



## **Comunicação na Mudança de Comportamento para HIV/AIDS**

No geral, Comunicação nas mudanças de comportamentos pode ser definida como o processo para se entender a situação das pessoas, desenvolvendo mensagens para cada situação e usando informações e mídias para persuadir pessoas a mudar suas atitudes e comportamento que possam pô-las em risco.

Comunicações para mudanças comportamentais podem ainda ser descritas como ferramentas multi-níveis para promover e manter um comportamento de redução de risco nas pessoas e comunidades através de informativos de saúde por diversos meios de comunicação.

A ação de Comunicados nas mudanças comportamentais é feita através de canais práticos. É notada a mudança comportamental de indivíduos diretamente influenciada pelo meio em sua volta, seja por influências sociais, econômicas, religiosas ou culturais. Os canais de comunicação podem ser feitos como Marketing, comunicação para as massas, etc.

Antes de se alcançar uma considerável redução e vulnerabilidade do HIV/AIDS, é preciso que as pessoas entendam o caráter da epidemia, ou seja, elas devem ter contato com fatos sobre o HIV/AIDS, além de conhecimentos sobre proteção e acesso aos produtos e serviços apropriados. Acima de tudo, as pessoas devem ver o ambiente propício para tais mudanças comportamentais.

Como bem se sabe, o HIV/AIDS é fundamentalmente transmitido por contato sexual, e como isso é necessário que discussões sobre sexo e sexualidade se tornem normais nacionalmente e nas comunidades, assim como os riscos e os comportamentos de risco.

Outra coisa a ser destacada é o fato do HIV/AIDS fazer as pessoas confrontarem idéias culturais a fim de encontrar soluções para os efeitos. Contudo, Comunicações visando Mudanças comportamentais é uma ferramenta necessária no processo e pode propor medidas responsáveis e efetivas, e além disso podem também ter efeitos nos impactos sócio econômicos da epidemia.

## **O USO DE COMUNICAÇÕES PARA MUDANÇAS COMPORTAMENTAIS**

Um efetivo programa de Comunicações deve ser usado das seguintes maneiras:

Aumento de conhecimento: Níveis de conhecimentos podem ser aumentados ao se ter contato com relatos de fatos, além de uso visual ou outras mídias que possam relacionar

o interlocutor aos fatos. Uma comunicação eficiente deve motivar o interlocutor a mudanças comportamentais.

Estímulo ao diálogo nas comunidades: Uma comunicação eficiente, também deve estimular o debate tanto nas comunidades quanto a nível nacional sobre os fatores envolvendo as discussões acerca da epidemia. As comunicações devem ainda ajudar a criar uma demanda por informações e serviços, assim como levar às primeiras ações de diminuição de riscos.

Promoção e aumento da assistência: Uma comunicação eficiente também pode agir no sentido de garantir que formuladores de políticas públicas e formadores de opiniões a planejem ações contra a epidemia, de maneira assistencialista. Essa assistência normalmente ocorre do nível nacional para o local.

Redução da discriminação: Programas de mudanças de comportamento através da comunicação sobre a AIDS também devem enfatizar a diminuição da discriminação além de abrir espaço para conseqüências sociais à discriminação.

Promoção de serviços de promoção e ajuda: Programas desse tipo devem também promover serviços objetivando órfãos e crianças vulneráveis, assim como a promoção de testes voluntários para o HIV, prevenção da transmissão materna, ajudar quem já convive com a doença e ajudas sociais e economias.

### PARA SE APRENDER

Metas e objetivos específicos devem ser apontados como objetivados pelas Comunicações para Mudança de Comportamento uma vez que estas são uma parte do programa de prevenção à AIDS/HIV. Esses programas devem ser focados na mudança individual de comportamento.

O Público alvo e a comunidade envolvida devem ter a oportunidade de participar em cada fase do desenvolvimento do programa.

Campanhas que evoquem medo não devem ser utilizadas, pois não funcionam. Monitoramentos e avaliações devem constar no programa desde seu início.

### EXEMPLOS

- Promoção da educação pela mídia de massa, aconselhamentos e aproximação.
- Organizar programas de disseminação dos métodos preventivos nas barbearias e cabeleireiros para seus clientes.
- Organizar programas destinados a motoristas comerciais. Alguns podem ser relacionados como educadores para disseminar as praticas preventivas, como o uso de camisinhas.