



XII Congresso da Sociedade Brasileira de DST
VIII Congresso Brasileiro de Aids
III Congresso Latino Americano IST/HIV/AIDS

22 a 25 de setembro de 2019
Local: Bourbon Cataratas Convention Resort
Foz do Iguaçu - PR - Brasil

“Esquentou, Deu Match”: campanha publicitária de incentivo ao uso da camisinha na cidade de São Paulo

PASSARO¹, Thiago; LOPES¹, Elisabeth; ABBATE¹, Maria Cristina ¹

Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo, Programa Municipal de DST/Aids de São Paulo

E-mail: dstaids@prefeitura.sp.gov.br

Eixo temático: Políticas Públicas e Sociedade

Resumo

A cidade de São Paulo registrou no ano retrasado 3.334 novas notificações de HIV, sendo 51% entre jovens de 15 e 29 anos, o que os torna uma das populações prioritárias para o enfrentamento do vírus. Porém, um dos principais desafios da gestão pública é promover uma comunicação que seja atrativa e eficaz justamente para esse público. Para isso, o Programa Municipal de DST/Aids (PM DST/Aids), da Secretaria Municipal da Saúde (SMS) de São Paulo, conta com diversas iniciativas, como parcerias com cursos de Publicidade e Propaganda. Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados parciais do *feedback* dos discentes da Universidade Metodista de São Paulo que realizaram a campanha “Esquentou, Deu Match”, de incentivo ao uso do preservativo, no primeiro semestre de 2018. Ao final do trabalho, os alunos recebem um questionário do PM DST/Aids *online*, anônimo e de preenchimento voluntário para opinarem sobre o trabalho. O questionário é composto por 15 perguntas abertas e fechadas, validadas por um infectologista e um pós-doutor em comunicação. Dos 12 alunos que realizaram a campanha, 10 responderam ao questionário, cujo perfil é de jovens entre 20 e 23 anos de idade, 40% homens e 60% mulheres e quase 100% de brancos autodeclarados, com apenas um negro. Quase todos (90%) já conheciam o tema e, depois de realizado o trabalho, compartilharam o assunto com outras pessoas, como os amigos (78%). Os alunos afirmaram que o conhecimento deles aumentou (100%) e que a campanha os ajudou a crescer profissionalmente e como cidadãos (90%). Esse tipo de trabalho mostra que as parcerias são fundamentais para o avanço do enfrentamento ao HIV/Aids. A união entre o órgão municipal e a Universidade permitiu que os alunos tivessem contado com um tema de interesse público, aprimorando os conhecimentos de prevenção e até compartilhando-os com pessoas ao redor.

Palavras-chave: Comunicação em Saúde; HIV; Promoção da Saúde; Preservativos; Propaganda