

ABIA

boletim

JULHO/SETEMBRO 1995 — Nº 29



PARA
TODOS
EM
TODOS
OS
LUGARES



Faça chuva, faça sol, em dia de lua, em dia de futebol, lá está ela, pronta para emergências, pronta para novas experiências. No funk, no tanque, na tela, na passarela, no mato, no quarto, no bolso, no porto, na rua, na sua, na minha, na nossa, ela, quem diria, é a nova favorita do Brasil.

Apesar de ainda estar longe do nível de conscientização desejado e de ter uma taxa média de uso inferior à de locais como Bangladesh e Zâmbia, o Brasil quer mais camisinha. Prova disto são os dados sobre a demanda crescente de preservativos que a coordenadora do Projeto AIDS-CAP/Brasil, Maria Eugênia Lemos Fernandes, apresenta em entrevista cedida ao Boletim ABIA, e o artigo do jornalista Jacinto Corrêa sobre as novas estratégias de marketing, com preservativos sendo vendidos em bancas de jornal, videolocadoras, floriculturas etc.

E o que pensar sobre a camisinha feminina? Nos Estados Unidos e Europa as opiniões se dividem, enquanto no Brasil os estudos começam a ser feitos em setembro — a pesquisadora Suzana Kalckmann nos conta maiores detalhes sobre o assunto. Outro artigo interessante sobre o universo feminino é Entre Quatro Paredes, o novo vídeo da ABIA/TV ZERO. Com direção de João Alegria, o trabalho registra o uso e o não uso da camisinha, o cotidiano, as expectativas, as igualdades e diferenças sexuais das mulheres entrevistadas.

Encerrando este Boletim quase inteiramente dedicado à camisinha, Carolina Barros e Fernando Gonçalves, do Projeto PAPOS, contam as últimas novidades sobre o trabalho desenvolvido com adolescentes, e Alma Aldana, do CONASIDA/México, comenta as diversas possibilidades no uso do lubrificante, magia ainda pouco explorada.

Dar água a quem tem sede. Dar de comer a quem tem fome. Por que não dar camisinha a quem quer prazer? Preservativos para todos e em todos os lugares! De nossa parte — e graças ao pessoal do Projeto AIDSCAP/Brasil e à cortesia da DKT do Brasil — uma pequena mas eficiente contribuição.

Foto: WEEGEE/Revista Oradária



Keith Haring



acontecendo

BOLETIM ABIA: DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

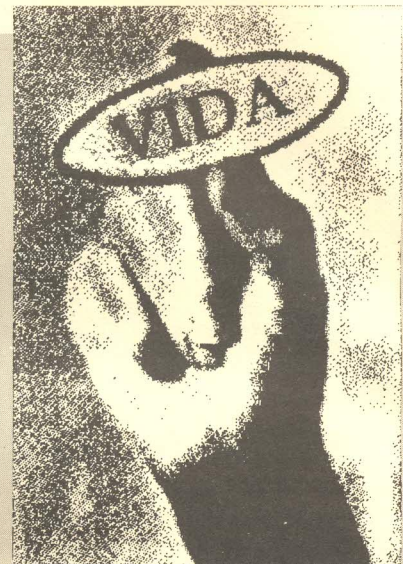
Gostaríamos de reiterar que o Boletim ABIA é distribuído gratuitamente, não podendo ser vendido ou comercializado. Além disso, a ABIA não possui pessoas autorizadas a angariar fundos ou donativos para a realização de suas atividades ou daquelas que esteja apoiando.

V ENCONTRO NACIONAL DE PESSOAS VIVENDO COM HIV E AIDS

As principais discussões sócio-políticas e éticas a respeito da epidemia de HIV/AIDS, as atuais contribuições da medicina, o desenvolvimento do protocolo de vacinas e de outros medicamentos são alguns dos temas a serem abordados pelo V Encontro Nacional de Pessoas Vivendo com HIV e AIDS, que acontecerá de 7 a 9 de setembro próximo, no campus da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), na Urca. O evento é uma parceria entre a ABIA e os Grupos Pela VIDDA do Rio e Niterói.

A falta de acesso às pesquisas globais será outro tema enfocado. Assim, a realização do V Encontro marcará uma rara oportunidade para uma parcela significativa de pessoas e instituições ligadas ao assunto que não consegue obter informações sobre a atualidade dos estudos em relação à epidemia de HIV/AIDS.

Outro objetivo do V Encontro é o intercâmbio de experiências entre os diferentes segmentos que trabalham com a AIDS no Brasil. Êxitos, fracassos e lições aprendidas serão relatadas nos diversos painéis, oficinas e mesas-redondas, vi-



sando aperfeiçoar as práticas políticas no enfrentamento da epidemia.

Aguardado com grande expectativa por todos aqueles ligados ao universo da AIDS, o V Encontro contará com o apoio da Fundação Ford, ICCO, Misereor, Ministério da Saúde, Secretaria Estadual de Saúde do Rio de Janeiro, Fundação Municipal de Saúde de Niterói e UFRJ.

Grupo Pela Vidde/RJ



ADELMO TURRA

É com tristeza que comunicamos o falecimento do companheiro Adelmo Turra, presidente do GAPA-RS entre 1993 e 1995, em virtude de complicações oriundas da AIDS. Membro do Comitê Nacional de Vacinas e representante de ONGs na Comissão Nacional de AIDS, Adelmo foi um incansável ativista na luta por melhores condições de saúde e pela garantia dos direitos das pessoas vivendo com HIV/AIDS.

A ABIA ESTÁ NA INTERNET E NA TVE

Internet

A ABIA acaba de ingressar na Internet. Com isso, a partir de agora os usuários da rede poderão ter acesso imediato a variados dados e informações sobre questões ligadas à epidemia de HIV/AIDS.

Na Internet, a ABIA, além de tornar-se vizinha de importantes entidades, poderá levar, em instantes, diversas notícias sobre a epidemia a variados públicos e locais do mundo.

A princípio, estão à disposição dos interessados os seguintes campos:

- * Base de dados epidemiológicos
- * Informe ABIA, com seus artigos mais recentes.

Para acessar a ABIA na Internet, o código é:

<http://www.ibase.org.br:80/~abia>

TVE

Desde o último dia 27 de julho a ABIA está no programa *É de manhã*, na TVE do Rio de Janeiro, que vai ao ar diariamente das 8h30 às 9h30. A participação da ABIA será de 15 em 15 dias, sempre às quintas-feiras, abordando diversos assuntos ligados ao universo da epidemia de HIV/AIDS.

Na estréia, a coordenadora geral da ABIA, Jane Galvão, traçou um panorama geral da instituição, respondendo também a diversas questões relativas à situação da epidemia hoje no Brasil.



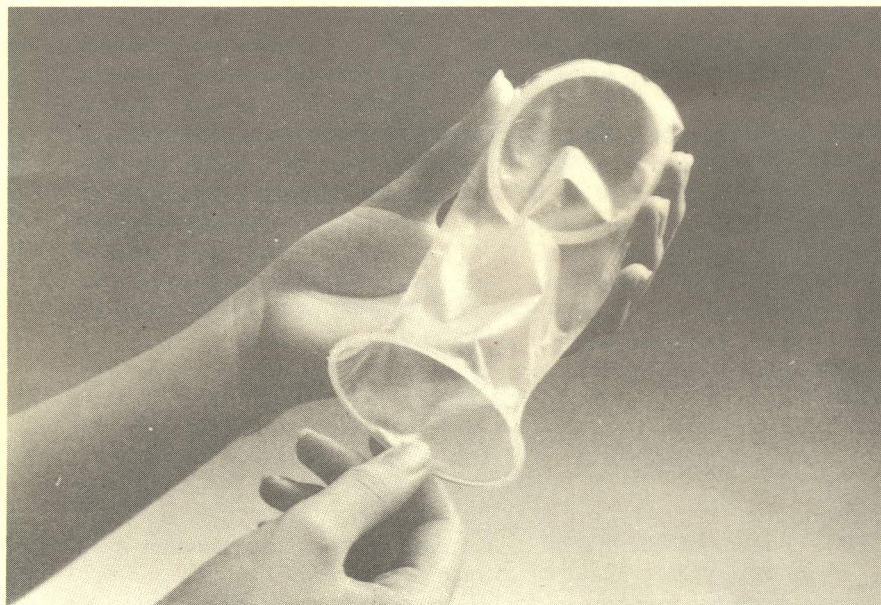
A HORA E A VEZ DA CAMISINHA FEMININA

SUZANA KALCKMANN
Pesquisadora do Núcleo de Investigação em Saúde da Mulher, do Instituto de Saúde

A crescente preocupação com a resistência masculina ao uso da camisinha tem estimulado o estudo de outros métodos de barreira que possam ser “controlados pelas mulheres” e que sejam uma alternativa viável. Um deles é o preservativo para mulheres. Fabricada com poliuretano não-poroso — um tipo de plástico bem fino —, a versão feminina da camisinha, entre outros atributos, demonstra possuir maior resistência que o látex lubrificado.

As impressões iniciais — como não poderia deixar de ser em se tratando de inovação — são variadas. A maior queixa é em relação ao barulho que a camisinha feminina faz durante a penetração. Além disto, seu manuseio, que como o diafragma requer o contato direto da mulher com sua genitália, remete a questões mais profundas, como a dificuldade de algumas mulheres em relação ao contato imediato com sua própria sexualidade. Já muitos homens aplaudem: garantem que a camisinha feminina não isola tanto o calor da vagina e que não aperta tanto quanto o preservativo masculino.

Por ser novidade, o formato vem causando bastante curiosidade tanto em homens como em mulheres. Sua forma lembra um pequeno saco, com dois anéis, um em cada extremidade. O anel da extremidade fechada garante o ajuste dentro da vagina durante a penetração; o outro, localizado na extremidade aberta, mantém-se do lado de fora, junto à entrada da vagina, e recobre toda a superfície vaginal, além do colo uterino, impedindo o



Dossiê Panos/A Tripla Ameaça/ABIA

contato dos fluidos sexuais masculinos e femininos.

Sua colocação é semelhante à do diafragma: a mulher pressiona o anel da extremidade fechada e o introduz o mais profundamente possível, de forma a recobrir todo o colo do útero.

O efeito da camisinha para mulheres sobre a transmissão de DSTs ainda não está totalmente documentado. No entanto, já foi verificado em laboratórios que este tipo de camisinha é impermeável a agentes patogênicos, incluindo o HIV.

Na Europa, é comercializada como Femidon, e nos Estados Unidos como Reality. No Brasil, a camisinha feminina ainda não está à disposição no mercado.

PRIMEIROS ESTUDOS NO BRASIL

A partir de setembro terá início o primeiro estudo sobre a aceitabilidade e impressões de uso do preservativo feminino por casais brasileiros. A in-

vestigação será desenvolvida numa parceria entre a Family Health International/Projeto AIDSCAP, o MCCS - Mulher, Criança, Cidadania e Saúde e o Núcleo de Investigação em Saúde da Mulher e da Criança do Instituto de Saúde.

As interessadas em participar do estudo devem ter de 18 a 35 anos, morar em São Paulo e ser sexualmente ativas. Além disto, não devem desejar engravidar nos próximos seis meses, precisando também estarem dispostas a participar de atividades educativas. Os preservativos femininos serão fornecidos gratuitamente aos casais participantes. ■

Quem quiser obter maiores informações, contatar o Núcleo de Investigação em Saúde da Mulher — Instituto de Saúde, Rua Santo Antônio, 590, 2ª andar, São Paulo-SP 01314-000, Tel.: (011)605-9048. Os estudos serão coordenados pela própria Suzana Kalckmann.



DISTRIBUIÇÃO DE CAMISINHAS UMA QUESTÃO NACIONAL

JACINTO CORRÊA
Jornalista

- Segundo dados do instituto de pesquisa A.C. Nielsen, o mercado de preservativos no Brasil cresceu cerca de 23% em 1994: 64 milhões de unidades contra os 52 milhões de 1993. Sem considerar a distribuição feita pelo setor público, o contrabando e levando em conta que este tipo de pesquisa não cobre a totalidade do mercado, o consumo efetivo aproximado no ano passado girou em torno de 100 milhões de unidades.
- O mercado brasileiro tem um potencial de consumo de até 300 milhões de unidades de preservativos/ano, mas a capacidade máxima de produção nacional não supera a marca de 120/150 milhões/ano. Em São Paulo, cerca de 1,2 milhão de pedidos não foram atendidos; no Rio e no Paraná, aproximadamente 1 milhão em cada estado.
- A embalagem de cartão, com três camisinhas, teve seu preço duplicado entre 1994 e 1995.
- O Brasil possui uma das menores médias de consumo per capita de preservativos no mundo e um dos mais altos preços unitários.
- Com um PIB per capita e uma população menores, Bangladesh hoje consome mais que o dobro de preservativos que o Brasil, operando com um preço unitário bem inferior.

Por um lado, alguns desses dados assustam, é verdade. Mas por outro, prometem: diante de um mercado que, apesar de tímido, é comprovadamente promissor, algumas empresas ligadas à venda/distribuição de preservativos

vêm procurando inovar para conquistar novos espaços e usuários através de projetos bastante particulares.

Em São Paulo, a Johnson & Johnson (Jontex), em conjunto com a Distribuidora Nacional de Publicações do Grupo Abril (DINAP), há cerca de seis meses vêm realizando a venda de camisinhas nas principais bancas de jornal da Grande São Paulo. No Rio, apenas agora começam a ser dados os passos iniciais neste sentido, apesar de alguns jornalheiros, sabendo da novidade em São Paulo, terem gostado da idéia e, por conta própria, também passaram a oferecer preservativos.

Já a DKT do Brasil, importadora voltada a projetos de marketing social, inicialmente vem procurando cobrir as bancas de periferia paulistas, mas já começa também a direcionar seus esforços e atenções para cidades como Rio de Janeiro e Santos.

“Nosso objetivo é colocar camisinhas em pontos de venda onde a rede comercial tradicional não esteja presente, o que já começou a ser feito”, anuncia Márcio Clemente, gerente de produto da DKT. Em breve, os usuários paulistas e cariocas não precisarão mais anotar na agenda para lembrar de passar na farmácia ou supermercado para comprar camisinhas: a idéia é distribuí-las em motéis, saunas, floriculturas, videolocadoras, bancas de jornal, lojas de conveniência de postos de gasolina, lanchonetes de fábricas, enfim, numa vasta gama de locais de grande circulação.

MARKETING SOCIAL DA CAMISINHA

Como na maioria das estratégias calcadas no marketing social, a da camisinha envolve aspectos variados.

Ana Juan/Revista Les Aventures du Latex



Em termos de vendas, o objetivo é conseguir oferecer um preço acessível do preservativo à população. Para isto, uma das medidas pleiteadas pelas empresas ligadas ao marketing social é a redução de impostos como o IPI (Imposto sobre Produto Industrializado) e os ligados à importação.

Além de propiciar a venda sob preços mais acessíveis e de colocar o produto em bancas e mares nunca dantes navegados, o marketing social da camisinha tem outras metas muito bem estabelecidas para alcançar o sucesso: conquistar o maior número possível de usuários no menor tempo possível, aumentar o uso do preservativo e aliar venda à educação, através de campanhas publicitárias informativas.

Esta é uma tendência mundial, sendo geralmente pilotada por organizações sem fins lucrativos especializadas neste tipo de implantação. Além do tema AIDS, os projetos geralmente se concentram nas áreas de planejamento familiar e de controle de doenças sexualmente transmissíveis (DSTs). Coligadas, a DKT International e a Popula-

tion Services International, por exemplo, operacionalizam mais de 30 projetos em países da Ásia, África, América Latina, Caribe e na Rússia, já tendo atingido a cifra de 400 milhões de preservativos em 1994.

Bairrismos à parte, usuários e profissionais ligados à prevenção de DSTs/AIDS em todo o Brasil desejam que projetos como esses criem asas e cubram o país de norte a sul, de leste a oeste. Afinal, é direito de todos — entre uma folheada e outra numa banca de jornal, entre o envio de flores e cartões, entre uma parada e outra para abastecer o carro — poder lembrar de levar camisinha para casa. Este não pode ser um privilégio de paulistas e cariocas: o acesso à camisinha é uma questão nacional. ■



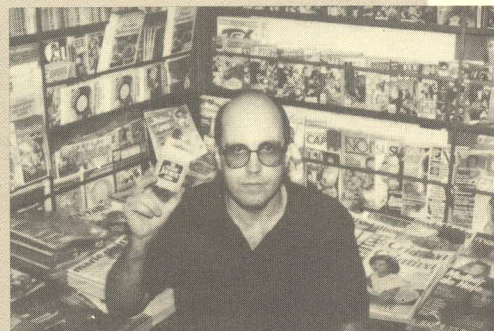
UNINDO O ÚTIL AO AGRADÁVEL

José Alexandre Crespo é um desses jornaleiros que, por conta própria, passou a vender preservativos na banca de jornal em que trabalha há quatro anos, na Rua Cesário Alvim, Humaitá, Zona Sul do Rio de Janeiro. "Ouvi comentários que em São Paulo estavam vendendo camisinhas nas bancas e liguei para a DINAP para confirmar".

Sua estratégia de marketing estava muito bem definida: "Eu queria ter um produto diferente na banca, um atrativo extra para os meus fregueses. Além disso, seria uma maneira de ajudar a prevenir a AIDS".

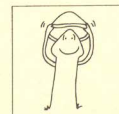
Ponto para José Alexandre: em tempos de qualidade total, servir da melhor maneira possível ao cliente é o principal caminho para o sucesso.

Segundo o jornaleiro doublê de marqueteiro, a receptividade foi muito boa. O que atrapalhou a manutenção do negócio foi a proximidade da farmácia, onde ele comprava a caixa com três camisinhas por R\$2,00 e revendia a R\$2,50. Outro motivo que o fez desistir, temporariamente, foi o tempo que perdia em ter que repor o estoque.



Quando soube que em breve não só as bancas de jornal, como também floriculturas, videolocadoras, postos de gasolina, lanchonetes etc. funcionarão como pontos de vendas de camisinhas, José Alexandre voltou a se animar: "Será ótimo em todos os sentidos. Primeiro, porque vai aumentar o uso do preservativo, e com isto prevenir muitas doenças, como a AIDS. E segundo, porque facilitará o trabalho de quem deseja vender, como eu."

Pelo pioneirismo, conscientização e visão de mercado, José Alexandre bem que merecia ser o primeiro a exhibir oficialmente a novidade em sua banca.



ABIA

trocando idéias com

MARIA EUGÊNIA LEMOS FERNANDES

POR VERIANO TERTO JR.
Coordenador da Área de Projetos da ABIA



Especialista na questão da epidemia de HIV/AIDS, com diversos trabalhos publicados sobre o tema, a médica e coordenadora do Projeto AIDSCAP/Brasil- Family Health International traça um panorama geral da atual situação dos preservativos no Brasil, comentando a respeito de normas de qualidade, distribuição, importação e contrabando, além de apresentar dados comparativos sobre o uso de camisinhas no mundo e estimativas quanto ao número necessário de preservativos para cobrir os trabalhos de prevenção em estados como Rio e São Paulo.

O Brasil segue as recomendações internacionais sobre compra, armazenamento e testagem de preservativos?

O Brasil segue o regulamento RTQ-9, estipulado pelo Ministério da Saúde e publicado no Diário Oficial. O RTQ-9 regulamenta o mercado de preservativo masculino de borracha, seguindo uma série de requisitos técnicos estabelecidos de testagem, que incluem comprimento, largura, permeabilidades/furos, capacidade volumétrica, envelhecimento/armazenamento, pressão de estouro e resistência à tração.

Além destes requisitos, existem padrões descritos na embalagem de cada unidade (e em cada caixa) de preservativo, informando

quem é o fabricante, o técnico responsável, datas de fabricação e validade, o selo de garantia do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) etc. Os critérios ou métodos dos ensaios da RTQ-9 são semelhantes ou até os mesmos da norma ISO 4074, uma referência mundial.

O que é especificamente a norma ISO 4074?

É uma série de medidas criadas que visa garantir a qualidade do preservativo. A ISO 4074 foi definida pelo International Standards Office — instituição voltada para a certificação da qualidade de produtos — através de consulta de dados/especificações com diversos fabricantes

de preservativos no mundo. Obter o selo ISO 4074 é sinônimo de que o preservativo é confiável.

As exigências quanto aos testes são as mesmas para camisinhas nacionais e importadas?

No caso do produto nacional, a checagem amostral acontece duas vezes ao ano. Para as importadas, além dos testes realizados na fábrica de origem e em laboratórios internacionais reconhecidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS), ao chegar ao Brasil são coletadas amostras de cada lote para teste em laboratório credenciado pelo INMETRO, órgão responsável pela fiscalização de todos os preservativos, nacionais ou importados.

Até que ponto as exigências burocráticas para a importação de camisinhas atrapalham o trabalho de prevenção às DSTs/AIDS e favorecem o contrabando?

As “exigências burocráticas” para a importação, como você chamou, tornam o processo de distribuição/suprimento do mercado muito lento. Após o desembarque, é necessário aguardar a coleta das amostras pelos fiscais do INMETRO. Depois, aguardar pelo resultado dos testes. Por último, aguardar a emissão do Certificado de Conformidade emitido pelo Instituto. Uma saída para agilizar o processo seria, por exemplo, cadastrar os laboratórios internacionais para a realização dos testes no exterior, evitando o embarque de produtos que eventualmente possam ser rejeitados. É sempre bom lembrar que quando o preservativo chega ao Brasil já vem com a Certificação Internacional reconhecida pela maioria dos países e, o que é mais importante, pela própria OMS.

A “burocracia” acaba colaborando com o mercado de contrabando por dois motivos básicos. Primeiro, pela pouca agilidade que as importadoras conseguem ter para abastecer o mercado em virtude da morosidade do processo de testes e certificação. Segundo, pela falta de capacidade produtiva da indústria nacional para atender plenamente a demanda. Acredito que a não abertura do mercado no sentido de haver menos exigências, a não existência de livre concorrência e a proteção dos fabricantes nacionais sejam fatores que comprometem o trabalho de prevenção das DSTs/AIDS no país — afinal, não há no mercado preservativos em quantidade suficiente e a pre-

ço acessível para a população carente.

O látex brasileiro atende às exigências de qualidade internacional?

Não. O látex utilizado pela indústria nacional para a fabricação de preservativos é importado da Malásia, o maior produtor mundial. A matéria-prima produzida no Brasil não atende aos requisitos mínimos de qualidade para a produção de preservativos.

O desafio é ATENDER À DEMANDA CRESCENTE SEM UM SISTEMA DE PRODUÇÃO E IMPORTAÇÃO CONDIZENTE

Há dados comparativos entre o uso da camisinha no Brasil e em outros países?

Sobre as taxas de uso de preservativos no mundo, os dados surpreendem. Locais como Bangladesh (PIB de US\$220,00) e Zâmbia (PIB de US\$370,00) apresentam médias de uso de preservativos (1,8 e 0,9 milhões/ano, respectivamente) superiores à do Brasil (PIB, de US\$2.770,00; uso de 0,7 milhões/ano). Outro ponto que também leva à imediata reflexão é a comparação entre Japão e Estados Unidos: com PIBs relativamente parecidos (US\$28.190,00 e US\$23.240,00, respectivamente),

os japoneses apresentam uma média de uso três vezes maior que a dos norte-americanos (7,0 per capita/ano contra 2,4).

Existe algum estudo do número necessário de preservativos para cobrir os trabalhos desenvolvidos no Brasil de prevenção às DSTs/AIDS?

O Projeto AIDSCAP, com consultoria da John Snow Incorporation/USAID, realizou projeções/estimativas sobre as necessidades de consumo de preservativos no Estado do Rio de Janeiro e no Estado de São Paulo para atender a segmentos ligados a atividades de prevenção: ONGs/AIDS, população militar, população carcerária, unidades municipais de saúde, universidades e usuários de drogas.

Para atender apenas a demanda destes segmentos no Estado do Rio em 1995, seriam necessários cerca de 25 milhões de preservativos, enquanto no Estado de São Paulo este número está estimado em aproximadamente 98 milhões. As estimativas para os próximos anos continuam crescentes: em 1996, 33 milhões para o Rio e 135 milhões para São Paulo; para 1997, 47 milhões para o Rio e 193 milhões para São Paulo.

O grande desafio está exatamente em conseguir resolver a perigosa contradição de ter que atender a uma demanda crescente sem ter um sistema de produção e de importação condizente. ■

Obs.: Os dados relativos à questão da importação contaram com a colaboração de Carlos Ferreros e Márcio Clemente, da DKT do Brasil.



ENTRE PAPOS E INFORMAÇÕES, CAMISINHAS GRÁTIS PARA ADOLESCENTES

CAROLINA BARROS

coordenadora do Projeto PAPOS/UERJ

FERNANDO GONÇALVES

coordenador de Materiais Educativos e Divulgação do Projeto PAPOS

A discussão sobre sexualidade sempre fez parte do atendimento integral à saúde do adolescente na Unidade Clínica de Adolescentes (UCA), setor especializado do Hospital Universitário Pedro Ernesto, da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Entretanto, a partir da realização de atividades educativas em escolas da rede pública, bem como em outras instituições que trabalham com adolescentes, reconheceu-se a necessidade de um maior investimento nas ações e discussões sobre o tema em virtude da grande demanda apresentada por adolescentes, pais, professores e outros profissionais.

Assim, em 1993, oficializou-se o **Programa de Sexualidade**, que passou a sistematizar as ações educativas na UCA e em diversas instituições da comunidade. O programa desenvolve novas metodologias de trabalho e propicia fóruns de discussão para repensar o conceito de sexualidade, além de realizar pesquisas e oferecer treinamento a alunos e profissionais para serem multiplicadores de ações preventivas relativas a gravidez, DST/AIDS, entre outros aspectos.

O programa é formado pelo Núcleo de Orientação em Sexualidade (NOS), que funciona no Ambulatório Avançado do Morro do Pau da Bandeira, em Vila Isabel (RJ), pelo Projeto AIDS e a Escola, realizado com a

Folheto au fil de la vie/Arcat-sida



Secretaria Estadual de Saúde (SES), a Fiocruz, a Faculdade de Enfermagem da UERJ, e mais recentemente pelo Projeto PAPOS, que trabalha com prevenção à AIDS junto a jovens de baixa renda de Vila Isabel e meninos de rua.

Em 1994, o Programa de Sexualidade implantou, com apoio da Divisão de DST/AIDS da SES, o **Serviço de Distribuição de Preservativos** na UCA. O Serviço é direcionado a ado-

lescentes de ambos os sexos, entre 12 e 21 anos, que para participar precisam apenas fazer um cadastro e realizar uma entrevista, na qual avalia-se a quantidade de preservativos a ser fornecida periodicamente e o grau de informação sobre DST/AIDS.

Para facilitar o contato com os adolescentes e evitar constrangimentos, as entrevistas são feitas por jovens alunos da UERJ, que recebem treinamento e supervisão de membros da equipe. Através dos entrevistadores, os adolescentes recebem orientações sobre prevenção de DST/AIDS e o uso correto do preservativo, sendo acompanhados mensalmente. Nessas oportunidades, avalia-se o grau de adesão ao uso da camisinha e se verifica se o jovem está utilizando-a corretamente. O Serviço também presta orientação quando os adolescentes manifestam dúvidas sobre assuntos não ligados direta-

te aos preservativos, como aborto e gravidez. Nestes casos, os entrevistadores os encaminham ao seu supervisor ou a outro profissional da equipe multidisciplinar da UCA.

Atualmente o Serviço conta com 116 adolescentes cadastrados, número ainda bastante longe do desejado. Uma das maiores dificuldades encontradas para divulgar o Serviço está na principal área de atuação do programa: as escolas. Muitos professores

colocam empecilhos para a distribuição e a simples divulgação do Serviço, temendo uma repercussão negativa e por acharem que estão estimulando a prática sexual entre os jovens.

Normalmente, tem-se a idéia de que o adolescente "vive transando". No entanto, pesquisas feitas a partir das entrevistas com os usuários do Serviço demonstraram que a média de relações sexuais entre eles é mais baixa do que se imaginava. A expectativa quanto ao número de camisinhas necessárias para um mês é muitas vezes superestimada por eles próprios: nos encontros subseqüentes, percebeu-se que nem sempre todos os preservativos pedidos haviam sido usados.

PROJETO PAPOS

Segundo as estatísticas da Secretaria Estadual de Saúde, até março de

1994 o Estado do Rio de Janeiro apresentava 8.357 casos de AIDS, dos quais 185 (2,2%) foram diagnosticados em jovens entre 10 e 19 anos. Diante disto, a UCA, que já vinha trabalhando com as questões de sexualidade, iniciou em setembro do ano passado o **Projeto PAPOS (Prevenção à AIDS, Promoção e Orientação em Saúde e Sexualidade)**, realizado em parceria com a Childhope e com patrocínio da Family Health International/AIDSCAP.

As atividades do PAPOS são voltadas principalmente para jovens de baixa renda de Vila Isabel e jovens de rua. Sua intervenção se realiza através de seminários e oficinas para professores, promotores comunitários e educadores de rua; atividades educativas com os jovens; formação de jovens promotores para atuarem nas escolas; produção de materiais educativos e pesquisas quantitativa e qualitativa.

Uma das atividades prioritárias do projeto, ligada ao Serviço de Distribuição de Preservativos, é o Estudo sobre Tamanho de Condons, pesquisa que procura avaliar a necessidade de camisinhas com um tamanho menor para adolescentes. O protocolo da pesquisa foi desenvolvido a partir de demandas concretas de adolescentes atendidos pela equipe da UCA e de relatos de outros profissionais que lidam com adolescentes mais jovens, que alegavam não poderem usar camisinha por serem grandes demais.

A pesquisa será realizada em colaboração com a Divisão de DST/AIDS da Secretaria Estadual de Saúde e do Global Orphan Project, com duração de um ano. O estudo terá início ainda no segundo semestre de 1995, junto aos usuários do Serviço de Distribuição de Preservativos, que fica na Av. Vinte e Oito de Setembro, 109, Fundos, Pavilhão Floriano Stoffel, Vila Isabel, Rio de Janeiro. ■



O QUE ELES REALMENTE PENSAM

De 1993 a 1995, o **Projeto Viva a Vida**, realizado pela ABIA com as secretarias de educação dos municípios de Friburgo (RJ), Palmas (TO), Florianópolis (SC) e Itabira (BH), desenvolveu pesquisa ao longo do projeto para avaliar as informações da comunidade escolar em relação à epidemia de HIV/AIDS. Foram entrevistados 602 alunos, cuja maioria (80,7%) cursava da 5ª a 8ª série; 14,9%, o 2º grau; e 4,3%, a 3ª e 4ª séries. A seguir apresentamos alguns dos resultados:

Percepção de risco — A maioria dos entrevistados demonstrou conhecimento em relação às situações de muito risco de infecção, apontando a relação sexual (79,9%) e a transfusão (recepção) de sangue (75,2%) como fatores determinantes. No entanto, algumas questões como contaminação através de sentar em vaso sanitário, beijar na boca ou ser

picado por mosquito ainda apresentaram altos índices de dúvida.

Preconceito — "Os adjetivos utilizados para caracterizar as relações homossexuais demonstram o forte preconceito, mas servem também para orientar as ações pedagógicas", analisa Simone Monteiro, coordenadora do projeto e da pesquisa. Os alunos qualificaram os homossexuais como corajosos (45,8%), infelizes (37,5%), doentes (35,1%), loucos (35,1%), sozinhos (31,4%), pecadores (29,6%), sem pudor (26,7%), sujeitos (25,1%), deficientes mentais (20,1%), criminosos (18,1%), promíscuos (15,4%), entre outras.

Transmissão e prevenção — Com relação à questão "O que você pensa sobre o preservativo?", 89,4% citaram que evita a AIDS, 84,3% que evita doenças sexualmente transmissíveis, 73,7% que evita gravidez; 47,2% que evita qualquer doença,

43,2% afirmaram ser difícil de usar e 11% que é incômodo.

Fonte de informação — A televisão foi a fonte de informação sobre AIDS mais citada (73,1%), enquanto professores foram mencionados por 39%, pais e familiares por 35,2%, jornais e revistas por 33,4%. "Esses números vêm reforçar o compromisso dos meios de comunicação na divulgação de dados sobre a epidemia e a necessidade de um maior envolvimento dos pais e da escola na discussão da AIDS", alerta a coordenadora da pesquisa.

Para Simone, "o conhecimento dos alunos sobre as formas de transmissão e prevenção, por exemplo, se mostrou satisfatório. O grande desafio é transformar este saber em práticas preventivas e solidárias. Isto nos leva a concluir que o conhecimento não é suficiente para mudar comportamentos."

A MAGIA DO LUBRIFICANTE

ALMA ALDANA

*Terapeuta sexual, membro do Consejo Nacional de
Prevención y Control del SIDA (CONASIDA), do México*

Em tempos de AIDS, para algumas pessoas a prática da sexualidade tem sido sinônimo de interrupção. Para outras, as limitações e incômodos significam a possibilidade de dar asas à imaginação, encontrando novas formas — ligadas à genitália ou não — sem riscos e, muitas vezes, até mais prazerosas, onde o descobrimento do próprio corpo e o do(a) parceiro(a) é vital.

Em tempos de preservativo, onde é fundamental romper a rotina e alimentar a magia para o encontro desse novo prazer, cabe perguntar: Por que não se utiliza o preservativo? O que será que acontece? A que se deve esta rejeição por parte de algumas pessoas?

Não existem respostas concretas. Talvez a subjetividade e o estabelecimento de uma relação estável façam com que alguns(mas), em determinadas ocasiões, não o utilizem. As razões estatisticamente mais discutidas são: a perda de sensibilidade e da naturalidade, o incômodo, o sentimento de que “comigo não vai acontecer nada de mal”, as questões de fidelidade (“somos fiéis e nenhum de nós tem AIDS”), de prova de amor (“quando senti que era um relacionamento sério, depois de um tempo deixei de usar”) e de confiança (“com meu parceiro não há risco, temos uma relação estável. Com outras pessoas, dependendo da situação, eu utilizo ou não”).

Esta falta de conscientização e de atitude prática preocupam a todas as pessoas envolvidas nas questões ligadas à saúde e ao bem-estar. Na verdade, todos(as) nós deveríamos nos sentir bem em dizer “sou uma das pessoas que pára a cadeia de trans-

missão: utilizo os métodos de barreira e por isto não haverá nenhuma possibilidade de meus(minhas) parceiros(as) sexuais adquirirem o HIV através de mim. Ao contrário, evitarei toda situação de risco, e farei da sexualidade uma coisa muito prazerosa para ambos(as)”. Este é um texto ideal, que todas as pessoas que lidam ou se interessam pela questão da prevenção da epidemia de HIV/AIDS gostariam de ouvir.

O LUBRIFICANTE PODE ESTAR PRESENTE EM MUITAS FORMAS DE PRAZER

De qualquer modo, é necessário incentivar a criatividade de uma maneira geral, estimulando o uso da camisinha e apresentando todas as alternativas que possam tornar esta prática um ato de sedução e prazer, e não de incômodo ou aflição. Uma destas alternativas é o lubrificante à base de água, que ajuda a enriquecer as sensações e a tornar as relações sexuais mais prazerosas e sem riscos.

Juntar umas gotas de lubrificante solúvel em água dentro do preservativo, colocando-as só na ponta, de modo que a glândula do pênis fique coberta com o lubrificante, dá ao homem a sensação de que não está com

camisinha, aumentando a sua sensibilidade sexual.

Seu(sua) parceiro(a) também terá esta mesma sensação se na hora da penetração, vaginal ou anal, o lubrificante for passado no lado externo da camisinha, o que, inclusive, facilita a penetração.

É sempre bom lembrar que o jogo sexual prévio, as carícias no(a) parceiro(a) ou em si, tornam a relação sexual mais excitante. Para saber utilizar bem o preservativo com lubrificante, é importante usá-lo antes consigo mesmo: com a masturbação ou a auto-estimulação, por exemplo, pode-se adquirir habilidade e rapidez na colocação da camisinha e testar a melhor maneira de utilizar o lubrificante, colocando não somente no preservativo mas também na vagina, clitóris, ânus, como em outras partes do corpo.

O lubrificante pode estar presente em todas as formas de prazer. Na relação boca-ânus, por exemplo, coloca-se o lubrificante no ânus do(a) parceiro(a) e depois o preservativo, cortado pela metade, ou um quadrado de PVA/"rolo pack" — material plástico feito para embrulhar alimentos — que adere ao ânus do(a) parceiro(a). É claro que a pessoa que acaricia com a boca, ao contrário da acariciada, sentirá a presença do material, devendo aprender a colocá-lo e mantê-lo no lugar para que não dobre ou escorregue.

Na relação boca-vagina, o uso do lubrificante é bastante parecido: coloca-se uma quantidade suficiente de lubrificante na vulva e depois a camisinha feminina (já à venda em alguns países), o preservativo masculino cor-



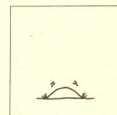
tado ao meio ou um pedaço de “rolo pack” de tamanho suficiente para guardar nos órgãos genitais da mulher. Como na relação boca/ânus, a pessoa acariciada não sentirá o material utilizado, mas a pessoa que coloca seus lábios e língua sim, não deixando, porém, de sentir as formas — o que lhe permite, no caso do PVA, prender o material com mais facilidade e aprender uma técnica própria para que permaneça no lugar.

No começo, como qualquer novidade, a relação preservativo/lubrificante pode parecer difícil, mas a sua prática acaba fazendo com que se descubra a possibilidade de momentos muitos excitantes, prazerosos e seguros.

É importante voltar a frisar que o lubrificante tem que ser à base de água, para que o preservativo feminino ou masculino, ou o quadrado de PVA não se rompa. Utilizar cremes, vaselina ou óleos estoura o preservativo e traz maiores riscos de infecção. Faça a prova: coloque óleo de bebê (tipo Johnson) num preservativo e vista-o na mão. Em instantes ele se romperá. Tenha cuidado. Utilize somente lubrificantes solúveis em água, que podem ser encontrados em farmácia ou em algumas organizações de luta contra a AIDS. No Brasil, há somente duas marcas de lubrificante: KY e Preserve Gel. Em alguns países, as opções são maiores, já existindo lubrificantes com sabor e cor.

DICAS:

- Caso não seja possível adquirir o lubrificante, utilize gelatina sem sabor, que é muito mais barata e pode ser feita em casa.
- Para a relação boca: ânus/vagina/pênis, utilize variados sabores sobre o preservativo, como chocolate ou chantilly, por exemplo.
- Pesquise, brinque, não seja solene com o sexo. Deixando sua imaginação livre, você poderá encontrar e saborear muitas formas de dar e receber prazer sem riscos. ■



ENTRE QUATRO PAREDES

Que uma sonoplasta, uma secretária, uma dona de casa e uma rapper teriam em comum, sexualmente falando? Aparentemente muito pouco. No entanto, *Entre Quatro Paredes: Sexo Segundo Essas Mulheres*, o mais recente vídeo da ABIA/TV ZERO assinado por João Alegria, mostra que há alguns pontos em comum, como também horizontes absolutamente opostos.

O documentário tem por roteiro a comunicação por carta entre quatro mulheres que nunca se viram. Sexualidade, uso de camisinha, prazer, feminismo, bissexua-



lidade, ativismo, comodismo, cotidiano, homens, sedução são alguns dos assuntos comentados.

Sutil, *Entre Quatro Paredes* aborda os sonhos e as realizações das

entrevistadas, revelando confissões e segredos, registrando a falta de naturalidade quanto ao manuseio da camisinha, por exemplo, ou a total intimidade com o assunto. Com 20 minutos de duração, o vídeo não passa despercebido. Certamente quem assisti-lo associará as entrevistadas a alguma mulher do seu dia a dia.

O vídeo não se propõe a apresentar um estudo psicológico ou sociológico a respeito da conduta sexual de mulheres com perfis profissionais e pessoais diferenciados. Sem maiores pretensões, *Entre Quatro Paredes* tenta registrar as múltiplas — e às vezes tão parecidas — faces do cotidiano feminino. ■

PODER E COMUNIDADE

Quinto volume da *Série História Social da AIDS*, uma parceria entre a ABIA, a Editora Relume Dumará e a Universidade Estadual do Rio de Janeiro/Instituto de Medicina Social, *Poder e Comunidade: Respostas Organizacionais e Culturais à AIDS*, de Dennis Altman, traça um panorama do desenvolvimento das respostas do setor comunitário

ao HIV e à AIDS, ilustrando os fatores que levam os indivíduos afetados e as comunidades a organizar, questionar, desafiar, redefinir as respostas governamentais à epidemia e apontar a significância política da capacidade das organizações em motivar e mobilizar as comunidades afetadas.

O livro analisa os dilemas práticos que as organizações de base comunitária enfrentaram ao redor do mundo, destacando as tensões — muitas vezes surgidas dentro

delas mesmas — entre ativismo e assistência, altruísmo e auto-ajuda, participação voluntária e controle de gerência etc. Apresentando um estilo lúcido e vibrante, *Poder e Comunidade* é leitura essencial para pesquisadores, organizações comunitárias, formadores de política e ativistas em geral.

Australiano, Dennis Altman leciona Política na Universidade LaTrobe, em Melbourne, e é autor de diversos trabalhos sobre mudanças sociais e políticas, política homossexual e AIDS. Sua obra *AIDS in the Mind of America*, de 1989, foi aclamada pela crítica internacional como um dos primeiros livros a examinar em profundidade a política da epidemia. ■

Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS — ABIA
Utilidade Pública Federal
Rua Sete de Setembro, 48/12º andar
20050-000 — Rio de Janeiro — RJ
Tel.: (021) 224-16 54
Fax: (021) 224-34 14
E-mail: abia @ ax.apc.org
A ABIA é uma organização não-governamental, cuja finalidade é promover a educação e a informação para a prevenção e controle da epidemia de HIV/AIDS. Todas as nossas ações são baseadas nos princípios da solidariedade.

Expediente:
Boletim ABIA nº 29
Julho/Setembro de 1995
Publicação bimestral
Tiragem: 20.000 exemplares
Distribuição interna
Presidente: Herbert de Souza
Jornalista responsável:
Mônica Teixeira MT 15309
Conselho editorial: Bia Salgueiro, Fernando Sá, Jane Galvão, Renato Quemel, Richard Parker, Simone Monteiro e Veriano Terto Jr.
Coordenação editorial: Jacinto Corrêa

Programação visual e produção gráfica:
A 4 mãos Ltda.
Editoração eletrônica:
Tanara de Souza Vieira/A 4 Mãos
Revisão:
Anamaria Monteiro
Fotolitos: Copifoto
Impressão: MCR Gráfica

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Este boletim foi financiado com recursos liberados por: EZE/Evangelische Zentralstelle Entwicklungshilfe e. V.