

CORPO-DESVIO: O ESPAÇO DO(S) CORPO(S) DISSIDENTE(S)

Machado, Tais¹; Sanguiné, Amandha²; Seffner, Fernando³.

Palavras-chave: Estudos Culturais, Saúde, Juventudes, Publicidade, AIDS.

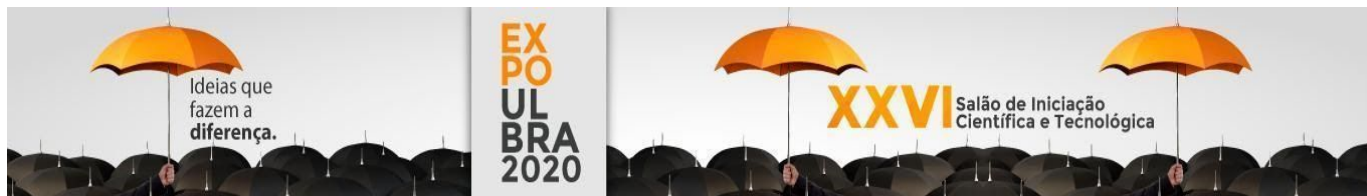
Esse trabalho apresenta parte dos resultados do projeto de pesquisa “Comunicação Promotora de Saúde: Estratégias de enfrentamento de epidemias de ISTs, HIV/Aids e Hepatites Virais em população jovem⁴” que busca avaliar as estratégias de comunicação e educação em saúde já utilizadas para a prevenção de IST’S, propondo metodologias inovadoras que possam ultrapassar as limitações identificadas ao longo do processo de avaliação. Partimos da compreensão de que a **publicidade opera como uma instância pedagógica que educa os/as jovens sobre suas formas de viver a sexualidade e a prevenção do HIV/Aids. Nesse sentido**, torna-se extremamente produtiva a problematização das campanhas elaboradas, pelo governo federal, por meio do Ministério da Saúde (2016, 2018), para o dia mundial de luta contra à AIDS, a fim de identificar e discutir quais são os corpos representados e valorizados em tais materiais. Ao analisar as campanhas, indentificamos distintos marcadores sociais da diferença como, gênero, sexualidade, raça, geração, pertencimento social, além de atentar às presenças e ausências de elementos capazes de caracterizar estratégias de representação de determinados grupos que necessitam ‘encaixar-se’ em comportamentos normativos para prevenir o HIV/Aids, adotando ‘sempre’ nas relações sexuais, tanto hetero como homoafetivas: o uso do preservativo, a adesão ao pré-natal e ao PEP, no âmbito do SUS. Esses corpos podem ser pensados tanto na perspectiva de que eles, necessitam ser mais educados do que outros, ou seja, resistem, transgridem e desviam de comportamentos instituídos como seguros, assim como, corpos naturalizados como aqueles que vivem ativamente a sexualidade. **O corpo-desvio é acionado tanto no jogo da presença, como na ausência.** A análise de resultados do trabalho permite apresentar alguns apontamentos que se encaminham na direção da importância da representação e da inclusão de múltiplas identidades de gênero, de orientações sexuais e de raça nas produções de campanhas do MS, evitando a reificação de um sujeito universal, que traz marcas hegemônicas, e que não representa a diversidade das culturas juvenis. Dessa forma, torna-se essencial a desnaturalização dos significados dominantes e normalizantes, visto que é a partir de tais definições que se configuram as noções do

¹ Graduanda de Pedagogia, pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Bolsista CNPq. E-mail: tais.machado2017@rede.ulbra.br

²Graduanda de Ciências Sociais, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bolsista voluntária. E-mail: amandhacorrea@gmail.com

³Pesquisador e Professor Titular da Faculdade de Educação da UFRGS, Departamento de Ensino e Currículo. E-mail: fernandoseffner@gmail.com

⁴Pesquisa aprovada pelo edital Universal do CNPq: Chamada CNPq/MS-DCCI N° 24/2019 Pesquisas em Ações de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV/Aids e Hepatites Virais, na Linha temática IV: Desenvolvimento de estudos de comunicação e educação em saúde para prevenção do HIV, IST e hepatites virais, considerando características regionais.



corpo-desvio. Portanto, consideramos que quanto maior a representatividade nas campanhas do MS, maior o alcance a diversos públicos e, conseqüentemente, maior a possibilidade de adesão às condutas orientadas.