBJETIVOS	34
3.1 Objetivo Geral	34
3.2 Objetivos específicos.....	34
3. MATERIAIS E MÉTODOS	35
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	46
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	65
ANEXO: Ranking das 440 peças analisadas	67

1 INTRODUÇÃO

O jovem integra a população prioritária de vulnerabilidade do cenário das infecções no Brasil e no mundo. Segundo dados do boletim epidemiológico da aids, divulgado no ano de 2019 pelo Ministério da Saúde (BRASIL, 2019a), as taxas de detecção da infecção em 2018 em indivíduos do sexo masculino nas faixas etárias de 15 a 19 e 20 a 24 apresentaram um aumento na taxa de casos por 100.000 habitantes de 6,0 e 35,8, respectivamente, em relação a 2008 de 3,7 e 18,4 casos detectados.

No boletim da sífilis divulgados no mesmo ano, os dados apontam que houve crescimento da taxa da infecção em todas as faixas etárias, mas um aumento exponencial na faixa entre 20 a 29 anos, contabilizando 163,3 casos por 100.000 habitantes em 2018 (BRASIL, 2019b). No boletim de hepatites virais (BRASIL, 2019c), houve um aumento da mesma faixa etária a partir do mesmo ano, ainda que menor em relação ao da sífilis.

Diante deste cenário, planos de sensibilização devem ser desenvolvidos para a população jovem. A comunicação pública para a saúde é responsável por disponibilizar informações básicas necessárias que possam ajudar esta população a se prevenir e conhecer sobre as medidas voltadas ao próprio bem-estar. No entanto, cabe verificar se esta comunicação é feita de maneira adequada. O objetivo deste trabalho de conclusão de curso foi investigar a qualidade da comunicação pública, em particular a propaganda voltada para a saúde sexual do jovem e, assim, avaliar as estratégias e abordagens utilizadas pelos órgãos públicos para tratar dessas temáticas.

Este trabalho de conclusão de curso relata a experiência de participação desta discente como bolsista de Fomento Tecnológico e Extensão Inovadora do CNPq na pesquisa “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem”, aprovada no âmbito da chamada CNPq/MS-DCCI Nº 24/2019 - Pesquisas em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, com vigência de 03/2020 a 08/2021 (Processo 443228/2019-1). A bolsa tem vigência de 01/05/2020 a 30/04/2021 (Processo 371325/2020-0), sob a orientação do coordenador da estação sudeste da pesquisa e orientador deste trabalho.

A pesquisa “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem” é coordenada por Ana Valéria Machado Mendonça, da Universidade de Brasília - UnB, universidade que representa a região centro-oeste do país no projeto, e é desenvolvida por instituições das outras quatro regiões brasileiras: Universidade Federal do Amazonas - UFAM (norte); Universidade Federal da Paraíba

- UFPB (nordeste); Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (sul); e Universidade Estadual Paulista – UNESP (sudeste).

Cada uma das estações regionais tem o objetivo de desenvolver estudos nas áreas de comunicação e educação para avaliar o que é feito atualmente e fomentar novas possibilidades de estratégia de enfrentamento do cenário de epidemia das infecções sexualmente transmissíveis para a população jovem. Os trabalhos da região sudeste, representada pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp – Campus de Bauru, foram desenvolvidos para realizar a análise das campanhas de comunicação pública voltada para a saúde, mais especificamente, a promoção de saúde sexual dos jovens. Para isso, foram analisadas peças de comunicação produzidas por governos federal, estaduais e municipais, organizações não-governamentais e organizações multilaterais, em um período de 10 anos (2010 – 2019), com o intuito de avaliar a escolha de elementos das campanhas, verificando pontos positivos e negativos presentes nas peças.

A estação sudeste examinou temáticas de direitos sexuais, educação sexual, e comunicação pública para a saúde, a fim de realizar um estudo reflexivo acerca dos assuntos relevantes para discussão e análise dos materiais de campanhas de comunicação. Para a realização da análise, foi desenvolvido um instrumento em formato de formulário Google Forms avaliativo. O formulário produzido foi capaz de avaliar atributos necessários provenientes da literatura especializada que fossem considerados importantes para uma comunicação promotora de saúde adequada e, ainda, gerar pontuações para uma classificação das produções avaliadas.

Este trabalho de conclusão de curso apresenta as atividades realizadas individualmente por esta discente como bolsista do projeto: a revisão da literatura, a análise das peças e as discussões e reflexões acerca das informações coletadas.

O trabalho é dividido em cinco capítulos, além desta introdução: 2. Revisão da literatura e contexto da pesquisa, que inclui os aportes teóricos de base para o estudo, o desenvolvimento do instrumento de análise e apoio para a discussão das classificações; 3. Objetivos, que expõe os objetivos geral e específicos pretendidos por este trabalho; 4. Materiais e métodos, que apresenta uma descrição detalhada acerca do desenvolvimento do instrumento de análise e testes feitos; 5. Resultados e discussão para estabelecer as relações entre as classificações e os atributos usados como base para as análises; e 6. Considerações finais, para expor as reflexões e apontamentos após finalização do trabalho.

Os resultados obtidos sugerem a necessidade de estruturar melhores abordagens realizadas por órgãos públicos para a comunicação para saúde da população jovem, a fim de suprir

as lacunas informacionais existentes e promover a saúde e bem-estar. As pesquisas podem ser úteis para o aperfeiçoamento de estratégias e ações desta área da comunicação pública.

2 REVISÃO DA LITERATURA E CONTEXTO DA PESQUISA

Para a discussão da comunicação promotora de saúde para enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem, a revisão da literatura explora quatro temáticas pertinentes: direitos sexuais, cidadania e educação, para entender a origem da preocupação com a comunicação e educação para a saúde sexual dos jovens (seção 2.1); pesquisas sobre a visão dos jovens, para averiguar qual a percepção do público de interesse em relação aos temas de educação sexual e comunicação para a saúde sexual (seção 2.2); informação, comunicação e prevenção, para discutir estratégias e abordagens utilizadas para a comunicação pública, e mais especificamente voltada para a saúde (seção 2.3); uma explicação geral do projeto de origem ao qual este trabalho está vinculado (seção 2.4).

2.1 Direitos sexuais, cidadania e educação

Os direitos humanos representam garantias sociais básicas para a vida das pessoas. A ramificação dos direitos sexuais configura um amparo necessário de práticas constituintes da vida social individual. Rios (2006, p. 74) defende a manifestação de um “direito democrático da sexualidade” para preservar grupos que estejam em perigo frente aos padrões da heteronormatividade. Sob as ameaças diárias decorrentes da garantia plena de direitos destinada a um grupo social específico – que se adequa aos padrões estabelecidos socialmente –, o debate para a definição de direitos que amparem, juridicamente, os demais grupos excluídos destas características é importante para garantir suas liberdades e demandar políticas que propiciem um espaço adequado para estes. Dessa maneira, se faz necessário averiguar quais os elementos necessários a serem incluídos na discussão.

O autor sugere que os princípios básicos para a existência do debate e estabelecimentos destes direitos seriam a igualdade, liberdade e dignidade, porque assegurar esses três fatores para a definição dos direitos sexuais é propício para abarcar os elementos sociais inclusos.

A menção da defesa do direito à informação sexual livre é um ponto importante quando se trata de questões de saúde pública. Um assunto que será aprofundado mais adiante nesta revisão se refere aos problemas acarretados pela omissão do assunto ou pelo reforço do tabu atribuído à sexualidade, principalmente para a população jovem, e que podem representar um problema na maturidade de suas experiências. O autor ressalta essa questão ao mencionar que os impactos da sexualidade humana, para além do pessoal, envolvem também terceiros e uma “esfera transindividual”, que compete a políticas de saúde pública.

A elaboração de garantias jurídicas que possam auxiliar o cenário dos grupos ameaçados socialmente pode se tornar uma ferramenta que dê força a movimentos sociais para intervenção e reivindicação de direitos (RIOS, 2006). Em especial aos jovens, muitas vezes se tem a imagem de que são apenas receptores das informações pré-estabelecidas, passivos das influências sociais, que irão talvez adquirir algum tipo de autoridade e autonomia somente quando adultos. Repensar os direitos sexuais para essa população pode conferir um caráter de maior controle sobre seu próprio destino. Rios destaca, ainda, que acima da moral, muitas vezes ligada a religiosidade, que interfere diretamente nas discussões referentes à sexualidade, é necessário que a discussão deva considerar os aspectos citados de liberdade, igualdade e dignidade que dizem respeito a uma preocupação geral:

Concebidos a partir desses marcos fundamentais, os direitos sexuais podem constituir-se como espaços onde sociedade civil e Estado mantêm-se autônomos diante das instituições religiosas, preservando o pluralismo e o respeito à diversidade (RIOS, 2006, p. 95).

Neste sentido, a falta de pluralismo e respeito à diversidade no desenvolvimento do jovem em sociedade, que deve apenas ser orientando por certos parâmetros estabelecidos socialmente, corresponde a um tipo de violência.

Já em outro trabalho, Rios (2015, p. 18) aponta que essa repressão da liberdade confere uma “ordem adultocêntrica e heterossexista” que foi estabelecida por aspectos moldados com o decorrer da história, no qual prevalece uma visão conservadora que garante direitos predominantes de um padrão da heteronormatividade. Assim como apontado pelo autor, a opressão dos jovens e seus direitos sexuais é quase que um projeto social e as políticas de proteção desta população tratam de uma abordagem protecionista que descarta aspectos importantes que poderiam contribuir para sua vivência e liberdade. Essa abordagem não cria espaço para reconhecimento e reforço dos direitos sexuais dos jovens, mas propicia ligar tudo às questões relacionadas a um caráter de perigo.

Diante deste cenário, mais barreiras são criadas na discussão, uma vez que são ignorados tópicos relevantes que poderiam ser reforçados enquanto direitos sexuais, a fim de transformar suas vivências e o processo de formação e desenvolvimento. Dessa maneira, cria-se a questão de um protagonismo apagado e invisibilizado do jovem em situação de descaso com aspectos que dizem respeito a sua própria vida. Isto apenas colabora para distanciá-los do exercício da cidadania sexual e rejeita a sua posição de destaque que deveriam ocupar no debate.

Este tipo de atitude contra o jovem é prejudicial à medida em que o condiciona a uma impotência em relação a seu próprio desenvolvimento. Como aponta o autor, essa repressão à liberdade de sua sexualidade faz parte de um sistema maior que usa esse condicionamento a fim de perpetuar os comportamentos pré-estabelecidos e aceitos dentro do padrão da heteronormatividade:

Estas manifestações no cotidiano de crianças e de adolescentes, ora promovidas, ora assentidas, por indivíduos e por instituições, violam direta e gravemente direitos sexuais, na contramão dos deveres de promoção, de criação de condições que lhes deem chances de desenvolver seus projetos de vida. Sem isso, não se levam a sério os direitos fundamentais de crianças e adolescentes, fazendo-lhes objeto do heterossexismo; pior ainda, propalando-se a proteção de crianças e adolescentes quando, em verdade, elas são usadas como pretexto para se impor a heteronormatividade (RIOS, 2015, p. 22).

Essa postura corresponde ao domínio de atitudes voltadas a uma visão “adultocêntrica”, no qual utiliza o critério da idade como determinante para posições e relevância de argumentos na discussão. Esta posição exclui a presença dos jovens na reivindicação de seus direitos sexuais e reduz os debates aos aspectos biológicos ou, quando citados aspectos sociais, apenas relaciona-os a elementos negativos e violentos para reforçar o discurso de proteção. Isso também pode conferir um caráter de dependência dos jovens, que acarreta a uma imagem indefesa de quem não tem como se defender ou falar por si.

A proteção do jovem frente a violências sexuais é de extrema importância, no entanto, o exercício da cidadania sexual não se restringe a isso. Como sugerido por Rios (2015, p. 20), “liberdade, igualdade e respeito à dignidade, compreendidos no quadro do direito da sexualidade, dizem respeito aos direitos sexuais de crianças e de adolescentes, num contexto maior que a proteção contra violência, abuso e exploração sexual”. Assim, a sexualidade se traduz de diversas formas e restringir isso em idade de desenvolvimento para vigência e reprodução de padrões também confere outro tipo de violência.

Ao encontro de Rios, Carrara (2015) comenta o dispositivo de controle que compõe a esfera da sexualidade no Brasil. A influência de questões ligadas a moral em conjunto com um regime reforçado por práticas do Estado faz com que as políticas sexuais estejam voltadas unicamente para o padrão heterossexual. No entanto, as duas influências divergem por suas motivações porque enquanto que as moralidades tenham estejam solidificadas pela religião, o Estado busca viabilizar as práticas que garantem a continuação do sistema.

No plano estritamente político, as intervenções estatais apoiavam-se no pressuposto de que à sexualidade vinculava-se o destino de um conjunto de entes transcendentais,

como a “família”, a “raça”, a “nação” ou a “espécie”. A sexualidade era, portanto, um interesse de Estado a que deviam estar submetidos os interesses particulares. (...) Enfim, um dos mais notáveis e conhecidos efeitos desse regime foi a entronização do casal heterossexual reprodutivo como norma biológica e moral, cuja promoção e defesa tornaram-se de “interesse público” (CARRARA, 2015, p. 327).

Entretanto, Carrara destaca que esta é uma área de constante mudança. Os comportamentos sociais acompanham a dinâmica do contexto e “valores oriundos dessas diferentes moralidades podem também ser simultaneamente acionados quando se trata de lutar por certos direitos ou combatê-los” (CARRARA, 2015, p. 334). Assim, a urgência do debate pelos direitos sexuais perpassa essa necessidade de recorrer às minúcias envolvidas nos processos jurídicos a fim de buscar caminhos que solidifiquem as políticas de direitos sexuais para amparo das populações vulneráveis e fomento de novas práticas de desenvolvimento social.

Para que a população esteja ciente destes elementos que compreendem seu próprio direito, é necessário que essa informação seja imprescindível na formação dos indivíduos, que faça parte de sua educação. Muito além da prevenção de IST/Aids e hepatites virais, os aspectos sociais também deveriam compor elementos importantes para a cidadania e educação sexual. No entanto, como observam Barbosa, Viçosa e Folmer (2019) em análise de documentos de políticas de educação do país, as temáticas estão sendo cada vez mais reduzidas a fatores biológicos, sem considerar boa parte do caráter social do processo, “deixando de ser interdisciplinar para ser disciplinar” (BARBOSA; VIÇOSA; FOLMER, 2019, p. 7).

O estudo realizado sugere que com o passar dos anos as políticas de educação propostas mudam a gama de temas que devem ser explorados na escola dentro da educação sexual, mas não abordam toda a diversidade abrangida. Consequentemente, isso restringe suas temáticas apenas às matérias de ciências sem levar em conta as dimensões sociais e sentimentais envolvidas no processo.

Os autores, no entanto, alertam a problemática envolvida ao se desconSIDERAR temáticas de prevenção, relacionamentos, saúde sexual, cidadania, direitos humanos, entre outros pontos relevantes para a discussão, porque “não podemos fazer do chão da escola um terreno fértil para a reprodução de conceitos e práticas que negligenciam o tema sexualidade, assim como informações deturpadas e/ou superficiais” (BARBOSA; VIÇOSA; FOLMER, 2019, p. 8).

As escolas conferem ambientes extremamente ricos em experiências sociais e os planos educacionais deveriam visar esses aspectos como um impulso para explorar assuntos que possam enriquecer o processo. Barbosa, Viçosa e Folmer defendem que a compreensão da educação sexual deveria “perpassar por conhecimentos que possibilitem aos educandos desenvolver

habilidades e valores éticos para fazer escolhas saudáveis e respeitáveis sobre os relacionamentos, o sexo e a reprodução” (BARBOSA; VIÇOSA; FOLMER, 2019, p. 2). No entanto, também reconhecem que algumas temáticas ainda correspondem a tabus sociais e dependem das instruções adequadas por parte dos educadores.

Ao verificar os documentos voltados a políticas públicas de educação, o estudo aponta que a seleção de matérias que passaram a compor os direcionamentos da educação sexual restringe as discussões e contribuem em uma “interdição e silenciamento para controlar e regular o que, como e quando falar sobre sexualidade nas escolas, refutando o direito à informação” (BARBOSA; VIÇOSA; FOLMER, 2019, p. 9). A formação escolar sendo privada dessas discussões pode representar um grande problema ao gerar conflitos, preconceitos, além de reforçar os tabus já existentes. Dessa maneira, os autores alertam para a urgência do tema a fim de reformular práticas pedagógicas e políticas públicas escolares visando contornar o problema, mesmo que este seja um caminho de diversos obstáculos.

Nesta discussão, Monteiro e Ribeiro (2018, p. 132) mencionam a responsabilidade das escolas diante da falta de êxito das políticas públicas para desenvolvimento da educação sexual:

(...) Em geral, esse debate é omissivo ou não é aprofundado de maneira satisfatória no contexto escolar, em que, na atual conjuntura sócio-política brasileira, há uma tendência para o conservadorismo. Nela, quase inexistente espaço para debates a respeito de tais tópicos.

Visando esta problemática, os autores indicam a importância das pesquisas educacionais que possibilitem formular estratégias de desenvolvimento das políticas voltadas a educação sexual, além de “dar expressivas contribuições para melhor conhecer uma realidade envolta em espessa névoa da comunicação, mídia e sexualidade” (MONTEIRO; RIBEIRO, 2018, p. 147). Conhecer o contexto envolvido é indispensável para pensar tanto na estruturação como na aplicação das políticas públicas educacionais voltadas à educação sexual, ainda mais visando os desafios e problemáticas sociais envolvidas.

Os autores apontam a necessidade de se desenvolver a noção de Direitos Humanos para criação de uma postura que repense conflitos sociais, capaz de identificar o que afeta negativamente as populações e, assim, os jovens. Dentro dessa esfera estão presentes também os direitos sexuais que garantem o exercício da cidadania sexual. Assim, incentivar e progredir essas ideias ajudam o entendimento de assuntos que ultrapassam as discussões biológicas e fazem compreender que temáticas de sexualidade estão muito conectadas com aspectos sociais que afetam o cotidiano desta população. É inviável despertar uma consciência crítica dos jovens que esteja

voltada para a importância das temáticas de sexualidade, saúde e prevenção sem também compreender o contexto e tratar de situações do âmbito social que impactam diretamente as discussões conforme diferentes culturas e recortes de tempo e espaço.

Em relação a ações práticas para a vivência dos jovens e a sexualidade em ambiente escolar, Seffner (2013) sugere que as políticas de diversidade que possam ser adotadas pelas escolas devem tomar cuidado para não reforçar comportamentos prejudiciais neste espaço. O cotidiano escolar é marcado por relacionamentos e ricas trocas sociais e quando se trata de temáticas de gênero e sexualidade, alguns discursos podem ser propulsores de práticas positivas, mas de aspectos negativos também.

As políticas de educação que buscam incluir a diversidade como pauta do cotidiano escolar estão diretamente relacionadas aos movimentos sociais que levantam bandeiras de políticas de inclusão de maneira geral. Neste sentido, as práticas pedagógicas devem refletir e fomentar formas de tornar o ambiente favorável para a efetividade desses direcionamentos.

O estudo realizado pelo autor buscou observar a dinâmica dos alunos no cotidiano escolar frente às questões de gênero e sexualidade. Em algumas situações descritas, Seffner aponta situações rotineiras de conflitos entre garotos e garotas que reforçam a dicotomia comportamental dos gêneros, mas também narra situações nas quais fica evidente um traço de vigilância e sensibilidade das temáticas de sexualidade. Nas escolas em que se realizou o estudo, as políticas de diversidade demonstraram consequências de vulnerabilidade dos alunos que são rotulados como “diferentes” dentro das convenções de gênero e sexualidade estipuladas socialmente. A problemática envolvida com esses tipos de iniciativas, voltadas à diversidade nas escolas, é que estas podem abrir margem apenas para reforçar certos preconceitos. O que se observou, a partir dos episódios descritos, é que se coloca um foco maior aos alunos que estão fora o padrão heteronormativo e acaba por colaborar para redução da identidade destes indivíduos (SEFFNER, 2013, p. 155).

O desafio colocado em questão é de que algumas iniciativas apenas reiteram o “diferente” sem questionar as normas pré-estabelecidas. Como destacado por Seffner (2013, p. 157): “O sujeito heterossexual não é visto como diferente, mas simplesmente passa a usar a diferença ‘do outro’ como sinônimo de identidade, empobrecendo as possibilidades de envolver a todos na discussão que produz posições de si.” Dessa forma, ainda que estas ações visem o bem-estar de alunos que estejam sofrendo algum tipo de violência, o efeito pode ser reverso recorrendo à exposição destes jovens. Elaborar práticas para promover a diversidade incluem uma reflexão

sobre as intenções e efeitos que estas podem gerar, há a necessidade de questionar os comportamentos que reforçam a fragilidade dos grupos rotulados por características que fogem do padrão socialmente estabelecido para realmente exercer um tipo de inclusão desejável.

A falta de diálogo e a forma retratada da sexualidade em ambientes escolares inibem a expressão sexual dos jovens e os expõem a vias alternativas, que podem representar caminhos positivos ou negativos para o seu desenvolvimento sexual individual. O debate dos direitos sexuais e exercício da cidadania desta população se faz necessário para que possam adquirir confiança e assumir uma posição de protagonismo na reivindicação de novas práticas que garantam sua segurança. Isso se traduz na defesa dos direitos sexuais dos jovens quanto aos aspectos biológicos, mas também sociais que impactam a vivência e desenvolvimento de sua sexualidade.

A garantia e consciência dos direitos sexuais dos jovens é um ponto fundamental para a formulação de estratégias que possam dar suporte à esta população, tanto para ações de comunicação e educação de informações necessárias, quanto para desenvolvimento de políticas públicas.

A realização de pesquisas com jovens possibilita compreender as lacunas presentes neste problema e identificar de que maneira podem ser feitas abordagens para se chegar até essa população. Para se atribuir o protagonismo do debate aos jovens, é necessário considerar o que eles têm a dizer sobre o assunto e entender quais são suas necessidades neste contexto.

2.2 Pesquisas sobre a visão dos jovens

O documento “A mídia brasileira enfocando os jovens como atores centrais na prevenção de DST/Aids e hepatites virais”, elaborado pelo Ministério da Saúde em colaboração com a UNESCO (BRASIL, 2014), realizou um monitoramento para quantificar a presença do tema de IST/Aids e hepatites virais em matérias jornalísticas por um período de quatro anos – julho de 2007 a junho 2011 –, além de grupos focais com adolescentes e jovens e *workshops* com jornalistas. Na parte qualitativa da pesquisa, os diferentes olhares dos grupos colaboram para reflexão acerca de questões importantes sobre a abordagem da mídia em relação à temática, assim como seu impacto na população jovem.

De um lado, os jornalistas mencionam o desafio de inserir o assunto no cotidiano bem como a dificuldade de encontrar dados atualizados disponíveis para consulta, o que concentra as publicações em períodos específicos do ano. Outro ponto levantado foi a sugestão de humanização das matérias para uma diferente abordagem e possível criação de novas pautas. No

entanto, os profissionais apontam a dificuldade da elaboração deste tipo de matéria por conta do acesso às fontes, pois retorna à questão da vergonha e medo sentidos pelas pessoas, ainda mais quando se trata de jovens.

Em relação a Aids, um ponto interessante a ser observado é que diante dos avanços clínicos de combate à infecção, seu destaque nas notícias foi diminuindo e criando a impressão de um problema passado deixado na década de 1980, sem tanto impacto atualmente. A falsa sensação cria uma barreira para lidar com a problemática e ignora os outros fatores relacionados à IST.

As percepções obtidas do público de jovens e adolescentes mostram que ainda há muitas lacunas quanto às informações dadas ao tema, além de serem repetitivas, superficiais e pouco didáticas. Segundo o documento, a forma como são passadas as informações ligadas ao tema da sexualidade acabam por estabelecer uma barreira por diversos fatores, desde a linguagem até a forma como é retratada. Os adolescentes comentaram que o que é discutido nas escolas e círculos familiares é, na maioria das vezes, apresentado com um teor negativo e amedrontador, referindo-se principalmente às infecções e suas consequências, sem propriamente contextualizar informações ou abordar diferentes temáticas. Como aponta o estudo:

A informação que circula na escola costuma possuir caráter curricular, contornos científicos, e não atinge, necessariamente, a dimensão de um debate sobre comportamentos, valores e práticas. Além disso, há casos em que as escolas recorrem a estratégias que aterrorizam e chocam os alunos, em lugar de promover a circulação de informações e o debate (BRASIL, 2014, p. 58-59).

Diante disso, os jovens relatam que o meio mais recorrido para obter informações e tirar dúvidas é a internet e citam o caráter plural do meio para explorar temas diversos sob diferentes perspectivas. Esse comportamento também pode ser resultado da vergonha sentida pelos jovens em buscar informações sobre sexualidade, como relatado nos grupos, o que faz da internet uma fonte mais informal e discreta para esta finalidade. Entretanto, neste meio podem estar sujeitas a todo tipo de informação, benéficas ou prejudiciais para seu desenvolvimento.

Como produto do que foi relatado nos grupos, as lacunas na abordagem midiática das ISTs reforçam o tabu existente e distanciam a população da discussão e de suas informações. O documento apresentado aponta que mesmo no conteúdo escolar a abordagem é limitada a certos pontos:

A falta de diálogo não ocorre apenas dentro de casa, mas também na escola. Em geral, o conteúdo e as informações disponibilizadas são aquelas que estão previstas nos currículos e nos livros didáticos – ou seja, têm uma abordagem da ciência, da biologia e não do comportamento (BRASIL, 2014, p. 76).

Dessa maneira, o tratamento exclusivamente biológico da sexualidade atribui ao tema um caráter médico e científico, o que pode gerar desinteresse e contribuir para distanciamento do assunto. O jovem adquire um caráter passivo de apenas receber essas informações e não desperta uma postura capaz de se engajar com as ações ou entender que é o protagonista delas.

Além desses pontos, deve-se ressaltar que o contexto político influencia as práticas e os direcionamentos das políticas públicas do país, e para o âmbito de saúde e sexualidade não é diferente. Em artigo, Paiva, Antunes e Sanchez (2020) descrevem a pesquisa realizada com jovens do ensino médio de zonas metropolitanas de Brasília e do Vale do Ribeira (SP), a fim de identificarem de que maneira os valores religiosos podem influenciar nas práticas e percepções da sexualidade, visto o peso de influência nos discursos políticos do cenário atual.

Sobre alguns dados de destaque do estudo, foi observado que entre os adolescentes que já haviam iniciado a vida sexual, não houve muita diferença de idade da primeira relação sexual entre aqueles que seguiam alguma religião – evangélica, católica e protestante – ou não, sendo esta uma média de 14 anos. Além disso, a maioria quase absoluta dos adolescentes (90% dos participantes) apontou que concorda com o acesso à preservativos na escola, mesmo entre aqueles que não haviam realizado práticas sexuais. Este indicativo reforça a importância de desenvolvimento de políticas de educação sexual porque é algo que parte da opinião dos próprios adolescentes como algo normal e necessário, visto a porcentagem expressiva de aprovação, independente da religião também.

Em adição a esse dado, os autores também mencionam que: “tinham maior chance de usar o preservativo na primeira relação os jovens que concordaram que deviam receber informação sobre o preservativo na escola” (PAIVA; ANTUNES; SANCHEZ, 2020, p. 8-9). Isso é relevante porque mostra como a inserção da discussão de sexualidade na escola na fase de desenvolvimento não é algo que pode incentivar os jovens a comportamentos caracterizados como “errados” para a idade, algo que banaliza o debate, mas poderia ser a chance de motivar um comportamento saudável e seguro, que os auxiliem com suas inseguranças primárias dessa fase de aprendizados e descobertas.

A necessidade que vem dos próprios jovens de ter mais acesso à informação, ferramentas ou programas que possam dar algum tipo de suporte nesta fase de desenvolvimento é algo

notório e reconhecido pelos autores. No artigo, destacam que o acesso à informação para combinação de recursos de prevenção é parte integrante do direito universal à saúde. Isso também reforça a problemática dos discursos políticos disseminados, que acabam por tirar o mérito da discussão para rotulá-la como desnecessária ou que possa estimular o comportamento “promíscuo” do jovem, argumento que apenas contribui para a insegurança desta população e deixa-os indefesos e expostos aos perigos da desinformação de seus direitos.

Ao encontro das reflexões apresentadas, outra pesquisa idealizada pela UNESCO, de 2004, em contato com jovens, pais e educadores também resgata a abordagem da educação sexual. O estudo de abrangência nacional identificou a postura dos jovens em relação a prevenção, percepções sobre a sexualidade e a dinâmica de relacionamentos entre eles, bem como o posicionamento dos pais e educadores em meio à discussão.

Com relação a abordagem da educação sexual pelas escolas, novamente se tem a percepção de que é realizada de maneira pontual e não aprofundada. As temáticas se reservam às disciplinas de ciências biológicas e não há ações de conscientização dos temas. Isso pode ocorrer diante da relutância, principalmente dos pais, em apoiarem iniciativas de educação sexual por receio de um incentivo às práticas sexuais antes do tempo considerado adequado por eles, ponto que corrobora para a dificuldade de ações de desenvolvimento da educação sexual até hoje. No entanto, também foi detectado pelo estudo que havia uma grande preocupação por parte dos pais e educadores em relação, principalmente, à Aids. Assim, a contradição protagonizada pelos pais de temerem o incentivo a práticas sexuais dos jovens, mas reconhecerem que muitos podem já ter iniciado a vida sexual, adotando uma preocupação com a sua segurança, confere o paradoxo de uma questão chave para a discussão da necessidade da educação sexual (CASTRO; ABRAMOVAY; SILVA, 2013).

Dados como o percentual do uso de preservativo por parte dos jovens indicou resultados positivos, demonstrando como prioridade de proteção nas práticas sexuais de jovens em todos os estados. No entanto, pôde-se observar que as percepções acerca da temática de prevenção reforçam certas convenções sociais de distinção de gêneros porque o peso atribuído às jovens pela responsabilidade de prevenção carrega, ainda, discursos machistas de imagem e reputação feminina em relação às práticas sexuais. O relatório expõe que as mulheres são mais encorajadas a esperarem até o casamento para iniciarem a vida sexual uma vez que isso reflete em aspectos da reputação social, enquanto que para os homens é concedida uma posição diferenciada de liberdade por conta da naturalização da necessidade masculina. A violência presente

nesses discursos reproduzidos diariamente também reforça a necessidade do desenvolvimento de práticas de educação sexual.

Outro ponto a ser levantado é que no processo de desenvolvimento em relação aos primeiros aprendizados sobre a sexualidade, a posição dos jovens neste cenário é marcada por aspectos de instabilidade e incerteza, como apontado pelo texto:

Em se tratando de jovens, a iniciação sexual, é socialmente percebida como um rito de passagem, cujos contornos ainda não estão claramente definidos. Passagem para quê? Considera-se que a criança é dependente de uma cultura nucleada na família. Mas os adolescentes/jovens ao se iniciarem na sexualidade, passam a ser considerados, pelo menos nesse aspecto, como adultos. O jovem vive a ambigüidade de ser então sexualmente adulto e em situações de dependência nas dimensões econômicas e familiares, entre outras (CASTRO; ABRAMOVAY; SILVA, 2004, p. 69).

Dessa maneira, o início da vida sexual se traduz como uma fase complexa porque abarca responsabilidades, mas também impulsiona inseguranças. A falta de informação e a opressão feita pelo reforço de discursos sociais representam obstáculos da vivência da sexualidade pelos jovens, que apenas acentuam sua posição de vulnerabilidade e geram insatisfação por parte desta população. Como recomendações e possíveis direcionamentos após as informações coletadas, o relatório destaca o incentivo a pesquisas da área para acompanhar as percepções das juventudes em relação a questões de sexualidade, ajudar no desenvolvimento de práticas de educação sexual e também analisar o impacto destas políticas públicas. Além disso, apoiar redes de direitos humanos para amparo dos jovens em relação aos direitos sexuais se faz importante e necessário, para também atribuir a responsabilidade e poder de decisão pessoal desta população.

Em reflexão acerca da posição do jovem no contexto da sexualidade nas escolas, Campos et al. (2017) defendem a importância da participação dos estudantes no processo como um todo e a necessidade da criação destes espaços de diálogo para aprendizado. Em artigo, foi relatada a experiência de uma oficina realizada com grupo de jovens de uma escola pública em Belo Horizonte (MG), na qual os adolescentes revelaram que não sentem que suas vozes são ouvidas quando se trata de temáticas dentro da sexualidade, uma vez que não são criados ambientes para participação e compartilhamento de vivências. Portanto, a educação sexual proposta não se faz efetiva como deveria ou acaba perdendo o sentido.

Com a realização da oficina, o estudo indica que o público em questão não sente que seus posicionamentos sejam levados a sério nas discussões, além de não lhes ser conferida a responsabilidade sobre suas atitudes. É desprezada a participação dos jovens em assuntos que os dizem respeito e a eles apenas cabe a imagem negativa de “causadores do problema”, sem

lugar para discussão. Essa sensação de exclusão pode colaborar para a falta de engajamento dos adolescentes na educação para sexualidade, porque, como reforçado pelo estudo, não cria os espaços abertos e redes de compartilhamento que agregam ao aprendizado, carece a criação de uma experiência colaborativa e resulta apenas em uma comunicação unidirecional para receberem ordens.

Uma observação notória feita a partir da experiência foi acerca da concepção dos adolescentes em relação a sua própria imagem. O grupo revelou que em determinados contextos, o preconceito com o público jovem e a imagem negativa criada é consequência de outros discursos perigosos já perpetuados que os marginalizam. Ao não terem acesso à espaços propícios de diálogo e terem a participação em assuntos que constituem seus próprios direitos barrada, é estabelecido um tipo de violência que impacta esta população em diferentes contextos. Sobre essa questão, os autores reforçam:

A luta por uma vida menos precária e mais digna poderia se iniciar pela desconstrução dos preconceitos em relação à própria adolescência, pelo reconhecimento dos adolescentes como sujeitos de direito, bem como pela garantia e o acesso aos seus direitos sexuais, à saúde sexual e aos direitos humanos (CAMPOS et al., 2017, p. 663).

Assim, a falta de espaços de diálogo para participação do jovem na discussão da sexualidade contribui para seu distanciamento em relação às práticas que são necessárias para seu desenvolvimento e pode desestimular o engajamento para questões de seu bem-estar social e saúde.

Novamente sobre a abordagem superficial de temáticas dentro da educação sexual, foi observado que para os adolescentes, a sexualidade não se aprofunda para além da prevenção e a noção básica que deveriam ter sobre as ISTs. Mais uma vez os integrantes do grupo alegaram que sentem falta de informações sobre os assuntos que não fiquem presos às dimensões de prevenção e que possam explorar outros aspectos envolvidos, além de informações que possam ser relevantes em suas vivências. Sobre isso, os autores comentam:

Os saberes dos adolescentes sobre direitos sexuais se entrelaçam com saberes sobre a saúde, reduzidos a uma dimensão do saber biomédico, o que lhes escamoteia a completude dos direitos sexuais e reprodutivos, bem como o direito de decidir sobre seus próprios corpos (CAMPOS et al., 2017, p. 664).

Aliar essa abordagem com o discurso do medo para questões de sexualidade cria um imaginário limitado a binômios dentro da educação sexual e não explora as complexidades

existentes dentro da sexualidade. Este fator colabora para reduzir a discussão e não propicia pensamentos mais abertos para a sexualidade em contexto escolar, além de ser excluyente.

Ao ocultar o protagonismo do jovem na discussão para a educação sexual, a ideia de sua responsabilidade individual no assunto é atenuada e dificulta o exercício da cidadania sexual. A sexualidade e outros temas além da prevenção deveriam ser afirmados como direito, uma vez que os direitos sexuais representam mais do que obrigações. Sendo assim, a responsabilidade individual deveria ao menos ser garantida para se pensar em formas de reforçá-la, assim como os autores apontam, “Os direitos sexuais, bem como os direitos humanos, só serão garantidos na medida em que adolescentes sejam reconhecidos e se reconheçam como portadores de saberes e direitos.” (CAMPOS et al., 2017, p. 666). Garantir o espaço do jovem na discussão sobre a sexualidade também ajuda na garantia de seus direitos e seu bem-estar social.

Os jovens participantes da oficina sintetizaram os debates ressaltando a necessidade de serem ouvidos para terem sua participação no processo o que reforça a importância de espaços de diálogo. Como apontam os autores, a educação sexual deve visar um caráter emancipatório para o jovem, no sentido de assumir seu lugar de participação, porque isso pode representar um desenvolvimento das práticas educacionais e um avanço para o exercício da cidadania sexual. Estes assuntos, quando não são incluídos na vivência do jovem, principalmente no ambiente educacional, são capazes de gerar “mais vulnerabilidade aos adolescentes, além da persistência e preconceitos e iniquidades” (CAMPOS et al., 2017, p. 664), o que agrava a dificuldade de se abrir espaço para debates mais amplos.

A carência de políticas educacionais estruturadas para a saúde sexual e a educação sexual, assim como em outras esferas sociais, não oferecem aos jovens as bases para que estejam à luz de seus direitos e de suas reivindicações. Nas pesquisas mencionadas, algo constante é o sentimento das juventudes de “algo faltando”, de abordagens superficiais e que não preenchem toda a gama presente na temática que eles mesmos já têm algum tipo de contato pela vida pessoal. Dessa maneira, não veem a escola ou as autoridades de governo como ambientes de aprendizado ou suporte para essas questões.

A abordagem educacional e as estratégias de comunicação devem levar em conta as percepções do jovem acerca do conteúdo que consomem ou que gostariam de ter mais contato, assim como aquilo que provoca seu desprezo. A maneira como são tratadas as temáticas é ponto crucial para o engajamento ou distanciamento desta população em relação à discussão sobre cidadania e exercício dos direitos sexuais.

Entender a maneira como os jovens recebem as informações de saúde, especialmente sobre a saúde sexual, também é importante para delinear novas estratégias no âmbito da comunicação. A comunicação pública voltada para saúde e prevenção de infecções sexualmente transmissíveis deve ser capaz de avaliar estratégias e conhecer as especificidades destas temáticas para estabelecer um diálogo com a população.

2.3 Informação, comunicação e prevenção

A comunicação pública está a serviço da população para que forneça informações importantes acerca de assuntos de interesse público, além de estar diretamente ligada ao engajamento das pessoas com ações de governo.

Em relação à área da saúde, Vasconcelos, Oliveira-Costa e Mendonça (2016) destacam que é importante que a comunicação possa incorporar um caráter promotor da saúde ao invés de apenas disparar conteúdos preventivos. A diferença entre os dois estilos de abordagem é que um acaba por cair em uma condição mais individualizada da saúde, enquanto que o outro atribui mais elementos sociais capazes de suscitar uma discussão maior dentro dos temas, que pode caminhar para formulação de novas políticas públicas.

Ao analisarem campanhas de comunicação do Ministério da Saúde pelo período de 2006 a 2013, as autoras apontam que a partir da linguagem e as mensagens elaboradas, o caráter de abordagem das campanhas de saúde do governo brasileiro está voltado às características preventivas, que se reservam ao direcionamento individual de sua comunicação, fornecendo instruções ou lembretes pontuais a públicos específicos.

Dessa maneira, deixa-se o poder de discussão da comunicação para algo mais superficial elaborado a partir de frases de efeito simplificadas e repetitivas e, conseqüentemente, a comunicação acaba por se estabelecer de forma “propagandística”, a mensagem que vende uma ideia, mas não é forte o suficiente para mobilizar as comunidades para novas ações sociais (VASCONCELOS; OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2019).

Os canais digitais também têm sido lugares de elaboração de conteúdo de informações públicas para a população. As redes sociais digitais se tornaram mais populares com o passar dos anos e hoje têm um potencial de alcance considerável, ainda mais se considerar o impulsionamento de publicações gerado pelas próprias plataformas. Dessa forma, a produção de conteúdo de campanhas de órgãos públicos também passou a estimular a criação de peças adequadas para esses meios de comunicação digitais.

Nesta questão, um fator muito importante para a criação de conteúdo *online* está na linguagem das mensagens. Assim como em toda campanha de comunicação, a linguagem é uma das partes integrantes fundamentais das mensagens e para o ambiente digital não é diferente. Os hábitos de leitura das pessoas nas mídias sociais são marcados por conteúdos mais curtos e diretos, e com tanta informação disparada, sua mensagem deve ser capaz de captar a atenção dos receptores. Um estudo conduzido por Cadaxa, Souza e Mendonça (2015) realizou um monitoramento de campanhas de Aids das páginas dos Ministérios da Saúde do Brasil e Peru no Facebook, exercício que buscou verificar as abordagens adotadas para comunicação com o público durante um curto período de tempo.

Mesmo que as autoras ressaltem que os resultados obtidos não pudessem ser generalizados, pôde-se observar, novamente, que a linguagem utilizada pelos órgãos brasileiros segue uma linha mais individual de comunicação, como instruções e cuidados pessoais, sem alimentar uma discussão acerca do tema. Ainda que trouxessem outras temáticas além de instruções médicas, como comunicados de ações institucionais realizadas no período, pouco se abordou de assuntos de caráter mais social e temáticas relacionadas, aprofundando a visão de uma saúde individual e não coletiva e que não seriam caracterizados como promotores de saúde.

Neste caso, os canais digitais não foram usados de maneira estratégica para dialogar com os públicos ou comunicar de maneira atrativa e eficaz, uma vez que resgatam frases repetitivas que acabam por ficar como mensagens viciadas, quase como adereços fixos esperados em todas as peças.

O caráter preventivo das campanhas brasileiras de ISTs é algo que segue moldes muitos parecidos há mais de 20 anos. Marinho (2000) ao realizar uma reflexão acerca do discurso difundido em relação ao preservativo, observa que o imaginário criado acerca do objeto de prevenção, a partir de sua popularização com o cenário preocupante da Aids na década de 1980, está ligada a comportamentos vulgares contrários à monogamia tradicional exaltada pela sociedade brasileira, assim como os próprios preconceitos atrelados à infecção. Diante disso, a atribuição funcional natural do preservativo passa a ter um peso da infecção e da marginalidade, como colocado pela autora, e os esforços comunicacionais para reverter essa imagem são necessários para popularizar o uso do preservativo a partir da prevenção saudável, e não por um retrato de vulgaridade.

O desafio explícito de se criar novas abordagens para campanhas de prevenção também se relaciona com a sociedade brasileira e o conservadorismo, principalmente heterossexual, que se exime das ocorrências das ISTs e atribui o uso do preservativo a comportamentos específicos

que fujam da sua realidade, de maneira equivocada. A autora relembra uma campanha de 1995 do Ministério da Saúde, no qual o fato do personagem principal nomear seu órgão genital de “Bráulio”, em uma tentativa de abordagem mais humorística da prevenção, já foi motivo suficiente para protestos e até a retirada de veiculação da campanha. No entanto, ao pesquisar a percepção de jovens acerca da mesma peça de comunicação, a aceitação foi alta e alegaram ter uma abordagem divertida que era mais atrativa a eles.

A autora destaca o aspecto lúdico a ser adotado pelas campanhas de comunicação para prevenção para Aids, principalmente, mas que podem ser trazidas ao universo das infecções sexualmente transmissíveis no geral. A funcionalidade do preservativo é única, mas se tratando de um produto, o que a populariza é o sentimento que causa nas pessoas, assim, construir um caráter lúdico que se liga diretamente ao prazer pode ser uma boa estratégia que normaliza o seu uso como componente básico das relações sexuais.

Tendo em vista que as considerações de Monteiro foram feitas no início da década retratada, pode-se estabelecer uma comparação de suas ideias e o que de fato foi explorado pelas autoridades para campanhas de comunicação. Lermen et al. (2019) avaliaram campanhas, especificamente cartazes, de prevenção da Aids realizados pelo Ministério da Saúde entre os anos de 2013 e 2017 para verificar o uso da linguagem, as imagens e os recursos de persuasão utilizados para prevenção. Em geral, o que se observou foi que, apesar das imagens mudarem e uma diversidade maior ser englobada, algumas lacunas permanecem, em relação a uma comunicação simplificada, sobretudo mandatória do que as pessoas devem ou não fazer e uma representatividade questionável de públicos.

Os autores apontam que as peças ainda incorporam estereótipos e postura moral em relação a comportamentos de grupos específicos. Em dada campanha do ano de 2016, há cartazes que se referem diretamente a profissionais do sexo e travestis, grupos englobados nas populações-chave de ações da prevenção combinada (BRASIL, 2017. p. 45), que resultam em um isolamento da forma como são tratados esses públicos específicos e pode reafirmar o preconceito.

As ações direcionadas dos cartazes aos públicos específicos das populações-chave e populações prioritárias dos cartazes analisados ora ilustram os “alvos” do preconceito como no caso citado anteriormente ou invisibilizam essas populações com representações vazias, sem resgatar nem sequer elementos visuais da diversidade sexual para informações necessárias de prevenção. Novamente, isso atrasa o processo e não desenvolve ações de promoção à saúde, mas evidencia abordagens superficiais e instruções imperativas.

O peso social moral dificulta a criação de campanhas e estratégias diversificadas que possam explorar as formas da sexualidade para tratar os assuntos de maneira diferente. Isso contribui também para o caráter preventivo e não promotor da comunicação pública para saúde brasileira e resulta no reforço de frases repetitivas que estarão presentes nos cartazes de carnaval e *dezembro vermelho*, principalmente. Mesmo que materiais do governo sobre temáticas de saúde sexual estejam disponíveis nos sites oficiais de fácil acesso, isso não é popularizado porque os jovens não se interessam por essa abordagem, na qual as temáticas são tratadas de maneira biológica e medicalizada ou ainda distante de suas realidades diversas.

Ainda sobre o ponto da linguagem, outro aspecto de destaque é o apelo, os recursos utilizados para estruturar a mensagem. A forma de se transmitir as informações, neste caso, acerca das ISTs, é um desafio primordial de sua elaboração, uma vez que se trata de assuntos tabus e infecções ignoradas pelo medo ou vergonha dos assuntos relacionados à sexualidade. Dessa maneira, entende-se que as estratégias linguísticas de criação das peças de comunicação pública devem evitar cair nos estereótipos e ideias pré-existentes acerca da saúde sexual sobre grupos ou comportamentos. No entanto, algumas vezes as campanhas disparam efeito contrário e reforçam ideias que distanciam a discussão e reforçam mecanismos de controle por reações negativas.

Gagnon, Jacob e Holmes (2010) analisaram um tipo de estratégia utilizada na campanha canadense “*Camisinhas: elas não são um luxo*”, produzida pelo Ministério da Saúde de Quebec, que fez uso de linguagem verbal e não verbal baseada no medo. A partir da pesquisa, puderam observar que: “medo é usado para construir significado acerca da experiência de contrair uma IST por descrever o corpo infectado através de palavras de impacto, sintomas de debilitação física e o significado social de sua contagiosidade” (GAGNON; JACOB; HOLMES, 2010, p. 249). A estratégia de choque une aspectos médicos e sociais para passar uma mensagem de responsabilização do risco atribuído à população jovem.

As campanhas governamentais quando fazem uso deste tipo de abordagem podem estar associadas a uma prática de controle por parte do Estado para tentar influenciar ou pautar, mesmo que indiretamente, o comportamento da população por meio da veiculação desse tipo de discurso. O problema de saúde pública, nesse caso das infecções sexuais, deveria ser combatido sob responsabilidade do governo, no entanto, um caminho de “reparo rápido”, como colocam os autores, é o de responsabilizar um subgrupo populacional como problemático da questão. Assim, a linguagem do medo utilizada para os jovens acusa a imprudência de suas práticas sexuais além de colocá-los em posição de insegurança sobre o assunto.

O uso desse tipo de estratégia que gera insegurança e incômodo também acaba por criar um imaginário de terror em relação não apenas às IST, mas também às pessoas a elas associadas. Como apontam Gagnon, Jacob, Holmes (2010, p. 252):

No caso de alguém ser incapaz de manter uma existência livre do risco, ISTs (e suas repercussões físicas) são descritas como resultados previsíveis de más escolhas individuais, práticas sexuais desviantes e autonegligência. Isso é uma importante dimensão da campanha de prevenção porque o governo de uma população só pode ser alcançado pela promoção o autogoverno - a conformidade e racionalidade de cada membro daquela população.

Assim, o medo projeta uma imagem indesejada das práticas sexuais e dificulta o debate sobre a questão.

Outro aspecto a ser destacado é que esses tipos de campanhas geralmente partem do ponto de vista do marketing social. Visto que peças de comunicação pública possam ser desenvolvidas por empresas privadas, a visão que se tem dos interlocutores pode ser influenciada por aspectos mercadológicos e tê-los como consumidores, logo, estruturação desse tipo de campanha também implica o consumo. A consequência disso é que “jovens são encorajados a consumirem medo - para internalizar esse produto de marketing do mesmo jeito que outras commodities são incorporadas no/para o corpo” (GAGNON; JACOB; HOLMES, 2010, p. 253). Como produtos dos elementos de consumo e culpa, a mensagem difundida implica uma imagem repulsiva da pessoa que contrai alguma doença sexualmente transmissível, porque a segurança se dá nos materiais de prevenção como o preservativo, mas não nas condições favoráveis de vivência, educação e saúde que deveriam ser promovidas pelo governo.

A consequência disso é que as motivações para o uso do preservativo podem ser direcionadas não necessariamente visando o bem-estar, mas canalizadas no receio de ir contra o mecanismo que cria repercussões sociais. O problema acarretado por essa prática é que a motivação para a prevenção é distorcida da visão de saúde, mas canalizado ao medo de uma possível punição, seja esta física com as IST ou as repercussões sociais a elas ligadas. Isso implica questões preocupantes numa visão geral da comunicação pública porque não necessariamente busca informar, mas controlar e amedrontar.

Este tipo de comunicação tem o intuito de criar e manter o imaginário regrado sobre os comportamentos das práticas sexuais, para garantir maior controle sobre as vivências individuais. Assim, pode-se dizer que as campanhas de saúde pública com esse viés podem ser meca-

nismos de manutenção dessa tecnologia, para perpetuar os discursos controladores que despertam nas pessoas o medo e insegurança sobre suas práticas individuais, bem como o receio da vigilância dos outros.

Além disso, o retrato realizado dos jovens como subgrupo problemático na questão das ISTs é uma forma de transferir a responsabilidade da questão. Dessa maneira, o “reparo rápido” é mais fácil de ser elaborado e uma posição mais confortável para as autoridades do que, de fato, discutir formas eficazes de combater o cenário.

Assim como a abordagem que explora o medo internalizado, a que explora um viés diferenciado humorístico também pode ser perigosa. Yoon (2015) realizou um estudo para análise do medo da avaliação negativa (Fear of Negative Evaluation - FNE) e partiu de premissas que consideram o desconforto de pessoas que possuem algum tipo de impasse por apresentarem maiores níveis de ansiedade social. A hipótese do autor discorre sobre a possível relutância por pessoas mais introvertidas e socialmente ansiosas de receberem tais mensagens de temáticas sobre sexualidade, diante do peso negativo que já lhe são atribuídas. Dessa maneira, as mensagens com teor mais humorístico podem despertar sentimentos de vergonha e apenas aumentar a relutância de entrar em contato com as discussões, contribuindo também para o distanciamento.

A pesquisa de Yoon observou tais comportamentos, que sinalizam como problemático o uso de uma linguagem ridicularizada para lidar com a temática. Por outro lado, o uso do humor também representou um bom índice quando usado de maneira mais leve ou melhor estruturada e, de fato, contribuiu para aliviar o peso da discussão e ser melhor recepcionada pelas pessoas. Como destacado:

Os resultados têm diversas implicações práticas também. Os resultados sugerem que o humor funcionará quando os níveis de vergonha são menores, especialmente entre indivíduos que são menos socialmente ansiosos. No entanto, o uso mais significativo do humor será quando indivíduos mais socialmente ansiosos são expostos a questões de saúde que engatilham altos níveis de vergonha. Vergonha geralmente desperta evitação, e isso se aplica especialmente a altos FNEs, pois eles iriam fugir de questões que ameaçam constrangimento social. Humor pode ajudar difundir o medo da vergonha e aumentar a capacidade de resposta. (YOON, 2015, p. 136-138).

Dessa maneira, indica-se que o humor pode ser uma boa ferramenta, quando tomados os devidos cuidados para que nenhum grupo se sinta constrangido.

O resultado desses tipos de comunicação que distanciam as pessoas da discussão é que avaliar essas estratégias também se torna uma tarefa difícil. Dentro da temática da saúde sexual, por conta das barreiras criadas, as pessoas poderão não se sentir confortáveis em demonstrarem

o mínimo de engajamento. Gabarron et al. (2017) observaram que uma campanha de divulgação no Facebook de um aplicativo educativo sobre saúde sexual teve bons resultados de conversão e acessos à plataforma, no entanto, quando avaliados as reações e interações com as publicações de divulgação, os números foram o oposto, bem abaixo. Os autores sugerem que justamente pela temática das publicações, as pessoas, especialmente jovens, se sentiriam constrangidos de interagir com o conteúdo que pudesse aparecer na página inicial de outras pessoas.

Isso pode ser um indicativo interessante para criação de novas campanhas e estratégias de comunicação. Como no caso de um aplicativo, as pessoas foram direcionadas a uma nova página na qual teriam mais privacidade de navegação e acessariam uma maior gama de conteúdos de teor educativo.

A necessidade de uma reformulação da comunicação por meio das campanhas do governo se mostra cada vez mais evidente diante das mudanças sociais e os novos conteúdos difundidos, inclusive no âmbito digital. Em adição, a elaboração de estratégias de divulgação e ações de contato direto com a população podem ser formuladas para que as campanhas possam ter um efeito de maior impacto, que mobilize ações mais concretas e não apenas continue a difundir mensagens que possivelmente já perderam o sentido, como um simples “use camisinha”. A comunicação promotora de saúde deve ser componente fundamental a andar junto com o desenvolvimento de políticas públicas e ações para a população.

A comunicação pública para saúde deve desenvolver planos para que as informações necessárias consigam chegar aos públicos de maneira positiva. Não apenas como um ponto de distribuição de comunicados, canais de contato e diálogo com a comunidade devem ser estabelecidos para acompanhar a dinâmica social e atender as necessidades desta área de maneira adequada.

Para apoio destas questões, pesquisas são realizadas com o intuito de entender o contexto e avaliar caminhos de ação para desenvolvimento de ações comunicacionais promotoras da saúde para jovens.

2.4 O projeto de pesquisa CNPq

A partir das problemáticas levantadas existentes no Brasil, o projeto intitulado “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem” foi criado para fomentar estudos nas áreas da educação e comunicação a fim de avaliar estratégias já desenvolvidas bem como delinear novas metodologias. O projeto foi aprovado no âmbito da chamada CNPq/MS-DCCI Nº 24/2019 - Pesquisas

em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, com vigência de 03/2020 a 08/2021 (Processo 443228/2019-1), e é coordenado por Ana Valéria Machado Mendonça, do Núcleo de Estudos em Saúde Pública – NESP/UnB e Laboratório de Educação, Informação e Comunicação em Saúde – ECoS/UnB da Universidade de Brasília - UnB, Instituição executora e representante da região centro-oeste do país. Para representação da abrangência nacional do projeto, este também é composto por instituições das outras quatro regiões brasileiras: Universidade Federal do Amazonas - UFAM (norte); Universidade Federal da Paraíba - UFPB (nordeste); Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (sul); e Universidade Estadual Paulista - UNESP (sudeste). O projeto conta com a participação de professores coordenadores, bolsistas de graduação e pós-graduação e voluntários distribuídos entre as cinco regiões do Brasil.

A linha temática do projeto é de “Desenvolvimento de estudos de comunicação e educação em saúde para prevenção do HIV, IST e hepatites virais, considerando características regionais”, e seus objetivos são distribuídos em três itens: 1) avaliar estratégias de comunicação para prevenção de HIV e IST em população jovem; 2) propor metodologias inovadoras para abordagens de educação voltadas para prevenção das IST, HIV e hepatites virais em população jovem; 3) desenvolver estratégias de comunicação para melhorar a adesão da população jovem e adulta à vacinação contra as hepatites A e B.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar a qualidade e adequação das estratégias educativas e comunicacionais voltadas à prevenção das ISTs, HIV/Aids e hepatites virais dirigidas à população jovem brasileira nos últimos 10 anos (2010 – 2019).

Os objetivos específicos, reproduzidos literalmente do projeto, compreendem:

- Mapear os tipos e meios de comunicação mais utilizados para a circulação de informações sobre as infecções sexualmente transmissíveis (IST), do HIV/Aids e das hepatites virais em comparação aos tipos e meios de comunicação preferenciais da população jovem, visando atestar sua adequação;
- Estabelecer uma relação entre investimentos governamentais e não-governamentais destinados à produção de materiais educativos e comunicacionais direcionados ao público com foco na prevenção das infecções sexualmente transmissíveis (IST), do HIV/Aids e das hepatites virais;
- Correlacionar as interrelações entre as linguagens utilizadas, meio de comunicação adotado e acesso ao público jovem;

- Identificar junto à população jovem, os canais de comunicação e interlocutores preferenciais para o recebimento de orientações sobre os processos de prevenção de infecções sexualmente transmissíveis (IST), do HIV/Aids e das hepatites virais;
- Caracterizar a linguagem utilizada nos materiais educativos e comunicacionais por tipo de mensagem e potencial apelo à adesão às práticas de prevenção de infecções sexualmente transmissíveis (IST), do HIV/Aids e das hepatites virais.

O projeto geral é desenvolvido ao longo de 18 meses, compreendendo o período de vigência de 01/03/2020 - 31/08/2021. A metodologia adotada para o projeto consistiu na Pesquisa de Métodos Mistos (PMM), devido à complexidade da pesquisa de caráter social e engloba abordagens de pesquisas quantitativas e qualitativas, com o decorrer do projeto com os estudos realizados, serão desenvolvidos seis produtos que compreendem desde a síntese de evidências até os relatórios finais, distribuídos ao longo do cronograma estabelecido. O orçamento aprovado pelo CNPq inclui 20 bolsas de 12 a 14 meses cada nas modalidades de Apoio Técnico em Extensão no País – Nível B e Desenvolvimento Tecnológico Industrial - DTI Nível C .

A estação da região sudeste, representada pelo grupo da Universidade Estadual Paulista – UNESP, é coordenado pelo professor Danilo Rothberg e é composto por cinco bolsistas de Fomento Tecnológico e Extensão Inovadora do CNPq, divididos entre as modalidades de Apoio Técnico em Extensão no País – Nível B e Desenvolvimento Tecnológico Industrial - DTI Nível C. Os integrantes são: Estela Cavalheiro Lobo, Geovana Arruda Merlo e Isabele Scavassa, bolsistas alunas de graduação e Aressa Joel Muniz Vinícius Lauriano Ferreira, bolsistas alunos de pós-graduação.

Cada região representada por uma instituição desenvolve um trabalho dentro do projeto geral. O grupo da estação sudeste estudou estratégias de campanhas e peças de comunicação pública de prevenção de ISTs voltada para população jovem.

Este projeto de TCC relata a experiência de participação desta discente como bolsista de Fomento Tecnológico e Extensão Inovadora do CNPq no projeto em questão, na modalidade de Apoio Técnico em Extensão no País – Nível B, com vigência de 01/05/2020 a 30/04/2021 (Processo 371325/2020-0), sob a orientação do coordenador da estação sudeste.

As atividades desenvolvidas individualmente para a bolsa, conforme descritas no plano de trabalho aprovado pela coordenação geral, são de:

- Participação com a produção individual (autoral) na revisão da literatura necessária à compreensão da teoria e prática da qualidade de campanhas de comunicação e estratégias para prevenção de HIV e IST em população jovem;

- Participação na produção de instrumento de pesquisa de diagnóstico da qualidade de campanhas de comunicação dos governos federal e estaduais para prevenção de HIV e IST em população jovem;
- Participação na coleta e análise de dados advindos de mapeamento e diagnóstico da qualidade de campanhas de comunicação dos governos federal e estaduais para prevenção de HIV e IST em população jovem;
- Participação na sistematização de conhecimento para a produção de diretrizes e recomendações para campanhas de comunicação dos governos federal e estaduais para prevenção de HIV e IST em população jovem.

Essas atividades integraram o planejamento determinado pela coordenação geral e a divisão de tarefas entre as estações e seus respectivos bolsistas, de modo a compor a equipe necessária à consecução dos objetivos do projeto aprovado pela chamada CNPq/MS-DCCI Nº 24/2019 - Pesquisas em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, com vigência de 03/2020 a 08/2021 (Processo 443228/2019-1).

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Contribuir para o atendimento dos objetivos do projeto “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem”, aprovado pela chamada CNPq/MS-DCCI N° 24/2019 - Pesquisas em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, com vigência de 03/2020 a 08/2021 (Processo 443228/2019-1).

3.2 Objetivos específicos

- a) Revisar a literatura pertinente aos temas de comunicação e cidadania sexual.
- b) Elaborar um instrumento de análise geral para as peças de comunicação de campanhas de prevenção de ISTs, HIV/Aids e hepatites virais, que explore especificidades voltadas à população jovem.
- c) Analisar estratégias e peças de comunicação de campanhas de prevenção de ISTs, HIV/Aids e hepatites virais para população jovem dos governos federal e estaduais dos últimos 10 anos (2010 - 2019), como parte das atividades a serem executadas pela equipe da estação sudeste com o objetivo de realizar um diagnóstico da qualidade e da adequação da comunicação promotora de saúde.
- d) Contribuir, no âmbito do projeto apoiado pelo CNPq, para a elaboração de diretrizes e recomendações para produção de campanhas de comunicação para prevenção de HIV e IST em população jovem.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

Esta seção é dedicada para descrição do processo metodológico empregado no âmbito dos esforços individuais realizados enquanto bolsista do projeto. A metodologia de pesquisa deste trabalho de conclusão de curso consistiu em revisão bibliográfica sistemática da literatura, análise de conteúdo de peças de comunicação pública, síntese e interpretação dos dados obtidos, etapas de realização individual.

Sampaio e Mancini (2007) indicam que a revisão da literatura de caráter sistemático busca produzir um resumo das evidências coletadas a partir da literatura disponível, realizado por um método sistematizado guiado pela questão norteadora da pesquisa. Assim, a partir da literatura selecionada pelo grupo dos cinco bolsistas envolvidos no projeto financiado pelo CNPq e diante das questões de pesquisa apresentadas na introdução deste trabalho, esta bolsista desenvolveu individualmente uma revisão bibliográfica acerca de temas pertinentes. Esta revisão também foi utilizada para basear a seleção das linhas temáticas de análise do corpus de pesquisa. Entre os temas, estão educação sexual, direitos sexuais e comunicação pública para saúde.

Para estudo das campanhas de comunicação dos governos federal, estaduais e municipais brasileiros, foi realizada uma análise de conteúdo. Campos (2004) indica que a prática da análise de conteúdo trata de um estudo dos sentidos do objeto de pesquisa, tanto em forma e texto, mas também os elementos implícitos presentes. A análise foi desenvolvida a fim de identificar boas práticas de comunicação para prevenção de ISTs para a população jovem, bem como detectar práticas que reforçam fraquezas já identificadas pela literatura, em busca de recomendações sobre como evitá-las.

As peças de comunicação analisadas foram selecionadas a partir de material *online* que incluiu acervo de campanhas de comunicação do governo federal, estaduais e municipais disponíveis nas páginas de instituições e órgãos de saúde em redes sociais e sites oficiais. A amostra total obtida por essa busca foi de 440 peças comunicacionais, abrangendo não apenas âmbitos nacional, estadual e municipal, mas também universidades, institutos de pesquisa, organizações não governamentais brasileiras, governos de outros países, organizações não governamentais estrangeiras e organizações multilaterais. A seleção foi de peças direcionadas ao público jovem diretamente ou que não especificassem o público, sendo para a população em geral, o que inclui os jovens também.

Diante da quantidade de peças selecionadas para a amostra, a forma de análise desenvolvida pelo grupo da estação sudeste consistiu na elaboração de um instrumento avaliativo que

fosse capaz de gerar uma pontuação para méritos de classificação e comparação. Baseado nas questões principais apoiadas pela bibliografia debatida, foi criado um formulário de seções temáticas para tratar de informações importantes que poderiam ter sido abordadas, ilustradas ou retratadas nas peças da amostra. Em cada seção temática há três questões com pontuação decrescente de 3 a 1 pontos, sendo que a divisão de pontuação foi atribuída a partir do caráter de relevância da informação abordada. São sete seções temáticas com 21 questões no total, que somam 42 pontos no formulário. A mecânica de divisão das seções e pontuação foi criada a partir da ferramenta Google Forms. A pontuação aferida pelo instrumento é proporcional à qualidade da campanha: quanto mais pontos obtidos, melhor a peça se situará na classificação.

As seções temáticas do instrumento de pesquisa foram elaboradas a partir de pontos importantes observados pelos integrantes do grupo a partir da literatura disponível. Questões como a participação dos jovens nas peças, a linguagem utilizada e os elementos adicionais de informação componentes das peças foram avaliadas a partir de atributos fundamentais para uma comunicação promotora da saúde de qualidade. O Quadro 1 exhibe os atributos escolhidos para composição do instrumento e uma breve justificativa baseada na literatura especializada.

Quadro 1 - Atributos da comunicação promotora da saúde com qualidade conforme aspectos selecionados da literatura especializada, em correspondência com as seções do instrumento de pesquisa aplicado

Atributo	Justificativa
Seção 1: participação de destaque dos jovens nas peças de comunicação como personagens centrais e elementos principais da narrativa em ambiente familiar.	Assim como destaca Rios (2006, 2015), o protagonismo do jovem para discussão de pautas que dizem respeito às suas vivências e questões é imprescindível. Dessa maneira, para campanhas direcionadas ao público jovem, de maneira geral ou específica, deveriam contar com a participação de jovens para sua elaboração, a fim de que possa haver uma identificação e representação do seu grupo e questões que são relevantes para suas realidades.
Seção 2: comunicação (de preferência realizada por jovens) informal, abordando além da perspectiva medicalizada.	Como detectado pela pesquisa em parceria com a UNESCO (BRASIL, 2014), há a necessidade por parte dos jovens de ter contato com outras questões ligadas à educação sexual que não se limitem às temáticas biológicas e medicalizadas. O caráter social ligado às temáticas, muitas vezes, é ocultado e muito da discussão acaba por se perder. Além disso, seguindo o raciocínio da questão anterior, para uma campanha que vise impactar a população jovem, é importante elaborar a linguagem que seja apropriada e de fácil entendimento, não apenas baseada em termos medicalizados.
Seção 3: abordagem dos direitos sexuais e cuidados nas relações.	A importância de se tratar de questões que reforcem os direitos sexuais, ainda que de forma superficial como em uma peça de comunicação, são importantes para apresentar um sentido diferente à prevenção, que é a prevenção como direito. Assim como destacado por Rios (2006, 2015), a prevenção, sobretudo para a população jovem, deve ser um fator que atribui o controle aos jovens de suas vivências, de adotar a prevenção

	não como uma ordem, mas como um hábito de seu próprio bem-estar.
Seção 4: vulnerabilidades e preconceitos, humanização da comunicação promotora de saúde. Trata as questões com mais profundidade	Vasconcelos, Oliveira-Costa e Mendonça (2016) apontam que para uma comunicação promotora de saúde, os órgãos devem estruturar as estratégias visando a capacidade de impactar o comportamento da população e não apenas disparar lembretes pontuais e frases de efeito superficiais de caráter preventivo. Dessa maneira, há a necessidade de avaliar quais campanhas que não reforçam frases de efeito com imperativos simplificados, mas que abordam outras formas de comunicação ou, ainda, tragam uma abordagem mais aprofundada, humanizada e de caráter mais social para a mensagem.
Seção 5: mensagem de comunicação que recorre ao medo e culpa e, em contraposição, a abordagem que usa artifícios de humor de maneira adequada	A avaliação de formas de abordagem das temáticas de prevenção, sobretudo para a população jovem não deve ser pautada no medo de se contrair as infecções, nem na culpa de passar por uma situação dessas. Como apontam Gagnon, Jacob e Holmes (2010) e o relatório da UNESCO (BRASIL, 2014), isso apenas os afasta da discussão e coloca como causadores do problema. Por outro lado, é necessário também avaliar tentativas de estratégias diferenciadas que podem ser positivas para tratar das temáticas, como é o caso do humor. No entanto, como discutido por Yoon (2015), a elaboração de peças com esse teor deve ser feita de maneira a não restringer o público com abordagens que possam ferir a liberdade de alguém, ou simplesmente tornar a temática ridícula a ponto de também contribuir para o distanciamento da discussão.
Seção 6: Estratégias da prevenção combinada.	O plano da prevenção combinada engloba ações de intervenção voltadas à prevenção, testagem e tratamento inclusive para populações-chave e prioritárias para tratar da questão das IST no país. Assim como consta no documento de bases conceituais, a prevenção combinada “conjuga intervenções biomédicas, comportamentais e estruturais aplicadas no nível dos indivíduos e de suas relações e dos grupos sociais a que pertencem, mediante ações que levem em consideração suas necessidades e especificidades e as formas de transmissão do vírus” (BRASIL, 2020). Dessa maneira, é necessário avaliar os esforços para incluir essas questões nas estratégias de comunicação dos órgãos públicos.
Seção 7: Elementos básicos de informação para prevenção.	Como observam Barbosa, Viçosa e Folmer (2019), nos documentos de políticas de educação do país, cada vez menos se reserva um espaço para aprendizagem das temáticas relacionadas à educação sexual. Dessa maneira, é importante que as campanhas tratem de elementos básicos de formas de prevenção, testagem e tratamento nas campanhas a fim de dispor das informações de saúde fundamentais necessárias.

Fonte: elaborado pela autora

Por questões de replicabilidade da pesquisa, ou seja, o “parâmetro que permite aferir o nível com que uma pesquisa pode ser replicada por outros pesquisadores, em contextos diferentes” (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2017, p. 34), foi elaborado um livro de códigos para cada questão avaliativa. O livro de códigos corresponde a breves explicações de cada questão indicadas abaixo dos respectivos enunciados, com a finalidade de se ter um melhor entendimento acerca de quais pontos devem ser observados nas questões e garantindo que outras pessoas possam obter o mesmo entendimento para pesquisas de mesmo caráter em outros contextos.

Para validação das questões elaboradas foram realizados pré-testes de confiabilidade nos quais os cinco membros bolsistas avaliaram uma amostra representativa para medir a concordância entre as codificações de análise. Sampaio e Lycarião (2017) destacam que o teste é necessário para evitar contradições entre o entendimento dos codificadores. O índice de confiabilidade para esses tipos de teste seguiu, principalmente, os critérios do alpha de Krippendorff (α), mas também utilizou o Kappa de Fleiss. O cálculo do alpha de Krippendorff admite uma taxa de confiabilidade de $\alpha > .667$ (KRIPPENDORF, 2013; NEUENDORF, 2017), considerando que $\alpha = 1$ seria a situação perfeita, $\alpha = 0$ uma discordância entre membros que pode ser considerada aleatória e $\alpha = -1$ uma discordância não aleatória entre membros (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2017). Esse índice é calculado a partir da compatibilidade das respostas entre os codificadores: quanto maior a diferença entre as respostas, menor será o índice; e, quanto mais respostas idênticas, maior é taxa de concordância. Esse cálculo é feito em um sistema online de maneira automática.

A cada pré-teste aconteceram reuniões posteriores de debate de alterações possíveis e necessárias das questões com a finalidade de refinamento do instrumento. Ao todo, foram realizados quatro testes para atingir níveis aceitáveis de concordância entre os membros.

O corpo do instrumento apresenta uma introdução aos avaliadores, seguido de perguntas gerais para coletar dados de caracterização das peças e a parte classificatória com questões de pontuação. A versão final do questionário aplicado é reproduzida abaixo.

Instrumento de pesquisa: formulário de análise de comunicação no âmbito da pesquisa 'Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e hepatites virais em população jovem'

Preencha um formulário por peça de comunicação que busque o enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e hepatites virais em população jovem por meio da promoção da saúde sexual.

Textos jornalísticos não devem ser incluídos.

Uma peça de comunicação deve ser entendida, por exemplo, como:

- um único vídeo (mesmo que extenso, de um youtuber, por exemplo);
- um único cartaz
- um único folheto

- uma única mídia sonora
- um único anúncio projetado para mídia impressa
- uma única postagem institucional em redes sociais, incluindo texto e imagem (comentários em redes sociais não devem ser incluídos)

Peças diferentes de uma mesma campanha ou política de saúde pública devem ser analisadas separadamente, cada uma em um formulário.

Peças idênticas (ou apenas com variações de cor), mas em diferentes suportes, não devem ter análise duplicada.

Nome completo do codificador:

Título da comunicação:

Reproduza o breve enunciado usado pela peça com o objetivo de atrair a atenção e despertar a curiosidade do público.

Informe o link para acesso direto:

Mídia:

- a) cartaz
- b) folheto
- c) anúncio em mídia impressa
- d) vídeo
- e) sonora
- f) formato de conteúdo produzido para YouTube por youtubers
- g) postagem em redes sociais, incluindo materiais gráficos como banners, cards etc em Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp

Outro:

Ano de veiculação:

- () 2010
- () 2011
- () 2012
- () 2013

- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019

Origem da produção:

- Governos municipais
- Governos estaduais
- Governo federal
- Universidades
- Institutos de saúde ou pesquisa
- Organizações não governamentais brasileiras
- Organizações não governamentais de outros países
- Organizações multilaterais (agências da ONU, como OMS, por exemplo)
- Não foi possível identificar
- Outro:

Identificação da origem:

Escreva aqui o nome da cidade ou estado, instituto de saúde ou pesquisa, organização não governamental ou multilateral.

Observações, se pertinentes: (duração, formato físico, alcance etc)

Indique, principalmente, a duração, no caso de vídeos, e se houve adequada exploração do espaço para ampliação do potencial de assimilação da mensagem. Em relação ao alcance, informe, se disponíveis, informações sobre número de visualizações, tiragens etc.

1. A comunicação não se limita a transmitir informação, mas leva em conta os saberes e o contexto da juventude em busca do diálogo, por meio das seguintes estratégias:

1a) Os contextos de vida dos jovens são representados no cenário ou elementos sonoros.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (3 pontos) se a peça se referir à realidade concreta das juventudes por meio do cenário ou elementos sonoros (no caso de peças de áudio). Preencher “não” (não pontua) se a peça adota generalizações por meio de espaços e contextos genéricos que não condizem com a realidade social da maioria dos jovens; cenários indistintos, por exemplo, não contextualizam a vida dos jovens, e nem o uso de dispositivos de informática de difícil acesso.

- Sim

Não

1b) As juventudes representam um dos papéis centrais (mesmo que trazidos à tona por elementos gráficos).

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (2 pontos) se a peça trazer representações gráficas ou verbais do protagonismo das juventudes na narrativa ou primeiro plano da ação. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características.

Sim

Não

1c) O especialista representa um dos papéis centrais (mesmo que indiretamente).

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (não pontua) se a peça priorizar abordagens médicas e científicas baseadas na autoridade de profissionais ou órgãos de saúde, estejam elas presentes na narrativa ou referidas por representações gráficas ou verbais. Também deverão ser classificadas como “sim” peças com representações vagas, como mãos segurando preservativos. Preencher “não” (1 ponto) se a peça se diferenciar destas características.

Sim

Não

2. A comunicação apresenta caráter didático, em abordagem horizontal, não medicalizada, por meio das seguintes estratégias:

2a) Exibe jovens falando sobre ISTs para jovens em linguagem informal.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (3 pontos) se a peça exibir uma situação em que jovens se dirigem a jovens abordando prevenção, testagem ou tratamento de ISTs, com expressões e gírias típicas da oralidade do cotidiano, sem recorrer a expressões médicas ou científicas. O jovem não precisa estar na peça, ou seja, pode apenas ser representado como público alvo. Devem ser desconsiderados casos de celebridades jovens, enquadrados na questão 2b. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características.

Sim

Não

2b) Exibe outras fontes de credibilidade, reputação e idoneidade (como artistas e celebridades) falando sobre ISTs para jovens em linguagem informal.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (2 pontos) se a peça apresentar pessoas que tenham, em sua trajetória pessoal e profissional, exibido, inequivocamente, posturas e atitudes coerentes com a afirmação de direitos sexuais e o respeito a minorias, diversidade e identidades de gênero, e que se dirijam às juventudes abordando prevenção, testagem ou tratamento de ISTs, com expressões e gírias típicas da oralidade do cotidiano, em cenários corriqueiros, como ambientes de trabalho, lazer etc. Se necessário, em caso de dúvida, cabe fazer uma pesquisa rápida pela internet para conhecer a trajetória das pessoas presentes na peça. O jovem não precisa estar na peça, ou seja, pode apenas ser representado como público alvo. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características.

Sim

Não

2c) Exibe profissionais de saúde falando sobre ISTs para jovens em linguagem informal.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (1 ponto) se a peça apresentar profissionais de saúde se dirigindo aos jovens abordando prevenção, testagem ou tratamento de ISTs com abordagem que não explora unicamente termos e expressões médicos. O jovem não precisa estar na peça, ou seja, pode apenas ser representado como público alvo. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características.

Sim

Não

3. A comunicação dialoga com seus públicos, buscando alcançá-los por meio de apelos à prevenção como direito humano (incluindo direitos sexuais/cidadania sexual, direito ao afeto e prazer), por meio das seguintes estratégias:

Direitos sexuais são: direito de viver e expressar a sexualidade sem violência, discriminações, imposições, medo, vergonha, culpa ou falsas crenças, independentemente de estado civil, idade ou condição física; ao sexo seguro para prevenção da gravidez indesejada e de ISTs; a serviços de saúde de qualidade, sigilosos e sem discriminação; à informação e à educação sexual e reprodutiva (BRASIL, 2009).

3a) Incentiva a consciência sobre o próprio direito, a escolha e a sua autonomia.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (3 pontos) se a peça situar os jovens como capazes de fazerem suas escolhas, indicando as várias possibilidades de prevenção ou experiências sexuais e incentivando o jovem a escolher a que mais convém a seu contexto de vida. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características ou apenas citar vários tipos de prevenção ou experiências sexuais.

Sim

Não

3b) Reconhece a importância das relações afetivas, considerando a responsabilidade sobre si e sobre o outro na vivência da sexualidade.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (2 pontos) se a peça reconhecer a importância das relações afetivas entre parceiros sexuais e promover o reconhecimento da responsabilidade sobre si e o outro, considerando sentimentos e atitudes saudáveis na vivência da sexualidade. Preencher “não” (não pontua) se a peça se diferenciar destas características ou se apenas fizer referência ao ato sexual em si mesmo.

Sim

Não

3c) Apresenta relações além da heteronormatividade.

Instruções aos codificadores: Preencher “sim” (1 ponto) se a peça apresentar relações não apenas entre gêneros considerados conforme padrões culturais tradicionais. Deverão ser classificadas como “sim” as peças que fizerem menção a pelo menos uma prática além da heteronormatividade (como por exemplo sexo entre homens, sexo entre mulheres, sexo entre pessoas não-binárias etc). Preencher “não” (não pontua) se a peça representar apenas as relações afetivas heteronormativas, se não for possível determinar a orientação sexual do público representado ou se a peça não dialogar com esse aspecto.

Sim

Não

4. A comunicação considera que seus públicos podem estar sujeitos a vulnerabilidades, preconceitos e violências, que devem de alguma forma ser endereçados, por meio das seguintes estratégias:

4a) Caracteriza negativamente comportamentos e estilo de vida dos jovens, recorrendo a estereótipos de gênero e comportamento.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (não pontua) se a peça discriminar comportamentos, recorrer a estereótipos ou contiver julgamentos velados que desqualifiquem liberdades e comportamentos usuais da experiência sexual, lazer e vida social, como baladas, eventos e festividades frequentados pelas juventudes. Também devem

ser classificadas como “sim” peças que exibam apenas casais heteronormativos para caracterização de sua mensagem. Preencher “não” (3 pontos) se a peça promover respeito às individualidades ou se apresentar neutra em relação a esse aspecto.

Sim

Não

4b) Recorre a palavras de ordem como simplificações da prevenção de ISTs.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (não pontua) se a peça empregar imperativos simplificados como “use camisinha”, “faça o teste”, “deve”, “não deve” ou “não pode”, seja na mensagem principal ou em elementos secundários. Atentar-se para textos com letras pequenas. Preencher “não” (2 pontos) se a peça não apresentar esta característica.

Sim

Não

4c) Exibe relatos, depoimentos ou impressões de jovens em primeira pessoa sobre sua experiência com ISTs.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (1 ponto) se a peça trazer vivências proporcionadas pelo contato com HIV/Aids ou ISTs. As peças classificadas com “sim” exibem relatos, depoimentos curtos ou breves impressões de jovens em primeira pessoa sobre sua experiência com HIV/Aids ou ISTs. Preencher “não” (não pontua) se a peça não apresentar estas características, ou se houver relatos, depoimentos ou impressões que não se refiram a experiências com HIV/Aids ou ISTs.

Sim

Não

5) A comunicação evita explorar medo ou culpa. Ao invés, emprega humor como estratégia de incentivo à reflexão:

5a) Aborda as ISTs como uma ameaça, culpabilizando individualmente os jovens por contrai-las.

Instruções aos codificadores: Preencher “sim” (não pontua) se, na peça, determinados comportamentos sexuais individuais forem representados como potenciais responsáveis pela ocorrência das ISTs, por meio de termos como “pegar”, “risco”, “vacilar” e “proteger” ou sugerir abstinência. A peça deve conter expressões que se dirijam diretamente ao jovem, como o pronome “você”. Preencher “não” (3 pontos) se a peça não apresentar essa característica.

Sim

Não

5b) Sugere que a prevenção se justifica por medo da infecção, dos sintomas ou do tratamento.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (não pontua) se a peça motivar a adoção de formas de prevenção como reação ao medo em relação às ISTs. Podem ser preenchidas como “sim” as peças que recorrem à apresentação de nomes de ISTs, detalhes de sintomas, consequências da infecção, dados alarmantes e risco de morte e incapacitação. Preencher “não” (2 pontos) se a peça não apresentar essa característica.

Sim

Não

5c) Busca empregar, adequadamente, humor como forma de abordar questões acerca da prevenção, testagem e tratamento.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (1 ponto) se a peça busca empregar humor de maneira adequada para abordar a prevenção, testagem e tratamento. As peças classificadas como “sim” buscam ser engraçadas, cômicas ou suscitar riso. Exemplos de humor são peças que façam uso de um final surpreendente e associações inesperadas, como a referência a elementos que não possuem ligação direta com ISTs, como memes e emojis. Entende-se por adequada a comunicação que evita estereótipos de gênero, respeita individualidades e não contém julgamentos velados que desqualifiquem liberdades e comportamentos usuais de lazer e vida social, como eventos e festividades frequentados pelas juventudes. Em caso de trilhas sonoras, deve-se atentar para a letra, e não para a melodia. Preencher “não” (não pontua) se a peça não apresentar essa característica ou em caso de irreverência em busca da fixação da mensagem.

Sim

Não

6. A comunicação é coerente com a abordagem de prevenção combinada, porque “conjuga intervenções biomédicas, comportamentais e estruturais aplicadas no nível dos indivíduos e de suas relações e dos grupos sociais a que pertencem, mediante ações que levem em consideração suas necessidades e especificidades e as formas de transmissão do vírus” (BRASIL, 2020), por meio das seguintes estratégias:

6a) Aborda questões além do aspecto biomédico, abrangendo aspectos comportamentais e estruturais.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (3 pontos) se a peça aborda questões além do aspecto biomédico, abrangendo também os aspectos comportamentais: orientações e informações sobre testagem, incentivo à testagem rotineira e regular, indicação da rede de testagem, aconselhamento e tratamento para ISTs do serviço público de saúde e redução de danos para usuários de álcool, drogas, silicone industrial e hormônios, diminuição das desigualdades socioeconômicas ou referência a normas e marcos legais (portarias e leis). Preencher “não” (não pontua) se a peça não possuir essas características ou apresentar sites ou telefones descontextualizados e sem informações adicionais.

Sim

Não

6b) Refere-se a uma ou mais populações prioritárias (população negra, indígena e em situação de rua).

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (2 pontos) se a peça incluir um ou mais grupos da população prioritária entre os protagonistas ou elementos visuais centrais. Preencher “não” (não pontua) se a peça não possuir essa característica.

Sim

Não

6c) Refere-se a uma ou mais populações-chave (gays e outros HSH, trans, pessoas que usam álcool e outras drogas, pessoas privadas de liberdade, trabalhadoras/es sexuais).

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (1 ponto) se a peça incluir um ou mais grupos da população-chave entre os protagonistas ou elementos visuais centrais. Preencher “não” (não pontua) se a peça não possuir essa característica.

Sim

Não

7. A comunicação abrange diversos aspectos da prevenção, incluindo diagnóstico e tratamentos, de forma simplificada, por meio das seguintes estratégias:

7a) Refere-se ao uso de preservativos.

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (3 pontos) se a peça indicar o preservativo como uma opção de prevenção. Preencher “não” (não pontua) se a peça não fizer referência ao preservativo.

Sim

Não

7b) Refere-se a testes de diagnóstico de HIV e ISTs.

Instrução aos codificadores: preencher “sim” (2 pontos) se a peça indicar a realização de testes de diagnóstico de HIV e ISTs. Preencher “não” (não pontua) se a peça não fizer referência a testes de diagnóstico de HIV e ISTs.

Sim

Não

7c) Refere-se a tratamentos como PrEP (Profilaxia Pré-Exposição ao HIV) e PEP (Profilaxia Pós-Exposição).

Instruções aos codificadores: preencher “sim” (1 pontos) se houver a indicação dos tratamentos PrEP e PEP. Preencher “não” (não pontua) se a peça não mencionar tais tratamentos.

Sim

Não

8) Se necessário, acrescente considerações qualitativas sobre diferenciais da comunicação não abordados nas questões anteriores.

O processo de codificação das peças teve um período de cinco semanas, com início no dia 16/11/2020 e finalização, para desenvolvimento deste trabalho, no dia 15/12/2020. Neste trabalho de conclusão de curso, serão trazidos os achados mais relevantes a partir das codificações realizadas das peças mais bem avaliadas. As respostas do Google Forms foram geradas no formato de tabela que foi utilizada para a tabulação e organização das análises.

Vale ressaltar que a síntese dos esforços e metodologias trazidas para este trabalho se referem às atividades individuais desempenhadas. Apesar de ter sido relatado o trabalho geral em grupo, a participação individual no processo contou com a produção pessoal da revisão da literatura, a participação na elaboração das questões presentes no instrumento de análise, a confecção do instrumento na ferramenta Google Forms, a aplicação formal individual da codificação de toda a amostra das peças e a análise posterior, a partir dessa aplicação, para coleta de dados, além de considerações e percepções pessoais em relação ao estudo e pesquisa.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para este capítulo, são trazidas as discussões e reflexões realizadas a partir da análise de conteúdo de 440 peças de comunicação pública para a saúde. A luz da revisão da literatura no **Capítulo 2**, é possível estabelecer paralelos e identificar padrões nas peças de comunicação. Após a codificação das peças selecionadas realizada por esta bolsista, foi gerado um ranking com todas as pontuações. Como comentado no **Capítulo 4. Materiais e métodos**, a pontuação máxima que uma peça poderia obter no instrumento era de 42 pontos, resultado da somatória das sete seções avaliativas.

Apesar de integrarem um trabalho também realizado pelos demais membros do grupo do projeto CNPq, as pontuações finais do ranking expostas neste trabalho foram geradas a partir da codificação realizada por esta bolsista. Dessa forma, cada peça tem sua pontuação correspondente a apenas uma avaliação.

Os pontos de avaliação que atribuíram a nota para as peças classificadas correspondem à presença ou ausência de elementos relacionados aos atributos citados no *Quadro 1: Atributos da comunicação promotora da saúde com qualidade conforme aspectos selecionados da literatura especializada, em correspondência com as seções do instrumento de pesquisa aplicado*, presente no **Capítulo 4. Materiais e métodos**. Aquelas peças que apresentaram mais elementos positivos e menos elementos negativos fundamentaram a atribuição de uma nota mais elevada, que corresponde a mais elementos indicadores de uma comunicação promotora da saúde de qualidade.

Para organização da discussão e comentários realizados por esta bolsista acerca dos atributos presentes nas peças, é exposto um quadro que traz o ranking com as 20 primeiras peças que apresentaram as maiores pontuações da avaliação. O quadro traz a pontuação da peça, o nome, o ano em que foi veiculada e o formato de mídia no qual foi elaborada. Uma discussão mais aprofundada dos atributos e aspectos relevantes será feita sobre peças selecionadas por critério de formato. Será comentada uma peça de cada formato de mídia – folheto, áudio, cartaz e postagem em redes sociais –, seguindo a ordem da classificação, mas com exceção dos vídeos, que, por estarem em grande quantidade ao longo das 20 peças classificadas, comparecem com os dois primeiros colocados, para que sejam analisados seus atributos e especificidades.

O Quadro 2 lista as 20 peças mais bem avaliadas conforme o instrumento de análise. O ranking total das 440 peças analisadas, incluindo pontuação e respectivos links é apresentado no Anexo deste trabalho.

Quadro 2 - Ranking com as 20 peças mais bem pontuadas pela aplicação de instrumento de pesquisa elaborado pela equipe do projeto “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem”

Número	Pontuação	Nome	Ano	Mídia	Link
1	36/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - vídeo	2016	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=hxG0bKfWuGY
2	29/42	Vídeo 2 min - Campanha #Vamos-Combinar do Dia Mundial de Luta Contra Aids	2017	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=TUyyO3z2z0E
3	28/42	Carnaval 2018 #vamoscombinar - vídeo	2018	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=uN4oq2yXFZI
4	28/42	Carnaval 2015 #partiuteste - vídeo	2015	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=E9D-kExX-Y
5	28/42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - vídeo episódio 3	2011	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=BkH4glnYL4Y
6	27/42	Dia mundial de luta contra aids #partiuteste - vídeo	2014	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=bprM-mtloZM
7	26/42	Campanha indetectável 2018 - Geovanni e Jeandro	2018	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=PT9AgoXIFSg
8	26/42	Antes, Durante ou Depois (RS)	2019	folheto	http://observatorio-aids.saude.rs.gov.br/wp-
9	25/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - spot	2016	áudio	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/spot_aids.mpeg
10	24/42	Dia Mundial das Hepatites Virais 2013 - vídeo você sabe o que é?	2013	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=RecNcAA9peI
11	24/42	Carnaval 2012 - vídeo diagnóstico	2012	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=RMbNbK2LH-Q
12	24/42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - vídeo episódio 1	2011	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=SufammySjLU
13	24/42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - vídeo 2	2010	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=

					9HIAg8l_VbQ
14	24/42	A Aids não tem cara e não tem cura. Use camisinha.	2015	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=87xQMIjMDwA
15	23/42	Campanha Indetectável - vídeo 1min30seg	2018	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=hINf4aVe_g0
16	23/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz casal gay	2016	cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_1_casal_gay.pdf
17	23/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher	2016	cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_3_mulher.pdf
18	23/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gay	2016	postagem em redes sociais	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/pe_a_whatsapp_casal_gay.jpg
19	23/42	Dia Internacional da Mulher: para cada mulher uma forma de prevenção	2018	vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=0oeZPLNw9Bo&feature=youtu.be
20	22/42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher trans	2016	cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_4_transsexual.pdf

Fonte: elaborado pela autora.

A peça mais bem avaliada pelo instrumento, com 36 pontos, foi o vídeo integrante da campanha “Aids. Escolha sua forma de prevenção” (Figura 1), elaborada pelo Ministério da Saúde em 2016. A peça apresenta jovens falando sobre diferentes tipos de prevenção e relacionamentos. Um ponto forte desta campanha é a presença apenas de jovens para composição da narrativa. Os personagens usam gírias e um vocabulário mais próximo dos interlocutores, sem recorrer a termos medicalizados centrados na fala de especialistas. Além disso, a diversidade

de relações e a exposição a diferentes tipos de prevenção ao HIV trazem uma abordagem referente ao poder de escolha do jovem acerca do método mais adequado para as relações.

Figura 1. Reprodução do vídeo intitulado “Aids. Escolha sua forma de prevenção”, produzido pelo Ministério da Saúde



Fonte: canal no YouTube do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis do Ministério da Saúde, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hxG0bKfWuGY>

A presença do jovem como protagonista da narrativa, capaz de trazer os pontos de vista com um diálogo informal, foi um elemento não muito comum nas 440 peças analisadas. Em grande parte das peças, especialmente em cartazes e postagens de mídias sociais, foram colocados apenas elementos textuais, sem personagens de destaque, ou então ilustrações de mãos de pessoas que não são identificadas. Apenas nos vídeos esse protagonismo foi melhor explorado.

Entretanto, assim como discutido por Campos et al. (2017), a participação dos jovens na construção de seus próprios aprendizados pode ser uma maneira eficiente de engajar essa população, uma vez que a configuração passiva de apenas receberem instruções e obrigações tende a colocá-los em posição inferior e não conferir a eles o protagonismo da situação e o direito de se articularem sobre suas próprias questões.

A figura do especialista nas peças pode ser representada por médicos e demais profissionais da área da saúde ou de órgãos públicos da área. Essa abordagem tende a apelar a supostas

autoridades que impõem ordens e não traz personagens reconhecíveis, como a figura de um jovem, que possa representar um grupo e humanizar a comunicação.

Para esta peça, ao contrário de uma abordagem que reforça o caráter de ordens a serem simplesmente acatadas pelos jovens, foram explorados mais elementos e diálogos, sem se prenderem a discursos que implicam uma ordem ao público. O jovem domina todo o diálogo da peça em uma conversa informal com a sua parceira e as recomendações vêm do próprio personagem principal, e todos tratam as situações com naturalidade.

A peça ainda apresenta outro ponto relevante para sua construção que é a abordagem de humor. O humor é um artifício delicado, mas quando usado de maneira adequada pode ser um recurso facilitador para tratar temáticas sensíveis porque o “humor é conhecido por atenuar a negatividade associada a situações vergonhosas” (YOON, 2015, p. 136), o que pode ajudar na comunicação de temáticas sobre sexualidade. A ideia do vídeo de sobrepor a voz do ator principal nos outros personagens contribuiu para um diferencial positivo e trouxe o assunto com uma narrativa dinâmica.

O vídeo ainda traz diversidade de personagens para a narrativa. A estratégia é usada para citar tipos de prevenção para diferentes situações e relacionamentos, mas é inserida de uma maneira natural. A educação sexual deve explorar temáticas além do aspecto biológico e ser capaz de englobar os aspectos sociais e comportamentais envolvidos, assim como ressaltam Barbosa, Viçosa e Folmer (2019, p. 7):

(...) Para um ensino de ciências interdisciplinar não podemos permanecer com uma educação sexual restrita apenas às questões biológicas, mas uma educação sexual que possa além das temáticas preventivas como saúde sexual e reprodutiva, promover discussões que incluam os relacionamentos sociais, a cidadania e os direitos humanos, incluindo o respeito à diversidade sexual.

Esse argumento não se limita apenas à educação, mas na comunicação também se faz importante trazer mais temáticas e tornar os produtos mais diversos para os públicos.

A peça ainda se sobressai por disponibilizar explicações sobre a prevenção combinada. Lermen et al. (2019) alertavam para o problema de uma comunicação inserir as multiplicidades da prevenção combinada sem que se houvesse uma explicação acerca das siglas e especificidades dos métodos. No vídeo da campanha, pode-se dizer que essa questão foi bem explorada, uma vez que são exemplificadas, com diferentes situações e pessoas, as possíveis oportunidades para uso de cada método.

De acordo com os atributos da comunicação promotora da saúde com qualidade, a peça consegue abordar o protagonismo da juventude como donos da narrativa, apresentar uma diversidade além da heteronormatividade e citar diferentes formas de prevenção, além de adicionar humor para a produção com a dublagem do protagonista com os outros personagens retratados.

A segunda peça mais bem avaliada pelo instrumento, com 29 pontos, é o vídeo da campanha “#VamosCombinar” do Dia Mundial de Luta Contra Aids, produzido pelo Ministério da Saúde em 2017 (Figura 2). A peça se apresenta como um videoclipe para a música tema da campanha e brinca com a expressão “combinar” em uma alusão à prevenção combinada e suas diferentes estratégias.

Figura 2. Reprodução do vídeo intitulado “Vídeo 2 min - Campanha #VamosCombinar do Dia Mundial de Luta Contra Aids - 2017”, produzido pelo Ministério da Saúde.



Fonte: canal no YouTube do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis do Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TUyyO3z2z0E>

O clipe é composto com cenas situadas em diferentes localidades festivas, seja de pagode, balada, funk ou até em um chá de bebê, e a música molda seu ritmo e adequa seu estilo de acordo com as situações. Para acompanhar a diversidade de contextos, a peça também inclui uma diversidade de pessoas e busca ilustrar não apenas o clipe, como também os métodos de prevenção englobados pela prevenção combinada.

Isso é importante para que outros grupos estejam representados na narrativa. A inclusão de diferentes grupos em localidades específicas, como em uma periferia, de maneira a integrar a produção é uma abordagem diferente daquela criticada por Lermen et al. (2019), nas quais os personagens que estão nos grupos de população-chave e prioritária dentro das ações da prevenção combinada são ilustrados de maneira alarmante, em peças separadas das campanhas, com um tratamento que tende a reforçar preconceitos. Para Rios (2015, p. 21), a garantia dos direitos sexuais deve considerar:

(...) A necessidade de receber informações, adequadas ao discernimento, mas efetivamente recebê-las, sobre saúde, reprodução, diversidade sexual, tudo livre de preconceito e além de um projeto de amoldamento das crianças e dos adolescentes ao projeto heterossexista.

A diversidade de contextos e de relacionamentos retratada na peça, além de contribuir para ampliar a visão do aspecto social envolvido na questão, também ajuda a ilustrar as estratégias e métodos de prevenção da prevenção combinada.

Como uma produção feita para jovens, e também protagonizada por eles, a música procura trazer para sua composição gírias e expressões que fazem parte do cotidiano deles. No entanto, ao trazer a expressão “vacilar”, incorre na problemática contida nos atributos da seção 6 do formulário, relacionada à abordagem voltada ao medo e à culpa. Gagnon, Jacob e Holmes (2010) tratam da linguagem de peças de comunicação de saúde sexual que exploram o medo e repulsa das pessoas em relação às infecções. Essa abordagem muitas vezes está relacionada também à culpa atribuída, principalmente aos jovens, de contraírem alguma IST. A expressão usada na peça, que indica que os jovens não podem “vacilar”, explora esse sentimento de culpa individual, como se a ocorrência de uma IST se tratasse de um erro, algo para se envergonhar. Neste aspecto, a peça apresenta um aspecto negativo, que diminui sua pontuação na classificação a partir da análise realizada.

De maneira geral, a peça cumpre com os atributos de trazer uma diversidade de contextos e de jovens como protagonistas que também são os personagens que comandam a narrativa. Além disso, a peça cita diversos tipos de prevenção, principalmente associados à forma combinada, ainda que inclua expressões que, segundo a literatura especializada, deveriam ser evitadas, como “vacilar” e “proteger”, que se associam à culpabilização do jovem.

A presença dos vídeos foi quase a maioria absoluta das posições mais bem colocadas do ranking. A primeira peça de formato diferente a aparecer na classificação foi o folheto “Antes, durante e depois” (Figura 3), produzido pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul em 2019.

A peça contém quatro seções informativas, além da capa, que tratam de diferentes tópicos relacionados à prevenção.

Figura 3. Reprodução do folheto intitulado “Camisinha combina com tudo. Camisinha combina contigo”, produzido pelo Governo do Rio Grande do Sul



Fonte: Site do Observatório de HIV/Aids do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em: http://observatorio-aids.saude.rs.gov.br/?page_id=822

Um aspecto de grande importância desta peça é a forma como aborda a temática do uso do preservativo. Em grande parte das peças analisadas, é observada a ocorrência do que é discutido por Gagnon, Jacob e Holmes (2010, p. 252) em relação à abordagem – a ser evitada – dos métodos de prevenção como proteção de ameaças. A doença não deve ser representada como ameaça, como se suas consequências devessem ser temidas e o corpo devesse ser percebido como inimigo. No folheto do governo estadual, é abordado o uso do preservativo como um direito e elemento ligado ao prazer da relação, aspecto que atribui à peça um caráter diferenciado. Marinho (2000, p. 104) salienta que, “ao proporem o uso da camisinha sobre o plano da morte, da dor, da tristeza – ‘use camisinha, assim de Aids você não morre’ –, as campanhas criam um terreno propício para a rejeição”. Ou seja, o encorajamento ao uso do preservativo deve se tornar mais convincente do que o apelo da ordem ou do medo, que pode desencadear a repulsa.

Essa abordagem ligada ao prazer também pode ser observada no vídeo da campanha “Sem camisinha não dá” (Figura 4), produzida pelo Ministério da Saúde para o Carnaval de 2011, que com 28 pontos no ranking. A série de três vídeos é separada entre os momentos antes, durante e depois do carnaval, assim como os preparativos e cuidados em relação às festividades. Nos três episódios, são retratados os diálogos de três amigas adolescentes que conversam sobre

o carnaval. O *slogan* reforçado pela campanha é o “sem camisinha, não dá”, que carrega um duplo sentido dentro da coloquialidade, mas que acaba por explorar um caráter mais cômico para as mensagens padronizadas da época de carnaval e a necessidade da prevenção. Pode-se dizer também que a narrativa das garotas nas peças é feita de maneira mais aberta e não tão conservadora: as adolescentes fazem brincadeiras e comentam de maneira mais explícita suas intenções para o carnaval, o que confere à peça uma abordagem diferenciada.

Figura 4. Reprodução do vídeo intitulado “Sem camisinha não dá”, produzido pelo Ministério da Saúde.



Fonte: canal no YouTube do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis do Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BkH4glnYL4Y>

Assim como exposto por Campos (2017), as narrativas que exploram aspectos positivos da sexualidade contribuem para desvencilhar a ideia de que os jovens são os “causadores do problema”, vinculando algum tipo de estereótipo à esta população, como por exemplo, a irresponsabilidade ou ingenuidade em relação aos cuidados da saúde sexual. O vídeo da campanha “Sem camisinha não dá” não recorre a aspectos amedrontadores de perigo e o proibido, mas sim trata com bom humor e conversas descontraídas como a de colegas de escola acerca das relações sexuais e da prevenção.

Além da linguagem, o folheto “Antes, durante e depois” passa por informações de prevenção do preservativo e também da PReP (Profilaxia Pré-Exposição ao HIV) e PEP (Profilaxia Pós-Exposição), aborda a questão do direito à saúde no acesso a preservativos e testagem e enfatiza o trabalho da rede pública de saúde. Assim como abordado por Rios (2015, p. 21),

“direitos sociais de cunho prestacional, assim, mostram-se aptos a abarcar uma série de situações pertinentes ao exercício da sexualidade, cujas repercussões pode-se aquilatar claramente para crianças e adolescentes”. Logo, é importante enfatizar a saúde e os comportamentos saudáveis na vivência da sexualidade como direitos dos indivíduos, a fim de criar estratégias que despertem e reforcem esse sentimento às pessoas e, no caso, a importância desse direito aos jovens. Neste sentido, o folheto ressalta alguns serviços do Sistema Único de Saúde como direitos, que estão à disposição da população e a ênfase na importância disso.

Neste sentido, outro aspecto importante de se abordar o direito à saúde sexual é a discussão que traz. Assim como apontam Vasconcelos, Oliveira-Costa e Mendonça (2016), a função de uma comunicação promotora da saúde é fugir apenas de uma abordagem rasa limitada a um conteúdo propagandístico, baseado apenas na divulgação de conteúdo preventivo e campanhas publicitárias pontuais. A comunicação deve ser capaz de motivar reação. O fato de inserir um conteúdo social, ainda que seja uma menção ao direito, já atribui à peça uma nova abordagem que abrange questões sociais também envolvidas.

Ainda que a linguagem do folheto seja marcada pela fala do órgão de saúde – a peça não tem personagens apresentando essas informações, e apenas traz a ilustração de jovens – ele contém uma abordagem diferenciada e interessante para os tópicos de prevenção e testagem, além de trazer outros tipos de prevenção e indicar a rede pública de saúde para realização dos processos, tudo sem incluir uma linguagem direcionada ao medo ou à culpa dos jovens.

Com 25 pontos na classificação, tem-se a primeira peça em áudio. O spot¹ da mesma campanha do vídeo citado anteriormente “Aids. Escolha sua forma de prevenção” apresenta pontos positivos bem relacionados com os que trouxeram o primeiro lugar à outra peça. A narração – feita pelo mesmo ator que protagoniza o vídeo da campanha – é realizada apenas por um jovem. A linguagem utilizada também segue os mesmos aspectos do vídeo de ser informal e trazer gírias para complementar a mensagem, na qual o jovem cita diferentes métodos de prevenção combinada.

Em comparação ao vídeo, no áudio o jovem não contextualiza o espaço e não é trazida a mesma diversidade além da heteronormatividade. Por isso, o áudio acabou não tendo o mesmo êxito do vídeo, mas mesmo assim conseguiu uma boa classificação. A peça inclui atributos como o protagonismo da narrativa ao jovem, bem como a linguagem informal utilizada, a menção de diversos tipos de prevenção e o incentivo do uso destes de acordo com as situações.

¹ Disponível em: http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/spot_aids.mpeg

Os cartazes mais bem pontuados foram componentes da campanha de 2016 “Aids. Escolha sua forma de prevenção”, com 23 pontos. A série de cartazes desta campanha apresenta a mesma mensagem em todos, mas com personagens principais distintos e diversos: dois homens em uma posição que indica um relacionamento homoafetivo, uma mulher transexual, um casal heterossexual com a mulher grávida e uma mulher jovem (Figura 4). As peças, ainda que tenham sido avaliadas de maneira individual pelo instrumento, formam uma campanha mais diversa que inclui grupos distintos, em uma forma de incluir diferentes contextos e os tipos de prevenção mais adequados.

Figura 5. Reprodução do cartaz intitulado “Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher”, produzido pelo Ministério da Saúde



Fonte: site do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis do Ministério da Saúde. Disponível em: http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_3_mulher.pdf

A inclusão da palavra “escolha” também é um fator positivo. Campos et al. (2017, p. 666) indica que “os direitos sexuais, bem como os direitos humanos, só serão garantidos na medida em que adolescentes sejam reconhecidos e se reconheçam como portadores de saberes e direitos”. Dessa forma, este detalhe da abordagem exprime uma ideia de controle da situação, em oposição às ordens presentes em outras peças.

A peça cumpre com os atributos de incluir diversidade, citar formas de prevenção, atribuir o direito da escolha ao interlocutor e fazer uso de uma linguagem que não traz expressões amedrontadoras para sua narrativa.

A postagem em redes sociais (Figura 5) mais bem colocada obteve 23 pontos e foi também da campanha “Aids. Escolha sua forma de prevenção.”. A publicação é feita para veiculação no WhatsApp e elaborada em um formato específico para o aplicativo, a fim de guardar uma surpresa. Na rede social, geralmente quando são enviadas imagens em formatos que não sejam quadrados, o próprio sistema ajusta para um ponto central e ajusta a imagem a um quadrado; dessa maneira, a pessoa só tem acesso a todo o conteúdo da imagem se optar por abrir a imagem inteira na tela.

Tendo isso em vista, o formato do conteúdo da peça consiste em uma imagem central com os dizeres “Se você sabe todas as formas de prevenção contra aids, não precisa clicar”. Na visualização da conversa, apenas se consegue ver essa mensagem, mas ao imaginar que a pessoa não saiba todos os métodos de prevenção existentes, ou simplesmente está curiosa pelo restante da mensagem, ela irá clicar. Ao clicar para a visualização completa da peça, outras duas partes aparecem, acima, tem-se o *slogan* da campanha: “Aids. Escolha sua forma de prevenção”; e abaixo são citados o preservativo, a testagem, a medicação PEP e o tratamento como formas de prevenção, além de trazer a imagem de um casal homossexual que também esteve presente em outro cartaz.

Figura 6. Reprodução da postagem de redes sociais intitulada “Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gay”, produzido pelo Ministério da Saúde



Fonte: site do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis do Ministério da Saúde. Disponível em: http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/pe_a_what-sapp_casal_gay.jpg

Por fazer parte da mesma campanha do cartaz, novamente se tem o uso da palavra “escolher”. Como já comentado, este é um ponto importante por atribuir um sentido diferenciado em relação ao empregado em outras campanhas, que geralmente recorrem a ordens simplificadas como o “use camisinha”. O simples elemento de adicionar uma expressão de escolha, ainda que esteja no modo imperativo, atribui uma conotação diferente para a peça porque o verbo escolher atribui poder para o interlocutor.

A peça opta pela criatividade de explorar a interatividade do usuário no aplicativo. Em relação aos atributos, os principais incluídos pela peça são o de citar diferentes tipos de prevenção, a presença do casal fora dos padrões da heteronormatividade e, novamente, um caráter não baseado no medo.

Os atributos trazidos para a discussão abordados por cada peça contribuem para identificar pontos de relevância da amostra. Nota-se que boa parte dos formatos trazidos constituem a mesma campanha de 2016 realizada pelo Ministério da Saúde, na qual as peças se sobressaem pela citação de diferentes métodos de prevenção englobados pela prevenção combinada e também os diferentes grupos os quais as estratégias e ações da prevenção combinada são direcionados. Além disso, a escolha de palavras também atribui outro caráter para as produções mais direcionadas ao sentido da escolha, do método e das formas de se relacionar.

Ainda que as peças sejam superficiais – muitas vezes pelas limitações do próprio formato de mídia – esses detalhes se tornam diferenciais em meio à vasta comunicação que recorre a expressões limitadas exaustivamente usadas que acabam por explorar a comunicação preventiva e não necessariamente promotora da saúde, nas quais apenas se busca divulgar recomendações pontuais, como usar camisinha no carnaval, ou fazer o teste de hepatites no *julho amarelo*, mas não se busca criar um diálogo com a população, não se motiva um conteúdo que possa engajar e criar discussões (VASCONCELOS; OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2016).

A maioria das peças mais bem avaliadas são produções realizadas pelo governo federal. O portal de campanhas do Ministério da Saúde² contém uma grande variedade de formatos de mídia para as campanhas e várias produções de campanhas contam com vídeos. Como visto a partir da análise, os vídeos foram o formato de peça que mais apareceu na classificação das peças mais bem pontuadas, isso por conta da capacidade de conseguirem inserir mais contextos, diálogos e informações às produções.

O exercício da análise de maneira geral pôde trazer outras reflexões também. A primeira delas é que uma quantidade massiva de peças obteve uma pontuação muito baixa. O *Quadro 2 - Ranking com as 20 peças mais bem pontuadas pela aplicação de instrumento de pesquisa elaborado pela equipe do projeto “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem”* expôs apenas as melhores. Algumas delas pontuaram pouco mais da metade da pontuação do instrumento – 21 pontos – com 22, 23 pontos, por exemplo. É certo que para que uma peça atingisse a pontu-

² Disponível em: <http://www.aids.gov.br/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas>

ação máxima do instrumento teria de incluir uma série de pontos distintos entre si para composição da narrativa, o que não é uma tarefa fácil, mas enquanto realizada a análise, percebeu-se que a maioria das peças ficava apenas no básico e superficial.

Ainda mais perigoso do que apresentar uma comunicação rasa, muitas das peças trouxeram pontos críticos detectados pelo instrumento, que é o tipo de abordagem utilizado. Seja pela linguagem do medo, pela inclusão de estereótipos de gênero ou que desqualificam as liberdades individuais, pelo reforço de preconceitos já existentes, ou simplesmente pelo fato de introduzirem ordens simplificadas, um número grande de peças contribuiu para uma avaliação geral pouco satisfatória.

A crítica de uma comunicação pouco aprofundada e com expressões rasas, assim como exposto pelo estudo realizado com jovens brasileiros em colaboração com a UNESCO, dá-se ao “fato de as informações relacionadas à prevenção se centrarem excessivamente na necessidade de usar o preservativo, sem focar aspectos relacionados a essa necessidade: por que usar, como usar, o que acontece se não usar” (BRASIL, 2014, p. 62). Dessa maneira, esses elementos são capazes de prejudicar a comunicação para a saúde, deixar lacunas de informação e distanciar os jovens da visão das problemáticas existentes.

Em um grande número de casos, inclusive, foi possível notar uma comunicação diferenciada para grupos fora do padrão da heteronormatividade que foi realizada de maneira inadequada, assim como antecipado por Lermen et al. (2019, p. 6-7) ao apontar peças específicas de comunicação que “reforçam velhos estereótipos e moralismos quanto aos sujeitos que não se enquadram nos parâmetros da heteronormatividade ou da vida monogâmica, vinculando-os ao potencial adoecimento e morte”. Em dadas campanhas, havia diferentes tipos de peças, aquelas direcionadas aos públicos de transexuais, profissionais do sexo e outras gerais, realizando uma diferenciação e rotulação dos grupos que fogem do padrão de gênero, sexualidade e comportamento como inseguros e de ligação direta às infecções sexualmente transmissíveis.

Diante dessa situação, pode-se resgatar o que foi apontado por Seffner (2013) em relação às estratégias de tratar de temas de sexualidade. Seja na educação ou na comunicação, é perigoso apenas trazer grupos minoritários para que sejam expostos a mais preconceitos, ainda que não intencionalmente. O material elaborado pelos órgãos, ainda que vise uma comunicação voltada para as especificidades dos grupos mais vulneráveis, pode causar uma interpretação equivocada e colaborar para o reforço de preconceitos sociais, o que acaba por dificultar a eficácia das ações para a saúde.

Como abordado anteriormente, muitas delas não exploraram o protagonismo jovem para as produções, seja com a presença da figura do jovem ou com elementos que remetesse às suas culturas, como gírias e ilustrações pertencentes. Grande parte contou apenas com narrações ou textos monótonos que configuram o que Vasconcelos, Oliveira-Costa e Mendonça (2016) sugerem como um estilo propagandístico das campanhas para a saúde, por trazer apenas instruções e recomendações pontuais. Dessa forma, as peças que trouxeram uma maior diversidade de públicos, espaços, formas de se relacionar e prevenir foram as que obtiveram mais êxito, uma vez que assim puderam abordar mais assuntos e trazer elementos mais interessantes às produções.

Este ponto também vai ao encontro do argumento explorado por Rios (2015) quando reforça a necessidade da participação dos jovens no debate acerca de seus próprios direitos. Ao não incluir o protagonismo dos grupos de jovens no comando da narrativa, reforça-se a “ordem adultocêntrica e heterossexista” (RIOS, 2015, p. 18) unilateral na qual os adultos mandam e os jovens devem obedecer. Isso é observado em peças que fazem uso de imperativos simplificados, da linguagem voltada ao medo e que ocultam a sua participação ou a fala desses grupos nas peças. Estes aspectos, aliados ao reforço de tabus existentes ligados às temáticas de sexualidade, colaboram para a falta de interesse e o distanciamento dos grupos de interesse para difusão de informação e também para novas discussões.

Ainda em relação aos direitos sexuais, poucas foram as peças que resgataram o reconhecimento dos direitos e autonomia bem como as que reforçaram a importância da responsabilidade sobre as relações afetivas no exercício da sexualidade. Esses aspectos são importantes tanto para indicar a existência dos direitos à população jovem para garanti-los, mas também para ilustrar que isso faz parte de algo social e não apenas individual. Está associado ao bem-estar pessoal, de seus parceiros e de toda a comunidade.

De maneira geral, uma grande parte das peças se mostrou mediana ou ruim em relação aos atributos de relevância listados. Em grande parte, são apenas abordadas informações básicas e pouco aprofundadas; a maioria dos cartazes apresenta componentes gráficos que não necessariamente remetem aos jovens, e acabam por se tornar uma propaganda genérica. Entende-se que grandes produções são mais difíceis de serem realizadas, mas a partir da amostra analisada, é possível observar que as peças permanecem em uma esfera que não ousa explorar novas abordagens para a comunicação para saúde e passam a reproduzir um conteúdo muito parecido ao longo dos anos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho é produto dos esforços, enquanto bolsista integrante do grupo da estação sudeste, voltados ao desenvolvimento do projeto “Comunicação promotora de saúde: estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem”, aprovado pela chamada CNPq/MS-DCCI Nº 24/2019 - Pesquisas em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, com vigência de 03/2020 a 08/2021 (Processo 443228/2019-1).

Para os primeiros trabalhos de familiarização com as temáticas e desenvolvimento de um pensamento crítico para os trabalhos de análise, o grupo realizou uma revisão da literatura especializada. A revisão possibilitou um diálogo com os assuntos tratados, bem como avaliar pontos importantes que deveriam ser incluídos na classificação como atributos de relevância. Os temas abarcados pela revisão foram: direitos sexuais, educação sexual, comunicação pública para a saúde e pesquisas sobre a visão dos jovens, além de uma breve descrição do projeto em questão. Neste trabalho, apenas a produção individual desta bolsista na revisão da literatura foi incluída.

O passo seguinte para realização da análise crítica foi a confecção de um instrumento capaz de avaliar os atributos detectados pela revisão da literatura para uma comunicação de qualidade. O formulário de pesquisa foi elaborado pela estação sudeste a partir do agrupamento de seções temáticas avaliativas que pudessem gerar uma pontuação para melhor visualizar as peças com mais elementos componentes de uma comunicação promotora da saúde de qualidade.

Para validação do instrumento, o grupo realizou testes para medir sua confiabilidade e replicabilidade, a fim de evidenciar que seu uso seria adequado para a pesquisa do grupo. Após quatro testes de validação e refinamento do instrumento, foi preparado o produto final contendo perguntas de caracterização das peças e sete seções temáticas avaliativas que somam o total de 42 pontos, sendo esta a pontuação máxima e o melhor indicador que uma peça pode chegar.

A codificação das 440 peças foi feita em cerca de um mês de maneira individual. Para este trabalho de conclusão, foram trazidas apenas as codificações realizadas por esta bolsista individualmente, assim como a revisão da literatura aqui apresentada e todas as considerações e reflexões acerca das abordagens e atributos englobados nas peças.

A partir da realização deste trabalho, após todas as análises e reflexões acerca das temáticas pertinentes, podem ser feitas algumas considerações em relação à comunicação promotora da saúde que podem ser resumidas desta forma: ainda há um bom caminho a ser percorrido.

Assim como qualquer outra esfera, a comunicação pública para saúde também deve acompanhar as dinâmicas sociais bem como suas mudanças recorrentes. As análises e discussões realizadas sugerem que, mesmo em um período de 10 anos, certas estratégias ainda são reproduzidas em campanhas de órgãos públicos: não apenas os formatos, mas também frases de ordens simplificadas, além de escassa informação sobre prevenção e lembretes pontuais de realização de testes de ISTs podem prejudicar a comunicação pensada como promoção da saúde. Isso pode representar um alerta para a necessidade de se pensar em produções inovadoras que sejam capazes de abordar os assuntos de maneira estruturada e possam trazer discussões e aspectos sociais de relevância para compor diferentes temáticas. Precisam ser abertos espaços de diálogo que admitam as liberdades individuais dentro da esfera das temáticas da cidadania sexual.

Algo que se pôde observar pela análise foi que os vídeos foram mais bem avaliados pelo instrumento por conseguirem abarcar mais informações, uma narrativa mais estruturada e apresentarem atributos que agregam, à produção, pontos que poderiam ser mais bem explorados para futuras campanhas. Para os novos formatos de comunicação, agora muito populares em ambientes digitais, as estratégias de difusão de informação podem ser estruturadas visando conseguir se sobressair em um ambiente repleto de uma carga de informação diária em uma disputa pela atenção e interesse de seus públicos, que possuem forte presença no ambiente digital e habitualmente sejam grandes consumidores de conteúdos desse formato.

No entanto, não se pode desconsiderar uma parte da população que não tenha acesso à internet, ou que precise de informação em outros suportes, capaz de disponibilizar os recursos necessários para acesso desses conteúdos, para compreender as informações necessárias da saúde e dos direitos sexuais.

Diante dessa discussão e as análises individuais de cada peça da amostra, observa-se também como a questão social das temáticas faz falta para uma comunicação que, de fato, promova mais debates e discussões para a saúde. A comunicação promotora da saúde pode explorar novos formatos e abordagens inovadoras que possam dar mais estrutura e relevância nas informações difundidas e resgatar os elementos sociais pertencentes da temática para construção de campanhas mais interessantes e com uma diversidade maior de relacionamentos, de grupos e de contextos que consiga captar a complexidade do grande grupo em questão que são os jovens.

De todo modo, delinear estratégias de comunicação voltadas a essas temáticas não é uma tarefa simples e deve levar em conta as diferenças e multiplicidades presentes dentro dos diversos grupos de jovens pelo país, que ainda estão em fase de formação e autoconhecimento.

Esta fase é marcada pela descoberta de gostos pessoais e um mundo de experiências que impactam diretamente a forma como pensam, agem e se mostram ao mundo, e este é um processo complexo.

O ponto nesta questão é que, quando as campanhas de saúde disponibilizam as informações necessárias que possam auxiliar nesta jornada, os jovens podem se tornar capazes de assumir o controle da situação e saberem como agir em determinadas situações, seja durante a relação sexual em si, ou em conversas sobre as temáticas com seu círculo de amigos, por exemplo. Ter o acesso às informações básicas necessárias contribui para o autoconhecimento e também o autocuidado, que são fundamentais para motivar atitudes saudáveis consigo mesmo e com os parceiros e parceiras.

A comunicação promotora da saúde voltada ao combate de IST, HIV/Aids e hepatites virais para a população jovem deve se propor não apenas a cumprir com os eventos anuais destinados à sensibilização de algumas ISTs, como é o caso do *dezembro vermelho* e *julho amarelo*, mas também deve buscar criar espaços de diálogo que possam incluir diferentes grupos para diversificar as vivências e também as inseguranças. Os jovens devem ser capazes de reconhecer seus direitos a ponto de se sentirem confiantes para assumir o protagonismo de suas próprias vivências e na discussão sobre as pautas que os impactam diretamente, a fim de ampliar o debate e garantir a expressão de suas vozes.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, L. U.; VIÇOSA, C. S. C. L.; FOLMER, V. A educação sexual nos documentos das políticas de educação e suas ressignificações. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 11, n. 10, p. e772, 8 jul. 2019.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **A mídia brasileira enfocando os jovens como atores centrais na prevenção de DST/Aids e hepatites virais**. Brasília, DF, 2014.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis. **Boletim Epidemiológico de HIV e Aids**. Brasília: Ministério da Saúde, dez. 2019a.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis. **Boletim Epidemiológico de Sífilis**. Brasília: Ministério da Saúde, out. 2019b.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis. **Boletim Epidemiológico de Hepatites Virais**. Brasília: Ministério da Saúde, jul. 2019c.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **Prevenção Combinada do HIV**. Brasília, DF, 2017.
- CADAXA, A. G.; SOUSA, M. F.; MENDONÇA, A. V. M. Conteúdos promotores de saúde em campanhas de Aids no Facebook dos ministérios da saúde do Brasil e do Peru. **Rev Panam Salud Publica**, Washington. V. 38, n. 6, p. 457-463, 2015.
- CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, vol. 57, n. 5, p. 611-614, set./out. 2004.
- CAMPOS, H. M. et al. Direitos humanos, cidadania sexual e promoção de saúde: diálogos de saberes entre pesquisadores e adolescentes. **Saúde debate**, Rio de Janeiro, v. 41, n.113, p. 658-669, abr./jun. 2017.
- CARRARA, S. Moralidades, racionalidades e políticas sexuais no brasil contemporâneo. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 323-345, 2015.
- CASTRO, M. G.; ABRAMOVAY, M.; SILVA, L. B. da. **Juventude e sexualidade**. Brasília: UNESCO Brasil, 2004.
- GABARRON, E. et al. Impact of Facebook Ads for Sexual Health Promotion Via an Educational Web App: A Case Study. **International Journal of E-Health and Medical Communications**. v. 8, n. 2, p. 18-32, 2017.
- GAGNON, M.; JACOB, J. D.; HOLMES, D. Governing through (in)security: a critical analysis of a fear-based public health campaign. **Critical Public Health**. Abingdon, v. 20, n. 2, p. 245–256. jun 2010.

LERMEN, H. S. et al. Aids em cartazes: representações sobre sexualidade e prevenção da Aids nas campanhas de 1º de dezembro no Brasil (2013-2017). **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**. Botucatu, v. 24, 2019.

MARINHO, M.B. Entre o lúdico e o funcional: a camisinha nas campanhas de prevenção da aids. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v.4, n.6, 2000.

MONTEIRO, S. A. DE S.; RIBEIRO, P. R. M. Linguagem, comunicação e educação sexual integradas aos direitos humanos e à cidadania na escola. **Revista de Educação da Universidade Federal do Vale do São Francisco**, Petrolina, v. 8, n. 17, p. 131-150, dez. 2018.

NEUENDORF, K. A. **The Content Analysis Guidebook**. 2ª ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2017.

PAIVA, V.; ANTUNES, M. C.; SANCHEZ, M. N. O direito à prevenção da Aids em tempos de retrocesso: religiosidade e sexualidade na escola. **Interface**, Botucatu, v. 24, 2020.

RIOS, R. R. Minorias, direitos de crianças e adolescentes: notas sobre o reconhecimento, proteção e promoção nas perspectivas do direito da sexualidade e do direito da antidiscriminação. **Revista Latino-americana de Direitos Humanos (HENDU)**, Belém, v. 6, n. 2, p. 16-24, 2015.

RIOS, R. R. Para um direito democrático da sexualidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 12, n. 26, p. 71-100, jul./dez. 2006.

SAMPAIO, R.; LYCARIÃO, D. Eu quero acreditar! Da importância, formas de uso e limites dos testes de confiabilidade na Análise de Conteúdo. **Rev. Sociol. Polit.**, v. 26, n. 66, p. 31-47, jun. 2018

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SEFFNER, F. Sigam-me os bons: apuros e aflições nos enfrentamentos ao regime da heteronormatividade no espaço escolar. **Educ. pesqui.**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 145-159, jan./mar. 2013.

VASCONCELOS, W. R. M.; OLIVEIRA-COSTA, M. S.; MENDONÇA, A. V. M. Promoção ou prevenção? Análise das estratégias de comunicação do Ministério da Saúde no Brasil de 2006 a 2013. **RECIIS – Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1-11, abr./jun. 2016.

YOON, H.J. Humor Effects in Shame-Inducing Health Issue Advertising: The Moderating Effects of Fear of Negative Evaluation. **Journal of Advertising**. v. 44, n. 2, p. 126-139, 2015.

ANEXO: Ranking das 440 peças analisadas

Ranking	Portuação	Título da comunicação:	Informe o link para acesso direto:	Ano de veiculação:
1	36 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=xhG0bKfWUgY	2016
2	29 / 42	Video 2 min - Campanha #AmosCombina! do Dia Mundial de Luta Co	https://www.youtube.com/watch?v=TLUyO3z2Z0E	2017
3	28 / 42	Carnaval 2018 #Amoscombina! - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=IN46qzXFZl	2018
4	28 / 42	Carnaval 2015 #partuêste - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=E9DCkEX-Y	2015
5	28 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - vídeo episódio 3	https://www.youtube.com/watch?v=BkH4qnlYL4Y	2011
6	27 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuêste - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=3Dpml-ml6ZM	2014
7	26 / 42	Campanha Indetectável 2018 - Geovanni e Jeandro	https://www.youtube.com/watch?v=PT9AqoXfESg	2018
8	26 / 42	Antes, Durante ou Depois (RS)	http://observatorioaids.saude.rs.gov.br/wp-content/uploads/2019/04/adpfolder.jpg	2019
9	25 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - spot	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/spot_aids_mpeg	2016
10	24 / 42	Dia Mundial das Hepatites Virais 2013 - vídeo você sabe o que é?	https://www.youtube.com/watch?v=ReoNcAA9pel	2013
11	24 / 42	Carnaval 2012 - vídeo diagnóstico	https://www.youtube.com/watch?v=RlmbNbk2LH-Q	2012
12	24 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - vídeo episódio 1	https://www.youtube.com/watch?v=StlammYSLU	2011
13	24 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - vídeo 2	https://www.youtube.com/watch?v=9H1AQ8L_VbQ	2010
14	24 / 42	A Aids não tem cara e não tem cura. Use camisinha.	https://www.youtube.com/watch?v=8ZQMjMjDWA	2015
15	23 / 42	Capanha Indetectável - vídeo 1min30seg	https://www.youtube.com/watch?v=hN4a1vE_q0	2018
16	23 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz casal gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_1_casal_gay.pdf	2016
17	23 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_3_mulher.pdf	2016
18	23 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/pe_a_whatsapp_casal_gay.jpg	2016
19	23 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gay	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_4_transsexual.pdf	2016
20	22 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz mulher trans	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/pe_a_whatsapp_casal_gay.jpg	2016
21	22 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=vsIAPQ4FTLc	2015
22	22 / 42	Carnaval 2014 se tem festa, tem que ter camisinha - vídeo Juca	https://www.youtube.com/watch?v=hndrTNO5sr8	2014
23	22 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=NI3J4d011kxY	2013
24	22 / 42	Situações em que não dá mais para tentar fugir da camisinha. (R)	https://www.youtube.com/watch?v=a29UJUBgK8	2019
25	22 / 42	Carnaval da Bahia (BA)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Video_Reedes_Carnaval_2018.mp4?e=1	2018
26	22 / 42	Beijinho no ombro e camisinha no bolso	https://www.youtube.com/watch?v=MlxHxM28zGE	2014
27	22 / 42	Elas por elas	https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/elas18x20CV.pdf	2017
28	21 / 42	E se? - spot 30"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2019/67069/mtds_e-se_spot-mix-28_11.mp3	2019
29	21 / 42	Capanha Indetectável - painell Marcio	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/661192/marcio_painell.jpg	2018
30	21 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - whatsapp - casal gravida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/pe_a_whatsapp_casal_hetero.jpg	2016
31	21 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - cartaz 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58540/cartaz_aids_46x64_1_0.jpg	2015
32	21 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - vinheta dooh nm	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/vinheta_doooh_10.jpg	2015
33	21 / 42	Festas populares #partuêste - painell parintins	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58076/mns_aids_festival_parintins_painell_aeroporto_1090x3365m.pdf	2015
34	21 / 42	Dia das Mães Testes de HIV, sífilis e hepatites B e C - vídeo	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/76251/minil_folder2.pdf	2015
35	21 / 42	Carnaval 2015 #partuêste - mini folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/76251/minil_folder2.pdf	2015
36	21 / 42	Carnaval 2015 #partuêste - spot	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/spot_aids_30_23r54m.mp3	2014
37	21 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuêste - spot	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/cartaz_aids_duplaqav_460x640.pdf	2012
38	21 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - cartaz gays	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/52658/cartaz_aids_duplaqav_460x640.pdf	2011
39	21 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - vídeo episódio 2	https://www.youtube.com/watch?v=ZvISp-qZFO	2011
40	21 / 42	#SexoSguro: Faça o Teste Rápido de HIV/Aids! (MG)	https://www.youtube.com/watch?v=QQ57qFzXzIo	2017
41	21 / 42	Carnaval 2019 Com camisinha não tem "seáá"	https://www.youtube.com/watch?v=GkZiamT5534	2019
42	21 / 42	#Vocêscolhe You Choose	https://www.youtube.com/watch?v=KH1lGqumX4&feature=youtu.be	2017
43	20 / 42	Capanha Indetectável - painell Geovanni	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/661192/geovanni_painell.jpg	2018
44	20 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - cartaz 4	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58540/cartaz_aids_46x64_4.jpg	2015
45	20 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - cartaz 5	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58540/cartaz_aids_46x64_5.jpg	2015
46	20 / 42	Festas populares #partuêste - spot paratia gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58076/spot_paratia_gay_op1.mp3	2015
47	20 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuêste - cartaz 30 anos	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/mns_aids_cartaz_30_anos_460x640cm.pdf	2014
48	20 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuêste - painell 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/painell_2.png	2014
49	20 / 42	Sífilis congênita 2013 - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=X2z4e1Ll6g	2013
50	20 / 42	Video Campanha de prevenção à aids no Carnaval 2017	https://www.youtube.com/watch?v=pOQNOU9Edt6Q	2017
51	20 / 42	Nós podemos construir um futuro sem Aids	https://www.youtube.com/watch?v=evZaE-cDlTU	2016
52	20 / 42	então Faça o Teste (MG)	https://www.instagram.com/p/Bu3X4hqnHv/?igshid=1401s728fhcd	2019
53	20 / 42	Especialista esclarece dúvidas sobre HIV/Aids (Sp)	https://www.youtube.com/watch?v=vHd67_HwV8E	2015

54	20 / 42	Quer sassarcar? (RO) vídeo	https://www.facebook.com/watch/?v=1410972142266792	2017
55	20 / 42	Prevenção IST/HIV	https://www.facebook.com/programadestaides/photos/a.490254914472702/1184222448409175/?type=3&theater	2019
56	20 / 42	Mulher de atitude é mulher que se preocupa com a saúde	https://agenciaincricao.files.wordpress.com/2018/03/11949_cemae_dia_mulher_2018-04.png?w=560	2018
57	19 / 42	Capanha Indetectável - painei Rafael Bolochia	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/661192/bolochia_painel.jpg	2018
58	19 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - cartaz hepatitis B	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/cartaz_hepatite_b-mulher_64x46.pdf	2015
59	19 / 42	Festas populares #partuveste - anúncio parada gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/57625/cartaz_3.jpg	2015
60	19 / 42	Carnaval 2015 #partuveste - cartaz 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/57625/cartaz_4.jpg	2015
61	19 / 42	Carnaval 2015 #partuveste - cartaz 4	https://www.youtube.com/watch?v=ZaO5_Y_Lg8	2014
62	19 / 42	Carnaval 2014 se tem festa, tem que ter camisinha - vídeo festas	https://www.youtube.com/watch?v=JR1zHBSNtS	2012
63	19 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - vídeo João Geraldo Neto	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/50850/cartaz_homo_64x46mm.pdf	2012
64	19 / 42	Carnaval 2012 - cartaz homo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/50850/cartaz_revista_64x46cm.pdf	2012
65	19 / 42	Carnaval 2012 - cartaz travesti	https://www.facebook.com/programadestaides/photos/a.490254914472702/1008188946012927/?type=3&theater	2018
66	19 / 42	Use Camisinha e Samba na cara do HIV	https://www.instagram.com/p/BG7tqAaO1d/	2018
67	19 / 42	Placar da prevenção combinada	https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/publicad/PreP%20-11vers%20-%20relatngul%20FINAL_ALTERADO(1).pdf	2019
68	19 / 42	Cada um tem sua forma de amar. Cada um tem sua forma de prevenir	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/661192/rafiska_painel.jpg	2018
69	19 / 42	Tô PEParada	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/cartazes_geral_640x460_2_casa_gravida.pdf	2016
70	18 / 42	Capanha Indetectável - painei Rafuska	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58540/cartaz_46x64_3.jpg	2015
71	18 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - cartaz casal gravida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55541/cartaz_gestante_aids_640x460mm.pdf	2013
72	18 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - cartaz 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/59076/abrigo_de_onibus_festa_junina_120x17095x145.pdf	2015
73	18 / 42	Festas populares #partuveste - abrigo de ônibus festa Junina	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58076/interna_caminhao_285x188cm.pdf	2015
74	18 / 42	Festas populares #partuveste - lateral caminhão 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/59076/interna_caminhao_166x171cm.pdf	2015
75	18 / 42	Festas populares #partuveste - trasera	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/an_aids_40x4286.pdf	2014
76	18 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuveste - anuncio revista imprensa	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55541/cartaz_gestante_aids_640x460mm.pdf	2013
77	18 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - cartaz gestante	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/an_aids_silvia_40x4286.pdf	2012
78	18 / 42	Dia Mundial das Hepatites Virais 2013 - cartaz hepatitis b camisinha	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/cartaz_aids_loaonatio_640x460.pdf	2012
79	18 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - anuncio	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50653/campanhaaids20111.mpg	2011
80	18 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - cartaz João Neto	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59493/diplay_138x98.pdf	2016
81	18 / 42	Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2011 - vídeo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50653/campanhaaids20111.mpg	2011
82	18 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - vídeo 1	https://www.youtube.com/watch?v=6RoJh3_1_G8?list=1d1Baepanajz	2010
83	18 / 42	Ação de prevenção Tindler e Hornet	https://www.youtube.com/watch?v=mrGSKKYSqT4	2015
84	18 / 42	Todos contra a Sífilis (MG)	https://www.youtube.com/watch?v=RI6U11pf64	2019
85	18 / 42	Prevenção à Aids - Dia Internacional da Mulher	https://www.saude.gov.br/images/images_miradas/uploads/2017/11/2/gco-0002-17a-aids-banner-site-300x500.gif	2017
86	18 / 42	Seu futuro está em sua mão GIF (GO)	https://www.youtube.com/watch?v=j6PqTEz2D2o	2019
87	18 / 42	Diário de um posto de Saúde - Testes Rápidos (DF)	https://www.youtube.com/watch?v=Qc3lEWf64Es	2019
88	18 / 42	IGTV #DezembroVermelho (SE)	https://www.facebook.com/programadestaides/photos/a.490254914472702/969210719910450/?type=3&theater	2018
89	18 / 42	Teste Rápido - Sífilis (RO)	https://www.youtube.com/watch?v=UjMx6el_Mk&feature=emb_logo	2018
90	18 / 42	Envio-se com prevenção	https://www.youtube.com/watch?v=CHDgvc5q8	2017
91	18 / 42	Campanha PEP 2019	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58626/11_cartaz_dispenser_a3.pdf	2016
92	17 / 42	CAMPANHA SIFILIS 2017 - vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=8eclP5cDblJ	2017
93	17 / 42	Campanha de Carnaval - cartaz dispenser	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/661192/anahdre_painel1.jpg	2018
94	17 / 42	E se o seu filho pegar HIV?	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58076/revista_fixa_caminhao_171x60cm.pdf	2015
95	17 / 42	E se o teste de HIV der positivo?	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56637/banner_06.jpg	2014
96	17 / 42	Capanha Indetectável - painei anahdre	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/painel_4.png	2014
97	17 / 42	Aids. Escolha sua forma de prevenção - display	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/cartaz_hepatite_b-homem_64x46.pdf	2015
98	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - cartaz hepatitis B	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58076/revista_fixa_caminhao_171x60cm.pdf	2015
99	17 / 42	Festas populares #partuveste - vesteira caminhão	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56637/an_aids_190x275.pdf	2014
100	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra aids #partuveste - anúncio	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/vinheta_dooch_h.jpg	2015
101	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra aids #partuveste - anúncio revista	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/an_aids_190x275.pdf	2014
102	17 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuveste - painei 4	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55541/cartaz_profissional_saude_aids_460x460mm.pdf	2013
103	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - bi	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/spot_homem.mp3	2012
104	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - profissional da saúde	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/50850/folder_diagnostico_30x21.pdf	2012
105	17 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - spot João Neto	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/410146/folder.pdf	2010
106	17 / 42	Carnaval 2012 - folder diagnóstico		2012
107	17 / 42	Camisinha, um direito seu 2010 - folder		2010

108	17 / 42	A Folia Fica Completa Com Camisinha(MG)	https://www.saude.mg.gov.br/images/noticias_e_eventos/000_2018/01/Jan-fev-marc-abril/06_02_carnaval_sexo_seguro_1A.jpg	2018
109	17 / 42	Foldeu IST (CONTEM FOTOS DAS DOENÇAS) (PE)	http://portal.saude.pe.gov.br/sites/portale_saude_pe.gov.br/files/foldeu_Infecoes_sexualmente_transmissiveis_centro_de_testagem_e_consultamento.pdf	2016
110	17 / 42	Rompêu, não usou ou saiu. E agora?	https://www.instagram.com/BHJ6SAFMH6?utm_source=ig_web_copy_link	2018
111	17 / 42	PEP X PEP	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1189906797940840/?type=3&theater	2019
112	17 / 42	Planojo jovem	https://www.pf.eiretura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/planojo_jovem32x12CV.pdf	2017
113	17 / 42	Profilaxia Pós Exposição (PEP)	https://www.youtube.com/watch?v=iflfe2GcM8	2018
114	16 / 42	Dia Mundial de Luta Contra Aids vamos combinar? - cartaz gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/50/92/mis_dia_mundial_aids_cartazes_gay_64x46cm.jpg	2017
115	16 / 42	Dia Mundial de Luta Contra Aids vamos combinar? - spot 1 min	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/50/92/ministerio_da_saude_spot60_vamos_combinar.mp3	2017
116	16 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais - Vídeo carro 15"	https://www.youtube.com/watch?v=OwY98OXNye0	2017
117	16 / 42	Campanha tem camisinha na festa - cartaz festa/s/parada gay	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/45/57/mis_carnaval_ad_revista_105x255.pdf	2017
118	16 / 42	Campanha de prevenção à aids carnaval 2017 - anúncio revista	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/cada_painel.jpg	2018
119	16 / 42	Capanha Indetectável - Painel Cida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/banner_04.jpg	2014
120	16 / 42	Capanha Indetectável - Painel Lucas	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/63/banner_painel.jpg	2014
121	16 / 42	Capanha Indetectável - Painel Leonardo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/63/painel_3.png	2014
122	16 / 42	Festas populares #partuveste - spot festa junina	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/banner_04.jpg	2014
123	16 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuveste - banner	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/banner_04.jpg	2014
124	16 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuveste - banner 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/63/painel_3.png	2014
125	16 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/58/14/flyer_mis_hpv_10x15_sem_marca_de_corte_page_1.jpg e http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/	2014
126	16 / 42	Vacinação HPV - flyer (pagina 1 e 2)	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/25/95/cartaz_gravida_sifilis_64x46.pdf	2013
127	16 / 42	Sifilis congênita 2013 - cartaz	https://www.youtube.com/watch?v=8bKkKkVWZU	2013
128	16 / 42	Dia Mundial das Hepatites Virais 2013 - vídeo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/49/05/foldeu_hepatite_297x210.pdf	2013
129	16 / 42	Dia Mundial das Hepatites Virais 2013 - folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/30/12/flyer_ana_paula.jpg	2013
130	16 / 42	Dia Internacional da mulher 2013 - flyer ana paula	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/12/25/89/cartaz_aids_travesti_460x640.pdf	2012
131	16 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - Travesti	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/5/08/50/cartaz_hetero_64x66cm.pdf	2012
132	16 / 42	Carnaval 2012 - cartaz hetero	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/5/00/76/all_calla_mis_cartaz_hepatite_46x64_adulto.pdf	2011
133	16 / 42	Dia Mundial de Luta Contra as Hepatites Virais 2011 - adulto	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/4/88/34/fase2_cartaz1.pdf	2011
134	16 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - cartaz 4	https://www.instagram.com/BuzAooeH1K/?gshid=csrjpp2qrus	2019
135	16 / 42	então Faça o Teste (MG)	https://www.saude.gov.br/images/images_mtr/adads/upload/ads/2017/11/2/gco-0002-17-cartazes-negro-64x42-cartal.pdf	2017
136	16 / 42	Seu tuiro esta em sua mão Cartaz (GO)	https://www.instagram.com/p/B5WUcdwJWdK/?gshid=11dazqduwdsao	2019
137	16 / 42	Não deixe o medo da duvidia te bloquear(GO)	https://www.instagram.com/p/B5v5VRL_FvRE/?gshid=16cqbz75hip	2019
138	16 / 42	Teste rápido de HIV(RN)	https://www.instagram.com/p/-wL-3fGvM/?gshid=6e7c381bfq	2015
139	16 / 42	1º de dezembro (AL)	http://www.instegram.com/p/-wL-3fGvM/?gshid=6e7c381bfq	2015
140	16 / 42	Carnaval Use Camisinha Olhinhos Video (BA)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/LulinOAmarello_Hepatites_2017_VideoFull.mp4	2018
141	16 / 42	Video Full Campanha Junho Amarello 2017 – Hepatites	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1189237764674410/?type=3&theater	2019
142	16 / 42	Camisinha na folia	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1178174589014061/?type=3&theater	2019
143	16 / 42	PEP é prevenção combinada	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1096675410497313/?type=3&theater	2018
144	16 / 42	Se vai viajar, não se esqueça da prevenção e do tratamento	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1013417318823123/?type=3&theater	2018
145	16 / 42	Esquentou, deu match	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/11008190172679171/?type=3&theater	2018
146	16 / 42	Esquentou, deu match	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/956657437832445/	2018
147	16 / 42	Prevenção combinada	https://www.youtube.com/watch?v=qmYYXSlw	2018
148	16 / 42	Cada um tem sua forma de amar. Cada um tem sua forma de prevenç	https://www.youtube.com/watch?v=QsFnFDvZKfV	2019
149	16 / 42	Envolva-se	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/beatriz_painel.jpg	2018
150	16 / 42	Profilaxia Pré Exposição (PrEP)	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/5/80/76/outdoor_festa_junina_864x288_2.pdf	2015
151	15 / 42	E se? Dia Mundial de Luta contra a Aids	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/7/9/22/cartaz_64x46.pdf	2015
152	15 / 42	E se? Dia Mundial de Luta contra a Aids	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/painel_5.png	2014
153	15 / 42	Capanha Indetectável - Painel beatriz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/painel_5.png	2014
154	15 / 42	Festas populares #partuveste - outdoor festa junina	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/painel_5.png	2014
155	15 / 42	Dia das Mães' Festes de HIV, sífilis e hepatites B e C - cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/painel_5.png	2014
156	15 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partuveste - painel 5	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/37/painel_5.png	2014
157	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/41/ministerio_da_saude_e_preiso_saber_mlx_spot_op_1_2111113.mps3	2013
158	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/41/ministerio_da_saude_e_preiso_saber_mlx_spot_op_1_2111113.mps3	2013
159	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/41/ministerio_da_saude_e_preiso_saber_mlx_spot_op_1_2111113.mps3	2013
160	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - spot 30"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/41/flyer_aids_210x150mm.pdf	2013
161	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - flyer	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/41/flyer_aids_210x150mm.pdf	2013

162	15 / 42	Dia Internacional da mulher 2013 - cartaz aids	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/30/12/cartaz_mulheres_aids.pdf	2013
163	15 / 42	Carnaval 2013 - video	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/27/81/campanha_carnaval_2013.mov	2013
164	15 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - outdoor	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/5/26/58/outdoor_aids_3x1.pdf	2012
165	15 / 42	Dia Mundial de Luta Contra as Hepatites Virais 2011 - jovem	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/5/00/76/fil_calla_ms_cartaz_hepatite_46x64_jovens.pdf	2011
166	15 / 42	Dia Mundial de Luta Contra as Hepatites Virais 2011 - video prevençã	http://www.youtube.com/watch?v=ZZKaaY6u6fK	2011
167	15 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - clipc com Reginho e banda	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/4/88/34/carnaval2011_reginho.flv	2011
168	15 / 42	Campanha de combate as hepatites virais 2010 - cartilha manicure	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/5/94/28/cartilha_manicure_11x21_001_d4d2.pdf	2010
169	15 / 42	Campanha, um direito seu 2010 - banner 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/4/01/46/banner_mobilizacao90x120.pdf	2010
170	15 / 42	Campanha, um direito seu 2010 - banner 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/4/01/46/boia_familia_cartaz_64x46.pdf	2010
171	15 / 42	Campanha, um direito seu 2010 - cartazes	http://boa.saude.mg.gov.br/2011/02/20/sexosequor-sees-nplance-campanha-que-reforca-o-uso-de-preservativo-no-carnaval/	2010
172	15 / 42	No Bloco da Saúde só vai com camisinha(MG)	https://www.facebook.com/SecretariadasaudeRS/photos/a.439755602733093/1395908687057350/	2017
173	15 / 42	Campanha #ZeroDiscriminação SES/RS	https://www.saude.gov.br/imagens/imagens_migradas/uploads/2017/12/gco-0002-17g-dst_aids-digital-video-1x1.gif	2017
174	15 / 42	#AHepatiteNãoPega (RS)	https://www.redeonline.com/wp-content/uploads/2011/11/ADAS.jpg	2017
175	15 / 42	Seu futuro esta em sua mão GIF (GO)	https://www.instagram.com/p/8Bh4dn_mYmt/?igshid=bnkaccd2qk5	2017
176	15 / 42	Aids Qualquer um pode ter (GO)	https://www.instagram.com/p/8Bh4dn_mYmt/?igshid=bnkaccd2qk5	2017
177	15 / 42	Dezembro, mês de prevenção a aids (GO)	https://www.instagram.com/p/31CV19GVK6/?igshid=18bv57dpcdeer	2015
178	15 / 42	17 de outubro - Combate a Sifilis (AL)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Campanha-Carnaval-2018-card-para-redes-sociais-2.jpg	2018
179	15 / 42	Dia dos Namorados (AL)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/JulhoAmarillo_Hepatites_2017_VideoWhatsApp.mp4	2018
180	15 / 42	Oi Sumida (BA)	https://www.youtube.com/watch?v=zxb28zq70Fo	2018
181	15 / 42	Video para Redes Sociais Campanha Julho Amarello 2017 – Hepatites	https://www.youtube.com/watch?v=MSKEcdX_nPE	2018
182	15 / 42	Sifilis Congênita	https://www.youtube.com/watch?v=2ekazF9a2WU	2015
183	15 / 42	Sem camisinha não dá (RO)	https://www.globoeliv.br/wp-content/uploads/2018/06/dst-aids-800x445.jpg	2015
184	15 / 42	Governo do Amazonas conscientiza sobre o HIV	https://www.facebook.com/programadestais/photos/a.490254914472202/1188912884606898/?type=3&theater	2017
185	15 / 42	Previa-se. Use camisinha e faça o teste.	https://www.lalala.go.gov.br/wp-content/uploads/2019/02/campanha-preverencia-dst-mh.jpg	2019
186	15 / 42	Autoeste de HIV	https://storage.stwonline.com/hr/180qraasr/uploads/ckeditor/pictures/1927897/4/679968-737482539925149-3441040180222261600-n.jpg	2018
187	15 / 42	Autoeste de HIV	https://www.clickdoitdofuoc.com.br/wp-content/uploads/2018/11/evanjo-aids-1024x576.jpg	2018
188	15 / 42	Todo dia é dia de combate às STIs	https://2.bp.blogspot.com/-seanC9n1636NAKAA/E6F7ZlAIAAAAAAAAAAQZlUUNTwgqOZQewhTeFy-OfQWbZTElUgCL6GASs320U1.jpg	2018
189	15 / 42	Não perca tempo! 2018	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/52/55/mis_aids_carnaval_walkmitia_coostas_50x130_lisp.pdf	2018
190	15 / 42	#Paratueste	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/50/92/mis_dia_mundial_aids_cartazes_gravida_64x46cm.jpg	2017
191	15 / 42	Dia mundial de luta contra a Aids - 2018	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/49/91/post1_sifilis_congenita.jpg	2017
192	15 / 42	Dezembro vermelho	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/6/45/84/mis_aids_festas_sao_joao_cartaz.pdf	2017
193	14 / 42	Carnaval 2018 #vamoscombinar - walkmitia sp/fi (frente e costas)	https://www.youtube.com/watch?v=MCUMUNVfeeVU	2016
194	14 / 42	Dia Mundial de Luta Contra Aids vamos combinar? - cartaz grávida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/57/98/cartaz_album_seriado_final.pdf	2016
195	14 / 42	Prevenção da Sifilis Congênita - post 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/americo_painel.jpg	2016
196	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra às Hepatites Virais - vídeo 30"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/jacqueline_painel.jpg	2018
197	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra às Hepatites Virais - spot hepatic b tatuagem	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
198	14 / 42	Campanha tem camisinha na festa - cartaz festas sao joao	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
199	14 / 42	Campanha do Dia Nacional de combate à Sifilis Congênita - vídeo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
200	14 / 42	Campanha do Dia Nacional de Combate a Sifilis Congênita - folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
201	14 / 42	Campanha de IST - Encontrou um sinal diferente em você? - folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
202	14 / 42	Capanha Indetectável - painei américo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
203	14 / 42	Capanha Indetectável - painei Jacqueline Cortez	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
204	14 / 42	Capanha Indetectável - painei Vanessa	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
205	14 / 42	Capanha Indetectável - painei Wladimir	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/6/61/92/wladimir_painel.jpg	2018
206	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2015 - cartaz 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/66/63/post-13/ass01.jpg	2015
207	14 / 42	Festas populares #paratueste - lateral caminhão 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/5/57/94/mhmi-folder_298x100_-1.jpg	2014
208	14 / 42	Dia mundial de luta contra aids #paratueste - post facebook modelo 4	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/5/55/54/1cartaz_profissional_sex0_aids_640x460mm.pdf	2013
209	14 / 42	Carnaval 2014 se tem festa, tem que ter camisinha - mini folder 1 (um	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/5/26/58/lyer_aids_gay_150x210.pdf	2012
210	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - profissional do sexo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/4/88/34/fase1_minifolder.pdf	2011
211	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - Travesti	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/4/59/46/cartaz_teste.pdf	2010
212	14 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - lyer gays	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/4/59/46/cartaz_teste.pdf	2010
213	14 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - minifolder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/4/59/46/dados_aids_2010.pdf	2010
214	14 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - cartaz 4		2010
215	14 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - folder dados		2010

216	14/42	Carnaval 2010 - Camisinha. Com amor, paixão ou só sexo mesmo. Us	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/339/cartaz_pre_44x64.pdf	2010
217	14/42	Carnaval 2019 - Com camisinha é bem melhor (ES)	https://saude.es.gov.br/medias/sesa/DST/esa_0001_19q_post_01.jpg	2019
218	14/42	Hepatitis Virais (MG)	https://www.instagram.com/p/B0Qa_JMFsZ7?gshid=1z2bwmw7Zex	2019
219	14/42	O descobrimento mata mais que a Aids (RS)	https://www.facebook.com/SecretariasSaudeRS/photos/a.7296824271796951/729062520509275/	2014
220	14/42	Use Camisina (GO)	https://www.instagram.com/p/B5WAS5bVx7?gshid=10e10sR43Z7	2019
221	14/42	Toda forma de amor é válida (GO)	https://www.instagram.com/p/BvnykH6pXU/?gshid=vdmzVegq1o3	2019
222	14/42	#SifilisVivo (RN)	https://www.instagram.com/p/BwH8JQF5w3/?gshid=emfntw1dP	2019
223	14/42	SifilisCongenita Gravidez 2017 Faixa	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/SifilisCongenita_Gravidez_2017_Faixa.pdf	2017
224	14/42	Não use essa fantasia no carnaval	https://www.facebook.com/GovernodoAmazonas/photos/a.10153609269198005/10153609270233005	2019
225	14/42	Tem que Ter (PA)	https://www.facebook.com/governomoparat/photos/a.428823077390171/2217004875028640/	2019
226	14/42	Na luta contra a AIDS #ParuTeste	https://guabirimir.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/WhatsApp-Image-2019-12-02-at-09:53:26-1.jpeg	2019
227	14/42	Vamos dar um bang no HIV	https://www.youtube.com/watch?v=tmboKBr8&feature=emb_logo	2016
228	14/42	Vacinação Hepatite A	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1002226596060863/?type=3&theater	2018
229	14/42	Conta com a PEP	https://www.prefeitura.sp.gov.br/dadade/secretarias/upload/PEP.PNG	2019
230	14/42	Quem ama se protege e protege quem ama	https://www.facebook.com/unhpdcodeprevencao/photos/a.700596160070146/700441510085611	2015
231	13/42	Carnaval 2018 #VamosCombilar - Ventarola	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/65255/mis_aids_ventarola_2018_b.pdf	2018
232	13/42	Dia Mundial de Luta Contra Aids vamos combilar? - cartaz números	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/65092/mis_dia_mundial_aids_cartazes_numeros_64x46cm.jpg	2017
233	13/42	Campanha de prevenção à aids carnaval 2017 - cartaz abrigo de Onihb	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/64557/mis_carnaval_abrigo_ombus.pdf	2017
234	13/42	Campanha do Dia Nacional de Combate à Sifilis Congenita - cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59348/cartaz_sifilis_64x46.pdf	2016
235	13/42	Campanha de Carnaval - cartaz mobiliário 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59626/07_mnlb_sp_lodgeaux_relogio_1185x175.jpg	2016
236	13/42	E se? - cartaz MUB	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2019/67069/aids-mub-120x180cm.pdf	2019
237	13/42	Tire suas dúvidas sobre IST 2 - Célia Damasceno	https://www.youtube.com/watch?v=11WP8vHUUxs	2019
238	13/42	Dia Mundial de Luta contra a Aids CNBB e Pastoral da Aids - folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/59435/folder_pastoral_11_2016_11x15.pdf	2016
239	13/42	Dia Mundial de Luta contra a Aids - CNBB e Pastoral da Aids 2014 - b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56637/cartaz_banner_01_2.jpg	2014
240	13/42	Carnaval 2014 se tem festa, tem que ter camisinha - cartaz genérico	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/55794/cartaz_generico_verde_46x64.pdf	2014
241	13/42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - banner gays	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55541/banner_nel_gays_aids_735x130.jpg	2013
242	13/42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - profissional da saúde	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55541/banner_nel_profissional_aids_205x340px.jpg	2013
243	13/42	Dia Internacional da mulher 2013 - cartaz hepatites b e c	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50653/spot_campanha2011_1.m3	2011
244	13/42	Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2011 - spot	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48834/asset1_cartaz_1.pdf	2011
245	13/42	Dia Mundial de Luta Contra as Hepatites Virais 2011 - gestante	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50076/afli_calia_mis_cartaz_hepatite_46x64_gestantes.pdf	2011
246	13/42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - cartaz 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45948/cartaz_neid.pdf	2010
247	13/42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - jingle you sim teste 45"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45948/cartaz_neid.pdf	2010
248	13/42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - cartaz 2	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/339/folder_camisinha_teste_30x21.pdf	2010
249	13/42	Carnaval 2010 - Camisinha. Com amor, paixão ou só sexo mesmo. Us	https://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/339/folder_camisinha_teste_30x21.pdf	2010
250	13/42	Campanha dia mundial de luta contra a Aids 30 anos (vídeo 60")	https://www.youtube.com/watch?v=1p1v9qOvOwQ	2018
251	13/42	Qual o termo correto ? (MG)	https://www.instagram.com/p/B5zSh1ITd/?gshid=thmojq2qdz	2019
252	13/42	Sifilis (MG)	https://www.instagram.com/p/B1qzVnFFUQ/?gshid=1K3nDwbK0Xa	2019
253	13/42	O preconceito não é remédio (MG)	https://www.instagram.com/p/B5h9yJkE4y/?gshid=6X0Dhcr5e5	2019
254	13/42	Carnaval 2019 (MG)	https://www.instagram.com/p/BurnVYHDHCe/?gshid=co3ux488uK4	2019
255	13/42	Sem camisinha você vai brincar sozinho (RS)	https://estado.rs.gov.br/upload/recortes/2017/02/03/113954_794482_GD.jpg	2013
256	13/42	Dia Mundial da Luta contra Aids (RS)	https://www.facebook.com/SecretariasSaudeRS/photos/a.439755602773303/1507550812660438/	2017
257	13/42	Carnaval seguro e consientele (SC)	https://www.facebook.com/governosc/photos/a.13601567656041.1114683351754784511?type=3	2019
258	13/42	Com camisinha da Match (PP)	https://www.facebook.com/governoparan/photos/a.322635941170501/1171359073631507/	2019
259	13/42	Sifilis Instagram 2 (GO)	https://www.saude.go.gov.br/images/imagens_midiaradas/uploads/2017/12/gco-0003-17-prevencao-sifilis-stories-instagram-clique-a-2.jpg	2017
260	13/42	Carnaval Consientele (GO)	https://www.instagram.com/p/Bueuzh1ERWU/?gshid=h75xK2005f5	2019
261	13/42	Carnaval 2018 - spp/2 (BA)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Carnval_2018-spp/c2.m3	2018
262	13/42	Carnaval Use Camisinha Oculinhos (BA)	http://www.saude.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/CarnavalUseCamisinha_DST_2017_OutBus1.jpg	2018
263	13/42	Vem ni Mim (PE)	https://www.facebook.com/governopel/photos/a.146385462.104.174194.434523208189	2016
264	13/42	No carnaval só brinque se a fantasia estiver completa (PE)	https://www.facebook.com/governopel/photos/a.146385462.104.174194.434523208189	2015
265	13/42	Pode no boiço escondido, só não pode esquecer (TO)	https://www.facebook.com/GovernodoTocantins/photos/a.487665397948244/8087211239175990	2015
266	13/42	Luta contra AIDS (AC)	https://www.facebook.com/governodacoe/photos/a.349030705166080/2543413222394473	2019
267	13/42	Secretaria da saúde alerta para a prevenção de sífilis	http://web.serviço.npiarasil.com.br/wp-content/uploads/2019/02/2019-02-28-4887344e-2a78add1a3e&km=600&uploadam=p&cred=true	2019
268	13/42	Camisinha na folia	https://www.facebook.com/programadestads/photos/a.490254914472702/1209483902649796/?type=3&theater	2019
269	13/42	Julho amarelo	https://static.portaldacidade.com/unsafte/842X0/htts://s3.amazonaws.com/fcdspedras.portaldacidade.com/img/news/editorio/-563230c7ceab3c.jpg	2019

270	13 / 42	Julho amarelo mês de conscientização das hepatites virais - 2018	https://www.saopedro.sp.gov.br/UPLOAD/cache/galeria/anuncio_hepatite-1714x1714.jpg	2018
271	13 / 42	Campanha Julho Amarelo - Faça o teste de Hepatite C	https://www.laranjapaulista.sp.gov.br/uploads/images/2019/07/1662250025.jpg	2019
272	13 / 42	Arrestão do carnaval	https://asui.m.gov.br/wp-content/uploads/2019/01/imagens-4-349x350.jpg	2019
273	13 / 42	Hepatites virais	https://riopretodereva.am.gov.br/wp-content/uploads/2019/07/65676436_12629610858888_41100997678035369984_m.jpg	2019
274	13 / 42	A prevenção é sempre a melhor opção	https://www.saobernardo.sp.gov.br/web/bsbcrmaximizada/asset_publisher/5dLUTMVGXNDN/document/8620217inhefiredirect=faise&direct=http%3A%2F%2Fwww.saobernardo.sp.gov.br/app/uploads/2019/03/cartaz-venh-testar.jpg	2019
275	13 / 42	#Venh Testar	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/folder_hepatite_b-79x10.pdf	2015
276	12 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - folder hepatite b	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/58172/outdoor_social_hepatite_b-2x1.pdf	2015
277	12 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - outdoor	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/post_fb_aids_1.png	2014
278	12 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partiteste - painel 6	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/post_fb_aids_2.png	2014
279	12 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partiteste - post facebook modelo 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/folder_aids_298x100.pdf	2013
280	12 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partiteste - post facebook modelo 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/spot_mulher.mp3	2012
281	12 / 42	Sífilis congênita 2013 - anúncio internet	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52012/lyer_cida.jpg	2013
282	12 / 42	Prevenção profissionais do sexo - flyer 1	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/54767/lyers_prostitutas_1.pdf	2013
283	12 / 42	Dia internacional da mulher 2013 - flyer cida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/53012/lyer_cida.jpg	2013
284	12 / 42	Dia internacional da mulher 2013 - flyer lactara	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48894/fase1_cartaz2.pdf	2011
285	12 / 42	Carnaval 2013 - folder gls	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/52658/spot_mulher.mp3	2012
286	12 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - spot silvia almeida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45946/cartaz_amigos.pdf	2010
287	12 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2012 - vídeo silvia almeida	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45946/folder_ppd_geral.pdf	2010
288	12 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - cartaz 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45946/outdoor.pdf	2010
289	12 / 42	Campanha de combate as hepatites virais 2010 - bandeira	https://www.facebook.com/psaude/photos/a.296849733681966/1383788458321416/	2010
290	12 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - cartaz 1	https://www.instagram.com/p/B5I2ZWBxVE7?gshid=svk0ckl4b4x	2019
291	12 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - folder geral	https://www.ma.gov.br/gencad/noticias/wp-content/uploads/201911/SEES-dezembro-vermelho.jpg	2019
292	12 / 42	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - outdoor	https://www.saude.gov.br/images/portals/imagens_migradas/uploads/2017/12/gco-0002-17g-ctd-aids-digital-clique-a-negro.jpg	2017
293	12 / 42	Prevenção Dezembro Vermelho "PREP" (MG)	https://www.instagram.com/BV49MwGd4L7?gshid=117zdbawz7w2	2017
294	12 / 42	Multidão de testagem	http://portal.saude.pe.gov.br/sites/default/files/sivies/estaque_modelpublic/carnaval_11_02.jpg?lib=RWwFxaOQ	2015
295	12 / 42	Dia Mundial da Luta contra Aids (RU)	https://www.facebook.com/governopelpos6/1549849925091047	2015
296	12 / 42	A luta é compartilhada. A prevenção tem que ser combinada	https://www.facebook.com/GovernodoTocantins/photos/a.487665397948244/93838098954347	2015
297	12 / 42	Seu futuro está em sua mão Negro (GO)	https://www.instagram.com/BZqLUsnm-e7?gshid=1208w6eddlis	2015
298	12 / 42	Dia do Orgulho Gay (GO)	https://www.facebook.com/governomodetocantins/photos/a.205755859455119/1380905774273429	2015
299	12 / 42	Distribuição de camisinhas	https://www.portal.ap.gov.br/mg/noticias/a0644ac4c666f3d3f766f68cc76.jpg	2017
300	12 / 42	Dezembro Vermelho (PE)	https://2.wp.com/www.itajuba.mg.gov.br/gm/news/upload/ind_campanha-julho-carnarelo-2018.jpg	2018
301	12 / 42	Somos todos precavidos (TO)	http://www.ameip.br/imagens/2019/Phews/alunoonline-IST1.jpg	2019
302	12 / 42	Dia dos Namorados (SE)	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2017/65161/v01_sifilis_cartaz_casal_lovem_64x46cm_4_1.pdf	2017
303	12 / 42	Quer sassaricar? (RO)	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58626/08_H_adrev_pqduida_270x205.pdf	2016
304	12 / 42	Agile, Birmique, Solte a Franga, Extravase, Festeje (AP)	https://www.youtube.com/watch?v=1lvV33qCIZ8	2017
305	12 / 42	Julho amarelo - mês de luta contra as hepatites virais	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58663/post_fb_aids_3.png	2016
306	12 / 42	Liga da proteção	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2014/56663/post_fb_aids_1.png	2014
307	11 / 42	Dia Nacional de Combate a Sífilis 2017 - cartaz casal jovem	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2015/8172/min_da_saude_jingle30_hepatite_b.mp3	2015
308	11 / 42	Dia Nacional de Combate a Sífilis 2017 - cartaz casal jovem	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/55547/cartaz_homossexuais_aids_640x460mm.pdf	2013
309	11 / 42	Tire suas dúvidas sobre IST 1 - Cátia Damasceno	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48894/jingle2_vousism_45seq_1.mg3	2011
310	11 / 42	Dia Mundial de Luta contra as Hepatites Virais 2015 - jingle 30"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/59428/folder_geral_15x20_v2.pdf	2010
311	11 / 42	Dia mundial de luta contra aids #partiteste - post facebook modelo 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48894/phase2_minifolder.pdf	2011
312	11 / 42	Dia Mundial de Luta contra a Aids 2013 - cartaz homossexuais	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/59428/folder_geral_15x20_v2.pdf	2010
313	11 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - jingle 'vou sim funk 1 45"	https://www.youtube.com/watch?v=ZwA13kVjKk&feature=youtu.be	2019
314	11 / 42	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - minifolder teste	http://doc.saude.mg.gov.br/2019/02/28/deanuncia-coordenadora-de-ist-aide-e-hepatites-virais-fala-sobre-a-campanha-de-preservativos-no-carnaval/	2019
315	11 / 42	Campanha de combate as hepatites virais 2010 - folder	https://www.instagram.com/p/BzC6HjDPR1r?igshid=1kmhnyk8b9v	2019
316	11 / 42	PREVENÇÃO COMBINADA - PROFILAXIA PRÉ-EXPOSIÇÃO (PREP)	https://www.instagram.com/p/BzC6HjDPR1r?igshid=1kmhnyk8b9v	2019
317	11 / 42	Enão Faça o Teste (MG)	https://www.facebook.com/SecretariadasaudeRS/posts/1468467383235448	2017
318	11 / 42	Visita o Abada da Prevenção (SP)	https://www.facebook.com/saudepublicacsc/posts/196695784333227	2017
319	11 / 42	#Sexo Seguro: A pior resaca é não saber. Faça o Teste de HIV.	https://www.facebook.com/Telessaude/photos/a.296849733681966/1383788458321416/	2018
320	11 / 42	Dia Nacional de Combate a Sífilis (RS)	https://www.instagram.com/p/BzC6HjDPR1r?igshid=1kmhnyk8b9v	2018
321	11 / 42	A Pedada do Carnaval é usar camisinha. (SC)		2018
322	11 / 42	Faça sexo seguro (SC)		2018
323	11 / 42	5 dicas sobre o uso da camisinha (GO)		2019

378	9/142	Carnaval 2013 - cartaz homo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/cartaz_homo_46x64.pdf	2013
379	9/142	Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2011 - cartaz	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50653/diaindicial2011_cartaz.pdf	2011
380	9/142	Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2011 - folder	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/50653/diaindicial2011_folder.pdf	2011
381	9/142	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - cartaz 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45946/cartaz_profesaude.pdf	2010
382	9/142	AIDS, NÃO DÁ PRA SABER QUEM TEM. (MG)	http://boa.saude.mg.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/postes_campanha-aids_carnaval-11-1024x1024.png	2016
383	9/142	Prevenção Dezembro vemelho "SEXOR" (MG)	https://www.instagram.com/p/Bq7VJAJhMwEa/?shid=1cfb4h3h5fe	2018
384	9/142	A pagoda do Carnaval e usar camisinha. (SC)	https://www.facebook.com/weatch/?v=382691039180548&extid=smm33qdu7ZALU6	2019
385	9/142	SifilisCongenita Gravidez 2017 Panfletto	http://www.saude.pa.gov.br/wp-content/uploads/sites/2018/04/SifilisCongenita_Gravidez_2017_Panfletto.pdf	2017
386	9/142	O amor começa com o cuidado! Faça o teste de sifilis	http://www.kalupa.ro.gov.br/wp-content/uploads/2018/10/nota_combate-a-sifilis.jpg	2018
387	9/142	Neste carnaval não dê sorte para o azar. Use camisinha	https://www.consensus.org.br/noticias/aconecheselector-de-sa-de-de-osvaldo-cruz-registra-aumento-no-n-mero-de-casos-de-aids-23-10-2018	2018
388	9/142	Previnase	https://www.facebook.com/programadestds/photos/a.490254914472702/1182097415289445/?vpe=3&theater	2019
389	9/142	Alerta!	http://www.fmmetropole.com.br/noticias/aconecheselector-de-sa-de-de-osvaldo-cruz-registra-aumento-no-n-mero-de-casos-de-aids-23-10-2018	2018
390	9/142	Por que fazer o teste anti-hiv?	https://www.facebook.com/yulbopoledeprevencao/photos/a.700596160070146/6948484701641290	2016
391	8/142	Carnaval 2018 #VivosCombater - spot ta combinado marchinha	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2018/65255/mns_aids_130_la_combinado_marchinha_sem_vcl.mp3	2018
392	8/142	Campanha de Carnaval - cartaz mobilizador 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58628/07_mnb_pe_publicique_246x132.jpg	2016
393	8/142	Carnaval 2013 - cartaz 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/cartaz_generico_46x64_0.pdf	2013
394	8/142	Carnaval 2013 - cartaz travesti	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/cartaz_travesti_46x64.pdf	2013
395	8/142	Carnaval 2012 - spot michel lele	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2012/50850/aids_jingle_michel_lele.mp3	2012
396	8/142	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - jingle vou não 45"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48834/jingle_vounao_fase1_45seg.mp3	2011
397	8/142	Carnaval 2011 sem camisinha não dá - leque	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2011/48834/leque.pdf	2011
398	8/142	Campanha de combate às hepatites virais 2010 - cartao postal	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/45946/spot_dia_mundial_2010.mps	2010
399	8/142	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2010 - spot	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2010/3391/folder_camisinha_pre_30x21.pdf	2010
400	8/142	Carnaval 2010 - Camisinha. Com amor, palhaço ou só sexo mesmo. Us	https://www.ems.com.br/app/online/getera/2013/02/06/sfmda_geral_248238/mns-alanca-campanha-de-consentimento-do-uso-de-camisinha-no-carnaval.shtml	2019
401	8/142	Então Faça o Teste (MG)	https://www.instagram.com/p/BU1ZWhnZSd/?shid=5dcd19d994z	2019
402	8/142	Nesse carnaval se prepare que eu vou usar (MG)	https://www.facebook.com/SecretariasSaudeRS/photos/a.43975560273303729470383801822/	2014
403	8/142	O desconhecimento mata mais que a Aids (RS)	https://www.facebook.com/SecretariasSaudeRS/photos/a.43975560273303729470383801822/	2013
404	8/142	Use Camisina (RS)	https://www.facebook.com/governos/photos/a.136015676560411/42067892821896/	2017
405	8/142	Camisinha o Adepero ceiro para seu carnaval (SC)	https://www.facebook.com/governos/videos/719814514847188	2016
406	8/142	Neste Carnaval Previnase (SC)	https://www.facebook.com/saudepublicaes/photos/a.395737537121940/1199981416707544/	2016
407	8/142	Amie sua vida. Use camisinha (sc)	https://www.instagram.com/p/Be6JzIMgvRR/?shid=c11841c10xL4U5	2018
408	8/142	Entre na Folia com Consciencia e alegria (GO)	https://3.bp.blogspot.com/-AXXCdMPTPgY/WMlliv_eOAXU/AAAAAAAAAAh/vXWv8d7XjEER-REMI49rGq-NEFd477DvWstTQcl.dB/s1600/dada7ce90-f7be-468b-b274-e6e9f6ba6f63.jpg	2017
409	8/142	Passo no pé e camisinha na mão (PE)	https://www.facebook.com/governos/photos/a.146385462104174/12161712517238124	2017
410	8/142	Não de Vacilo nesse carnaval (PE)	https://www.facebook.com/saudepb.gov/photos/a.159486417451494/623626987704099	2014
411	8/142	Você pode não ver, mas a AIDS adora um carnaval (PB)	https://www.facebook.com/Governo do Tocantins/photos/a.487665397948244/9711671323931399	2016
412	8/142	Carnaval do bem é você quem faz (TO)	https://www.instagram.com/p/BXFE5A3Ahz0/?shid=c1hwefk75eeif	2019
413	8/142	28 de Junho (SE)	https://www.bizozos.fi.gov.br/wp-content/uploads/2019/10/sifilis_alp9	2017
414	8/142	Proteja-se contra a sifilis	https://www.facebook.com/prefeituradesorocaba/photos/bc.AbpqqP_eYChq8mYmU3RKqGV_FXTS0315psalNlm-yvI8a_T_ZLASUsaiz27CPEaU0ZURk2JDvzrBQM_9DCZ_w1941Q	2014
415	8/142	Não deixe os bons momentos virarem pesadelo	http://www.amanhã.mg.gov.br/medialmages/2380/2380/5a7b6f2744e61e8981e075d67ea71394a6b66a2189e.png	2014
416	8/142	1º de dezembro Dia mundial de combate à Aids	http://www.facebook.com/brockindierusefiles/images/Dezembro%20Vermelho.jpg9	2017
417	8/142	Deixe a camisinha entrar na festa - 2018	https://1.bp.blogspot.com/-c0bNKND8l_cwX/HLmX00TYTIAAAAAAAAAAAFcWzKc_B5aqYWC4QImb6Aw6vTzhu_ZYMWQAc1cBGAsIs1600JMG-20190225-WA0041.jpg	2019
418	7/142	Campanha de Aids Carnaval 2019 - PARE, PENSE E USE CAMISINHA	https://www.youtube.com/watch?v=VvKFA5GPPt5I	2018
419	7/142	Brinque no carnaval, só não brinque com a saúde - 2019	https://www.facebook.com/weatch/?v=382691039180548&extid=smm33qdu7ZALU6	2019
420	7/142	Prevenir é respeitar a vida - 2018	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/cartaz_carnaval_46x64.pdf	2013
421	6/142	Carnaval 2013 - cartaz 2	https://www.aids.gov.br/medialmages/2380/2380/5a7b6f2744e61e8981e075d67ea71394a6b66a2189e.png	2013
422	6/142	Spot: Previnase neste carnaval e use camisinha	https://agenciabrazil.tbcc.com.br/radioagencia-nacional/nao-venha-culpar-audio/2017-02/spot-previnase-neste-carnaval-e-use-camisinha/	2017
423	6/142	Com saúde não se brinca. Use camisinha (PR)	https://www.facebook.com/governoparanaba/photos/a.3226594117050119805871192042036/	2019
424	6/142	Qual a diferença entre HIV e AIDS? (GO)	https://www.instagram.com/p/BUy8CPLzV/?shid=b9605e80a4hts	2017
425	6/142	Dia do Sexo (PB)	https://www.facebook.com/saudepb.gov/posts/1489407354459387	2017
426	5/142	Carnaval 2013 - jingle axé	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/jingle_vounao_fase1_45seg.mp3	2013
427	5/142	Carnaval 2013 - jingle axé	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/jingle_axe_2.mp3	2013
428	5/142	Jingle de Carnaval 2016 Aids, não dá pra adivinhar quem tem!	https://www.youtube.com/watch?v=rmvBFcKs5X0	2016
429	5/142	Sexo sem proteção? (GO)	https://www.instagram.com/p/BIGWcF5AlpJ/?shid=f01esp7ueZ0kv	2018
430	5/142	Visa-se com segurança (TO)	https://www.facebook.com/Governo do Tocantins/posts/159494327923948647	2018
431	5/142	Cutir é bom. Prevenir é ainda melhor!	https://carabras.ufersa.edu.br/wp-content/uploads/sites/16/2018/02/carnaval_pantleio2-e1517316791812.jpg	2018

432	5/ / 42	Usar proteção é amar a vida.	https://www.facebook.com/universidadepoliqun/photos/a.181645475189161/1630007060352988/	2017
433	5/ / 42	Use Camishina	https://www.facebook.com/ffpacampusbraves/photos/a.779195562179707/1931258450306740/?type=3	2019
434	4/ / 42	Campanha de Carnaval - filipeta PEP	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58626/09_filipeta_pep_15x21.pdf	2016
435	4/ / 42	Carnaval 2013 - imagem 2	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/206x252_02.jpg	2013
436	4/ / 42	Carnaval 2013 - Jingle Trevo	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/jingle_Trevo.mp3	2013
437	4/ / 42	A vida é mais forte que a aids (RR)	https://www.facebook.com/govorainal/photos/a.198134710302435/1120923584690205	2016
438	3/ / 42	Campanha de Carnaval - spot 30"	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2016/58626/carnaval_jingle_30_min_saude_aids_001.mp3	2016
439	3/ / 42	Carnaval 2013 - imagem 3	http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2013/52781/736x130.jpg	2013
440	3/ / 42	135mil brasileiros vivem com HIV (RN)	https://www.instagram.com/p/B53V7VJ9Hf7G9hId=Tuda79wh13ke5	2019