

COMUNICAÇÃO E JUVENTUDE HIV+

29^a Reunião Clínica de
Aids Pediátrica

OLÁ! EU SOU JOÃO GERALDO NETTO

- estrategista de Marketing Digital;
- especialista em Sexualidade;
- ativista de Direitos Humanos e pelos direitos das pessoas que vivem com HIV;
- criador de conteúdo no canal Super Indetectável;
- mobilizador social;
- Criador e moderador da Rede Mundial de Pessoas HIV+;
- fundador do Instituto Multiverso;
- 14 anos de experiência com HIV;
- 7 anos na área de HIV/aids e juventude no Ministério da Saúde;
- pai do Kaio e da Alice.



ORIGEM DA COMUNICAÇÃO

ORALIDADE NA PRÉ-HISTÓRIA

As primeiras ferramentas de comunicação foram **sons** e **gestos**. A oralidade surgiu como algo que **não podia** ser expresso por **palavras** ou qualquer outro modo, porém, hoje, entende-se que expressar algo de forma oral é apenas **expressar algo no modo originário**, o que seria diferente do que se faz por **escrito**.

ESCRITA

Porém, a necessidade de **transportar** e **manter** informações levou ao uso de objetos para gerar registros, como **pedras**, **cordas**, uso de **substâncias coloridas**, **madeira** etc. Desenvolveu-se, então, duas formas diferentes para os traços gráficos: a **pictografia** (representação de objetos ou acontecimentos) e a **escrita** (uso de sinais representando elementos linguísticos). Foi somente na antiga **Mesopotâmia** que a escrita foi elaborada e criada. Por volta de **4000 a.C.**

IMPRENSA

A invenção da **imprensa** por Johann **Gutenberg**, no século XV, foi um dos acontecimentos que mudaram a história da leitura e da **circulação de ideias** em escala mundial.

COMUNICAÇÃO COMO DIREITO HUMANO

ARTIGO 19º DA DECLARAÇÃO UNIVERSAL DE DIREITOS HUMANOS

Todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão; este direito inclui o de não ser incomodado por causa de suas opiniões, o de investigar e receber informações e opiniões, e o de difundi-las, sem limitação de fronteiras, por qualquer meio de expressão.

ARTIGO 5º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente.

ARTIGO 220º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

COMUNICAÇÃO COMO DIREITO HUMANO

A possibilidade de livre manifestação trazida pelas **redes sociais** é um importante fruto do sistema **democrático**. Se hoje é possível emitir as mais variadas opiniões na **internet**, isso se deve à reconquista da democracia, após o período da **Ditadura Militar** no Brasil.

Durante o Estado Novo de Getúlio Vargas, o Departamento de Imprensa e Propaganda (**DIP**) era responsável pela censura e manipulação das informações a serem divulgadas pela imprensa. O mesmo se repetiu durante o Golpe Militar, com o Serviço Nacional de Informações (**SNI**) e o Departamento de Ordem Política e Social (**DOPS**), que regulavam a imprensa e até mesmo a **livre expressão** dos cidadãos.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

SEÇÃO VII - DO DIREITO À COMUNICAÇÃO E LIVRE EXPRESSÃO

Art. 26. O jovem tem direito à comunicação e à livre expressão, à produção de conteúdo, individual e colaborativo, e ao acesso às tecnologias de informação e comunicação.

Art. 27. A ação do poder público na efetivação do direito do jovem à comunicação e à liberdade de expressão contempla a adoção das seguintes medidas:

- I** - incentivar programas educativos e culturais voltados para os jovens nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação de massa;
- II** - promover a inclusão digital dos jovens, por meio do acesso às novas tecnologias de informação e comunicação;
- III** - promover as redes e plataformas de comunicação dos jovens,
- IV** - incentivar a criação e manutenção de equipamentos públicos voltados para a promoção do direito do jovem à comunicação; e
- V** - garantir a acessibilidade à comunicação por meio de tecnologias.

MARKETING DIGITAL

É o tipo de **estratégia** realizada em ambiente **virtual/digital**. As principais ferramentas e meios de divulgação são as **redes sociais, websites, podcasts** e **e-mail marketing**, por exemplo.

O principal diferencial do marketing digital é que esse tipo de comunicação permite um **contato direto** da organização com seu público, sendo possível que uma importante **personalidade** ou o **presidente** de uma grande empresa responda diretamente e publicamente, uma mensagem de um **admirador** ou **cliente**.

No marketing tradicional, antes da evolução da **internet**, não era possível esse contato direto, ocorrendo a transmissão da mensagem de **modo unilateral**.

MARKETING DIGITAL

HISTÓRIA

Apesar de a ideia de marketing digital existir há mais de **100 anos**, com a primeira transmissão pública sem fio de **rádio** feita pelo italiano **Marconi**, em **1896**, foi apenas no início dos **anos 2000**, quando o número de usuário da internet aumentou muito, que as empresas e organizações começaram a **repensar** a maneira como se apresentavam.

Durante a **pandemia**, por exemplo, é impensável um mundo sem as **redes sociais, transmissões online, e-commerce** e outras estratégias de comunicação que encontramos em todos os lugares.

MARKETING DIGITAL

COMO FUNCIONA

Ações de marketing digital podem ser bem mais **baratas** e **dinâmicas** que o marketing convencional, permitindo **adaptações** ao longo do percurso **sem prejuízos**. A distribuição do conteúdo digital, dada a **celeridade da internet**, acontece de forma **instantânea** para qualquer lugar do mundo com conexão à rede de computadores.

O poder de mídias digitais em gerar **engajamento é incalculável** e isso pode acontecer de forma **orgânica** ou **impulsionada** por investimento. O **levantamento** de informações sobre o **alcance** também é mais simples e fácil nos meios digitais, dependendo da ferramenta, é claro.

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Está diretamente relacionada com proteção de um conjunto de informações, no sentido de **preservar o valor que possuem para um indivíduo** ou uma organização. São propriedades básicas da segurança da informação: **confidencialidade, integridade, disponibilidade, autenticidade** e **legalidade**.

CONTEÚDO

“GRUPOS DE APOIO” NO WHATSAPP OU FACEBOOK

Os grupos do WhatsApp e Facebook são espaços de sociabilização que têm como princípio o compartilhamento de relatos e ajuda mútua entre os participantes.

Grupos no WhatsApp têm função diferente dos grupos do Facebook, uma vez que o segundo permite a criação de tópicos com textos mais longos, imagens e permite respostas sobre o assunto, além de o fluxo de postagem ser menor, o que permite uma maior qualidade do conteúdo.

Grupos do WhatsApp têm como principal função o diálogo entre os participantes, sem que o conteúdo em si seja de grande relevância. Um ponto negativo em relação aos grupos do Facebook é que grupos no WhatsApp não permitem a identificação dos usuários, o que pode ser um problema para resolução de crises entre os membros.

CONTEÚDO

VÍDEO

Os vídeos são líderes quando falamos sobre inovação de conteúdo, pois representam uma maneira muito mais confortável para o jovem absorver informações, levando em conta o ritmo cada vez mais acelerado que levamos neste mundo.

Para muitas pessoas, melhor do que parar para ler ou ver imagens é poder assistir a um vídeo com todas as informações das quais você precisa sendo exibidas de maneira clara e objetiva, gerando uma perspectiva diferente e um engajamento mais eficiente.

Não por acaso, a sensação é de que aquela pessoa está falando diretamente para você, quase como uma conversa. Isso sem contar na facilidade de consumir esse conteúdo, já que é possível assistir a um vídeo em momentos e lugares onde não seria possível ler.

CONTEÚDO

CURSOS E CAPACITAÇÕES

A transição da infância para a vida adulta gera uma grande cobrança nos jovens. Essa cobrança inclui a necessidade de capacitação constante para que possam participar do mercado de trabalho ativamente e de forma lucrativa.

Cursos de capacitação em diferentes áreas são um atrativo importante para esta população, permitindo a inclusão de assuntos sobre sexualidade e responsabilidades em praticamente todos os assuntos.

A oferta de cursos de formação de liderança também chama a atenção, apesar de ser menos atraente que assuntos “do momento”, como desenvolvimento de jogos virtuais, marketing digital, produção de conteúdo para as redes sociais etc.

CONTEÚDO

CHATBOT E AUTOMAÇÃO NO WHATSAPP

Chatbot ou **automação** é um programa de computador ou celular que tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas.

O objetivo é **responder as perguntas** de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa e não com um programa de computador.

Após o envio de perguntas em linguagem natural, o programa consulta uma base de conhecimento e em seguida fornece uma resposta que tenta imitar o comportamento humano.

CONTEÚDO

ÁUDIO

O áudio é um formato de conteúdo ainda mais versátil do que o vídeo, já que os jovens podem consumi-lo enquanto realizam outras atividades, como dirigir, trabalhar ou até mesmo fazer academia, pois não compromete o sentido da visão e deixa as mãos livres.

O conteúdo em formato de áudio, ainda, oferece a grande vantagem de consumir bem menos dados do pacote de internet, em comparação ao vídeo.

Sem dúvida, é uma das melhores maneiras de fornecer informações relevantes ao público em geral, inclusive jovens.

CONTEÚDO

IMAGEM / POST

Como diz a máxima “uma imagem vale mais do que mil palavras”, não é verdade? Sendo assim, por que não utilizar fotos para causar mais impacto na juventude?

Imagens podem agregar valor aos diversos formatos de conteúdo, ilustrando livros virtuais (*e-books*), artigos e *posts* nas redes sociais, por exemplo.

Uma estratégia interessante para se utilizar com imagens, principalmente em sites, são as pistas direcionais. Ou seja, quando o usuário é induzido a olhar e apontar para uma imagem que o leva a uma ação específica. Isso gera um grande impacto na usabilidade.

CONTEÚDO

TEXTO

Produzir conteúdos maiores e mais densos (o que também pode ser conhecido como textos), às vezes, pode ser mais complicado, mas não podemos esquecer que têm um papel muito importante na construção da sua autoridade, principalmente nos meios digitais.

Isso porque, como uma das ferramentas do Marketing Digital, conteúdo de texto te dá um espaço para mostrar que conhece profundamente determinado assunto, gerar aprendizado e a criar uma interação com o seu público, o que pode ajudar a colocar o seu trabalho como referência para seguidores e patrocinadores.

OBG!



João Geraldo Netto
Whats: (62) 9 8301-3595