

C E N A I D S:

**10 Anos de mobilização
do setor empresarial
no Brasil**

Brasília - DF
2008

UNAIDS/08

© Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (UNAIDS). Conselho Empresarial Nacional para Prevenção ao HIV/Aids (CEN AIDS). 2008.

Todos os direitos reservados.

Este documento foi elaborado pelo escritório do UNAIDS no Brasil em parceria com o CEN AIDS - Conselho Empresarial Nacional para Prevenção ao HIV/Aids do Brasil.

As denominações utilizadas nesta publicação e a apresentação do material nela contido não significam, por parte do UNAIDS e do CEN AIDS, nenhum julgamento sobre o estatuto jurídico de qualquer país, território, cidade ou zona, nem de suas autoridades, tampouco questões de demarcação de suas fronteiras.

UNAIDS e CEN AIDS não podem assegurar que as informações contidas nesta publicação sejam completas e não podem ser responsáveis por qualquer dano resultante de sua utilização.

UNAIDS – Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (sede)

20, Av. Appia - CH-1211 27 Genebra, Suíça

Tel. (+41) 22 791 3666

www.unaids.org

UNAIDS – Brasil

EQSW 103/104, bloco C, 2º Andar – Setor Sudoeste

Brasília – DF, Brasil

Tel. (+55) 61 3038 9220

brazil@unaids.org

Conselho Empresarial Nacional para Prevenção ao HIV/Aids – CEN AIDS

Tel. (+55) 11 5019-4056

e-mail: www.cenaids.com.br



CEN

AIDS

10

Anos

Sumário

- 7 Apresentação
- 9 Introdução
- 13 A mobilização do setor privado na resposta à aids no Brasil
- 15 Um pouco dessa história
- 17 Materiais informativos
- 19 Campanhas
- 27 Prêmio CEN AIDS no mundo do trabalho
- 33 Mobilização empresarial regional
- 35 Reconhecimento e mobilização internacional
- 39 CEN AIDS: planejamento, participação e parcerias
- 41 Os próximos 10 anos
- 43 As empresas do CEN AIDS e suas ações de mobilização em resposta ao HIV
- 55 Marcos das ações do CEN AIDS (1998 - 2008)
- Anexo: CD-ROM com materiais e capanhas produzidos pelo CEN AIDS



O nascimento do Conselho Empresarial Nacional (CEN)



Há alguns anos o Ministério da Saúde promove ações para estimular o envolvimento do setor privado na prevenção e assistência a Doenças Sexualmente Transmissíveis, as DSTs, incluindo a AIDS.

As empresas desenvolveram excelentes iniciativas nesse sentido, comprovando a força do setor e sua importância no combate ao problema. Tais iniciativas foram realizadas junto a seus trabalhadores, familiares e, em alguns casos, estenderam-se a toda a comunidade.

A Coordenação Nacional do Ministério da Saúde sentiu então a necessidade de fortalecer essas iniciativas, prestando assessoria a novos projetos e auxiliando no intercâmbio de experiências entre as empresas. A idéia era otimizar esforços e recursos para atingir cada vez mais pessoas e tornar as ações mais efetivas.

Enquanto a discussão avançava no Brasil, o Programa das Nações Unidas para Prevenção e Controle da Aids (UNAIDS) estimulou, em 1997, a criação do Conselho Empresarial Mundial de Prevenção ao HIV/AIDS. No mundo todo, tornava-se clara a necessidade da participação do setor privado nesta luta. Foi assim que em 8 de outubro de 1998, o Ministério da Saúde criou o Conselho Empresarial Nacional de Prevenção ao HIV/AIDS.

VISÃO

Ser reconhecido como um grupo sólido e representativo do segmento empresarial - mobilizador de todas as empresas, independente da atividade, porte e região - e manter ações contínuas voltadas à prevenção do HIV/AIDS.

MISSÃO

Contribuir para o controle da epidemia, por meio da sensibilidade e mobilização do segmento empresarial, estimulando/fortalecendo o exercício da responsabilidade social das empresas na luta contra a AIDS.

Para maiores informações, ligue: 5511-4347-2132

Não demore. A AIDS não espera.



Apresentação

Uma importante lição que aprendemos nesses mais de 25 anos de epidemia de aids é a de que não se constróem respostas efetivas e sustentáveis sem a participação e compromisso de toda a sociedade, incluindo governos, organizações não-governamentais, agências de cooperação internacional, pessoas vivendo com HIV e o setor privado.

A infecção pelo HIV afeta sobretudo pessoas em idade produtiva e o UNAIDS estima que 9 de cada 10 pessoas vivendo com HIV sejam jovens adultos. Ou seja, cada vez mais percebemos que esta é uma questão de desenvolvimento e, como tal, requer esforços de longo-prazo e que busquem garantir o acesso à informação e combatam o estigma e à discriminação às pessoas vivendo com HIV.

O CEN AIDS – Conselho Empresarial Nacional para a Prevenção ao HIV/ Aids do Brasil é um exemplo do comprometimento do setor privado com a resposta à aids. Nos últimos 10 anos, desde a criação do CEN AIDS pelo Ministério da Saúde, vem promovendo ações que visam não apenas aos funcionários e familiares das grandes empresas que o compõem mas também campanhas de mobilização e participação em espaços de elaboração de políticas públicas de resposta à epidemia, além de se envolver em iniciativas de cooperação internacional com outros Conselhos Empresariais.

Esta publicação tem por objetivo apresentar algumas das principais atividades do CEN AIDS desde o seu estabelecimento em 1998. Os materiais informativos e campanhas disponíveis no CD-Rom podem ser reproduzidos por empresas e Conselhos de todo o mundo. Esperamos que este documento cumpra não apenas o papel de estimular Conselhos Empresariais de outros países, mas também que reforce o compromisso de cada Empresa participante do CEN AIDS, bem como impulse o estabelecimento e a manutenção de Conselhos Estaduais e Municipais em todo o Brasil.

Responder à epidemia é uma responsabilidade de todos e uma questão para a qual já temos experiência e resultados acumulados. Cabe-nos manter o compromisso e agir.

Murilo Alves Moreira

Presidente do CEN AIDS

Pedro Chequer

Coordenador do UNAIDS
no Brasil

Introdução



rinta e três milhões de pessoas vivem atualmente com o HIV em todo o mundo, segundo estimativas do Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (UNAIDS). Aproximadamente dois milhões e sete mil delas infectaram-se em 2007 e cerca de dois milhões morreram de aids nesse mesmo ano. São, em média, 7500 novas infecções por dia. Em termos globais, as mulheres respondem por metade das infecções por HIV, proporção que vem se mantendo estável nos últimos anos.

Os programas de prevenção e tratamento, por sua vez, têm apresentado resultados positivos na maior parte do mundo. Nos últimos dois anos, por exemplo, a porcentagem de mulheres grávidas vivendo com o HIV, e que recebem tratamento anti-retroviral para prevenir a transmissão de mãe para filho, aumentou de 9% em 2004 para 33% em 2007. Segundo o UNAIDS, há também sinais de progresso em prevenção nos 18 países mais afetados pela epidemia e com dados disponíveis sobre mudanças de comportamento, como sexo antes dos 15 anos de idade, multiplicidade de parceiros e uso de preservativo. Desde 2005, triplicaram-se os esforços na prevenção ao HIV voltada para profissionais do sexo, homens que têm sexo com homens e usuários de drogas injetáveis. No entanto, o número de novas infecções continua a superar o avanço em número de tratamentos – para cada duas pessoas com acesso a medicamentos anti-retrovirais, outras cinco contraem o vírus.

Pesquisa da Organização Internacional do Trabalho (OIT), em 2005, estima em cerca de 25 milhões o número de trabalhadores entre 15 e 64 anos vivendo com o HIV em todo o mundo, sendo 41% mulheres¹.

¹ Conteúdo completo da publicação da OIT “HIV/Aids and Work” disponível no site www.oit.org/aids.

De toda a população soropositiva, a maioria tem entre 15 e 49 anos, faixa etária da maior parte da mão-de-obra ativa. Do surgimento da epidemia até 2005, aponta o mesmo estudo, 28 milhões de trabalhadores podem ter perdido suas vidas em consequência da aids. Esse número deverá ter aumento expressivo caso não se amplie o acesso ao tratamento adequado, podendo chegar a 74 milhões em 2015. Isso transformaria a aids em uma das maiores causas de mortalidade no mundo do trabalho.

Além do que representa do ponto de vista humano, a epidemia atinge gravemente empresas e economias nacionais. O impacto no nível de desenvolvimento reflete-se na redução do crescimento econômico e na queda da renda nacional decorrente da perda de receita e do aumento do gasto público em saúde e previdência.

Portanto, o local de trabalho pode ajudar a conter a disseminação e mitigar o impacto do HIV mediante a promoção dos direitos humanos, a disseminação de informações, o desenvolvimento de programas de capacitação e educação, a adoção de medidas preventivas práticas, a oferta de assistência, o apoio e o tratamento e a garantia de previdência social.

10

Todos esses dados e informações já seriam suficientes para o setor empresarial mobilizar-se e promover a prevenção da aids. Mas há outros motivos, como a retenção de bons profissionais, a atração de novos talentos, um melhor retorno dos investimentos em tratamento, a racionalização de custos, um ambiente de trabalho mais agradável, a interação entre empresa, empregado e comunidade e a oportunidade de demonstrar a responsabilidade social das empresas.

Em vista disso, o mundo corporativo vem demonstrando interesse e capacidade de ação no enfrentamento da epidemia. Segundo relatório do Fórum Econômico Mundial publicado em janeiro de 2008, há no mundo atualmente quatro **Conselhos Empresariais Regionais e 47 nacionais**, que prestam apoio ao setor privado sobre como atuar em relação ao HIV. Esses Conselhos favorecem o desenvolvimento de políticas para o local de trabalho dentro do setor privado, estabelecem o diálogo entre os setores público e privado e promovem iniciativas de resposta à epidemia entre ambos.

No **Brasil**, o setor privado encontra quadro favorável para dar sua contribuição, uma vez que tem no Governo e na sociedade civil parceiros organizados e articulados em torno de uma política pública estruturada e bem-sucedida.

Estima-se que cerca de 600 mil pessoas vivam com HIV no Brasil, número que contraria as perspectivas do início da década de 1990, as quais estimavam o dobro de pessoas vivendo com HIV para o ano 2000. O Brasil foi também o primeiro país em desenvolvimento a garantir o acesso universal, pelo Sistema Único de Saúde, aos medicamentos anti-retrovirais.

Os resultados positivos da resposta brasileira estão associados também às mudanças de comportamento e às práticas e atitudes da população frente às formas de transmissão do HIV. Dados da Pesquisa de Conhecimento, Atitudes e Práticas na População Brasileira, realizada em 2004, mostram que quase 91% da população brasileira, com idades entre 15 e 54 anos, citaram espontaneamente a relação sexual como forma de transmissão do HIV, e 94% mencionaram o uso de preservativo como forma de prevenção da infecção, o que pode ser uma demonstração do êxito das campanhas informativas no país.

De acordo com a mesma pesquisa, os indicadores relacionados ao uso de preservativos mostram que aproximadamente 38% da população sexualmente ativa usou preservativo na última relação sexual, independentemente da parceria. Essa proporção chega a 57% quando se consideram apenas os jovens de 15 a 24 anos. O uso de preservativos na última relação sexual com parceiro eventual foi de 67%. No que diz respeito ao uso de preservativos em todas as relações sexuais, aproximadamente 25% da população sexualmente ativa, de 15 a 54 anos, relatou uso regular de preservativo no último ano, atingindo 51,5% quando se considera o uso com parceiro eventual. Vinte e oito por cento da população sexualmente ativa já havia se testado para o HIV alguma vez na vida.

O Programa Nacional de DST e Aids (PN-DST/Aids), do Ministério da Saúde, tem investido na melhoria da qualidade dos serviços públicos destinados às pessoas portadoras de aids e outras DST; na redução da transmissão vertical do HIV; no aumento da cobertura do diagnóstico e do tratamento das DST e da infecção pelo HIV; no incremento da cobertura das ações de prevenção em mulheres e populações com maior vulnerabilidade; na redução do estigma e da discriminação; e em melhores gestão e sustentabilidade. E a bem-sucedida resposta brasileira à epidemia de aids envolve, além das ações do governo e da sociedade civil organizada, a atuação coordenada do setor empresarial.

*Regina Castillo,
Chefe da Unidade de Parcerias
com o Setor Privado,
UNAIDS/Genebra*

“Os Conselhos Empresariais sobre Aids de todo o mundo desempenharam papel central na mobilização de empresas para ampliar o acesso à prevenção, diagnóstico, tratamento e apoio ao HIV por meio

de programas efetivos para o local de trabalho. O CEN AIDS é um dos mais antigos Conselhos do mundo e um líder na promoção de uma maior ação do setor privado na resposta à aids no Brasil. Sua experiência pode servir como bom exemplo de boas práticas a outros países que busquem constituir ou sustentar Conselhos Empresariais sobre aids.”

A mobilização do setor privado na resposta à aids no Brasil

Criado em 8 de outubro de 1998 pelo Ministério da Saúde, o CEN AIDS (Conselho Empresarial Nacional para Prevenção ao HIV/Aids) veio contribuir para a resposta à aids no Brasil. O principal objetivo do CEN Aids é ampliar o número de empresas brasileiras com programas de prevenção da epidemia. Como instância sólida e representativa do setor empresarial junto à sociedade, o CEN AIDS mobiliza o empresariado brasileiro para a formulação, a implementação e a manutenção de projetos, programas e políticas voltadas para a prevenção do HIV-aids, independentemente da atividade, do tamanho ou da região das empresas.

Assim, o CEN AIDS reúne:

- ✓ Companhias do porte de Almap-BBDO, Avon, Banco Itaú, Bradesco, Colgate-Palmolive, Editora Abril, Embraer, MTV, Natura, Nestlé, Philips, Unilever e Volkswagen do Brasil,
- ✓ Confederações do setor empresarial, como a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Serviço Social do Comércio (SESC), o Serviço Nacional de Aprendizagem (SENAC), a Confederação Nacional do Transporte (CNT), com seus Serviço Social do Transporte e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST/SENAT) e o Serviço Social da Indústria (CNI/SESI).
- ✓ O Ministério da Saúde, por meio do Programa Nacional de DST-Aids, e o Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (UNAIDS).
- ✓ Outros parceiros valiosos, Indústrias Villares, Brasil Telecom, Espaço Eventos, Etnepress, Febrafarma, Grupo Severiano Ribeiro, Odebrecht, SBT, Unibanco e VARIG também já marcaram presença no Conselho Empresarial Nacional, contribuindo de forma significativa em sua vitoriosa trajetória.



Graças a esse grupo de instituições e suas representações nos Estados brasileiros, as ações do CEN AIDS atingem mais de 50 milhões de pessoas em todo o país. São trabalhadores e seus familiares, clientes e parceiros, e a comunidade em geral, que recebem, direta ou indiretamente, informação e orientação sobre DST e aids. A ênfase está na prevenção, por meio de ações e atividades nas empresas, que também beneficiam a sociedade brasileira. O CEN AIDS contribui ainda para a qualificação das ações promovidas por empresas e promove o reconhecimento de boas práticas de enfrentamento da aids.

*Mariângela Simão,
Diretora do Programa
Nacional de DST/Aids do
Ministério da Saúde do Brasil.*

“Os 10 anos do CEN AIDS são um exemplo de sucesso do engajamento de organizações empresariais de diversos setores no estímulo e fortalecimento da responsabilidade social das empresas na área de prevenção

ao HIV e à aids. Essa parceria exitosa do Programa Nacional de DST e Aids com corporações de diversos setores é responsável por dezenas de projetos de conscientização e combate à aids em ambientes de trabalho de todo o país e tornou-se um dos pilares de nossa resposta à epidemia.”

Um pouco dessa história

A contribuição das empresas no enfrentamento da aids é anterior à criação do CEN AIDS pelo Ministério da Saúde, há dez anos. Quando o governo brasileiro estabeleceu a formação do Conselho, diversas empresas brasileiras já desenvolviam programas de prevenção ao HIV. Foram justamente algumas dessas corporações, a maioria de grande porte, que formaram o CEN AIDS, estabelecido, oficialmente, por meio da **Portaria 3.717 de 8 de outubro de 1998**², assinada pelo Ministro da Saúde. O ato formalizava e fortalecia a parceria entre o Ministério da Saúde, e o setor privado, para a formulação e a difusão das políticas para a prevenção e o controle das doenças sexualmente transmissíveis e a aids. Em setembro de 2005, uma nova Portaria (nº **1.777, de 29 de setembro de 2005**) do Ministério da Saúde reviu a constituição e *modus operandi* do CEN³.

15

O processo de criação do CEN AIDS teve como ponto de partida:

- ✓ A necessidade de combinar todos os esforços, públicos e privados, para impedir a disseminação das DST, do HIV e da aids.
- ✓ A importância da participação do setor empresarial na elaboração, implantação e divulgação de políticas e programas de prevenção e assistência às DST, HIV e aids.

² Texto disponível em: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id = 4>.

³ Texto disponível em: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id = 3>

- ✓ A existência do Global Business Coalition on HIV/AIDS (Conselho Empresarial Mundial de Prevenção ao HIV/Aids), que atuava como catalisador de ações mundiais, mobilizando recursos, suscitando respostas e expressando as necessidades do setor empresarial em relação à epidemia.

Desde sua criação, o CEN AIDS tem buscado atingir seu principal objetivo: ampliar o número de empresas com programas de prevenção ao HIV. Ações conjuntas de *advocacy* somam-se a ações de *marketing* social para conter a expansão da epidemia, principalmente no local de trabalho. A seguir, um resumo da atuação do CEN AIDS nos últimos 10 anos conforme o tipo de ação.

Materiais informativos

A primeira das ações do CEN AIDS data de 1999, quando o Conselho distribuiu a trabalhadores e suas famílias 1 milhão de cópias do “**Livro da Família – Aprendendo sobre Aids e Doenças Sexualmente Transmissíveis**”. No ano seguinte, foi a vez de alcançar o próprio empresariado brasileiro por meio da publicação “**A Parceria entre Governo e Empresários na Prevenção das DST/Aids**”. Em 2000, realizou-se também o 1º Seminário CEN AIDS, que visava sensibilizar e mobilizar a iniciativa privada para a atuação preventiva no local de trabalho.



Ainda com vistas ao cumprimento da meta de mobilizar o setor empresarial brasileiro para a causa do enfrentamento da epidemia de aids, o CEN AIDS lançou, em 2002, seu primeiro folder institucional, com informações sobre o próprio Conselho e seu campo de ação.

Outra publicação importante foi o “**Manual de Implantação e Implementação de Programas e Projetos de Prevenção ao HIV e Aids no Local de Trabalho**”, elaborado pelo Conselho e impresso pelo Ministério da Saúde em 2003, distribuído para empresas com o intuito de estimular os programas de

prevenção. Esse manual veio ao encontro da necessidade de um marco de referência para o setor empresarial no enfrentamento das DST e da aids no Brasil. Elaborado a várias mãos, a publicação contém dicas preciosas de recursos que qualquer empregador pode utilizar para lidar com a prevenção no local de trabalho. Uma versão revisada do Manual será distribuída pelo PN-DST/Aids e o CEN AIDS, ainda em 2008.

Campanhas

A partir de **2001**, uma ação nacional marcaria a presença do CEN AIDS todo dia 12 de junho: a campanha do **Dia dos Namorados**, com a distribuição de material preventivo em cinemas, teatros, vôos domésticos e bancas de jornal.

Essa data foi escolhida pelo significado da comemoração, que envolve, sobretudo, o público jovem, e pela necessidade de uma nova data para estimular a divulgação da mensagem de prevenção, além dos tradicionais Dia do Trabalhador, Carnaval e Dia Mundial de Luta Contra a Aids. A iniciativa foi bem recebida inclusive fora do Brasil, sobretudo onde se comemora o “Valentine’s Day”.

Em 1º de dezembro de **2001**, o CEN AIDS voltou às ruas com sua primeira ação em um **Dia Mundial da Luta contra a Aids**. Com o tema “**Eu me cuido, e você?**”, distribuiu materiais de prevenção, como adesivos e preservativos masculinos, nas empresas regionais do SESC e do SESI e em peças de teatro em todos os Estados do país. A ação recebeu o nome de “CEN em cena”. Foram distribuídos 248 mil porta-preservativos durante a campanha nos Estados do Acre, Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Roraima, Rondônia, São Paulo, Santa Catarina, Sergipe, Ceará, Paraná e Tocantins, além do Distrito Federal – nas unidades do SESC. No SESI, foram apresentadas nos Estados de Porto Alegre, Ala-





com o slogan: “Crie Laços, Viva e Deixe Viver”.

No **Carnaval de 2003**, o CEN AIDS aderiu à campanha de prevenção do Ministério da Saúde, com a distribuição maciça de cartazes nas empresas. O pôster, que exibia imagem da cantora pop Kelly Key, alertava: “Sexo é com camisinha. Ou então só olha e baba, *baby*”, numa clara alusão ao maior *hit* da cantora à época.

20

Nesse mesmo ano, em mais uma ação do Dia dos Namorados, o CEN AIDS lançaria sua simpática mascote: o **grilo**. O insetinho verde ganhou cinemas, teatros, vôos domésticos e bancas de jornal em filmes, cartazes e pôsteres, que estampavam o *slogan* “**Dia dos namorados sem grilo, só com camisinha!**”. Desde então, o grilo, às vezes acompanhado da namorada tão verde quanto ele, confere bom-humor a anúncios e outras peças publicitárias da campanha do CEN AIDS realizada todo dia 12 de junho, assim como em novos pôsteres institucionais e campanhas de carnaval.

goas, Ceará, Goiás, Minas Gerais e Mato Grosso, assim como no Distrito Federal.

Em **2002**, a Campanha do Dia dos Namorados destacou a prevenção como uma demonstração de amor e um filme exibido em cinemas e emissoras de TV por ocasião do Dia Mundial de Luta contra a Aids chamou a atenção para o estigma e a discriminação relacionado ao HIV

**Dia dos namorados
sem grilo,
só com camisinha!**



Em **1º de Dezembro de 2003**, o grilo chamava a atenção para a luta contra o estigma e a discriminação.

Em **2004**, a campanha do Carnaval trazia o grilo e associava o “ziriguidum”⁴ da folia do Carnaval ao uso do preservativo, tema novamente destacado na Campanha do **Dia dos Namorados** do mesmo ano. Algumas das mensagens da campanha incluíram: “Você, eu e camisinha. O único triângulo amoroso perfeito”, com foco nos empregados e “Os funcionários destas empresas já sabem que...sexo sem grilo só com camisinha”, cujo público-alvo eram os empresários.

**Ziriguidum no carnaval,
só com camisinha!**



**Você, eu
e camisinha.
O único triângulo
amoroso perfeito.**



**Qualquer um pode
ser discriminado.**



Respeito você conquista quando não discrimina.

1º de Dezembro. Dia Mundial de Luta Contra a Aids.



Sexo sem grilo, só com camisinha!

www.aids.gov.br/cen

21

Campanhas

O mesmo enfoque divertido foi utilizado na Campanha do Carnaval de **2005**, com o grilo embalando o tema “Na avenida, quem é bamba samba. Usa camisinha e não dança”. Já a campanha do Dia dos Namorados foi voltada ao público jovem e sua maior disposição a correr riscos. A mensagem lembrava

⁴ “Ziriguidum” significa: “samba no pé, gingado, um requadrado diferente, no compasso certo”.

**Segurança não pode faltar.
A melhor proteção é a camisinha.**



**No dia dos namorados,
sexo sem grilo!  Só com camisinha.**

Em 2007, o material da campanha do dia dos namorados associava a prevenção à segurança no local de trabalho, com o tema: “Segurança não pode faltar, a melhor proteção é a camisinha”.



Finalmente, no Dia dos Namorados de 2008, o grilo do CEN AIDS, acompanhado de sua simpática parceira, ganhou as ruas com cartões espalhados em quase 2 mil pontos de distribuição gratuita nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia, Salvador, Recife, Porto Alegre e Curitiba, graças a uma parceria entre o conselho e a empresa Mica Cards. O slogan dessa campanha foi: “Namoro sem camisinha não rola. Sexo sem grilo, só com camisinha”.

Entre as principais ações do CEN AIDS, merece destaque a campanha que deu origem ao próprio slogan do Conselho: “Empresários unidos por resultados negativos”. De autoria de um dos parceiros do CEN AIDS, a agência de publicidade ALMAP/BBDO, a cam-



**Prevenir é melhor
relação custo-benefício
do que remediar.**

CEN AIDS. Exposição aceita por resultados negativos.

... em um mundo onde a prevenção é a única maneira de evitar a infecção pelo HIV, a camisinha continua sendo a melhor opção. Quando você usa uma camisinha, você protege a si mesmo e a sua parceira. Isso é a verdadeira segurança. Não deixe a prevenção ficar apenas no papel. Use a camisinha sempre. Ela é a melhor maneira de evitar a infecção pelo HIV. Não deixe a prevenção ficar apenas no papel. Use a camisinha sempre. Ela é a melhor maneira de evitar a infecção pelo HIV. Não deixe a prevenção ficar apenas no papel. Use a camisinha sempre. Ela é a melhor maneira de evitar a infecção pelo HIV.



Site: www.cenaids.com.br

panha, de **2003**, consiste em uma série de cartazes coloridos, com imagens do construtivismo russo, extraídas do período stalinista soviético. As imagens, acompanhadas do slogan e das logos dos membros do CEN AIDS, além de um texto explicativo, circularam em revistas de todo o país e tiveram êxito na própria Rússia quando a presidência do CEN AIDS levou a versão em inglês dos anúncios para evento de empresários naquele país.

Com o Grilo, sem “grilo”.

De mascote das campanhas de prevenção do CEN AIDS para o Dia dos Namorados, o Grilo acabou marcando a própria imagem do Conselho. A carreira do insetinho verde e sorridente é tão curiosa quanto ele próprio.

O Departamento de Qualidade de Vida da Philips do Brasil, membro ativo do CEN AIDS, encomendou à agência de publicidade que lhe atendia a criação de um personagem que incorporasse os ideais da campanha de prevenção do CEN AIDS para o Dia dos Namorados em 2003. Concluiu-se que certa dose de humor e de irreverência seria o ideal para estabelecer uma comunicação efetiva com o público-alvo, sem qualquer tipo de discriminação. Sendo assim, o grilo foi escolhido por representar um conceito forte e imediatamente reconhecido como determinante para a reflexão sobre o uso da camisinha como a melhor forma de prevenção, sem tornar o sexo o vilão da história. Originalmente assexuado em sua forma, cor e personificação, o Grilo evita qualquer tipo de discriminação de gênero, etnia ou crença. O Grilo se apropria também da gíria para “problema” ou seu oposto “despreocupação”, mais comum nos anos 1970 e 1980: “Não tem grilo”, “Sem grilo”, “Tirar um grilo da cabeça”, “Bicho-grilo” etc. Assim, transmite a mensagem de que sexo é bom e saudável, desde que se cuide da prevenção às DST e à aids.

BEM-VINDOS AO

PRIMEIRO

Prêmio Nacional



No Mundo do

Trabalho

Prêmio CEN AIDS no mundo do trabalho

Em 8 de outubro de 2005, o CEN AIDS lançou o **1º Prêmio Nacional CEN AIDS no Mundo do Trabalho**. Realizado em parceria com o Ministério da Saúde e o UNAIDS, o prêmio reconhece, divulga e valoriza ações de prevenção em HIV realizadas no Brasil por empresas de diferentes portes e ramos de atividade. Representantes do setor produtivo de todo o território nacional podem concorrer nas seguintes categorias: **micro, pequenas, médias e grandes empresas**. Desde então, o CEN AIDS já premiou 12 empresas que contribuíram de forma efetiva e criativa para a prevenção da epidemia e melhoria das condições de saúde do trabalhador em diversas regiões do país.



ELM

**FERROVIA
TEREZA CRISTINA S.A.**

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

PRODUTOS ROCHE

**RICLAN INDÚSTRIAS
ALIMENTÍCIAS S.A.**

GREIF

MAKRO ATACADISTA S.A.

**ELIMAR PRESTADORA DE
SERVIÇOS GERAIS LTDA.**

**HOSPITAL DAS CLÍNICAS
DE PORTO ALEGRE**

HOTEL COSTA MAR

DARTHEL IND. DE PLÁSTICOS LTDA.

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL

**SUPERMERCADO
MAGAZINE FORTALEZA**

Prêmios à prevenção

2007

Microempresa

ELM – MARKETING EDITORA MÉDICA LTDA.

Consultoria em educação em saúde.

São Paulo – SP.

A ELM distribuiu 50 mil pôlderes para os trabalhadores de suas empresas assim como clientes localizados em diferentes regiões do país.

Pequena Empresa

FERROVIA TEREZA CRISTINA S.A.

Transporte de cargas.

Tubarão – SC.

Seu programa de prevenção tem por estratégia conscientizar os colaboradores e a comunidade com palestras, peças teatrais, jogos e distribuição de preservativos.

Média Empresa

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

Limpeza urbana.

Maceió – AL.

A Limpel promove ações de prevenção às DST/aids no local de trabalho por meio de processo educativo permanente.

Grande Empresa

PRODUTOS ROCHE QUÍMICO E FARMACÊUTICO S.A.

Fabricação de produtos químicos e farmacêuticos.

Jaguará – SP.

Voltadas à prevenção, sensibilização, solidariedade e melhoria da qualidade de vida de pessoas vivendo com aids, as ações incluem a construção do Lar Suzane, destinado às crianças portadoras do HIV, mantida pela Sociedade Padre Constanzo Dalbézio, além de mobilizar seus funcionários e familiares para a prevenção.

Premiação de incentivo

RICLAN INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS S.A.

Fabricação de produtos alimentícios.

Rio Claro – SP.



29

Em julho de 2007, a empresa implantou o projeto PIPA (Programa Interno de Prevenção e Assistência à Aids), que tem como objetivo proporcionar o acesso de todo colaborador à informação sobre a epidemia por meio de ações educativas e lúdicas.

2006

Microempresa

GREIF - EMBALAGENS INDUSTRIAIS DO AMAZONAS

Produção de embalagens industriais

Manaus – AM.

Promove a Semana de Combate à Aids, agora expandida a comunidades do interior do Estado. Todos os funcionários e suas famílias, prestadores de serviço, fornecedores e a comunidade em geral participam do programa

Pequena Empresa

MAKRO ATACADISTA S.A.

Comércio atacadista.

Maceió – AL.

Desenvolve a programação de educação continuada “Abrindo Caminhos com a Solidariedade”. A idéia é divulgar para os funcionários informações atualizadas sobre as DST, o HIV e a aids e romper preconceitos sobre sexo.

Média Empresa

ELIMAR PRESTADORA DE SERVIÇOS GERAIS LTDA.

Serviços gerais.

Maceió – AL.

As atividades de prevenção ocorrem de forma contínua com a realização de dinâmicas de grupo, aplicação de jogos educativos, demonstração do uso de preservativos, além de lembretes informativos nos contracheques e de campanhas de solidariedade junto a instituições que assistem pessoas vivendo com HIV/aids.

Grande Empresa

HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

Assistência na área de saúde e hospitalar.

Porto Alegre – RS.

Desenvolve ações para reduzir a exposição do trabalhador da área de saúde ao HIV, dentro e fora de seu ambiente de trabalho, informar os funcionários sobre DST, HIV e aids, encorajar comportamentos que diminuam a probabilidade de infecção pelo HIV, estimular os funcionários de áreas de risco a desenvolver técnicas adequadas no trabalho.

2005

Microempresa

HOTEL COSTA MAR.

Hotelaria.

Maceió – AL.

Com apenas 19 funcionários, o hotel, em parceria com o Programa Estadual e Municipal de DST/Aids e apoio do SESC, capacitou dois funcionários como agentes multiplicadores de prevenção às DST/aids e promoveu dinâmicas de grupo e jogos educativos. Os resultados alcançados foram maior participação dos funcionários em programas educativos, além de maior comprometimento deles com os objetivos da empresa.

Pequena Empresa

DARTHEL INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS LTDA.

Fabricação de produtos plásticos.

Caxias do Sul – RS.

A Darthel promove diversas ações educativas sobre HIV/aids. Desenvolvido com o apoio da Secretaria Municipal da Saúde de Caxias do Sul, o método envolve dinâmicas interativas e a distribuição de informativos internos.

Média Empresa

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL.

Análises clínicas.

Brasília – DF.

Implementar o Projeto Saúde: Educação para a Prevenção, responsável pela realização de oficinas de prevenção sobre HIV/aids, DST e câncer de mama tanto na rede de laboratórios quanto em instituições públicas e privadas. Foram os principais responsáveis pela implementação do Conselho Empresarial de Prevenção ao HIV/Aids, o CEAIDS DF, no Distrito Federal.

Grande Empresa

SUPERMERCADO MAGAZINE FORTALEZA.

Comércio varejista.

Macapá – AP.

Palestras semestrais para os funcionários e a comunidade em geral, passeios ciclísticos, distribuição de preservativos, divulgação de métodos preventivos em rádio comunitária, distribuição de panfletos, tudo isso faz parte da campanha “Prevenir é mais fácil”, que tem como objetivo prevenir DST, aids, dengue, doenças cardíacas e câncer de mama junto aos funcionários da empresa e a sua ampla clientela.

Mobilização empresarial regional

Para garantir também que tantas ações e atividades não se restrinjam a datas nacionais e à atuação exclusiva das instituições integrantes do CEN AIDS, o Conselho vem estimulando a formação dos Conselhos Empresariais Estaduais de Prevenção ao HIV/Aids. A idéia é disseminar, nos Estados, estratégias semelhantes às que já se desenvolvem em nível nacional. A expectativa é de que os Conselhos Estaduais, ao organizarem ações no âmbito estadual, ao levar também em consideração as características e os costumes regionais, consigam ampliar ainda mais o alcance e o impacto de suas campanhas.

Ceará, Distrito Federal, Maranhão, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe já possuem conselho estadual. **Alagoas, Amazonas, Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba e Paraná** estão em processo de também criar os seus. A meta é que cada uma das 27 unidades federativas do Brasil tenha um Conselho Empresarial de prevenção ao HIV/Aids.

Reconhecimento e mobilização internacional

O esforço do CEN AIDS e de seus parceiros tem recebido o reconhecimento tanto de instituições nacionais, que têm no Conselho uma referência de prevenção no ambiente de trabalho, quanto de estrangeiras, que o convidam para relatar sua experiência em outros países, como **Argentina, Canadá, Cuba, Costa Rica, Espanha, Estados Unidos, Guatemala, Paraguai, Rússia, Barbados e Índia.**

Da mesma forma, o CEN AIDS tem recebido delegações estrangeiras de diferentes partes do mundo. Entre 2001 e 2006, recebeu grupos de vários países, entre eles **Azerbaijão, Barbados, Estados Unidos, Rússia e Índia.** Por essa razão, o CEN AIDS também se credenciou ao **Centro Internacional de Cooperação Técnica em HIV/Aids (CICT)**, uma iniciativa do Governo Brasileiro e do UNAIDS, com vistas a participar de cooperação com Conselhos de outros países em desenvolvimento.

Em sintonia com as orientações internacionais, as empresas do CEN AIDS reconhecem o **Repertório de Recomendações Práticas da OIT sobre HIV/Aids e o Mundo do Trabalho**, documento elaborado mediante consulta a representantes de governos, organizações de empregadores e de trabalhadores de vários países e lançado durante a Sessão Especial da Assembléia Geral das Nações Unidas sobre HIV/Aids (UNGASS - AIDS), realizada em Nova York em junho 2001. O repertório oferece orientações práticas para a formulação e a implementação de políticas de HIV/aids no local de trabalho. A versão em português do documento foi lançada em 2002 mediante parceria entre OIT e Ministério da Saúde e está disponível no site da OIT no Brasil (www.oitbrasil.org.br).

*Laís Wendel Abramo,
Diretora do Escritório da
Organização Internacional
do Trabalho no Brasil*

“A OIT promove o trabalho decente, com base nos princípios de justiça social e não discriminação. Nos seus 183 Países-Membros, sua missão é apoiar a elaboração e implementação de políticas e programas de prevenção e

combate à discriminação de pessoas com HIV nos locais de trabalho. A OIT entende que todos, governo, trabalhadores, empregadores e sociedade civil têm um papel importante a desempenhar na resposta à epidemia do HIV, que tem o local de trabalho como ponto de entrada fundamental para o seu enfrentamento.

O Conselho Empresarial Nacional para Prevenção ao HIV/Aids é um exemplo de como pode ser bem sucedido o engajamento do setor empresarial no combate à epidemia. Sem dúvida, trabalhando em conjunto, as empresas podem aumentar ainda mais o alcance e impacto de suas iniciativas.

Há 10 anos, foram inúmeras as ações de sensibilização e conscientização, campanhas de mobilização e publicações, com foco não apenas nos trabalhadores das empresas participantes do Conselho, mas na comunidade em geral, com atenção especial ao público jovem.

Desde a sua criação, a OIT procura apoiar os trabalhos do CEN AIDS, inclusive na criação e fortalecimento dos Conselhos Empresariais Estaduais. É com muita satisfação que parabenizamos o CEN AIDS por esta década de trabalho e comprometimento, e reiteramos o nosso compromisso de apoio às ações do Conselho Nacional Brasileiro e dos seus Conselhos Estaduais.”

Em agosto de 2004, durante o 5º Congresso Brasileiro de Prevenção, realizado em Recife (PE), o CEN AIDS recebeu oficialmente **reconhecimento internacional**. O Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (UNAIDS), na figura de seu Diretor mundial, Peter Piot, conferiu ao Conselho certificado “em reconhecimento por sua destacada liderança e corrente contribuição na resposta à aids”.



Naquele mesmo ano, o CEN AIDS instituiria o 8 de outubro, data de criação do Conselho, o **Dia Nacional de Prevenção ao HIV/Aids no Ambiente de Trabalho**, tornando o Brasil pioneiro no reconhecimento da importância do ambiente de trabalho como meio estratégico de prevenção ao HIV.



37

O trabalho do CEN AIDS voltou a ser reconhecido publicamente em dezembro de 2006, quando o Conselho recebeu homenagem no **3º Prêmio Aids Responsabilidade Social – Saúde Brasil**, por parte da Aguilla Brasil, empresa especializada no desenvolvimento de ações de valor agregado nas áreas de saúde, meio ambiente e cidadania. O prêmio tem o apoio do Ministério da Saúde e da Secretaria da Saúde da Cidade de São Paulo

Ao longo de seus 10 anos, o CEN AIDS também prova ter reconhecimento por meio de diversas participações em eventos nacionais e internacionais, como o Fórum Econômico Mundial, em 2002 e as Conferências Internacionais sobre Aids em Cuba, em 2005, Canadá, em 2006 e México, em 2008. O coroamento de dez anos de trabalho aparece também em publicações como o mais recente relatório do Fórum Econômico Mundial, no qual o CEN AIDS se destaca como o mais antigo conselho empresarial de enfrentamento da aids em funcionamento no mundo.

CEN AIDS: planejamento, participação e parcerias

Os membros do Conselho Empresarial reúnem-se mensalmente e suas empresas revezam-se para sediar suas reuniões. Esses espaços são importantes para a definição do Planejamento Estratégico (bianual), acordo sobre ações, compartilhamento de informações e monitoramento de compromissos.

Os resultados alcançados nos últimos 10 anos refletem não apenas a mobilização dos CEOs e principais líderes dessas empresas, mas também o compromisso e dedicação de seus funcionários, responsáveis pelas ações de prevenção ao HIV e de participação no Conselho. Sem essas pessoas e sua disposição para trabalhar como equipe e de priorizar a agenda de resposta à aids, o CEN AIDS não celebraria uma década de bons resultados.

A Presidência do Conselho é exercida por um Presidente e um Vice-Presidente, com mandato de dois anos, sendo permitida a reeleição. Nestlé, Volkswagen e Banco Itaú já ocuparam essa posição.

O CEN AIDS tem assento na Comissão Nacional de Aids (CNAIDS), principal instância de deliberação das políticas nacionais de resposta à aids, o que permite ao setor privado não apenas ter voz, mas também conhecer e dialogar com os diversos atores que fazem parte desta resposta.

O CEN AIDS é também membro do Grupo Temático Ampliado das Nações Unidas sobre HIV/Aids (GT/UNAIDS), que reúne as diversas agências do Sistema ONU que atuam em apoio à resposta nacional à epidemia, além de representantes do governo, da sociedade civil e de agências de cooperação bilateral.

*Pedro Chequer,
Coordenador do UNAIDS
no Brasil*

“O enfrentamento da epidemia do HIV exige um elenco de ações concertadas e multidisciplinares onde a intersectorialidade é condição essencial e imprescindível na formulação de estratégias, programas e atividades.

Ainda que seja um problema no âmbito da saúde pública, tem-se claro que não se restringe a este e muito menos seu equacionamento está afeto exclusivamente ao setor saúde.

Do mesmo modo, em que pese ser a resposta do Estado a espinha dorsal na formulação de políticas públicas, ela isoladamente não oferece garantia de resultados adequados e perenes.

A aids, portanto, traz-nos uma reflexão sobre o tradicional *modus operandi* do setor saúde, quase sempre tomando a si mesmo como referência e *locus* de decisões, tendo a ciência vigente como marco referencial. Vê-se portanto que, para se implementar uma estratégia bem-sucedida, a mobilização social na perspectiva da intersectorialidade é elemento essencial. Nesse sentido, o UNAIDS, desde sua criação, tem buscado mobilizar forças sociais que efetivamente possam contribuir na formulação e implementação de programas e estratégias apropriadas, acima de tudo, segundo a realidade epidemiológica e contexto locais.

O estabelecimento dos Conselhos Nacionais em HIV encontra-se inserido no elenco de atividades prioritárias para a resposta nacional. Nessa perspectiva, o CEN AIDS foi constituído, envolvendo desde seu primeiro momento, uma parceria governo, setor privado e agências multilaterais. Em seus dez anos de existência, o CEN AIDS tem sido um exemplo de persistência, credibilidade e de adoção de políticas públicas com ênfase na ética e respeito aos direitos de cidadania. Suas ações não têm se restringido ao corpo funcional das empresas, mas se estende a familiares e avança para a comunidade.

O Conselho Empresarial Brasileiro tem ido mais além daquilo originalmente preconizado, na medida em que tem mobilizado e apoiado a criação de Conselhos Estaduais, objetivando a ampliação de empresas engajadas no enfrentamento da epidemia e possibilitando sua inserção às atividades desenvolvidas em particular pelas unidades federadas. Sem dúvida alguma, o exemplo mais uma vez oferecido pelo Brasil deve ser reconhecido e disseminado. O UNAIDS orgulha-se dessa parceria. A nossa permanente disponibilidade para que possamos continuar avançando com vistas ao alcance dos compromissos estabelecidos para o acesso universal.”

Os próximos 10 Anos

OCEN AIDS está ciente de que a aids permanecerá como um desafio aos Governos, à sociedade em geral e às empresas em particular por muitos anos. Como alerta o Diretor Executivo do UNAIDS, Peter Piot, “a aids estará conosco nas próximas gerações. Seu impacto nos negócios tende a aumentar. É essencial que o setor privado torne-se um parceiro inteiramente engajado na resposta global à aids em longo prazo”.

Daí a importância de manter as empresas do CEN AIDS unidas na missão de sensibilizar mais empresários na prevenção da epidemia no ambiente de trabalho. A disseminação da experiência do CEN AIDS é fundamental, e a criação de Conselhos Estaduais em todos os Estados brasileiros é o melhor instrumento para a concretização desse projeto. A maior expectativa é contribuir no controle da epidemia, com cada vez maior engajamento do empresariado em geral, com foco nas micro e pequenas empresas, o maior desafio do Conselho nos próximos anos. Se as grandes empresas demonstram maior avanço na prevenção, os micro e pequenos empreendimentos possuem menos recursos e são justamente o mais afetados, até por sofrerem maior impacto quando a aids atinge seu corpo de funcionários, normalmente reduzido. Problema semelhante e possivelmente mais grave alcança o mercado informal, ainda extenso no Brasil, onde as ações de prevenção, quando existem, não têm pleno controle das autoridades nacionais. Mesmo no âmbito da chamada economia informal, o CEN AIDS acredita que as informações disponíveis em seu site e distribuídas gratuitamente em lugares públicos possam alcançar esse setor e mitigar o impacto da epidemia de aids junto a trabalhadores sem carteira assinada.

Entre os temas que deverão permanecer na agenda das empresas preocupadas com a prevenção à aids está a discriminação na admissão e na demissão de funcionários por causa do HIV. Nas grandes empresas, essa preocupação encontra terreno seguro. Nas micro e pequenas, a situação merece maior atenção.

A atuação do CEN AIDS nos últimos 10 anos confere-lhe a credibilidade e a experiência necessárias para cooperar com Conselhos de outros países para o que espera continuar contando com o apoio de instituições-chave como o UNAIDS, a OIT e as agências de cooperação bilateral, assim como, evidentemente, os governos dos respectivos países interessados no intercâmbio de know-how empresarial em prevenção ao HIV/aids.

As empresas do CEN AIDS e suas ações de mobilização em resposta ao HIV

O exemplo parte de dentro. Com a meta de aumentar o número de empresas com ações de prevenção ao HIV, as instituições que integram o CEN AIDS mostram que é possível e vantajoso promover a prevenção à epidemia, como fica claro em alguns exemplos a seguir.

ABRIL



O Grupo Abril é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina. Fornece informação, educação e entretenimento para praticamente todos os segmentos de público e atua de forma integrada em várias mídias. Desde a sua fundação, em 1950, a reputação e a credibilidade da Abril formam valioso patrimônio. O Grupo emprega hoje 7440 pessoas e reúne as seguintes empresas: Editora Abril (revistas), Editoras Ática e Scipione (livros escolares), TVA (TV paga e Internet em banda larga), Abril Digital (Abril.com e conteúdo para celulares) e MTV (TV segmentada).

Desde 1989, preocupado com a melhoria da qualidade de vida de seus trabalhadores e familiares, o grupo vem desenvolvendo ações de prevenção às DST/aids. Utilizando-se de metodologia variada, o programa de prevenção da empresa prevê cobertura integral do tratamento. Suas ações extrapolam os limites institucionais, estende-se a todo o país, chegando aos diversos consumidores por meio de produtos e serviços, principalmente pela veiculação de matérias sobre DST/aids e temas afins.

AVON

As ações internas dão ênfase à informação sobre prevenção, na promoção de oficinas de sensibilização, distribuição de material informativo e preservativos, entre outras atividades. Dentre estes esforços estão as atividades que compõem o Programa de Qualidade de Vida, realizado pela empresa desde 1989.

AVON

Parte de sua política de recursos humanos, o programa destina-se a milhares de funcionários da empresa no Brasil, em unidades nas cidades de São Paulo (SP), Osasco (SP), Maracanaú (CE) e Simões Filho (BA).

Na prevenção das DST/aids, o objetivo é garantir ao usuário do programa a percepção da confiabilidade da informação oferecida, o respeito do trabalhador no acompanhamento da doença e em suas implicações profissionais, familiares e pessoais, além de viabilizar recursos internos e externos que promovam o bem-estar. Prevê, ainda, a readaptação do profissional soropositivo, quando necessária.

A predominância de mulheres em seu quadro funcional, que somam cerca de 60%, pode ser considerado como fator importante no desenvolvimento de ações que colocam em prática os valores femininos. Dentre as ações que a empresa vem desenvolvendo, os funcionários também têm acesso ao Programa Saúde Integral da Mulher, que está sob a coordenação do Instituto Avon – uma Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) responsável por todo investimento social da companhia no Brasil. Outras ações do Instituto, como o Dia do Beijo pela Vida e a campanha Fale sem Medo – Não à Violência Doméstica, também contam com o engajamento dos funcionários, além da sociedade.

Estas atividades visam a transmissão de informações e a conscientização sobre a saúde da mulher em vários aspectos.

BANCO ITAÚ

A história do Programa Institucional de Prevenção da Aids do Itaú confunde-se com a própria epidemia no Brasil. A atitude de vanguarda do então presidente do banco, Olavo Setúbal, ao lançar o programa em 1987 e permitir seu desenvolvimento desde então, é motivo de orgulho para seus 63 mil colaboradores.



Na época em que o Banco lançou o programa não se contava com os medicamentos anti-retrovirais, tampouco com os serviços públicos de saúde estruturados como estão hoje para oferecer tratamento aos portadores do HIV e doentes de aids. No início do programa, circulares normativas esclareciam a política da empresa com relação ao portador de HIV e foram implementados: protocolo de atendimento; reembolso de medicamentos complementares após avaliação caso a caso; assistência psicológica; distribuição de preservativos, linha telefônica direta, o “Tele consultas AIDS” com atendimento de profissional treinado para solucionar dúvidas dos colaboradores. Vários eventos, folhetos, vídeos e palestras foram realizados de acordo com a evolução da epidemia e o avanço do conhecimento científico com relação à aids.

Atualmente, a preocupação com a significativa vulnerabilidade dos jovens frente à aids resultou em ações como: a distribuição de leques com preservativos para os colaboradores no carnaval, bate-papo de especialistas com os filhos adolescentes de funcionários sobre sexualidade, a campanha Itaú Pergunta quando colaboradores e família tiveram as suas dúvidas respondidas por especialistas da Secretaria da Saúde, e oficinas sobre sexualidade.

O dia 1º de dezembro sempre é lembrado no Itaú: em 2006, todos os colaboradores usaram o pin de solidariedade personalizado para a empresa e, em 2007, foi elaborado folheto corporativo sobre os 20 anos de enfrentamento da aids no Itaú. Manter os resultados alcançados e considerar o perfil da pandemia para definição de novas estratégias de prevenção são as novas metas do programa.

BRADESCO



Não é de hoje que o Bradesco se preocupa com a saúde de seus funcionários. As ações formais para a prevenção às DST/aids, entre outras relacionadas à saúde, tiveram início em 1994. Essas iniciativas ganham maior visibilidade durante as Semanas Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho, as SIPAT, quando há a distribuição de folhetos, a realização de palestras e a publicação de matérias na revista Interação (publicação distribuída a todos os funcionários da rede de bancos), destinadas a orientar, conscientizar e dar apoio, quando necessário.

O Plano de Saúde Bradesco, concedido aos funcionários e seus dependentes, permite aos infectados com o vírus HIV o acompanhamento de cada caso, bem como o reembolso dos medicamentos. O Serviço Social também está disponível para atendimento aos funcionários e seus dependentes, mantendo-se o sigilo das informações.

O Bradesco tem o compromisso de respeitar a diversidade e dignidade do ser humano, preservando a individualidade e a privacidade e não admite a prática de atos discriminatórios de qualquer natureza no ambiente de trabalho e em todas as suas relações.

CNC



Confederação
Nacional do
Comércio

Informar com clareza e precisão aos servidores e seus dependentes sobre DST/aids e estimular a sua participação no combate à infecção facilita a mudança de comportamento e a adesão às medidas de prevenção. A divulgação de informações adequadas ajuda a desmistificar a doença,

eliminando o medo e a ansiedade, além de fortalecer a prática das medidas preventivas e estimular a atitude de respeito e compreensão. Uma política transparente garante aos servidores HIV positivo ou com aids assistência médica, psicossocial e financeira, fundamentais para uma vida digna.

Com esses princípios em mente, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) desenvolveu uma política de DST/aids, que se estrutura em dois programas: Programa de Prevenção e Programa de Assistência.

O primeiro envolve a elaboração de questionário para avaliar o nível de conhecimento dos funcionários sobre DST/aids, valores, atitudes e comportamentos e a receptividade deles em relação à política e aos programas da Confederação. A idéia é obter subsídios para a elaboração e a implantação dos programas da instituição.

Também fazem parte do programa palestras educativas para os servidores e seus dependentes. A idéia é conscientizá-los e gerar multiplicadores de informação sobre o tema. A CNC também elabora e distribui material informativo (cartilhas sobre DST/aids com informações claras acerca de centros de testagem, hospitais referência em atendimento e tratamento etc.). Seleção de vídeos educativos para empréstimos aos servidores e entidades que estejam desenvolvendo trabalhos similares e bibliotecas também integram o pacote.

Já o Programa de Assistência tem como objetivo manter assistência médica, odontológica, social e trabalhista ao servidor portador do vírus. A iniciativa inclui acompanhamento social e psicológico, com possível encaminhamento a grupos de apoio; acompanhamento paralelo pelo serviço médico da empresa; plano de saúde na rede credenciada; acesso a serviços odontológicos da instituição; possibilidade de obter medicamentos subsidiados pela confederação em parceria com o Ministério da Saúde; auxílio-doença; benefícios previdenciários; extensão dos benefícios à família; auxílio-funeral, no caso de falecimento do servidor ou de seus dependentes legais; e, finalmente, um plano de complementação de aposentadoria.

CNI/SESI



Programas de Educação, Informação e Prevenção são prioridades do Serviço Social da Indústria (SESI), criado em 1946 pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), atende aproximadamente 400.000 indústrias e 7.5 milhões de trabalhadores. Por

meio de ações ligadas à promoção da qualidade de vida no trabalho, a instituição vem sensibilizando e conscientizando empresários, trabalhadores e seus familiares sobre a importância do cuidado com a saúde e a qualidade de vida.

Há mais de 18 anos a instituição desenvolve, em parceria com o Ministério da Saúde, o Programa de Prevenção às DST/Aids nas Empresas, com o fim de estimular a adoção de atitudes de prevenção e de não-discriminação em relação às DST/aids entre os trabalhadores das indústrias de diversos ramos de atividade.

Além dos cursos de capacitação, são desenvolvidos estudos e pesquisas, campanhas em datas comemorativas, oficinas, fóruns de debate, apresentações de peças teatrais e distribuição de material informativo e educativo, além dos programas: Saúde na Sala de Aula, destinado a Educação de Jovens e Adultos nos espaços escolares das indústrias e o Marketing Social do Preservativo que visa ampliar e facilitar o acesso do preservativo ao trabalhador da indústria.

CNT/SEST/SENAT



Disposto a melhorar a qualidade de vida de trabalhadores em transporte e seus familiares, o Serviço Social do Transporte/Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (CNT/SEST/SENAT) desenvolve ações de educação e prevenção em saúde.

São palestras, campanhas educativas, participação em feiras e eventos, parcerias com as secretarias estaduais e municipais de saúde para distribuição de preservativos, exibição de vídeos, produção de cartilhas e implantação de programas de prevenção em empresas do setor de transporte, desenvolvidos em mais de 120 unidades SEST/SENAT em todo o país.

Tudo isso faz parte do Programa SEST/SENAT de Promoção e Educação para a Saúde, com ações de prevenção às DST/aids, implementado desde 2003. O programa acumula, de 2003 a 2007, mais de 3 milhões de atendimentos. O número refere-se ao trabalho com o tema DST/aids, o qual responde, no mesmo período, por mais de 170 mil atendimentos. Em 2007 apenas, foram mais de 51.477 pessoas atendidas.

As ações do programa são contínuas e desenvolvidas no próprio SEST/SENAT, em empresas de transporte, escolas da comunidade, blitze educativas nas rodovias, postos de abastecimento, terminais de carga e

contam ainda com o trabalho preventivo das equipes de saúde do SEST/SENAT. Por meio de campanhas periódicas, o SEST/SENAT tem atraído os trabalhadores em transporte, que assumem o papel de agentes de disseminação dos hábitos de prevenção, levando as informações apreendidas para suas famílias e comunidade.

COLGATE-PALMOLIVE



COLGATE-PALMOLIVE

Há 21 anos, a Colgate busca prover toda informação para conscientizar funcionários e familiares de modo que se mobilizem e tomem uma atitude preventiva em relação às DST/HIV - Aids.

As principais ações ocorrem nas datas comemorativas do calendário nacional: Carnaval, Dia das Mães, Dia dos Namorados, SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidente do Trabalho e Dia Mundial de Luta Contra a Aids.

A partir de publicações oficiais do Ministério da Saúde, são difundidas informações junto aos funcionários e familiares por meio de cartazes, vídeos, folderes e revista corporativa. Esses materiais também são disponibilizados por meio eletrônico: e-mail, Intranet e Internet.

A cada ano busca-se inovar as atividades trazendo grupos de teatro, exposições de fotos e cartoons, palestras com especialistas da área da saúde e profissionais do quadro da empresa.

A exposição de cartoons “Semana do Humor e Aids” foi apresentada por ocasião do Dia Mundial de Luta Contra a Aids.

No Dia das Mães a empresa realizou a campanha sobre Transmissão Vertical para subsidiárias da América Latina, por meio impresso e e-mail marketing com animação.

A exposição de fotos “Prevenção em Foco”, do VII Congresso Brasileiro de Prevenção de DST/Aids, foi apresentada durante a SIPAT e possibilitou aos funcionários uma nova maneira de refletir sobre tema.

Também foi organizado um seminário à equipe de saúde da Colgate com representantes do CRT – Centro de Referência e Treinamento - para orientação especializada e aconselhamento dos portadores do HIV.

A Colgate possui um plano de recomendações sobre DST/HIV-Aids para as subsidiárias da América Latina, alinhado aos seus valores corporativos: Respeito, Trabalho em Equipe e Melhorias Contínuas.

EMBRAER



O primeiro caso de aids na Embraer data de 1984, quando pouco se conhecia sobre a doença. Uma vez que os serviços públicos de saúde ofereciam poucos recursos, a maior fabricante de aviões do Brasil, em parceria com a Universidade de São Paulo (USP) e com o apoio de uma médica infectologista, treinou uma equipe médica e social capaz de dar suporte sobre HIV a seus funcionários. Desde 2003, a empresa faz parte do CEN AIDS.

Nos idos de 1984, a empresa montou um home care, com assistência de enfermagem 24 horas e acompanhamento médico, sem contar o Serviço Social, de suporte de material, medicamento e assistência à família. A equipe médica fez o trabalho de conscientização dos gestores e campanhas internas de prevenção por meio de palestras, distribuição de cartilhas, folhetos etc. Até 2005, a Embraer registrou sete casos de aids (entre eles, dois óbitos). A empresa oferece atendimento integral, independentemente da legislação.

Como medidas preventivas, a Embraer realiza anualmente palestras educativas e informativas em datas específicas como Carnaval, Dia dos Namorados, Dia Nacional de Combate ao HIV/Aids no Ambiente de Trabalho, Dia Mundial de Luta Contra a Aids e SIPAT. Nesses eventos, a empresa apresenta verdadeira coleção de materiais educativos: vídeos na TV Embraer, folhetos, cartazes, faixas, banners, jornais, artigos na intranet e quadros de avisos.

MTV

Com cobertura de 18,1 milhões de lares em 302 cidades, no total de 37% dos domicílios do país, 9,3 milhões de espectadores/mês com idades entre 15 e 29 anos, a MTV tem inserido enfaticamente na sua programação assuntos ligados à cidadania, incluindo DST/aids e sexualidade em geral.



NATURA COSMÉTICOS

Desde 1990, a Natura desenvolve ações de prevenção e assistência à aids inseridas em um Programa de Qualidade de Vida voltado ao combate ao preconceito e ao estímulo da solidariedade.



São utilizadas diversas técnicas pedagógicas, procurando adequá-las às características da população a ser trabalhada. Há a colaboração espontânea dos trabalhadores para atuarem como agentes multiplicadores de informação.

49

As empresas do CEN AIDS e suas ações de mobilização em resposta ao HIV

O Programa conta com uma equipe interdisciplinar de saúde e serviço social para assistir ao trabalhador vivendo com HIV. As despesas são cobertas pelo plano de saúde conveniado à empresa.

Ao longo desses anos, a Natura, entendendo sua responsabilidade social, tem desenvolvido ações em parceria com o Ministério da Saúde e outras empresas, estendendo suas ações de prevenção a prestadores de serviços e terceiros.

NESTLÉ



Informação, conscientização, orientação e atualização sobre HIV/aids por meio de diversos recursos é o que busca a Nestlé com seu Projeto AIDS de resposta à epidemia. Prevê sobrevida digna aos servidores vivendo com HIV/aids, com direito a apoio psicológico, inclusive a suas famílias e colegas de trabalho; educação continuada como prevenção à epidemia (palestras, material educativo, trabalhos de sensibilização); formação de grupos de apoio; não-afastamento do trabalho enquanto o servidor apresentar capacidade produtiva; assistência médica; distribuição de preservativos etc.

O Projeto AIDS pretende atingir cerca de 50 mil pessoas, sendo a totalidade delas colaboradores da empresa e seus dependentes, além de prestadores de serviços (mão de obra terceirizada). A Nestlé cobre, ainda, todos os gastos com consultas, exames, tratamentos, internações. E, para prevenir a disseminação da epidemia, realiza, também, campanhas de conscientização, distribui periodicamente jornais e folhetos, além de fixar na empresa cartazes informativos. A Nestlé é membro ativo do CEN AIDS. Um de seus colaboradores é vice-presidente do Conselho.

PHILIPS

Um dos maiores compromissos da Philips no Brasil e no Mundo é melhorar a qualidade de vida das pessoas. Para cumpri-lo, a empresa desenvolve, entre outras ações, atividades educativas e de assistência referentes às DST/aids.

Por meio de seu plano de saúde, a empresa inclui toda a cobertura para atendimento de necessidades biopsicossociais. A Philips oferece os benefícios ao funcionário e a seus dependentes, o que confere ao portador do vírus ou ao trabalhador vivendo com aids a tranqüilidade necessária para sua recuperação, sem risco de descontinuidade do tratamento.



As atividades educativas se realizam de forma continuada, com o emprego de metodologias diversificadas, que permitem a participação voluntária de funcionários, estagiários e terceiros, a fim de conscientizar e sensibilizar o público-alvo e seus respectivos dependentes. O material informativo abre a possibilidade de se trabalharem temas referentes à importância da prevenção, ao preconceito e à discriminação no local de trabalho e na sociedade em geral.

Não por acaso, a Philips incluiu em sua missão a melhoria da qualidade de vida das pessoas. A área de cuidados com a saúde é chave para o crescimento da empresa. Nos últimos cinco anos, a companhia investiu mais de 10 bilhões de euros em aquisições de empresas líderes no mercado de sistemas médicos e é, hoje, líder de mercado em cuidados com a saúde cardíaca, terapia intensiva e cuidados com a saúde doméstica. Essa visão não poderia deixar de se refletir também nos projetos de responsabilidade social relacionados à área de cuidados com a saúde.

Um deles é o Doe Vida, que promove a conscientização e a sensibilização de adolescentes sobre prevenção de DST, principalmente a aids e a gravidez não planejada na adolescência. O projeto percorre as escolas da rede pública e comunidade em geral. Adolescentes de 13 a 18 anos têm a oportunidade de dialogar sobre esses temas. O Doe Vida tem o apoio do Ministério da Saúde, do CEN AIDS e do UNAIDS, além da assessoria técnica e pedagógica do Instituto Kaplan – Centro de Estudos da Sexualidade Humana. São Paulo, Capuava, Varginha, Recife e Manaus já receberam o projeto. Somente em 2007, a iniciativa mobilizou 180 voluntários e atendeu 135 escolas. De 2001 a 2007, o projeto beneficiou 121.300 adolescentes.

SESC

A Educação em Saúde é atividade prioritária no Programa Saúde do SESC que, desde 2003, desenvolve o Projeto Transando Saúde. Com vistas a sistematizar as ações de prevenção às DST e Aids realizadas em suas unidades pelo Brasil, o Departamento Nacional da entidade elaborou um Manual de Orientação Técnica do Projeto Transando Saúde, confeccionou um jogo educativo próprio, adquiriu materiais didáticos, insumos e capacitou, com o apoio do Ministério da Saúde, educadores em saúde para implantarem o Projeto.

O Transando Saúde pode ser desenvolvido em dois cenários: empresas e escolas. Em ambos tem como objetivo desenvolver ações contínuas de prevenção às DST/AIDS, formando agentes multiplicadores em saúde.

51

O planejamento do Projeto é feito pelo SESC em conjunto com parcerias locais, levando em consideração o contexto histórico-cultural de cada região. Utiliza-se como metodologia a Construção Compartilhada do Conhecimento, uma vez que se considera a participação e a reflexão de todos os envolvidos, como importante para abrir espaço à multiplicidade de olhares sobre o tema e às questões de gênero e sexualidade.

As etapas do Projeto incluem: a sensibilização de empresários e/ou diretores; reuniões e oficinas com funcionários e/ou professores; definição conjunta do cronograma de capacitação de funcionários ou docentes e alunos, bem como do plano de trabalho anual. No caso do Transando Saúde em empresas, os recursos humanos formados pelo SESC, definem e implementam ações de prevenção no próprio ambiente de trabalho, sob acompanhamento e assessoria técnica da entidade. O êxito desta proposta pode ser visto em pelo menos 16 Departamentos Regionais, dentre os quais o de Alagoas e o do Amapá, são parceiros e incentivadores de empresas que receberam o Prêmio CEN AIDS no Mundo do Trabalho: Hotel Costa Mar (Categoria microempresa 2005), Supermercado Magazine Fortaleza (Categoria grande empresa 2005), Hotel Costa Mar (menção honrosa 2006), MAKRO Atacadista S.A. (Categoria pequena empresa 2006), Elimar Prestadora de Serviços Gerais Ltda. (categoria média empresa 2006) e Limpel Limpeza Urbana Ltda. (Categoria média empresa 2007).

52 UNILEVER



O Programa Arrastão da Saúde, da Unilever, conta com o apoio de funcionários voluntários para a entrega de 30 mil a 50 mil panfletos e preservativos sobre prevenção de aids na Praia de Boa Viagem, em Recife (PE) e em mais uma praia da comunidade local escolhida a cada ano.

VOLKSWAGEN DO BRASIL

A Volkswagen do Brasil oferece o Programa Aids Care aos usuários de seu Plano Médico de Autogestão desde 1996. O programa compreende atenção global, integrada e gerenciada em diferentes níveis assistenciais (ambulatorial, hospitalar, domiciliar e no local de trabalho) a todos os empregados e dependentes portadores do HIV/aids.



O objetivo maior do programa é oferecer ações de promoção de saúde, prevenção de doenças oportunistas, ambulatório multiprofissional (médico infectologista, nutricionista, assistente social e psicólogo), protocolo técnico para exames laboratoriais, medicamentos anti-retrovirais, hospitais de referência e assistência domiciliar ao portador do HIV/Aids.

Além do Aids Care, a Volkswagen desenvolve também um Plano de Comunicação Continuada sobre o HIV/Aids no interior de suas fábricas, por meio de atividades específicas como informações na Intranet, o Jornal Volkswagen, quadro de avisos, palestras, peças de teatro e distribuição de materiais em datas especiais (Carnaval, Dia dos Namorados, 8 de outubro – Dia Nacional de Prevenção ao HIV/Aids no Local de Trabalho, Sipats e 1º de Dezembro – Dia Mundial de Luta contra o HIV/Aids).

Entre os indicadores de qualidade do Aids Care estão a alta taxa de adesão ao programa, maior controle clínico e prevenção de manifestações da doença, diminuição dos períodos de afastamento do trabalho, melhor qualidade de vida, reintegração na sociedade e no trabalho e maior grau de satisfação do funcionário na empresa.

Além de ações internas, como o Programa Aids Care, a Volkswagen do Brasil, responsável pela fabricação do automóvel mais popular da história do país, o “fusca”, demonstrou sua capacidade de atuação também junto à sociedade em geral por meio da bem-humorada campanha: “Proteja quem você ama. Sexo só com camisinha”. No cartaz da iniciativa, um homem veste seu carro com um preservativo masculino.

Marcos das Ações do CEN AIDS (1998-2008)

Ano	Ação
1998	Criação do CEN AIDS.
1999	Livro da Família – Aprendendo sobre Aids e Doenças Sexualmente Transmissíveis.
2000	Publicação: A Parceria entre Governo e Empresários na Prevenção das DST/Aids.
	1º Seminário CEN AIDS.
2001	1ª Campanha do Dia dos Namorados – Prevenção é vida.
	Dia Mundial de Luta Contra a Aids – Eu me cuido, e você?
2002	Primeiro Folder Institucional.
	2ª Campanha do Dia dos Namorados – Prevenção é uma demonstração de amor.
	Dia Mundial de Luta Contra a Aids – Crie Laços, Viva e Deixe Viver.
2003	Manual de Implantação e Implementação de Programas e Projetos de Prevenção ao HIV e Aids no Local de Trabalho.
	Carnaval – Material Informativo do Ministério da Saúde nas Empresas.
	3ª Campanha do Dia dos Namorados – Dia dos namorados sem grilo, só com camisinha.
	Dia Mundial de Luta Contra a Aids – Respeito você conquista quando não discrimina.
	2º Folder Institucional – Você sabe o que estas empresas têm em comum?
2004	Carnaval - Ziriguidum no Carnaval só com camisinha.
	4ª Campanha do Dia dos Namorados – Vai namorar? Lembre-se: Sexo sem Grilo só com camisinha!
	Dia Mundial da Luta Contra a Aids - No sexo tudo pode. Só não pode ficar... Sexo sem grilo, só com camisinha!
	3º Folder Institucional – Você pode e deve incluir sua empresa nesta campanha.

2004	Reconhecimento Intenacional - UNAIDS.
	2º Seminário CEN AIDS de Prevenção ao HIV/Aids no mundo do trabalho.
	Criação do Dia Nacional de Prevenção à Aids no Local de Trabalho em parceria com o PN-DST/Aids eo UNAIDS - 8 outubro.
2005	Carnaval - Na avenida, quem é bamba samba. Usa camisinha e não dança.
	5ª Campanha do Dia dos Namorados – Radical é namorar com proteção em qualquer situação.
	1º Prêmio CEN AIDS no Mundo do Trabalho.
	Dia Mundial da Luta Contra a Aids - Hoje dia Mundial da Luta Contra a Aids, milhões de pessoas em todo mundo estão dizendo que sexo sem grilo, só com camisinha! E você?
2006	Carnaval - Mamãe eu quero, mamãe eu... Só se for com camisinha!
	6ª Campanha do Dia dos Namorados – Você já sabe namorar...e se prevenir?
	Dia Mundial da Luta Contra a Aids - Ninguém merece ser discriminado.
	2º Prêmio CEN Aids no Mundo do Trabalho.
	Reconhecimento Nacional - 3º Prêmio Aids Responsabilidade Social - Aguilla Brasil.
2007	Carnaval - “Ei! Na folia! Sexo sem grilo. Só com camisinha!
	7ª Campanha do Dia dos Namorados – Segurança não pode faltar, a melhor proteção é a camisinha.
	3º Prêmio CEN AIDS no Mundo do Trabalho
	Dia Mundial da Luta Contra a Aids - Vai comemorar? Vá de camisinha!
2008	Carnaval - Na avenida, nada é mais importante que a bandeira da escola. Na vida, nada é mais importante que a prevenção.
	8ª Campanha do Dia dos Namorados – Namorar sem camisinha não rola - Material presente no CD “Campanhas de 2003 a 2008”.
	Campanha CEN 10 anos
	4º Prêmio CEN AIDS no Mundo do Trabalho.

C E N AIDS:

**10 Years of private
sector mobilization
in Brazil**

Brasília - DF
2008

UNAIDS/08 (English Version, October 2008)

© Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS). National Business Council on HIV/AIDS Prevention of Brazil (CEN AIDS). 2008. All rights reserved.

This document was prepared by the UNAIDS Office in Brazil in partnership with the National Business Council on HIV/AIDS Prevention of Brazil (CEN AIDS).

The denominations used in this publication and the material contained in it do not imply, on the part of UNAIDS or CEN AIDS, any judgement about the legal statuses of any country, territory, city or zone, nor about their authorities, nor about issues relating to the demarcation of their frontiers.

UNAIDS and CEN AIDS cannot guarantee that the information contained in this publication is complete and cannot be held liable for any damages arising from its use.

UNAIDS – Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (headquarters)

20, Av. Appia - CH-1211 27 Geneva, Switzerland

Tel. (+41) 22 791 3666

www.unaids.org

UNAIDS – Brazil

EQSW 103/104, bloco C, 2º Andar – Setor Sudoeste

Brasília – DF, Brazil

Tel. (+55) 61 3038 9220

brazil@unaids.org

National Business Council on HIV/AIDS Prevention of Brazil

Tel. (+55) 11 5019-4056

e-mail: www.cenaids.com.br



CEN

AIDS

10

Years

Content

- 7** | **Foreword**
- 9** | **Introduction**
- 13** | **The private sector mobilization
in the AIDS response in Brazil**
- 15** | **A brief background**
- 17** | **Informative materials**
- 19** | **Campaigns**
- 27** | **CEN AIDS National World
of Work Award**
- 33** | **Regional corporate mobilization**
- 35** | **International recognition and mobilization**
- 39** | **CEN AIDS: Planning,
participation and partnerships**
- 41** | **The next 10 Years**
- 43** | **The CEN AIDS companies and
their mobilization in response to HIV**
- 54** | **CEN AIDS Main Actions (1998 - 2008)**
- Appendix: CD containing information mate-
rials and campaigns produced by CEN AIDS**



O nascimento do Conselho Empresarial Nacional (CEN)



Há alguns anos o Ministério da Saúde promove ações para estimular o envolvimento do setor privado na prevenção e assistência a Doenças Sexualmente Transmissíveis, as DSTs, incluindo a AIDS.

As empresas desenvolveram excelentes iniciativas nesse sentido, comprovando a força do setor e sua importância no combate ao problema. Tais iniciativas foram realizadas junto a seus trabalhadores, familiares e, em alguns casos, estenderam-se a toda a comunidade.

A Coordenação Nacional do Ministério da Saúde sentiu então a necessidade de fortalecer essas iniciativas, prestando assessoria a novos projetos e auxiliando no intercâmbio de experiências entre as empresas. A idéia era otimizar esforços e recursos para atingir cada vez mais pessoas e tornar as ações mais efetivas.

Enquanto a discussão avançava no Brasil, o Programa das Nações Unidas para Prevenção e Controle da Aids (UNAIDS) estimulou, em 1997, a criação do Conselho Empresarial Mundial de Prevenção ao HIV/AIDS. No mundo todo, tornava-se clara a necessidade da participação do setor privado nesta luta. Foi assim que em 8 de outubro de 1998, o Ministério da Saúde criou o Conselho Empresarial Nacional de Prevenção ao HIV/AIDS.

VISÃO

Ser reconhecido como um grupo sólido e representativo do segmento empresarial - mobilizador de todas as empresas, independente da atividade, porte e região - e manter ações contínuas voltadas à prevenção do HIV/AIDS.

MISSÃO

Contribuir para o controle da epidemia, por meio da sensibilidade e mobilização do segmento empresarial, estimulando/fortalecendo o exercício da responsabilidade social das empresas na luta contra a AIDS.

Para maiores informações, ligue: 5511-4347-2132
Não demore. A AIDS não espera.



Foreword

An important lesson we have learned in more than 25 years of the AIDS epidemic is that effective and sustainable responses cannot be built without the participation and commitment of society as a whole, including governments, non-governmental organizations, international cooperation agencies, people living with HIV and the private sector.

Above all, HIV infection affects people of productive age and UNAIDS estimates that 9 out of every 10 people living with HIV are young adults. It is therefore becoming increasingly clear that this is a development-related issue and, as such, requires long-term efforts aimed at ensuring access to information and combating stigma and discrimination against people living with HIV.

CEN AIDS - Brazil's National Business Council on HIV/AIDS Prevention, is an example of the private sector's commitment to the response to AIDS. In the last ten years since CEN AIDS was first set up by the Ministry of Health, it has been promoting actions that are aimed not only at employees of the larger companies that are members of the Council and their families, but also mobilizing campaigns, taking part in the formulation of public policies, as well as being involved in international cooperation activities with other Business Councils.

The purpose of this publication is to present some of CEN AIDS' main activities since it was created in 1998. The information materials and campaigns available in the annex CD can be reproduced by companies and Councils worldwide. We hope that this document fulfils not only the role of encouraging other countries' Business Councils, but that it also strengthens the commitment of each CEN AIDS member Company, as well as giving impetus to the creation and maintenance of State and Municipal Councils throughout Brazil.

Responding to the epidemic is everybody's responsibility and an issue on which we already possess accumulated experience and results. We must keep our commitment and continue to take action.

Murilo Alves Moreira
President
CEN AIDS Brazil

Pedro Chequer
UNAIDS Country Coordinator
Brazil

Introduction



Thirty three million people are currently living with HIV worldwide, according to estimates made by the Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS). Some two million and seven thousand of them became infected in 2007 and some two million died of AIDS in the same period. On average there are 7,500 new infections every day. Globally, women account for fifty per cent of HIV infections and this rate has remained stable in recent years.

Prevention and treatment programmes, in turn, have produced positive results in most of the world's countries. In the last two years, for example, the percentage of pregnant women living with HIV receiving antiretroviral treatment to prevent mother-to-child transmission increased from 9% in 2004 to 33% in 2007. According to UNAIDS, there are also signs of progress being made with regard to prevention in the 18 countries most affected by the epidemic that have data available about behavioural changes, such as people under 15 having sex, multiple partners and condom use. Since 2005, HIV prevention efforts have tripled in relation to commercial sex workers, men who have sex with men and injecting drug users. Nevertheless, the number of new infections continues to outmatch progress in terms of the number of treatments being received – for every two people who have access to antiretroviral drugs, a further five contract the virus.

A study carried out by the International Labour Organization (ILO) in 2005 estimates that there are some 25 million workers aged 15 to 64 living with HIV worldwide, 41% of whom are women¹. Of the total HIV positive population, the majority are aged between 15 and 49, this being

¹ The full content of ILO's publication "HIV/AIDS and the World of Work" is available at www.oit.org/aids.

the age group into which most of the active workforce falls. The same study indicates that between the beginning of the epidemic and the year 2005, 28 million workers may have lost their lives as a consequence of AIDS. This figure will increase significantly if access to adequate treatment is not scaled up, and could reach 74 million in 2015. This would make AIDS one of the biggest causes of mortality in the world of work.

Apart from what it represents from the human point of view, the epidemic seriously affects companies and national economies. Its impact on development levels is reflected in reduced economic growth and the fall in national income resulting from lost income and increased public spending on health and welfare.

The workplace can therefore help to curb the spread and lessen the impact of HIV through human rights promotion, the dissemination of information, the development of training and educational programmes, the taking of practical preventive measures, offering care, support and treatment and guaranteeing welfare.

10

All this data and information would in itself be sufficient for the corporate sector to mobilize itself towards promoting AIDS prevention. There are, however, other motives to do so, such as keeping good professional staff, attracting new talents, better return on investment in treatment, cost rationalization, a more agreeable working environment, interaction between companies, employees and the community and the opportunity for companies to demonstrate their social responsibility.

As such the corporative world has been demonstrating both interest and the ability to act to combat the epidemic. According to a report by the World Economic Forum published in January 2008, the world currently has four **Regional and 47 National Business Councils** which provide support to the private sector with regard to responding to HIV. These Councils assist the development of private sector workplace policies, establish dialogue between the public and private sectors and promote initiatives in response to the AIDS epidemic between both sectors.

In **Brazil** conditions are favourable for the private sector to make its contribution, since it has as its partners Government and civil society, both of which are organized and articulated around a structured and successful public policy. It is estimated that around 600 thousand people are living with HIV in Brazil, contrary to the forecasts made at the beginning of the 1990s which estimated that double this number of people would be living with HIV by the year 2000. Brazil was also the first developing country to guarantee universal access, via its National Health System (SUS), to antiretroviral medication.

The positive results of the Brazilian response are also associated with changes in behaviour and in the population's practices and attitudes with regard to HIV transmission routes. Data obtained through the 2004 Study on the Knowledge, Attitudes and Practices of the Brazilian Population shows that almost 91% of the Brazilian population in the 15 to 54 age group spontaneously stated sexual intercourse as being an HIV transmission route, and 94% mentioned condom use as a means of preventing infection, possibly demonstrating the success of the country's information campaigns.

According to the same study, the indicators relating to condom use show that approximately 38% of the sexually active population used a condom the last time they had sexual intercourse, regardless of who the partner was. This proportion reaches 57% when only young people aged 15 to 24 are taken into consideration. 67% used condoms the last time they had sexual intercourse with a casual partner. With regard to condom use whenever they have sexual intercourse, approximately 25% of the sexually active population, aged 15 to 54, stated regular condom use during the preceding year, rising to 51.5% in relation to casual sex. 28% of the sexually active population had already tested for HIV at some time in their lives.

The Brazilian National STD and AIDS Programme (NAP), of the Ministry of Health, has invested in improving the quality of public services aimed at people living with AIDS and other STDs; reducing mother-to-child HIV transmission; increasing the coverage of STD and HIV diagnosis and treatment; increasing the coverage of prevention actions among women and more vulnerable populations; reducing stigma and discrimination; as well as investing in better management and sustaina-

bility. Moreover, the successful Brazilian response to the AIDS epidemic also involves, apart from government and civil society actions, the coordinated activities of the corporative sector.

*Regina Castillo,
Chief of the UNAIDS Private
Sector Partnerships Unit,
UNAIDS/Geneva.*

“Business Coalitions on AIDS around the world have played a central role in mobilizing companies to broaden access to HIV prevention, diagnosis, treatment and support through effective workplace pro-

grammes. The Brazilian National Business Council on HIV/AIDS Prevention (CEN AIDS) is one of the oldest business coalitions on AIDS and a leader in promoting increased business action to the AIDS epidemic in Brazil. It’s experience can serve as a good example of best practice to other countries in this region or elsewhere looking to form and sustain business coalitions on AIDS.”

The private sector mobilization in the AIDS response in Brazil

Set up on **October 8th 1998** by the **Ministry of Health of Brazil**, the **National Business Council on HIV/AIDS Prevention - CEN AIDS** was established to contribute towards the response to AIDS in Brazil. CEN AIDS' main objective is to increase the number of Brazilian businesses that have AIDS prevention programmes. As a solid body representing the private sector before society, CEN AIDS mobilizes Brazilian business people to design, implement and maintain projects, programmes and policies aimed at HIV/AIDS prevention, regardless of their commercial activities, size or region in which they are located.

13

CEN AIDS membership is comprised of:

- ✓ Companies with the standing of Almap-BBDO, Avon, Banco Itaú, Bradesco, Colgate-Palmolive, Editora Abril, Embraer, MTV, Natura, Nestlé, Philips, Unilever and Volkswagen do Brasil,
- ✓ Business sector Confederations, such as the National Confederation of Goods, Services and Tourism Businesses (CNC), the Social Service for Business (SESC), the National Service for Business Training (SENAC), the National Transport Confederation (CNT), including its Social Service for Transport and its National Service for Transport Training (SEST/SENAT) and the Social Service for Industry (CNI/SESI).
- ✓ The Ministry of Health, through its National STD and AIDS Programme and the Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS).



- ✓ Other important partners: Indústrias Villares, Brasil Telecom, Espaço Eventos, Etnepress, Febrapharma, Grupo Severiano Ribeiro, Odebrecht, SBT, Unibanco and VARIG have also taken part in the National Business Council, contributing in a significant manner towards its victorious trajectory.

Thanks to this group of institutions and the organizations they represent in the Brazilian states, CEN AIDS' actions reach more than 50 million people throughout the country, comprised of employees and their families, clients and partners and the community in general who, directly or indirectly, receive information and guidance regarding STDs and AIDS. Emphasis is placed on prevention, through actions and activities in the companies, but which also benefit Brazilian society. CEN AIDS also contributes towards qualifying the actions companies undertake and promotes the recognition of good practices in facing AIDS.

*Mariângela Simão,
Director of the Brazilian
National STD/AIDS
Programme, Ministry
of Health*

“CEN AIDS’ ten years are an example of the success of the engagement of corporate organizations from various sectors in encouraging and strengthening companies’ social responsibility with regard to HIV and

AIDS prevention. This successful partnership between the National STD and AIDS Programme and corporations from diverse sectors is responsible for dozens of AIDS awareness raising and combat projects in workplaces throughout the country and has become one of the mainstays of our response to the epidemic.”

A brief background



The role played by businesses in responding to AIDS goes back beyond the setting up of CEN AIDS by the Ministry of Health ten years ago. When the Brazilian Government decided to create the Council, several companies already had their own HIV prevention programmes. It was precisely these companies, for the most part large-scale corporations, that came to comprise CEN AIDS, officially set up by means of Health Ministry **Ordinance N° 3,717, dated October 8th 1998**², signed by the Minister of Health. This act formalized and strengthened the partnership between the Ministry of Health and the private sector regarding the formulation and diffusion of policies on the prevention and control of sexually transmitted diseases and AIDS. In September 2005, a new Health Ministry Ordinance (N° 1,777, **dated September 29th 2005**) reviewed CEN AIDS constitution and *modus operandi*³.

The starting point that lead to the setting up of CEN AIDS involved:

- ✓ The need to join all efforts, both public and private, to prevent the spread of STDs, HIV and AIDS.
- ✓ The importance of the private sector's participation in the formulation, setting up and dissemination of STD, HIV and AIDS prevention and care policies and programmes.
- ✓ The existence of the Global Business Coalition on HIV/AIDS, which functioned as a catalyst of worldwide actions, mobilizing resources, encouraging responses and expressing the needs of the corporative sector regarding the epidemic.

² Text available at: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id=4>

³ Text available at: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id=3>

Ever since its creation, CEN AIDS has strived to achieve its principal objective, namely: to increase the number of businesses with HIV prevention programmes. Joint advocacy and social marketing actions are employed to contain the spread of the epidemic, principally in the workplace. Below is a summary of CEN AIDS' activities over the last 10 years, classified by type of action.

Informative materials

CEN AIDS' first action dates from 1999, when the Council distributed a million copies of the “**Family Book – Learning about AIDS and Sexually Transmitted Diseases**” to workers and their families. The following year the Council targeted the Brazilian corporate sector itself through the publication entitled “The Partnership between the Government and Business People in Preventing STD/AIDS”. In 2000 the 1st CEN AIDS Seminar was held, aimed at raising the awareness and mobilizing the private sector to promote prevention in the workplace.

Also with the aim of achieving its goal of mobilizing the Brazilian corporate sector to combat the AIDS epidemic, in 2002 CEN AIDS launched its first Institutional Folder, containing information about the Council itself and its field of action.



Another important publication was the “**Manual for Implanting and Implementing HIV and AIDS Prevention Programmes and Projects in the Workplace**”, produced by the Council and printed by the Ministry of Health in 2003. The manual was distributed to companies with the aim of encouraging prevention programmes. The manual coincided with the need for reference

material for the corporate sector in responding to STDs and AIDS in Brazil. Prepared by several different people, the publication contains helpful hints on resources that any employer can use to promote prevention in the workplace. A revised version of this Manual will be distributed by CEN AIDS and the Ministry of Health in 2008.

Campaigns

Beginning in **2001**, a national action was to mark CEN AIDS' presence every June 12th: the **Valentine's Day** Campaign, with prevention material being distributed in cinemas, theatres, domestic flights and newspaper stands.

This date was chosen because of the meaning associated with it, involving – above all – young people, and because of the need for a new date to encourage the dissemination of the message of prevention, apart from the traditional Labour Day, Carnival and World AIDS Day. The initiative was well received in other countries as well, especially those that also commemorate Valentine's Day.

On December 1st **2001**, CEN AIDS returned to the streets with its first **World AIDS Day** action. With the theme **“I take care of myself, how about you?”**, the campaign distributed prevention materials, such as stickers and male condoms, in regional companies registered with SESC and SESI as well as in stage plays in all the country's states. This action was called “CEN on scene”. 248 thousand condom holders were distributed

via SESC during the campaign in the states of Acre, Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Roraima, Rondônia, São



Paulo, Santa Catarina, Sergipe, Ceará, Paraná, Tocantins and the Federal District. SESI put on stage plays in the states of Porto Alegre, Alagoas, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso and the Federal District.



In **2002** the Valentine's Day Campaign highlighted prevention as a token of love and a short film shown in cinemas and by TV stations on World AIDS Day drew attention to the stigma and discrimination relating to HIV through the slogan: "**Make Bonds, Live and Let Live**".

During **the 2003 Carnival**, CEN AIDS adhered to the Ministry of Health's prevention campaign, involving the mass distribution of posters in companies. The poster, containing a picture of pop singer Kelly Key, alerted: "Sex, only with condoms. Otherwise just look and drool, baby", in a clear allusion to her biggest hit at the time.

20

That same year, on Valentine's Day, CEN AIDS launched its captivating mascot: **the cricket**. The small green insect appeared in cinemas, theatres, domestic flights and newspaper stands in short films, posters and folders, bearing the slogan "**Valentine's Day without "the cricket" (or "nagging doubts"), only with condoms!**" Since then, the cricket, sometimes accompanied by his equally green girlfriend, provides good humour to announcements and other CEN AIDS Valentine's Day publicity campaign pieces, as well as new institutional folders and Carnival campaigns.

**Dia dos namorados
sem grilo,
só com camisinha!**



⁴ Translator's note: "Grilo", meaning the insect a "cricket", is also slang for a nagging doubt or problem.

On **December 1st 2003**, the cricket drew attention to the fight against stigma and discrimination.

In **2004**, the Carnival campaign featured the cricket and associated the “ziriguidum”⁵ of Carnival folly with condom use. This theme was highlighted once again during that year’s **Valentine’s Day** Campaign. The campaign messages included: “You, me and a condom. The only perfect lovers’ triangle”, aimed at employees, and “The staff of these companies know...that sex without “the cricket” (nagging doubts), only with condoms”, aimed at business entrepreneurs.

Qualquer um pode ser discriminado.



Respeito você conquista quando não discrimina.

1º de Dezembro. Dia Mundial de Luta Contra a Aids.



Sexo sem grilo, só com camisinha!

www.aids.gov.br/cen

Ziriguidum no carnaval, só com camisinha!



www.aids.gov.br/cen



Sexo sem grilo, só com camisinha!

Você, eu e camisinha. O único triângulo amoroso perfeito.



Sexo sem grilo, só com



www.aids.gov.br/cen

21

Campaigns

The same good humoured focus was used in the **2005** Carnival Campaign, with the cricket swaying along to the theme “Smart folk dance samba in the carnival parade. Don’t come unstuck, use condoms”. That year’s Valentine’s Day Campaign was aimed at young people and their heightened tendency of taking risks. The message recalled that a “radical” person is someone who

⁵ “Ziriguidum” means: “samba, swinging, a different swaying motion, whilst keeping to the right rhythm”.

**Segurança não pode faltar.
A melhor proteção é a camisinha.**



**No dia dos namorados,
sexo sem grilo!  Só com camisinha.**

Finally, on Valentine's Day 2008, the CEN AIDS cricket, along with his cute girlfriend, took to the streets on postcards handed out at almost two thousand free distribution points in



the cities of São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia, Salvador, Recife, Porto Alegre and Curitiba, thanks to a partnership between the Council and the Mica Cards company. This campaign's slogan was: "Dating without condoms, no way. Sex without "the cricket" (nagging doubts), only with condoms".

Standing out among CEN AIDS' principal actions is the campaign that gave rise to the Council's slogan: "Business people united for negative results". This campaign was produced by one of CEN AIDS' members, the AL-MAP/BBDO publicity agency, and launched in 2003. It consists of a series of colourful posters containing Russian constructivist images from the Stalinist Soviet period. The pictures,



along with the slogan and the logos of the CEN AIDS' member companies, were published in magazines throughout the country and were even successful in Russia itself when CEN AIDS' chairman took the English version of the announcements to a business event there.



With the Cricket, no “nagging doubts”.

THE CEN AIDS’ Valentine’s Day prevention campaign’s mascot, the Cricket, ended up becoming part of the image of the Council itself. The smiling green insect’s career is as curious as the cricket itself.

The Quality of Life Department of Philips do Brasil, an active CEN AIDS member, asked its publicity agency to create a character that embodied the ideals of CEN AIDS’ 2003 Valentine’s Day prevention campaign. The decision was reached that a certain amount of humour and flippancy would be ideal to establish effective communication with the target audience, whilst remaining free from any kind of discrimination. As such the cricket was chosen because it represents a strong concept and is immediately recognized as a determining factor in reflecting on condom use as the best form of prevention, without turning sex into the villain of the story.

Originally sexless in its shape, colour and personification, the Cricket avoids any kind of discrimination based on gender, ethnic groups or beliefs. The word Grilo (cricket) also makes use of the slang term for “problem”, or the opposite, “unworried”, commonly used in the 1970s and 1980s: “No problem”, “Get rid of a nagging doubt”, “Cool” etc. In this way it transmits a message that sex is good and healthy, as long as one takes care to avoid STDs and AIDS.

BEM-VINDOS AO

PRIMEIRO

Prêmio Nacional



No Mundo do

Trabalho

CEN AIDS National world of work award

On October 8th 2005, the Council launched its **1st CEN AIDS National World of Work Award**. Carried out in partnership with the Ministry of Health and UNAIDS, the award recognizes, publicizes and values HIV prevention actions undertaken in Brazil by companies of varying sizes involved in a variety of commercial activities. Companies from the productive sector from all over Brazil can compete in the following categories: micro-companies, small, medium and large companies. Since then CEN AIDS has awarded prizes to 12 companies that have contributed in an effective and creative way to prevent the epidemic and improve working health conditions in several of the country's regions.



ELM

**FERROVIA
TEREZA CRISTINA S.A.**

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

PRODUTOS ROCHE

**RICLAN INDÚSTRIAS
ALIMENTÍCIAS S.A.**

GREIF

MAKRO ATACADISTA S.A.

**ELIMAR PRESTADORA DE
SERVIÇOS GERAI LTDA.**

**HOSPITAL DAS CLÍNICAS
DE PORTO ALEGRE**

HOTEL COSTA MAR

DARTHEL IND. DE PLÁSTICOS LTDA.

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL

**SUPERMERCADO
MAGAZINE FORTALEZA**

Prevention awards

2007

Micro-company

ELM – MARKETING EDITORA MÉDICA LTDA.

Health education consultancy.

São Paulo – SP.

ELM distributed 50 thousand folders to its employees and clients in several different regions of the country.

Small Company

FERROVIA TEREZA CRISTINA S.A.

Haulage Company.

Tubarão – SC.

The company's prevention programme is based on a strategy aimed at raising employee and the community awareness through lectures, stage plays, games and distribution of condoms.

Medium-Sized Company

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

Urban Cleansing.

Maceió – AL.

Limpel has promoted STD/AIDS prevention actions in the workplace by means of a permanent education process.

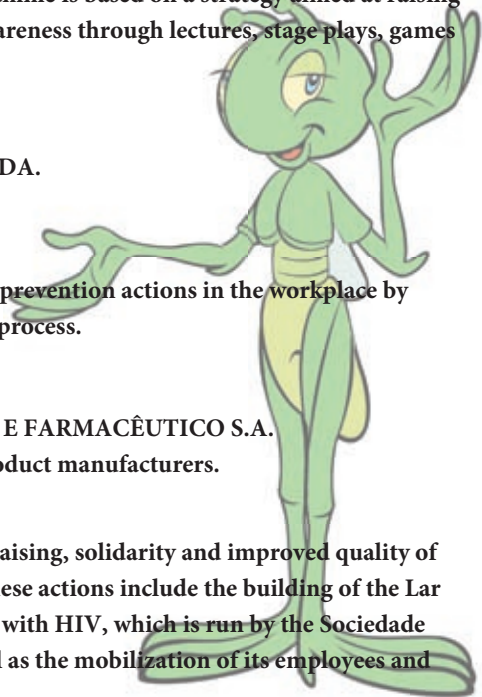
Large Company

PRODUTOS ROCHE QUÍMICO E FARMACÊUTICO S.A.

Chemical and pharmaceutical product manufacturers.

Jaguará – SP.

Aimed at prevention, awareness raising, solidarity and improved quality of life of people living with AIDS, these actions include the building of the Lar Suzane Home, for children living with HIV, which is run by the Sociedade Padre Constanzo Dalbézio as well as the mobilization of its employees and their families.



29

Incentive Award

RICLAN INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS S.A.

Foodstuff manufacturers.

Rio Claro – SP.

In July 2007 the company implanted its Internal AIDS Prevention and Care Programme, the aim of which is to provide all employees with access to information about the epidemic by means of educational and ludic activities.

2006

Micro-Company

GREIF - EMBALAGENS INDUSTRIAIS DO AMAZONAS

Production of industrial packaging.

Manaus – AM.

Promotes the AIDS Combat Week, which has now been scaled up to include communities in the interior of the state of Amazonas. All employees and their families, service providers, suppliers and the community in general have taken part.

Small Company

MAKRO ATACADISTA S.A.

Wholesalers.

Maceió – AL.

It undertakes a continuous education programme called “Opening Ways Forward with Solidarity”. The idea is to let employees have up to date information about STD, HIV and AIDS and to break down prejudice about sex.

Medium-Sized Company

ELIMAR PRESTADORA DE SERVIÇOS GERAIS LTDA.

General services.

Maceió – AL.

Prevention activities take place continuously through group dynamics, educational games, demonstrations on how to use condoms correctly, as well as informative inserts in wage packets and charity campaigns to help institutions that provide support to people living with HIV/AIDS.

Large Company

PORTO ALEGRE UNIVERSITY HOSPITAL

Health and hospital care.

Porto Alegre – RS.

Undertakes actions to reduce health worker exposure to HIV, both inside and outside the workplace, informing employees about STDs, HIV and AIDS, encouraging behaviour that reduces the likelihood of HIV infection, including the adoption of safety procedures by employees who work in risk areas.

2005

Micro-Company

HOTEL COSTA MAR.

Hotel.

Maceió – AL.

With just 19 employees, the hotel, in partnership with the State and Municipal STD/AIDS Programmes and support from SESC, trained two employees to replicate information on STD/AIDS prevention, as well as undertaking group dynamics and educational games. The results achieved included increased employee participation in educational programmes and increased commitment to the company's goals.

Small Company

DARTHEL INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS LTDA.

Plastic products manufacturer.

Caxias do Sul – RS.

Darthel promotes a variety of educational actions with regard to HIV/AIDS. Undertaken with support from Caxias do Sul's Health Department, the method involves interactive dynamics and the internal distribution of informative material.

Medium-Size Company

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL.

Clinical analyses.

Brasília – DF.

The Health Prevention Education Project involves workshops on the prevention of HIV/AIDS, STD and breast cancer, both in the company's network of laboratories and also in public and private institutions. Sabin laboratories headed the implementation of the Federal District's Business Council on HIV/AIDS Prevention.

Large Company

SUPERMERCADO MAGAZINE FORTALEZA.

Retail commerce.

Macapá – AP.

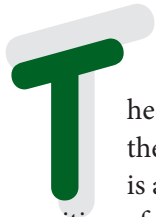
Weekly lectures for employees and the community in general, bicycle trips, condom distribution, broadcasting prevention methods on a community radio station, pamphlet distribution; all these activities are part of the “It's easier to prevent” campaign, the aim of which is to prevent STDs, AIDS, dengue, heart disease and breast cancer among the company's employees and clients.

Regional corporate mobilization

In order to ensure that so many actions and activities are not limited to national commemorative dates or exclusively to CEN AIDS members, the Council has encouraged the creation of State Business Councils on HIV/AIDS Prevention. The idea is to disseminate, at state level, strategies similar to those already undertaken at national level. The aim is that the State Councils scale up even more the scope and impact of their campaigns, by organizing actions at state level and taking regional characteristics and culture into account.

State Councils have already been set up in the states of **Ceará, Maranhão, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe and the Federal District. Alagoas, Amazonas, Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba and Paraná** are also in the process of setting up their councils. The goal is that all of Brazil's 27 federative units will have a State Business Council on HIV/AIDS Prevention.

International recognition and mobilization



The efforts made by CEN AIDS and its partners have received the recognition of national institutions, for which the Council is a reference on prevention in the workplace, and also the recognition of foreign institutions which invite it to present its experience in other countries, such as **Argentina, Canada, Cuba, Costa Rica, Spain, United States, Guatemala, Paraguay, Russia, Barbados and India.**

Similarly, CEN AIDS has received visits from foreign delegations from different parts of the world. Between 2001 and 2006 it received visits from groups from several countries, including **Azerbaijan, Barbados, United States, Russia and India.** For this reason CEN AIDS is also accredited by the **International Centre for Technical Cooperation on HIV/AIDS (ICTC)**, a joint Brazilian Government and UNAIDS initiative, with the aim of the Council participating in cooperation activities with Business Coalitions from other developing countries.

In keeping with international guidelines, CEN AIDS member companies observe **ILO's Code of practice on HIV/AIDS and the world of work.** This document was prepared by means of consultation with government representatives and representatives of employer and labour organizations from several countries and was launched during the United Nations General Assembly Special Session on HIV/AIDS (UNGASS - AIDS), held in New York in June 2001. The Code offers practical guidance on formulating and implementing HIV/AIDS policies in the workplace. The Portuguese version of the document was launched in 2002 by means of a partnership between ILO and the Brazilian Ministry of Health and is available through ILO's Brazil website (www.oitbrasil.org.br).

*Laís Wendel Abramo,
Director, International
Labour Organization,
Brazil*

“ILO promotes decent work, based on the principles of social justice and non-discrimination. In its 183 member countries its mission is to support the elaboration and implementation of policies and programmes to pre-

vent and combat the discrimination against people living with HIV in the workplace. ILO believes that everyone, governments, workers, employers and civil society have an important role to play in the response to the HIV epidemic, and the workplace is a fundamental environment for combating it.

The Brazilian National Business Council on HIV/AIDS Prevention is an example of how the engagement of the corporate sector can be successful in responding to the epidemic. Without a doubt, by working together companies can increase even further the scope and the impact of their initiatives.

ILO has sought to support CEN AIDS ever since it was created, including the setting up and strengthening of the State Business Councils. It is a great pleasure for us to congratulate CEN AIDS for its ten years of work and commitment, and we reiterate our commitment and support for the Brazilian National Business Council and its State-level Councils.”

In August 2004, during the 5th Brazilian STD/AIDS Prevention Congress, held in Recife (PE), CEN AIDS received official **international recognition**. The Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS) awarded the Council a certificate “in recognition of its high profile leadership and current contribution to the response to AIDS”. The Council was given the certificate by UNAIDS Executive Director, Peter Piot.



That same year, CEN AIDS created the **National Day for AIDS Prevention in the Workplace**, celebrated on October 8th, the date on which the Council was set up, making Brazil a pioneer in the recognition of the

importance of the workplace as a strategic means of HIV/AIDS prevention. During the 2nd CEN AIDS Seminar, also in 2004, UNAIDS awarded the CEN AIDS member companies a certificate in recognition of their contribution towards HIV/AIDS prevention.



37

CEN AIDS' work received further public recognition in December 2006, when homage was paid to the Council during the 3rd Brazilian Health - AIDS Social Responsibility Awards, organized by Aguilla Brasil, a company specialized in actions intended to add value with regard to health, the environment and citizenship. The awards are sponsored by the Ministry of Health and São Paulo City Government.

During the ten years of its existence, recognition of CEN AIDS is also proven through its participation in a variety of national and international events, such as the 2002 World Economic Forum and the International AIDS Conferences in Cuba (2005), Toronto (2006) and Mexico City (2008). The recognition of ten years' work also appears in publications such as the recent report published by the World Economic Forum, in which CEN AIDS stands out as the world's most longstanding business coalition on AIDS.

CEN AIDS: planning, participation and partnerships

The Business Council members meet monthly and their companies take turns to host the meetings, which are important for defining the Council's strategic planning (biannual), agreeing on actions, sharing information and monitoring commitments.

The results achieved in the last ten years reflect not only the mobilization of the CEOs and the principal leaders of the companies, but also the commitment and dedication of their employees, responsible for the HIV prevention actions and participation on the Council. Without these people and their willingness to work as a team and to prioritize the agenda in response to AIDS, CEN AIDS would not be celebrating a decade of good results.

The Council is chaired by a Chairman and Vice Chairman who have a two year term of office and can be re-elected. Nestlé, Volkswagen and Banco Itaú have already held this post.

CEN AIDS has a seat on the National AIDS Commission (CNAIDS), which is the principal body that deliberates on national policies in response to AIDS. As well as enabling the private sector to contribute with its opinions, membership of the Commission also enables it to get to know and to dialogue with the various actors who are part of the response.

CEN AIDS is also a member of the United Nations Expanded Thematic Group on HIV/AIDS (GT/UNAIDS), which is comprised of the various UN system agencies that provide support to the national response to the epidemic, as well as government, civil society and bilateral cooperation agency representatives.

Pedro Chequer,

*UNAIDS Country
Coordinator in Brazil*

“Responding to the HIV epidemic demands a set of concerted and multidisciplinary efforts whereby an intersectoral approach is an essential and indispensable condition in the formulation of strategies, program-

mes and activities. Although it is a public health problem, it is clear that it is not restricted to nor does it exclusively affect this area.

Similarly, despite the State’s response being the backbone to the formulation of public policies, on its own it does not guarantee adequate and enduring results.

AIDS, therefore, brings us a reflection on the traditional *modus operandi* of the health sector, almost always taking itself as the reference and centre of decisions, having current science as its reference point. It can therefore be seen that in order to implement a successful strategy, social mobilization involving an intersectoral approach is an essential element. As such, UNAIDS, since it was created, has sought to mobilize social forces capable of effectively contributing towards the formulation and implementation of appropriate strategic problems which are, above all, in accordance with the local epidemiological reality and context.

The setting up of National Councils on HIV is part of the range of priority activities for national responses. CEN AIDS was set up within this perspective and right from the beginning has been characterized as a partnership involving the government, the private sector and multilateral agencies. During its first ten years of existence, CEN AIDS has been an example of persistence, credibility and the adoption of public policies emphasizing ethics and the respect for citizenship rights. Its actions have not been restricted to the companies’ employees, but rather extend to the families and are progressing into the community.

The Brazilian Council has gone far beyond what was originally intended, in that it has mobilized and supported the creation of the State Councils, aiming to increase the number of companies engaged in combating the epidemic and enabling it to take part in the activities undertaken particularly by the federative units. Undoubtedly, yet another example offered by Brazil must be recognized and disseminated. UNAIDS is proud of this partnership and we are permanently disposed to continue making progress with the aim of fulfilling the commitments established with regard to achieving universal access.”

The next 10 years

CEN AIDS is aware that HIV will continue to be a challenge for governments, society in general and companies in particular for many years. As UNAIDS Executive Director, Peter Piot, has alerted “AIDS will be with us in the generations to come. Its impact on business tends to increase. It is essential that the private sector becomes a fully engaged and long-term partner in the global response to AIDS.”

Hence the importance of keeping the CEN AIDS companies united in the mission of making more business people aware of the need to prevent the epidemic in the workplace. The dissemination of CEN AIDS' experience is fundamental, and the creation of State Councils in all the Brazilian states is the best instrument for turning this project into reality. The Council's main expectation and biggest challenge in the years to come is to contribute towards the control of the epidemic, to ensure the ever increasing engagement of business people in general, especially micro and small companies. Whilst large companies are showing more progress with regard to prevention, micro and small companies have fewer resources and are precisely those that are more affected, since they suffer greater impact when AIDS affects their workforce, which is normally small. A similar and possibly more serious problem affects the informal labour market, which is still large in Brazil, and in which prevention actions, when they exist, are not under the full control of the national authorities. Even within this so-called informal economy, CEN AIDS believes that the information available on its website and distributed free of charge in public places is able to reach this sector and lessen the impact of the HIV epidemic on unregistered workers.

Among the issues that need to remain on the agenda of companies concerned with preventing AIDS is the discrimination when hiring and firing employees living with HIV. In the large companies this concern is under control, but in the micro and small companies it requires greater attention.

CEN AIDS' work over the last ten years has given it the credibility and the experience necessary to cooperate with Councils of other countries and in this sense the Council expects to be able to continue counting on the support of key institutions such as UNAIDS, ILO and the bilateral cooperation agencies, as well, of course, as the governments of the respective countries interested in sharing corporate know-how in preventing HIV/AIDS.

The CEN AIDS companies and their Mobilization in response to HIV



he example comes from within. With the goal of increasing the number of companies undertaking HIV prevention, CEN AIDS's member institutions demonstrate that it is possible and worthwhile to promote prevention, as is clear in the examples that follow.

ABRIL



The Abril Group is one of Latin America's largest and most influential communication groups. It provides information, education and entertainment to practically all segments of the population, as well as acting in an integrated manner in several different means of communication. Since its foundation in 1950, Abril's reputation and credibility have become a valuable asset. Today the Group employs 7,440 people and is comprised of the following companies: Editora Abril (magazines), Ática and Scipione (school book printers), TVA (subscriber TV and broadband Internet), Abril Digital (Abril.com and contents for mobile phones) and MTV (segmented TV).

Concerned about improving the quality of life of its employees and their families, the group has been undertaking STD/AIDS prevention actions since 1989. Using a varied methodology, the company's prevention programme provides for integral treatment coverage. Its actions go beyond its institutional limits and extend throughout the entire country, reaching diverse consumers through products and services, principally by publishing and broadcasting articles and programmes about STD/AIDS and associated issues.

AVON

Avon's internal actions place emphasis on information about prevention, promoting awareness raising workshops, distributing informative materials and condoms, among other activities. These efforts include the activities that are part of the company's Quality of Life Programme, which has been running since 1989.

The programme is part of the company's human resources policy and is aimed at its thousands of employees in Brazil, in its units in São Paulo (SP), Osasco (SP), Maracanaú (CE) and Simões Filho (BA).

With regard to STD/AIDS prevention, the aim is to ensure that programme users perceive that the information offered is reliable, respect for employees during the accompaniment of the disease and its professional, family and personal implications, as well as providing internal and external resources that promote well-being. The programme also provides for the re-adaptation of HIV positive employees, when necessary.

The majority of the company's employees (60%) are women and this can be considered as an important factor for undertaking actions that put female values into practice. As part of the company's actions, employees also have access to the Women's Integral Care Programme, which is coordinated by the Avon Institute – a non-governmental organization responsible for all the company's social investment in Brazil. Employees, as well as society, are also engaged in other actions carried out by the Institute, such as the Day of the Kiss of Life and the campaign entitled Speak without Fear – Say No to Domestic Violence.

These activities are aimed at transmitting information and raising awareness about various different aspects of women's health.

BANCO ITAÚ

The story of Itaú's Institutional AIDS Prevention Programme is intertwined with the history of the epidemic in Brazil. The vanguard attitude of the bank's former president, Olavo Setúbal, in launching the programme in 1987 and enabling it to develop since then, is a source of pride for its 63 thousand employees.



When the bank launched the programme there were no antiretroviral drugs available, nor public health services structured the way they are today to offer treatment to people living with HIV and AIDS. At the beginning of the programme, normative company memoranda provided information on its policy with regard to people living with HIV and the following actions were also implemented: care protocol; reimbursement of the cost of complementary medication assessed on a case by case basis; psychology services; condom distribution and an AIDS telephone hotline with a professional trained to answer employee queries. A variety of events, pamphlets, videos and lectures were held or distributed as the epidemic evolved and in keeping with progress made in terms of scientific knowledge about AIDS.

Currently concern about the significant vulnerability of young people to AIDS has resulted in actions such as: the distribution of fans together with condoms during Carnival, chat sessions between specialists and the teenage children of the bank's employees, known as the Itaú Question Campaign, when employees and their families were able to get answers to their doubts from Health Department specialists, as well as workshops on sexuality.

Itaú always remembers December 1st: in 2006 all employees wore the company's personalized red ribbon pin and in 2007 a corporate pamphlet was produced about Itaú's 20 year fight against AIDS. The programme's new goals are to maintain the results already achieved and to take the pandemic's profile into account when defining new prevention strategies.

BRADESCO

Bradesco's concern for its employees' health is longstanding. Its formal actions for STD/AIDS prevention, among other health related actions, began in 1994. These initiatives gain greater visibility during the Internal Accident Prevention in the Workplace Weeks (SIPAT), when pamphlets are distributed, lectures are held and articles are published in the



Interaction magazine (a publication distributed to employees of the entire bank network), aimed at providing guidance, raising awareness, as well as providing support when necessary.

Bradesco's Health Plan, provided to company employees and their dependants, enables those living with HIV to have medical accompaniment as well as having medication costs reimbursed. The bank's Social Service is also available to attend employees and their dependants and ensures that all information is kept confidential.

Bradesco is committed to respecting human diversity and dignity, preserving individuality and confidentiality and does not admit discriminatory acts of any nature in the workplace or in any of its dealings.

CNC



**Confederação
Nacional do
Comércio**

Providing clear and precise information about STD/AIDS to employees and their dependants, as well as encouraging them to take part in combating STD/AIDS, facilitates behaviour changes and adherence to prevention methods. The dissemination of adequate information helps to demystify the disease, removing fear and anxiety, as well as reinforcing the adoption of preventive measures and encouraging an attitude of respect and understanding. A transparent policy ensures that employees living with HIV or AIDS have medical, psychosocial and financial assistance, all of which are fundamental for a life characterized by dignity.

Bearing these principles in mind, National Confederation of Goods, Services and Tourism Businesses (CNC) has developed an STD/AIDS policy that is comprised of two programmes: its Prevention Programme and its Care Programme.

The former involves preparing a questionnaire to evaluate the level of employee knowledge about STD/AIDS, as well as their values, attitudes and behaviours and their receptivity with regard to the Confederation's policy and programmes. The aim is to obtain information to guide the design and implantation of the institution's programmes.

This programme also includes educational lectures for employees and their dependants. The aim is to raise their awareness and for them to replicate what they learn to other people. CNC also elaborates and distributes informative materials (booklets about STD/AIDS containing clear information about voluntary testing centres, and hospital care and treatment referral services etc.). The package also includes libraries and selecting educational videos which can then be borrowed by employees and organizations that undertake similar activities.

The aim of the Care Programme is to provide medical, dental, social and labour-related care to employees living with HIV. The initiative includes social and psychological accompaniment and the possibility of being referred to support groups; parallel medical accompaniment by the Confederation's medical service; a health plan providing access to accredited health services; access to the Confederation's dental services; the possibility of the Confederation obtaining subsidized medication through a partnership with the Ministry of Health; sickness benefit; welfare benefits; the extension of benefits to employees' families; funeral assistance in the event of the death of an employee or his/her legal dependants; and, finally, a complementary retirement pension.

CNI/SESI



Education, Information and Prevention Programmes are a priority for the Social Service for Industry (SESI), set up in 1946 by the National Confederation of Industries. SESI provides services to approximately 400,000 industrial companies and 7.5 million workers. Using actions linked to the promotion of the quality of life in the workplace, SESI raises the awareness of entrepreneurs, workers and their families about the importance of taking care of one's health and quality of life.

SESI has been running its STD/AIDS Corporative Prevention Programme for over 18 years in partnership with the Ministry of Health, with the aim of encouraging the adoption of attitudes of prevention and non-discrimination in relation to STD/AIDS among workers in all kinds of industries.

Apart from training courses, other activities include studies and research, campaigns held on commemorative dates, workshops, debates, stage plays and the distribution of informative and educational material, as well as the following programmes: Health in the Classroom, aimed at Adult Education in the industries' training facilities, and the Social Marketing of Condoms, which aims to facilitate workers' access to condoms.

CNT/SEST/SENAT

With the aim of improving the quality of life of transport workers and their families, the Social Service for Transport/National Service for Transport Training (CNT/SEST/SENAT) also carries out health education and prevention actions.



These actions are undertaken in more than 120 SEST/SENAT units throughout the country and include lectures, education campaigns, participation in fairs and events, partnerships with state and municipal level Health Departments which enable condom distribution, video sessions, the production of booklets and the implantation of prevention programmes in transport sector companies.

All of this is part of the SEST/SENAT Health Promotion and Education Programme, including STD/HIV prevention actions. The programme was implemented in 2003 and between 2003 and 2007 it provided more than 3 million such services. In the same period it provided services on STD/AIDS to 170 thousand people. In 2007 alone more than 51,477 people received attention.

The programme's actions are continuous and are undertaken in SEST/SENAT facilities, as well as in transport companies, community schools, educational blitzes on highways, petrol stations, cargo terminals, including the prevention work done by SEST/SENAT health teams. Through periodical campaigns SEST/SENAT has attracted transport workers who take on the role of disseminating information about prevention methods to their families and communities.

COLGATE-PALMOLIVE



For the last 21 years Colgate has sought to provide all available information to raise the awareness of employees and their families so that they mobilize themselves and adopt a preventive attitude in relation to STD/HIV-AIDS.

The company's principal actions take place on commemorative dates that feature on the national calendar: Carnival, Mothers' Day, Valentine's Day, Internal Accident Prevention in the Workplace Weeks and World AIDS Day.

Based on official Ministry of Health publications, information is disseminated to employees and their families by means of posters, videos, folders and the company magazine. These materials are also made available electronically via e-mail, Intranet and Internet.

Every year the company seeks to innovate by involving theatre groups, photograph and cartoon exhibitions, as well as lectures given by health specialist and company professionals.

In commemoration of World AIDS Day the "Humour and AIDS" cartoons were put on display for a week.

On Mothers' Day the company held a campaign on Mother to Child Transmission for its Latin American subsidiaries, both by means of printed material and also via animated e-mail marketing.

The photo exhibition entitled "Prevention in Focus", shown at the 7th Brazilian Congress on STD/AIDS Prevention, in 2008, was put on display during the Internal Accident Prevention in the Workplace Week and provided employees with a new way of reflecting on the issue.

The company organized a seminar for the Colgate health team, with representatives of the public health department's Reference and Training Centre regarding specialized guidance and counselling for people with HIV.

Colgate has a plan containing recommendations regarding STD/HIV-AIDS for its Latin American subsidiaries. The plan is aligned with Colgate's corporate values: Respect, Team Work and Continuous Improvement.

EMBRAER



Embraer's first AIDS case arose in 1984 when little was known about the disease.

Given that at that time the public health services offered few resources, Brazil's largest aircraft manufacturer, in partnership with the University of São Paulo (USP) and with help from a lady doctor specialized in infectious diseases, trained a medical and social team to be capable of providing support to its employees in relation to HIV/AIDS. Embraer has been a CEN AIDS member since 2003.

Back in 1984 the company set up a home care service involving 24 hour nursing care and medical accompaniment, as well as social services, material support, medication and family assistance. The medical team worked to raise manager awareness and promoted internal prevention campaigns by means of lectures, distribution of leaflets and folders etc. By 2005 Embraer had recorded seven AIDS cases (two of whom died). The company offers integral care beyond what is required by law.

Embraer's preventative measures include giving educational and informative lectures on specific dates, such as Carnival, Valentine's Day, the National Day for Combating AIDS in the Workplace, World AIDS Day and the Internal Accident Prevention in the Workplace Week. During these events the company uses what is literally a collection of educational materials: videos shown on TV Embraer, leaflets, posters, banners, newspapers, articles on its intranet and notice boards.

MTV

Covering 18.1 million homes in 302 towns and cities, accounting for 37% of Brazil's households, 9.3 million spectators/month aged 15 to 29, MTV has emphatically included issues relating to citizenship as part of its programmes, including STD/AIDS and sexuality in general.



NATURA COSMÉTICOS

Natura has been undertaking AIDS prevention and care actions since 1990, as part of its Quality of Life Programme aimed at combating prejudice and encouraging solidarity.



A variety of teaching techniques are used with the aim of ensuring they are appropriate for the characteristics of the population in question. Employees collaborate spontaneously, acting to replicate the information they learn.

The Programme has an interdisciplinary health and social services team to provide support to employees living with HIV. The cost is covered by the company's healthcare plan.

Aware of its social responsibility, over the years Natura has undertaken actions in partnership with the Ministry of Health and other companies, extending its prevention actions to service providers and third parties.

NESTLÉ

Information, awareness raising, guidance and updating on HIV/AIDS using a variety of resources are what Nestlé seeks to achieve through its AIDS Project in response to the epidemic. The project provides for quality of life for employees living with HIV/AIDS, including the right to psychological support, which is extended to families and work colleagues; continuous education as a way of preventing the epidemic



(lectures, educational material, awareness raising activities); the creation of support groups; retaining HIV positive employees for as long as they maintain their productive capacity; medical care; condom distribution etc.

The AIDS Project is designed to reach around 50 thousand people, this being the total number of its employees and their families, as well as service providers (outsourced labour). Nestlé also covers all expenses with medical appointments, tests, treatment and hospital inpatient care. In order to prevent the spread of the epidemic awareness raising campaigns are held, newspapers and folders are distributed periodically and information posters are displayed in the company. Nestlé is an active CEN AIDS member. One of its employees is the Council's Vice Chairman.

PHILIPS

PHILIPS

sense and simplicity

One of Philips' biggest commitments in Brazil and throughout the world is to improve people's quality of life. In order to fulfil this commitment, part of the company's actions include STD/AIDS-related educational and care activities.

Through its health plan the company provides total coverage for employee biological and psychosocial needs. Philips offers this benefit to employees and their dependants and this provides employees living with HIV with the peace of mind necessary to improve their quality of life, without the risk of interrupted treatment.

The educational activities are carried out continuously, using diversified methodologies that enable employees, interns and third parties to take part voluntarily, with the aim of raising the awareness of the target audience and their respective dependants. The informative material makes it possible to work on issues relating to the importance of prevention, in addition to prejudice and discrimination in the workplace and in society in general.

It was not by chance that Philips included the improvement in the quality of people's lives as part of its mission. Taking care of people's health is key to the company's growth. Over the last five years the company has invested more than 10 billion Euros in purchases from leading medical systems companies and today it is the leader in cardiac healthcare, intensive therapy and domestic healthcare. This vision is clearly reflected in its social responsibility projects relating to healthcare.

One of these projects is called Give Life and promotes the awareness of teenagers regarding STD prevention, especially AIDS, as well as unplanned teenage pregnancies. The project is carried out in public schools and in the community in general. Teenagers aged 13 to 18 have the opportunity to talk about these issues. The project is supported by the Ministry of Health, CEN AIDS and UNAIDS, as well as receiving technical and pedagogical support from the Kaplan Institute's Human Sexuality Studies Centre. The project is already in place in the cities of São Paulo, Capua-va, Varginha, Recife and Manaus. In 2007 alone, the initiative mobilized 180 volunteers and was present in 135 schools. Between 2001 and 2007, 121,300 adolescents were benefited by the project.

SESC



Health Education is a priority activity for SESC's Health Programme and since 2003 it has been running its Transando Saúde Project. With the aim of systematizing the STD and AIDS prevention actions carried out in its units throughout Brazil, SESC's National Health Department produced a Technical Guidance Manual for the project, devised its own educational game, purchased teaching materials, supplies and with Ministry of Health support it trained health educators to implant the project.

The Transando Saúde project can operate in two different scenarios: companies and schools. In both of them its aim is the carry out continuous STD/AIDS prevention actions and train people to replicate what they learn.

The project is planned by SESC together with local partner organizations, taking into account the historical and cultural context of each region. The methodology used is that of Shared Knowledge Construction since it involves the participation and reflection of all those involved and this is important to enable the expression of a multiplicity of views about the issue and about gender and sexuality.

The project's stages include: raising the awareness of entrepreneurs and/or head teachers; meetings and workshops with employees and/or teachers; joint definition of the training schedule for employees or teachers and students, as well as the annual work plan. When the project is carried out in companies the human resources trained by SESC define and implement prevention actions in the workplace itself, being accompanied by and receiving technical support from SESC. The success of this proposal can be seen in at least 16 Regional Departments, including those of Alagoas and Amapá, which are partners of and encourage the companies that have won the CEN AIDS World of Work Award: Hotel Costa Mar (Micro-Company Category 2005), Supermercado Magazine Fortaleza (Large Company Category 2005), Hotel Costa Mar (honourable mention 2006), MAKRO Atacadista S.A. (Small Company Category 2006), Elimar prestadora de serviços gerais ltda. (Medium-Sized Company Category 2006) and Limpel Limpeza Urbana ltda. (Medium-Sized Company Category 2007).

UNILEVER



Unilever's Arrastão da Saúde Programme counts on the support of employee volunteers to distribute between 30 and 50 thousand condoms and folders about AIDS prevention at Boa Viagem beach in Recife (PE) and another local community beach which is chosen every year.

VOLKSWAGEN DO BRASIL

Since 1996, Volkswagen do Brasil has offered its AIDS Care Programme to the users of its Self-Managed Health Plan. The programme comprises global, integrated and managed care at different levels (outpatient, inpatient, home care and care in the workplace) to all employees and dependants living with HIV/AIDS.



The programme's principal objective is to offer actions aimed at health promotion, the prevention of opportunistic diseases, multiprofessional outpatient services (infectious diseases medical specialist, nutritionist, social worker and psychologist), a technical protocol for laboratory tests, antiretroviral drugs, reference hospitals and home care for people living with HIV/AIDS.

In addition to its AIDS Care Programme, Volkswagen also has a Plan for Continuous Communication on HIV/AIDS which operates inside its factories, through specific activities such as information on the company's Intranet, the Volkswagen Newspaper, notice boards, lectures, stage plays and the distribution of material on special dates (Carnival, Valentine's Day, October 8th – National Day for HIV/AIDS Prevention in the Workplace, Internal Accident Prevention in the Workplace Weeks and December 1st – World AIDS Day).

Indicators of the quality of the AIDS Care Programme include the high rate of adherence, increased clinical control and prevention of manifestations of the disease, reduction in time off work, better quality of life, reintegration into society and the workplace and higher levels of employee satisfaction with the company.

Apart from internal actions, such as the AIDS Care Programme, Volkswagen do Brasil, which manufactures the most popular car in all of Brazil's history, the "beetle", has also demonstrated its ability to work alongside society as a whole through its good humoured campaign: "Protect the one you love. Use a condom when you have sex". The campaign poster shows a man unfolding a male condom over his car.

CEN AIDS – Main Actions (1998-2008)	
Year	Action
1998	CEN AIDS established.
1999	The Family Book – Learning about AIDS and Sexually Transmitted Diseases.
2000	Publication: The Partnership between the Government and Business People in Preventing STD/AIDS.
	1 st CEN AIDS Seminar.
2001	1st Valentine’s Day Campaign – Prevention is Life.
	World AIDS Day Campaign– I take care of myself, how about you?
2002	First Institutional Folder.
	2 nd Valentine’s Day Campaign – Prevention is a token of love.
	World AIDS Day Campaign– Make Bonds, Live and Let Live.
2003	Manual for Implanting and Implementing HIV and AIDS Prevention Programmes and Projects in the Workplace.
	Carnival – Ministry of Health informative material distributed in companies.
	3 rd Valentine’s Day Campaign – Valentine’s Day without “the cricket” (nagging doubts), only with condoms.
	World AIDS Day Campaign – You gain respect when you don’t discriminate.
	2 nd Institutional Folder – Do you know what these companies have in common?
2004	Carnival – Ziriguidum Carnival Folly – only with condoms.
	4 th Valentine’s Day Campaign – Dating? Don’t forget: Sex without “the cricked” (nagging doubts), only with condoms!
	World AIDS Day Campaign – With sex everything can go on. The only thing that cannot happen is to have “the cricket” (nagging doubts)...only with condoms!
	3 rd Institutional Folder – You can and must include your company in this campaign.
	International Recognition – UNAIDS.

2004	2 nd CEN AIDS Seminar on HIV/AIDS Prevention in the Workplace – October 8 th .
	National Day for AIDS Prevention in the Workplace created in partnership with the Ministry of Health/NAP and UNAIDS (October 8 th).
2005	Carnival – Smart folk dance samba in the carnival parade. Don't come unstuck, use condoms.
	5 th Valentine's Day Campaign – Be radical: date with protection whatever you do.
	1 st CEN AIDS National World of Work Award.
	World AIDS Day Campaign – Today, World AIDS day, millions of people in the whole world are saying that sex without “the cricket” (nagging doubts) happens only using condoms!
2006	Carnival – “Mummy I wanna...Mummy I wanna...only with condoms!
	6 th Valentine's Day Campaign – You already know how to date... and what about protecting yourself?
	2 nd CEN AIDS National World of Work Award
	National Recognition – 3 rd AIDS Social Responsibility Award – Aguilla Brasil
	World AIDS Day Campaign – No one deserves to be discriminated.
2007	Carnival – “Hey! Carnival! Sex without “the cricket” (nagging doubts) only with condoms!
	7 th Valentine's Day Campaign – Keep safe, condoms are the best protection.
	3 rd CEN AIDS National World of Work Award.
	World AIDS Day Campaign – Are you gonna celebrate? Do it with condoms!
2008	Carnival – At Carnival, nothing is more important than the samba school flag. At life, nothing is more important than prevention
	8 th Valentine's Day Campaign – Dating without condoms, no way.
	CEN AIDS 10 th Anniversary Campaign
	4 th CEN AIDS National World of Work Award

ONUSIDA/08 (Versión en Portugués, octubre de 2008)

© Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (ONUSIDA). Consejo Empresarial Nacional para Prevención al VIH/SIDA (CEN AIDS) de Brasil. 2008. Todos los derechos reservados.

Este documento fue elaborado por la oficina de ONUSIDA en Brasil, en colaboración con el CEN AIDS - Consejo Empresarial Nacional para Prevención al VIH/SIDA de Brasil.

Las denominaciones utilizadas en esta publicación y la presentación del contenido del material no significan, por parte de ONUSIDA y del CEN AIDS, ningún juicio sobre el estatuto jurídico de cualquier país, territorio, ciudad o zona, ni de sus autoridades, tampoco sobre cuestiones de demarcación de sus fronteras.

ONUSIDA y CEN AIDS no pueden asegurar que las informaciones contenidas en esta publicación sean completas y no pueden ser responsables por cualquier daño resultante de su utilización.

ONUSIDA – Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (sede)

20, Av. Appia - CH-1211 27 Ginebra, Suíça

Tel. (+41) 22 791 3666

www.unaids.org

ONUSIDA – Brasil

EQSW 103/104, bloco C, 2º Andar – Setor Sudoeste

Brasília – DF, Brasil

Tel. (+55) 61 3038 9220

brazil@unaids.org

Consejo Empresarial Nacional para Prevención al VIH/SIDA de Brasil

CEN AIDS

Tel. (+55) 11 5019-4056

e-mail: www.cenaids.com.br



CEN

AIDS

10

Años

Sumario

- 5 **Presentación**
- 7 **Introducción**
- 13 **La movilización del sector privado en la respuesta al SIDA en Brasil**
- 15 **Un poco de esa historia**
- 17 **Materiales informativos**
- 19 **Campañas**
- 27 **El premio CEN AIDS en el mundo del trabajo**
- 33 **La movilización empresarial regional**
- 35 **Reconocimiento y movilización internacional**
- 39 **CEN AIDS: Planificación, participación y alianzas**
- 41 **Los próximos 10 Años**
- 43 **Las empresas del CEN AIDS y sus acciones de movilización en la respuesta al VIH**
- 54 **Marcos de las Acciones del CEN AIDS (1998 - 2008)**
- Anexo: CD con materiales y campañas del CEN AIDS**



O nascimento do Conselho Empresarial Nacional (CEN)



Há alguns anos o Ministério da Saúde promove ações para estimular o envolvimento do setor privado na prevenção e assistência a Doenças Sexualmente Transmissíveis, as DSTs, incluindo a AIDS.

As empresas desenvolveram excelentes iniciativas nesse sentido, comprovando a força do setor e sua importância no combate ao problema. Tais iniciativas foram realizadas junto a seus trabalhadores, familiares e, em alguns casos, estenderam-se a toda a comunidade.

A Coordenação Nacional do Ministério da Saúde sentiu então a necessidade de fortalecer essas iniciativas, prestando assessoria a novos projetos e auxiliando no intercâmbio de experiências entre as empresas. A idéia era otimizar esforços e recursos para atingir cada vez mais pessoas e tornar as ações mais efetivas.

Enquanto a discussão avançava no Brasil, o Programa das Nações Unidas para Prevenção e Controle da Aids (UNAIDS) estimulou, em 1997, a criação do Conselho Empresarial Mundial de Prevenção ao HIV/AIDS. No mundo todo, tornava-se clara a necessidade da participação do setor privado nesta luta. Foi assim que em 8 de outubro de 1998, o Ministério da Saúde criou o Conselho Empresarial Nacional de Prevenção ao HIV/AIDS.

VISÃO

Ser reconhecido como um grupo sólido e representativo do segmento empresarial - mobilizador de todas as empresas, independente da atividade, porte e região - e manter ações contínuas voltadas à prevenção do HIV/AIDS.

MISSÃO

Contribuir para o controle da epidemia, por meio da sensibilidade e mobilização do segmento empresarial, estimulando/fortalecendo o exercício da responsabilidade social das empresas na luta contra a AIDS.

Para maiores informações, ligue: 5511-4347-2132
Não demore. A AIDS não espera.



Presentación

Una lección importante que aprendimos en estos más de 25 años de epidemia del SIDA fue la de que no se construyen respuestas efectivas y sustentables sin la participación y el compromiso de toda la sociedad, incluyendo gobiernos, organizaciones no-gubernamentales, agencias de cooperación internacional, personas viviendo con VIH y el sector privado.

La infección por el VIH afecta sobre todo a personas en edad productiva y ONUSIDA estima que 9 de cada 10 personas viviendo con VIH sean jóvenes adultos. O sea, cada vez más percibimos que esta es una cuestión de desarrollo y, como tal, requiere esfuerzos de largo plazo y que busquen garantizar el acceso a la información y combatan el estigma y la discriminación a las personas viviendo con VIH.

El CEN AIDS – Consejo Empresarial Nacional para la Prevención al VIH/SIDA del Brasil es un ejemplo del compromiso del sector privado con la respuesta al SIDA. En los últimos 10 años, desde la creación del CEN AIDS por el Ministerio de la Salud, viene promoviendo acciones que apuntan no solamente a los empleados y familiares de las grandes empresas que lo componen, sino que también campañas de movilización y participación en espacios de elaboración de políticas públicas de respuesta a la epidemia, además de involucrarse en iniciativas de cooperación internacional con otros Consejos Empresariales.

Esta publicación tiene por objetivo presentar algunas de las principales actividades del CEN AIDS desde su establecimiento en 1998. Los materiales informativos y campañas disponibles en el CD adjunto pueden ser reproducidos por empresas y Consejos en todo el mundo. Esperamos que este documento cumpla no solamente el papel de estimular Consejos Empresariales de otros países, sino que también refuerce el compromiso de cada Empresa participante del CEN AIDS, así como promueva

el impulso para el establecimiento y mantenimiento de Consejos Estaduales y Municipales en todo el Brasil.

Responder a la epidemia es una responsabilidad de todos y una cuestión para la cual ya tenemos experiencia y resultados acumulados. Nos toca mantener el compromiso y actuar.

Murilo Alves Moreira

Presidente del CEN AIDS

Pedro Chequer

Coordinador de ONUSIDA
en Brasil



Introducción

Treinta y tres millones de personas viven actualmente con el VIH en todo el mundo, segundo estimativas del Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (ONUSIDA). Aproximadamente dos millones y siete mil de ellas se infectaron en 2007 y cerca de dos millones murieron de SIDA en ese mismo año. Son, en promedio, 7500 nuevas infecciones por día. En términos globales, las mujeres responden por la mitad de las infecciones por VIH, proporción que se mantiene estable en los últimos años.

Los programas de prevención y tratamiento, por su vez, han presentado resultados positivos en la mayor parte del mundo. En los últimos dos años, por ejemplo, el porcentaje de mujeres embarazadas viviendo con el VIH y que reciben tratamiento antiretroviral para prevenir la transmisión de madre para hijo, aumentó de 9% en 2004, para 33% en 2007. Segundo el ONUSIDA, hay también señales de progreso en la prevención en los 18 países más afectados por la epidemia y con datos disponibles sobre cambios de comportamiento, como sexo antes de los 15 años de edad, multiplicidad de parejas y uso del preservativo. Desde 2005, se triplicaron los esfuerzos en la prevención al VIH dirigida hacia profesionales del sexo, hombres que tienen sexo con hombres y usuarios de drogas inyectables. Sin embargo, el número de nuevas infecciones continúa a superar el avance en número de tratamientos – para cada dos personas con acceso a medicinas antiretrovirales, otras cinco contraen el virus.

Una encuesta de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en 2005, estimó en cerca de 25 millones el número de trabajadores entre 15 e 64 años viviendo con el VIH en todo el mundo, de los cuales 41% son mujeres¹. De toda la población seropositiva, la mayoría tiene entre 15 y

¹ Contenido completo de la publicación de la OIT “HIV/AIDS and Work” disponible en: www.oit.org/aids.

49 años, faja de edad de la mayor parte de la mano de obra activa. Desde el surgimiento de la epidemia hasta 2005, apunta el mismo estudio, 28 millones de trabajadores pueden haber perdido la vida en consecuencia del SIDA. Ese número deberá tener un aumento expresivo en el caso que no se amplíe el acceso al tratamiento adecuado, pudiendo llegar a 74 millones en 2015. Eso transformaría el SIDA en una de las mayores causas de mortalidad en el mundo del trabajo.

Además de lo que representa desde el punto de vista humano, la epidemia afecta gravemente a las empresas y a las economías nacionales. El impacto en el nivel de desarrollo se refleja en la reducción del crecimiento económico y en la disminución de la renta nacional, resultante de la pérdida de rendimientos y del aumento del gasto público en salud y seguridad social.

Por lo tanto, el lugar de trabajo puede ayudar a contener la diseminación y mitigar el impacto del VIH mediante la promoción de los derechos humanos, la diseminación de informaciones, el desarrollo de programas de capacitación y educación, la adopción de medidas preventivas prácticas, la oferta de asistencia, apoyo y tratamiento y la garantía de la seguridad social.

10

Todos esos datos e informaciones ya serían suficientes para que el sector empresarial se movilizase para promover la prevención del SIDA. Pero existen otros motivos, como la retención de buenos profesionales, la atracción de nuevos talentos, un mejor retorno de las inversiones en el tratamiento, la racionalización de los costos, un ambiente de trabajo más agradable, la interacción entre empresa, empleado y comunidad y la oportunidad de demostrar la responsabilidad social de las empresas.

En vista de eso, el mundo corporativo viene demostrando interés y capacidad de acción en el enfrentamiento de la epidemia. Segundo informe del Forum Económico Mundial publicado en Enero de 2008, hay en el mundo actualmente cuatro **Consejos Empresariales Regionales** y **47 nacionales**, que prestan apoyo al sector privado sobre como actuar en relación al VIH. Esos Consejos favorecen el desarrollo de políticas para los locales de trabajo dentro del sector privado, establecen el diálogo entre los sectores público y privado y promueven iniciativas de respuesta a la epidemia entre ambos.

En **Brasil**, el sector privado encuentra un marco favorable para dar su contribución, una vez que tiene en el Gobierno y en la sociedad civil aliados organizados y articulados en torno de una política pública estructurada y exitosa. Se estima que cerca de 600 mil personas vivan con VIH en Brasil, número que contraría las perspectivas del principio de la década de 1990, las cuales estimaban el doble de personas viviendo con VIH para el año 2000. El Brasil fue también el primer país en desarrollo a garantizar el acceso universal, por el Sistema Público de Salud (el SUS), a las medicinas antiretrovirales.

Los resultados positivos de la respuesta brasileña están asociados también a los cambios de comportamiento y a las prácticas y actitudes de la población frente a las formas de transmisión del VIH. Datos de la Encuesta de Conocimiento, Actitudes y Prácticas en la Población Brasileña, realizada en 2004, muestran que casi 91% de la población brasileña, con edades entre 15 y 54 años, citaron espontáneamente la relación sexual como forma de transmisión del VIH, y 94% mencionaron el uso del preservativo como forma de prevención de la infección, lo que puede ser una demostración del éxito de las campañas informativas en el país.

De acuerdo con la misma encuesta, los indicadores relacionados al uso de preservativos muestran que aproximadamente 38% de la población sexualmente activa usó preservativo en la última relación sexual, independientemente de la pareja. Esa proporción llega al 57% cuando se consideran solamente los jóvenes de 15 a 24 años. El uso de preservativos en la última relación sexual con pareja eventual fue de 67%. En lo que dice respecto al uso de preservativos en todas las relaciones sexuales, aproximadamente 25% de la población sexualmente activa, de 15 a 54 años, relató uso regular de preservativo en el último año, alcanzando 51,5% cuando se considera el uso con pareja eventual. Veintiocho por ciento de la población sexualmente activa ya había hecho el examen para el VIH alguna vez en la vida.

El Programa Nacional de ITS y SIDA (PN-DST/AIDS), del Ministerio de la Salud, ha invertido en la mejoría de la calidad de los servicios públicos destinados a las personas portadoras de SIDA y otras ITS; en la reducción de la transmisión vertical del VIH; en el aumento de la cobertura del diagnóstico y del tratamiento de las ITS y de la infección por el VIH; en

el incremento de la cobertura de las acciones de prevención en mujeres y poblaciones con mayor vulnerabilidad; en la reducción del estigma y de la discriminación; y en mejores gestiones y sustentabilidad. La exitosa respuesta brasileña a la epidemia de SIDA involucra, además de las acciones del gobierno y de la sociedad civil organizada, la actuación coordinada del sector empresarial.

*Regina Castillo,
Jefe de la Unidad de Alianzas
con el Sector Privado,
ONUSIDA/Ginebra:*

“Los Consejos Empresariales sobre el SIDA en todo el mundo desempeñaron un papel central en la movilización de empresas para ampliar el acceso a la prevención, diagnóstico, tratamiento y apoyo al VIH por medio de programas efectivos para el lugar de trabajo. El CEN AIDS es uno de los más antiguos Consejos en el mundo y un líder en la promoción de una acción mayor del sector privado en la respuesta al SIDA en el Brasil. Su experiencia puede servir como un buen ejemplo de buenas prácticas a otros países que busquen constituir o sostener Consejos Empresariales sobre el SIDA.”

La movilización del sector privado en la respuesta al SIDA en Brasil

Creado el 8 de Octubre de 1998 por el Ministerio de la Salud, el CEN AIDS (Consejo Empresarial Nacional para Prevención al VIH/SIDA) vino a contribuir para la respuesta al SIDA en el Brasil. El principal objetivo del CEN AIDS es ampliar el número de empresas brasileñas con programas de prevención de la epidemia. Como instancia sólida y representativa del sector empresarial al lado de la sociedad, el CEN AIDS moviliza al empresariado brasileño para la formulación, la implementación y la manutención de proyectos, programas y políticas dirigidas para la prevención del VIH/SIDA, independientemente de la actividad, del tamaño o de la región de las empresas.

Así, el CEN AIDS reúne:

- ✓ Compañías del porte de Almap-BBDO, Avon, Banco Itaú, Bradesco, Colgate-Palmolive, Editora Abril, Embraer, MTV, Natura, Nestlé, Philips, Unilever e Volkswagen do Brasil,
- ✓ Confederaciones del sector empresarial, como la Confederación Nacional del Comercio de Bienes, Servicios y Turismo (CNC), el Servicio Social del Comercio (SESC), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENAC), la Confederación Nacional del Transporte (CNT), con su Servicio Social del Transporte y Servicio Nacional de Aprendizaje del Transporte (SEST/SENAT) y el Servicio Social de la Industria (CNI/SESI).
- ✓ El Ministerio de la Salud, por medio del Programa Nacional de ITS/SIDA, y el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (ONUSIDA).



- ✓ Otros aliados valiosos, Industrias Villares, Brasil Telecom, Espaço Eventos, Etnepress, Febrafarma, Grupo Severiano Ribeiro, Odebrecht, SBT, Unibanco y VARIG también ya marcaron presencia en el Consejo Empresarial Nacional, contribuyendo de forma significativa en su victoriosa trayectoria.

Gracias a ese grupo de instituciones y sus representaciones en los Estados brasileños, las acciones del CEN AIDS alcanzan más de 50 millones de personas en todo el país. Son trabajadores y sus familiares, clientes y aliados, y la comunidad en general, que reciben, directa o indirectamente, información y orientación sobre ITS y SIDA. El énfasis está en la prevención, por medio de acciones y actividades en las empresas, que también benefician a la sociedad brasileña. El CEN AIDS contribuye además para la calificación de las acciones promovidas por las empresas y promueve el reconocimiento de buenas prácticas para el enfrentamiento del SIDA.

*Mariângela Simão,
Directora del Programa
Nacional de ITS/SIDA del
Ministerio de la Salud de
Brasil.*

“Los 10 años del CEN AIDS son un ejemplo del éxito del compromiso de las organizaciones empresariales de diversos sectores en el estímulo y fortalecimiento de la responsabilidad social de las empresas en el área

de prevención al VIH y el SIDA. Esa alianza exitosa del Programa Nacional de ITS y SIDA con corporaciones de diversos sectores es responsable por decenas de proyectos de concientización y combate al SIDA en ambientes de trabajo de todo el país y se volvió uno de los pilares de nuestra respuesta a la epidemia.”

Un poco de esa historia

La contribución de las empresas para enfrentar al SIDA es anterior a la creación, hace diez años, del CEN AIDS por el Ministerio de la Salud. Cuando el gobierno brasileño estableció la formación del Consejo, diversas empresas ya desarrollaban programas de prevención al VIH. Fueron justamente algunas de esas corporaciones, la mayoría de grande porte, que formaron el CEN AIDS, establecido, oficialmente, por medio de la **Resolución 3.717 del 8 de Octubre de 1998**², firmada por el Ministro de la Salud. El acto formalizaba y fortalecía la alianza entre el Ministerio de la Salud, y el sector privado, para la formulación y la difusión de políticas para la prevención y el control de las enfermedades sexualmente transmisibles y el SIDA. En septiembre de 2005, una nueva Resolución (**n° 1.777, del 29 de septiembre de 2005**) del Ministerio de la Salud revisó la constitución y modus operandi del CEN³.

El proceso de creación del CEN AIDS tuvo como punto de partida:

- ✓ La necesidad de combinar todos los esfuerzos, públicos y privados, para impedir la diseminación de las ITS, del VIH y del SIDA.
- ✓ La importancia de la participación del sector empresarial en la elaboración, implantación y divulgación de políticas y programas de prevención y asistencia a las ITS, VIH y SIDA.
- ✓ La existencia del Global Business Coalition on HIV/AIDS (Consejo Empresarial Mundial de Prevención al VIH/SIDA), que actuaba como catalizador de acciones mundiales, movilizándolo recursos, suscitando respuestas y expresando las necesidades del sector empresarial en relación a la epidemia.

² Texto disponible en: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id=4>

³ Texto disponible en: <http://www.cenaids.com.br/index.php?id=3>

Desde su creación, el CEN AIDS ha buscado alcanzar su principal objetivo: ampliar el número de empresas con programas de prevención al VIH/SIDA. Acciones conjuntas de abogacía se suman a acciones de marketing social para contener la expansión de la epidemia, principalmente en el lugar de trabajo. A seguir, un resumen de la actuación del CEN AIDS en los últimos 10 años conforme el tipo de acción.

Materiales informativos

Las primeras acciones del CEN AIDS datan de 1999, cuando el Consejo distribuyó a los trabajadores y sus familias 1 millón de copias del “**Libro de la Familia – Aprendiendo sobre el SIDA y las Infecciones Transmitidas Sexualmente**”. Al año siguiente, fue la vez de alcanzar al propio empresariado brasileño por medio de la publicación “**La Alianza entre Gobierno y Empresarios en la Prevención a las ITS/SIDA**”. En el 2000, se realizó también el 1º Seminario CEN AIDS, que apuntaba sensibilizar y movilizar a la iniciativa privada para la actuación preventiva en el lugar de trabajo.

Aún con vistas al cumplimiento de la meta de movilizar al sector empresarial brasileño, para la causa del enfrentamiento de la epidemia de SIDA, el CEN AIDS lanzó, en 2002, su primer fólder institucional, con informaciones sobre el propio Consejo y su campo de acción.



Otra publicación importante fue el “**Manual de Implantación e Implementación de Programas y Proyectos de Prevención al VIH y SIDA en el Lugar de Trabajo**”, elaborado por el Consejo e impreso por el Ministerio de la Salud en 2003, distribuido para empresas con el objeto de estimular los programas de prevención. Ese manual vino al encuentro de la necesidad de un marco de referencia para el sector empresarial en el enfrentamiento de las ITS y del SIDA en el Brasil. Elaborado a varias manos, la publicación contiene pistas preciosas de recursos que cualquier patrono puede utilizar para combatir con la prevención en el lugar de trabajo. Una versión revisada de este Manual será lanzada por el Ministerio de Salud y el CEN AIDS en 2008.

En 2003, el segundo fólder institucional destacaba la respuesta al SIDA como un común denominador entre las empresas que forman el CEN AIDS. En 2004, un nuevo fólder convidaba a las empresas para unirse a las acciones del Consejo.



AÇÕES

DE PREVENÇÃO AO HIV/AIDS NO LOCAL DE TRABALHO

Ha alguns anos, o Ministério da Saúde vem promovendo ações para estimular o envolvimento do setor privado na prevenção e assistência ao HIV/AIDS.

No final de década de 90, no mundo todo, aumentou-se cada vez mais a necessidade da participação do setor privado nessa luta.

O Ministério da Saúde passa a fortalecer e apoiar as iniciativas criadas pelas empresas no Brasil, promovendo aumento e novos projetos e estimulando as iniciativas de experiências, com o objetivo de atingir cada vez mais pessoas e tornar as ações mais efetivas.

Surgem, nas empresas, excelentes iniciativas para difundir as informações sobre o HIV/ Aids e sua

prevenção entre os trabalhadores, seus familiares e comunidade.

Empresas, Sociedade e Ministério sabem de sua força e importância na luta pela cura e evitação da doença no Brasil.

Quanto maior o envolvimento de empresas empregadas neste tema e ao CEN, mais efetivo e positivo será o resultado das campanhas.

Para conhecer melhor o CEN, solicitar informações técnicas, conhecer nossos calendários de ações ou ter orientações para implantar políticas e procedimentos referentes à prevenção do HIV/AIDS no local de trabalho da sua empresa, entre em contato com a empresa que já faz parte do CEN, ou consulte o site: www.cenaid.org.br

VISÃO

Ser uma instituição sólida e representativa do setor empresarial junto à Sociedade, mobilizando os empresários para formular, implantar e manter políticas voltadas à prevenção do HIV/AIDS, independentemente de atividades, porte ou região.

MISSÃO

Contribuir para o controle da epidemia, por meio da sensibilização do setor empresarial, estimulando e fortalecendo o exercício da responsabilidade social da empresa.

ALGUMAS DAS ATRIBUIÇÕES DO CONSELHO:

- Funcionar como órgão deliberativo e orientador da Política de Resposta ao HIV/AIDS.
- Compartilhar a missão de cooperação sobre o impacto da epidemia do HIV/AIDS nas empresas.
- Assessorar a Coordenação Nacional de DST/AIDS da Secretaria de Políticas de Saúde do Ministério da Saúde, na resposta à epidemia do HIV/AIDS.
- Desenvolver projetos e campanhas sobre a resposta à epidemia do HIV/AIDS nas empresas, dentro e fora do local de trabalho.
- Realizar e publicar materiais programáticos de sensibilização na prevenção do HIV/AIDS que atuem dentro e fora do local de trabalho.
- Promover consultorias ao Conselho Empresarial Mundial e Ministério da Saúde no que se refere a:
 - local de trabalho
 - família das empregadas/colaboradoras funcionárias
 - clientes/fornecedores
 - comunidade onde está inserida.

Campaññas

A partir de **2001**, una acción nacional marcaría la presencia del CEN AIDS todos los días 12 de junio: la campaña del **Día de los Enamorados**, con la distribución de material preventivo en cines, teatros, vuelos doméísticos y periodiqueros.

Esa fecha fue escogida por el significado de la conmemoración, que involucra, sobre todo, al público joven, y por la necesidad de una nueva fecha para estimular la divulgación del mensaje de prevención, además de los tradicionales Día del Trabajador, Carnaval y Día Mundial de Lucha Contra el SIDA. La iniciativa fue bien recibida inclusive fuera del Brasil, sobre todo donde se conmemora el “Valentine’s Day”.

El 1° de Diciembre de **2001**, el CEN AIDS regresó a las calles con su primera acción en un **Día Mundial de Lucha contra el SIDA**. Con el tema “**¿Yo me cuido, y tú?**”, distribuyó materiales de prevención, como adhesivos y preservativos masculinos, en las empresas regionales del SESC y del SESI y en piezas de teatro en todos los Estados del país. La acción recibió el nombre de “CEN en escena”. Fueron distribuidos 248 mil porta-preservativos durante la campaña en los Estados de Acre, Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Roraima, Rondônia, São Paulo, Santa Catarina, Sergipe, Ceará, Paraná y Tocantins, además del Distrito Federal – en las unidades del SESC. En el SESI,



fueron presentadas en los Estados de Porto Alegre, Alagoas, Ceará, Goiás, Minas Gerais y Mato Grosso, así como en el Distrito Federal.



En **2002**, la Campaña del Día de los Enamorados destacó la prevención como una demostración de amor y un cortometraje exhibido en cines y emisoras de TV por ocasión del Día Mundial de Lucha contra el SIDA, llamó la atención para el estigma y la discriminación relacionado al VIH con el slogan: “**Cree Lazos, Viva y Deje Vivir**”.

En el **Carnaval de 2003**, el CEN AIDS abrazó la campaña de prevención del Ministerio de la Salud, con la distribución masiva de carteles en las empresas. El póster, que exhibía la fotografía de la cantante pop Kelly Key, alertaba: “Sexo es con preservativo. O entonces sólo ojea y baba, baby”, en una clara alusión al mayor hit de la cantante en aquel momento.

20

En ese mismo año, en una acción más del Día de los Enamorados, el CEN AIDS lanzaría su simpática mascota: **El grillo**. El insectito verde estuvo en los cines, teatros, vuelos domésticos y periodiqueros, en publicidades, carteles y fólderres, que estampaban el slogan “**¡Día de los enamorados sin grillo⁴, sólo con preservativo!**”. Desde entonces, el grillo, a veces acompañado de su enamorada tan verde cuanto él, confiere buen humor a anuncios y otras piezas publicitarias de la campaña del CEN AIDS realizada en todos los 12 de junio, así como en nuevos fólderres institucionales y campañas de carnaval.

**Dia dos namorados
sem grilo,
só com camisinha!**



⁴ “Sin grillo” quiere decir “sin problema”, “sin preocupaciones”.

El 1º de Diciembre de 2003, el grillo llamaba la atención para la lucha contra el estigma y la discriminación.

En 2004, la campaña del Carnaval traía el grillo y asociaba el “ziriguidum”⁵ de la folia del Carnaval al uso del preservativo, tema nuevamente destacado en la Campaña del Día de los Enamorados del mismo año. Algunos de los mensajes de la campaña incluyeron: “Tú, yo y el preservativo. El único triángulo amoroso perfecto”, con foco en los empleados y “Los empleados de estas empresas ya saben que...sexo sin grillo sólo con preservativo”, cuyo público-meta eran los empresarios.

Qualquer um pode ser discriminado.



Respeito você conquista quando não discrimina.

1º de Dezembro. Dia Mundial de Luta Contra a Aids.



Sexo sem grilo, só com camisinha!

www.aids.gov.br/cen

Ziriguidum no carnaval, só com camisinha!




www.aids.gov.br/cen



Sexo sem grilo, só com camisinha!

Você, eu e camisinha. O único triângulo amoroso perfeito.



Sexo sem grilo, só com 

www.aids.gov.br/cen

21


Campañas

El mismo enfoque divertido fue utilizado en la Campaña del Carnaval de 2005, con el grillo cantando el tema “En la avenida, quien es bamba samba. Usa preservativo y no danza”. Ya la campaña del Día de los Enamorados fue dirigida al público joven y su mayor disposición a correr riesgos.

⁵ “Ziriguidum” significa: “samba con el pie, jinglado, un requebrado diferente, en compaso cierto”.

**Segurança não pode faltar.
A melhor proteção é a camisinha.**



**No dia dos namorados,
sexo sem grilo!  Só com camisinha.**

En 2007, el material de la campaña del Día de los Enamorados asociaba la prevención a la seguridad en el lugar de trabajo, con el tema: “Seguridad no puede faltar, la mejor protección es el preservativo”.



Finalmente, el Día de los enamorados de 2008, el grillo del CEN AIDS, acompañado de su simpática pareja, salió a las calles con carteles divulgados en casi 2 mil puntos de distribución gratuita en las ciudades de São Paulo, Río de Janeiro, Brasília, Goiânia, Salvador, Recife, Porto Alegre y Curitiba, gracias a una alianza entre el Consejo y la empresa Mica Cards. El slogan de esa campaña fue: “Enamorar sin preservativo no funciona. Sexo sin grillo, sólo con preservativo”.

Entre las principales acciones del CEN AIDS, merece destaque la campaña que dio origen al propio slogan del Consejo: “Empresarios unidos por resultados negativos”. De autoría de uno de los aliados del CEN AIDS, la agencia de



publicidad ALMAP/BBDO, la campaña, de **2003**, consiste en una serie de carteles coloridos, con imágenes del constructivismo ruso, extraídas del período estalinista soviético. Las imágenes, acompañadas del slogan y de los logotipos de los miembros del CEN AIDS, además de un texto explicativo, circularon en revistas de todo el país y tuvieron éxito en la propia Rusia cuando la presidencia del CEN AIDS llevó la versión en inglés de los anuncios para un evento de empresarios en aquel país.

Con el Grillo, sin “grillo”.

De mascota de las campañas de prevención del CEN AIDS para el Día de los Enamorados, el Grillo acabó marcando la propia imagen del Consejo. La carrera del insectito verde y sonriente es tan curiosa cuanto él mismo.

El Departamento de Calidad de Vida de Philips del Brasil, miembro activo del CEN AIDS, le encargó a la agencia de publicidad que la atendía la creación de un personaje que incorporase los ideales de la campaña de prevención del CEN AIDS para el Día de los Enamorados en 2003. Se concluyó que cierta dosis de humor y de irreverencia sería ideal para establecer una comunicación efectiva con el público-meta, sin cualquier tipo de discriminación. De esta manera, el grillo fue escogido por representar un concepto fuerte e inmediatamente reconocido como determinante para la reflexión sobre el uso del preservativo como la mejor manera de prevención, sin tornar al sexo en el villano de la historia.

Originalmente asexuado en su forma, color y personificación, el Grillo evita cualquier tipo de discriminación de género, etnia o credo. El Grillo se apropia también del argot para “problema” o su opuesto “despreocupación”, más común en los años 1970 e 1980: “No hay grillo” (no hay problema), “Sin grillo” (sin problema), “Tirar un grillo en la cabeza” (Retirar un problema de la cabeza), “Bicho-grilo” (persona extraña), etc. Así, transmite el mensaje de que el sexo es bueno y saludable, siempre y cuando se cuide de la prevención de las ITS y del SIDA.

BEM-VINDOS AO

PRIMEIRO

Prêmio Nacional



No Mundo do

Trabalho

Prêmio CEN AIDS en el mundo del trabajo

El 8 de Octubre de 2005, el CEN AIDS lanzó el **1° Premio Nacional CEN AIDS en el Mundo del Trabajo**. Realizado en alianza con el Ministerio de la Salud y el ONUSIDA, el premio reconoce, divulga y valoriza las acciones de prevención en VIH realizadas en Brasil por empresas de diferentes portes y ramos de actividad. Representantes del sector productivo de todo el territorio nacional pueden concurrir en las siguientes categorías: **micro, pequeñas, medias y grandes empresas**. Desde entonces, el CEN AIDS ya premió a 12 empresas que contribuyeron de forma efectiva y creativa para la prevención de la epidemia y mejoría de las condiciones de salud del trabajador en diversas regiones del país.



ELM

**FERROVIA
TEREZA CRISTINA S.A.**

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

PRODUTOS ROCHE

**RICLAN INDÚSTRIAS
ALIMENTÍCIAS S.A.**

GREIF

MAKRO ATACADISTA S.A.

**ELIMAR PRESTADORA DE
SERVIÇOS GERAIS LTDA.**

**HOSPITAL DAS CLÍNICAS
DE PORTO ALEGRE**

HOTEL COSTA MAR

DARTHEL IND. DE PLÁSTICOS LTDA.

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL

**SUPERMERCADO
MAGAZINE FORTALEZA**

Premios a la prevención

2007

Microempresa

ELM – MARKETING EDITORA MÉDICA LTDA.

Consultoría en educación de salud.

São Paulo – SP.

La ELM distribuyó 50 mil fólderes para los trabajadores de sus empresas así como a clientes localizados en diferentes regiones del país.

Pequeña Empresa

FERROVIA TEREZA CRISTINA S.A.

Transporte de cargas.

Tubarão – SC.

Su programa de prevención tiene por estrategia sensibilizar a los colaboradores con conferencias, piezas teatrales, juegos y distribución de preservativos.

Media Empresa

LIMPEL LIMPEZA URBANA LTDA.

Limpieza urbana.

Maceió – AL.

La Limpel promueve, desde 2005, acciones de prevención a las ITS/SIDA en el lugar de trabajo por medio de un proceso educativo permanente.

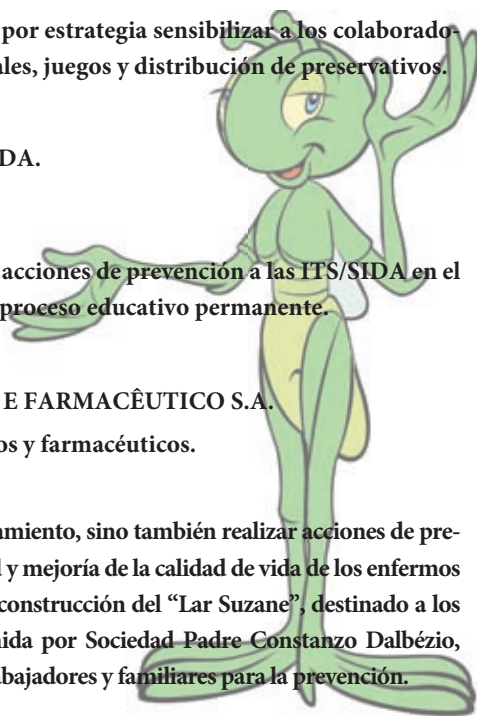
Grande Empresa

PRODUTOS ROCHE QUÍMICO E FARMACÊUTICO S.A.

Fabricación de productos químicos y farmacéuticos.

Jaguaré – SP.

La Roche busca no sólo ofrecer tratamiento, sino también realizar acciones de prevención, sensibilización, solidaridad y mejoría de la calidad de vida de los enfermos de SIDA. Esas acciones incluyen la construcción del “Lar Suzane”, destinado a los niños portadores del VIH, mantenida por Sociedad Padre Constanzo Dalbézio, además de la movilización de sus trabajadores y familiares para la prevención.



29

Prêmio de incentivo

RICLAN INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS S.A.

Fabricación de productos alimenticios.

Rio Claro – SP.

En Julio de 2007, la empresa implantó el proyecto PIPA (Programa Interno de Prevención y Asistencia al SIDA), que tiene como objetivo proporcionar el acceso a todos los colaboradores a la información sobre la epidemia, por medio de acciones educativas y lúdicas.

2006

Microempresa

GREIF - EMBALAGENS INDUSTRIAIS DO AMAZONAS

Producción de embalajes industriales.

Manaus – AM.

Promueve la Semana de Combate al SIDA, ahora expandida a comunidades del interior del Estado. Todos los empleados y sus familiares, prestadores de servicios, proveedores y la comunidad en general participan del programa.

Pequena Empresa

MAKRO ATACADISTA S.A.

Comércio mayorista

Maceió – AL.

Desarrolla la programación de educación continuada “Abriendo Caminos con la Solidaridad”. La idea es divulgar para los empleados informaciones actualizadas sobre las ITS, el VIH y el SIDA, y quebrar prejuicios sobre el sexo.

Média Empresa

ELIMAR PRESTADORA DE SERVIÇOS GERAIS LTDA.

Servicios generales.

Maceió – AL.

Las actividades de prevención ocurren de forma continua con la realización de dinámicas de grupo, aplicación de juegos educativos, demostración del uso de preservativos, además de recordatorios informativos en los recibos de salario y de campañas de solidaridad con las instituciones que asisten personas viviendo con VIH/SIDA.

Grande Empresa

HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

Asistencia en el área de salud y hospitalaria.

Porto Alegre – RS.

Desarrolla acciones para reducir la exposición del trabajador del área de salud al VIH dentro y fuera de su lugar de trabajo, informar a los empleados sobre ITS, VIH y SIDA, encorajar comportamientos que disminuyan la probabilidad de infección por el VIH y estimular a los empleados de áreas de riesgo a desarrollar técnicas adecuadas en el trabajo.

2005

Microempresa

HOTEL COSTA MAR.

Hotelaría.

Maceió – AL.

Con sólo 19 empleados, el hotel capacitó dos empleados como agentes multiplicadores de prevención a las ITS/SIDA y promovió dinámicas de grupo y juegos educativos. Los resultados alcanzados fueron una mayor participación de los empleados en programas educativos, además de más comprometimiento de ellos con los objetivos de la empresa.

Pequeña Empresa

DARTHEL INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS LTDA.

Fabricación de productos plásticos.

Caxias do Sul – RS.

La Darthel promueve diversas acciones educativas sobre VIH/SIDA. Desarrollado con el apoyo de la Secretaria Municipal de Salud de Caxias do Sul, el método incluye dinámicas interactivas y la distribución de informativos internos.

Media Empresa

LABORATÓRIOS SABIN DO BRASIL.

Análisis clínicos.

Brasília – DF.

Implementa el “Proyecto Salud: Educación para la Prevención”, responsable por la realización de talleres de prevención sobre VIH/SIDA, ITS y cáncer de mama tanto en la red de laboratorios cuanto en instituciones públicas y privadas. Fueron los principales responsables por la implementación del Consejo Empresarial de Prevención al VIH/SIDA, el CEAIDS DF, en el Distrito Federal.

Grande Empresa

SUPERMERCADO MAGAZINE FORTALEZA.

Comercio Mayorista.

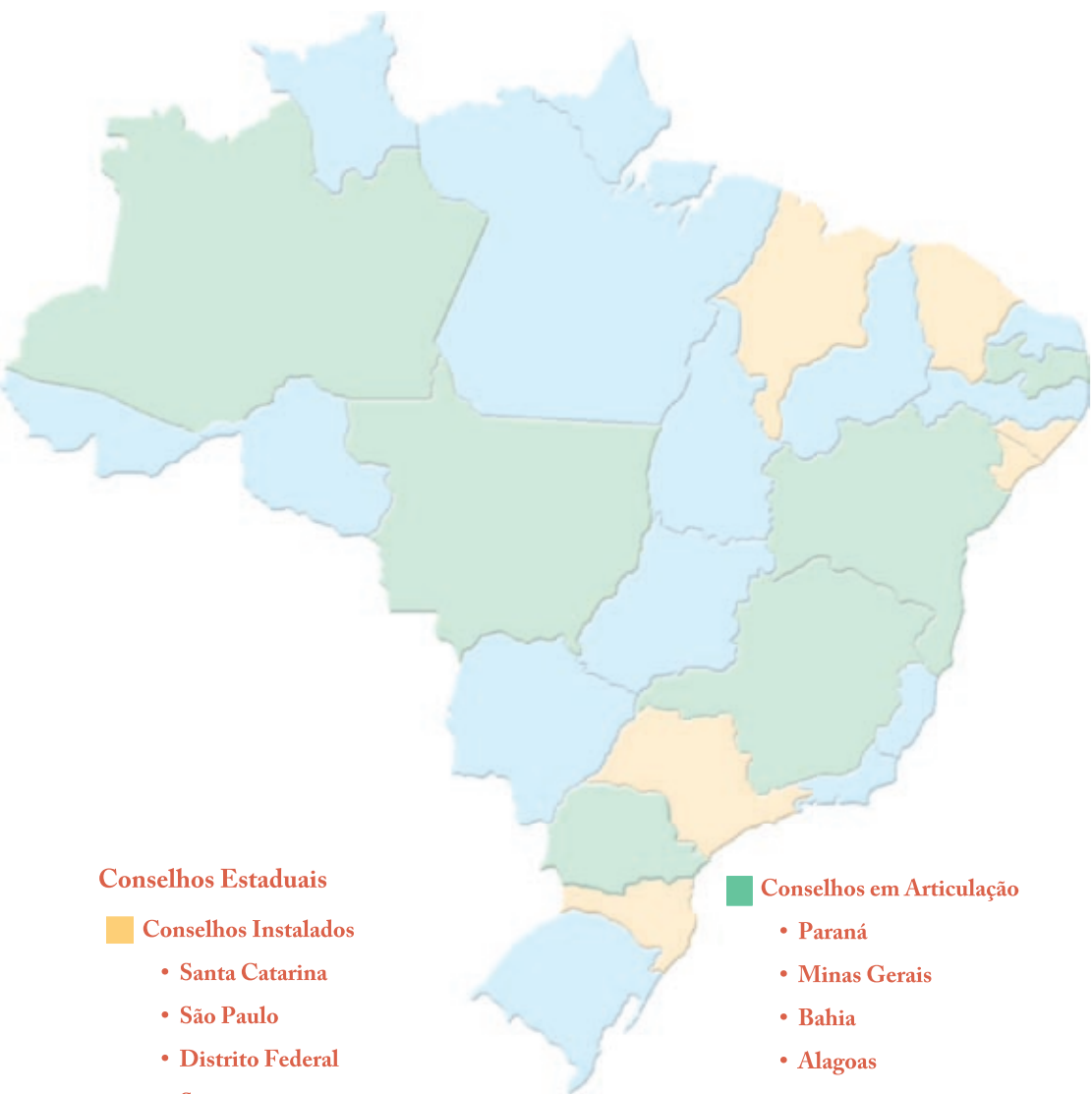
Macapá – AP.

Platicas semestrales para los empleados y la comunidad en general, paseos ciclistas, distribución de preservativos, divulgación de métodos preventivos en la radio comunitaria, distribución de panfletos, todo eso hace parte de la campaña “Prevenir es más fácil”, que tiene como objetivo prevenir ITS, SIDA, dengue, enfermedades cardíacas y cáncer de mama de los empleados de la empresa y su amplia clientela.

Mobilización empresarial regional

Para garantizar también que tantas acciones y actividades no se restrinjan a fechas nacionales y a la actuación exclusiva de las instituciones integrantes del CEN AIDS, el Consejo viene estimulando la formación de los Consejos Empresariales Estaduales de Prevención al VIH/SIDA. La idea es diseminar, en los Estados, estrategias semejantes a las que ya se desarrollan a nivel nacional. La expectativa es que los Consejos Estaduales, al organizar acciones en el ámbito estadual, al llevar también en consideración las características y las costumbres regionales, consigan ampliar más aun el alcance y el impacto de sus campañas.

Ceará, Distrito Federal, Maranhão, Santa Catarina, São Paulo y Sergipe ya poseen consejo estadual. **Alagoas, Amazonas, Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba y Paraná** están en proceso de también crear los suyos. La meta es que cada una de las unidades federativas del Brasil tenga un Consejo Empresarial de prevención al VIH/SIDA.



Conselhos Estaduais

Conselhos Instalados

- Santa Catarina
- São Paulo
- Distrito Federal
- Sergipe
- Maranhão
- Ceará

Conselhos em Articulação

- Paraná
- Minas Gerais
- Bahia
- Alagoas
- Paraíba
- Mato Grosso
- Amazonas

Reconocimiento y movilización internacional

El esfuerzo del CEN AIDS y de sus aliados ha recibido el reconocimiento tanto de instituciones nacionales, que tienen en el Consejo una referencia de prevención en el ambiente de trabajo, cuanto de extranjeras, que lo convidan para relatar su experiencia en otros países, como **Argentina, Canadá, Cuba, Costa Rica, España, Estados Unidos, Guatemala, Paraguay, Rusia, Barbados e India.**

De la misma forma, el CEN AIDS ha recibido delegaciones extranjeras de diferentes partes del mundo. Entre 2001 y 2006, recibió grupos de varios países, entre los cuales, **Azerbaiján, Barbados, Estados Unidos, Rusia e India.** Por ese motivo, el CEN AIDS también se registró en el **Centro Internacional de Cooperación Técnica en VIH/SIDA (CICT)**, una iniciativa del Gobierno Brasileño y del ONUSIDA, con vistas a participar en cooperación con Consejos de otros países en desarrollo.

En sintonía con las orientaciones internacionales, las empresas del CEN AIDS reconocen el **Repertorio de Recomendaciones Prácticas de la OIT sobre VIH/SIDA y el Mundo del Trabajo**, documento elaborado mediante consulta a representantes de gobiernos, organizaciones patronales y de trabajadores de varios países y lanzado durante la Sesión Especial de la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (UNGASS - AIDS), realizada en Nueva York en Junio de 2001. El repertorio ofrece orientaciones prácticas para la formulación y la implementación de políticas de VIH/SIDA en locales de trabajo. La versión en portugués del documento fue lanzada en 2002 mediante alianza entre OIT y el Ministerio de la Salud y está disponible en el site de la OIT en Brasil (www.oitbrasil.org.br).

*Laís Wendel Abramo,
Directora de la Oficina de la
Organización Internacional
del Trabajo en el Brasil*

“La OIT promueve el trabajo decente, con base en los principios de justicia social y la no discriminación. En sus 183 Países-Miembros, su misión es apoyar la elaboración e implementación de políticas y programas de prevención y combate a la discriminación de personas con VIH en el lugar de trabajo. La OIT entiende que todos, gobierno, trabajadores, patrones y la sociedad civil tienen un papel importante a desempeñar en la respuesta a la epidemia del VIH, que tiene el lugar de trabajo como punto de entrada fundamental para su enfrentamiento.

El Consejo Empresarial Nacional para la Prevención al VIH/SIDA es un ejemplo de como puede ser bien sucedido el compromiso del sector empresarial en el la respuesta a la epidemia. Sin duda, trabajando en conjunto, las empresas pueden aumentar más aún el alcance e impacto de sus iniciativas.

Desde su creación, la OIT busca apoyar los trabajos del CEN AIDS, inclusive en la creación y el fortalecimiento de los Consejos Empresariales Estaduales. Es con mucha satisfacción que felicitamos al CEN AIDS por esta década de trabajo y compromiso, y reiteramos el nuestro para apoyar las acciones del Consejo Nacional Brasileño y sus Consejos Estaduales.”

Desde su creación, la OIT busca apoyar los trabajos del CEN AIDS, inclusive en la creación y el fortalecimiento de los Consejos Empresariales Estaduales. Es con mucha satisfacción que felicitamos al CEN AIDS por esta década de trabajo y compromiso, y reiteramos el nuestro para apoyar las acciones del Consejo Nacional Brasileño y sus Consejos Estaduales.”

En Agosto de 2004, durante el 5° Congreso Brasileño de Prevención, realizado en Recife (PE), el CEN AIDS recibió oficialmente el **reconocimiento internacional**. El Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (ONUSIDA), en la persona de su director mundial, Peter Piot, confirió al Consejo certificado “en reconocimiento por su destacada liderazgo y corriente contribución en la respuesta al SIDA”.



En aquel mismo año, el CEN AIDS instituiría el 8 de Octubre, fecha de creación del Consejo, como el **Día Nacional de Prevención al VIH/SIDA en el Ambiente de Trabajo**, tornando al Brasil pionero en el reconocimiento de la importancia del lugar de trabajo como medio estratégico de prevención al VIH. Durante el 2º Seminario CEN AIDS, en ese mismo año, el ONUSIDA concedió certificado a las empresas integrantes del CEN AIDS por la contribución de estas en la prevención al VIH/SIDA.



37

El trabajo del CEN AIDS volvió a ser reconocido públicamente en Diciembre de 2006, cuando el Consejo recibió un homenaje en el **3º Premio AIDS Responsabilidad Social – Salud Brasil**, por parte de la Aguilla Brasil, empresa especializada en el desarrollo de acciones de valor agregado en las áreas de salud, medio ambiente y ciudadanía. El premio tiene el apoyo del Ministerio de la Salud y de la Secretaria de la Salud de la Ciudad de São Paulo.

Al largo de sus 10 años, el CEN AIDS también prueba tener reconocimiento por medio de diversas participaciones en eventos nacionales e internacionales, como el Forum Económico Mundial, en 2002 y las Conferencias Internacionales sobre SIDA en Cuba, en 2005, Canadá, en 2006 y México, en 2008. El coronamiento de diez años de trabajo aparece también en publicaciones como el más reciente informe del Forum Económico Mundial, en el cual el CEN AIDS se destaca como el más antiguo Consejo Empresarial de enfrentamiento al SIDA en funcionamiento en el mundo.

CEN AIDS: planificación, participación y alianzas

Los miembros del Consejo Empresarial se reúnen mensualmente y sus empresas se revezan para sedear sus reuniones. Esos espacios son importantes para la definición de la Planificación Estratégica (bianual), acuerdo sobre acciones, compartir informaciones y monitorear los compromisos.

Los resultados alcanzados en los últimos 10 años reflejan no solamente la movilización de los CEOs y principales líderes de esas empresas, sino también el compromiso y dedicación de sus empleados, responsables por las acciones de prevención al VIH y de participación en el Consejo. Sin esas personas y su disposición para trabajar en equipo y de priorizar la agenda de respuesta al SIDA, el CEN AIDS no celebraría una década de buenos resultados.

La Presidencia del Consejo es ejercida por un Presidente y un Vicepresidente, con mandato de dos años, siendo permitida la reelección. Nestlé, Volkswagen y el Banco Itaú ya ocuparon esa posición.

El CEN AIDS tiene asiento en la Comisión Nacional de SIDA (CNAIDS), principal instancia de deliberación de las políticas nacionales de respuesta al SIDA, lo que permite al sector privado no solamente tener voz, sino también conocer y dialogar con los diversos actores que hacen parte de esta respuesta.

El CEN AIDS es también miembro del Grupo Temático Ampliado de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA (GT/ONUSIDA), que reúne las diversas agencias del Sistema ONU que actúan en apoyo a la respuesta nacional a la epidemia, además de representantes del gobierno, de la sociedad civil y de agencias de cooperación bilateral.

Pedro Chequer,

*Coordinador de
ONUSIDA en Brasil*

“El enfrentamiento a la epidemia del VIH exige un elenco de acciones concertadas y multidisciplinarias donde la inter-sectorialidad es una condición esencial e imprescindible para la formulación de estrategias, programas y actividades. Aunque sea este un problema en el ámbito de la salud pública, es muy claro que no se limita a ello y mucho menos enfrentarlo es una responsabilidad exclusiva del sector de la salud.

De la misma manera, en que pese a ser la respuesta del Estado la espina dorsal en la formulación de políticas públicas, esta aisladamente no ofrece garantía de resultados adecuados y perennes.

Por lo tanto, el SIDA nos trae una reflexión sobre el tradicional modus operandi del sector de la salud, casi siempre tomándose a sí mismo como referencia y locus de decisiones, teniendo a la ciencia vigente como marco referencial. Se verifica, sin embargo, que, para implementarse una estrategia exitosa, la movilización social en la perspectiva de la inter-sectorialidad es un elemento esencial. En ese sentido, el ONUSIDA, desde su creación ha buscado movilizar a las fuerzas sociales que efectivamente puedan contribuir en la formulación e implementación de programas y estrategias apropiadas, encima de todo, según la realidad epidemiológica y los contextos locales.

El establecimiento de los Consejos Nacionales de VIH se encuentra inserido en el elenco de actividades prioritarias para una respuesta nacional. En esa perspectiva, el CEN AIDS fue constituido, envolviendo desde su primer momento una alianza gobierno, sector privado y agencias multilaterales. En sus diez años de existencia, el CEN AIDS ha sido un ejemplo de persistencia, credibilidad y de adopción de políticas públicas con énfasis en la ética y respeto a los derechos de ciudadanía. Sus acciones no se han restringido al cuerpo funcional de las empresas, sino que se extiende a sus familiares y avanzan hacia la comunidad.

El Consejo Brasileño ha avanzado más allá de aquello originalmente preconizado, en la medida que ha movilizado y apoyado la creación de Consejos Estaduales, con el objeto de la ampliación de empresas comprometidas para enfrentar la epidemia y posibilitando su inserción a las actividades desarrolladas, en particular por las unidades federadas. Sin duda alguna, el ejemplo ofrecido una vez más por el Brasil debe ser reconocido y diseminado. El ONUSIDA tiene orgullo de esa alianza. Nuestra disponibilidad es permanente, para que podamos continuar avanzando y alcanzar los compromisos establecidos para el acceso universal.”

Los próximos 10 Años

El CEN AIDS está conciente que la epidemia de SIDA permanecerá por muchos años como un reto para los Gobiernos, para la sociedad en general y para las empresas en particular. Como alerta el Director Ejecutivo del ONUSIDA, Peter Piot, “el SIDA estará con nosotros en las próximas generaciones. Su impacto en los negocios tiende a aumentar. Es esencial que el sector privado se convierta en un aliado enteramente comprometido a largo plazo en la respuesta global al SIDA.”

Por eso es importante mantener unidas a las empresas del CEN AIDS en la misión de sensibilizar más a los empresarios en la prevención de la epidemia en el lugar de trabajo. La diseminación de la experiencia del CEN AIDS es fundamental, y la creación de Consejos Estaduales en todos los Estados brasileños es el mejor instrumento para la concretización de este proyecto. La mayor expectativa es la de contribuir siempre en el control de la epidemia, con un compromiso mayor del empresariado en general, con foco en las micro e pequeñas empresas, el mayor reto del Consejo en los próximos años. Si las grandes empresas demuestran un mayor avance en la prevención, los micro y pequeños emprendimientos poseen menos recursos y son justamente los más afectados, pues sufren un impacto mayor cuando el SIDA alcanza su equipo normalmente reducido de empleados. Un problema semejante y posiblemente más grave alcanza al mercado informal, aun extenso en Brasil, donde las acciones de prevención, cuando existen, no tienen pleno control de las autoridades nacionales. Aun en el ámbito de la llamada economía informal, el CEN AIDS piensa que las informaciones disponibles en su site y distribuidas gratuitamente en lugares públicos, puedan alcanzar a ese sector y mitigar el impacto de la epidemia de VIH en los trabajadores sin registro.

Entre los temas que deberán permanecer en la agenda de las empresas preocupadas con la prevención del SIDA está la discriminación en la admisión y la dimisión de empleados por causa del VIH. En las grandes empresas, esa preocupación encuentra terreno seguro. En las micro y pequeñas, la situación merece mayor atención.

La actuación del CEN AIDS en los últimos 10 años le confiere la credibilidad y la experiencia necesarias para cooperar con Consejos de otros países, para lo que se espera continuar contando con el apoyo de instituciones-clave como ONUSIDA, y la OIT y las agencias de cooperación bilateral, así como, evidentemente, los gobiernos de los respectivos países interesados en el intercambio de know-how empresarial para la prevención al VIH.

Las empresas del CEN AIDS y sus acciones de movilización en respuesta al VIH

El ejemplo parte de dentro. Con la meta de aumentar el número de empresas con acciones de prevención al VIH, las instituciones que integran el CEN AIDS muestran que es posible y ventajoso promover la prevención a la epidemia, como queda claro en algunos ejemplos a seguir:

ABRIL



El Grupo Abril es uno de los mayores y más influyentes grupos de comunicación de América Latina. Proporciona información, educación y entretenimiento para prácticamente todos los segmentos de público y actúa de forma integrada en varios medios. Desde su fundación, en 1950, la reputación y la credibilidad de la Abril forman un valioso patrimonio. El Grupo emplea hoy 7440 personas y reúne las empresas siguientes: Editora Abril (revistas), Editoras Ática e Scipione (libros escolares), TVA (TV paga e Internet en banda larga), Abril Digital (Abril.com y contenido para celulares) y MTV (TV segmentada).

Desde 1989, preocupado con la mejoría de la calidad de vida de sus trabajadores y familiares, el grupo viene desarrollando acciones de prevención a las ITS/SIDA. Utilizando una variada metodología, el programa de prevención de la empresa prevé cobertura integral del tratamiento. Sus acciones extrapolan los límites institucionales, se extienden a todo el país, llegando a los más diversos consumidores por medio de productos y servicios, principalmente por la difusión de materiales sobre ITS/SIDA y temas afines.

AVON

AVON

Las acciones internas dan énfasis a la información sobre prevención, en la promoción de talleres de sensibilización, distribución de material informativo y preservativos, entre otras actividades. Dentro de estos esfuerzos están las actividades que componen el Programa de Calidad de Vida, realizado por la empresa desde 1989.

Parte de su política de recursos humanos, el programa se destina a millares de empleados de la empresa en el Brasil, en unidades en las ciudades de São Paulo (SP), Osasco (SP), Maracanaú (CE) e Simões Filho (BA).

En la prevención de las ITS/SIDA, el objetivo es garantizar al usuario del programa la percepción de la confiabilidad de la información ofrecida, el respeto del trabajador en el acompañamiento de la enfermedad y en sus implicaciones profesionales, familiares y personales, además de viabilizar recursos internos y externos que promuevan el bienestar. Prevé, aun, la readaptación del profesional seropositivo, cuando sea necesaria.

La predominancia de mujeres en su cuadro funcional, que suman cerca de 60%, puede ser considerado como un factor importante en el desarrollo de acciones que colocan en práctica los valores femeninos. Dentro de las acciones que la empresa viene desarrollando, los empleados también tienen acceso al Programa Salud Integral de la Mujer, que está bajo la coordinación del Instituto Avon – una OSCIP (Organización de la Sociedad Civil de Interés Público) responsable por todas las inversiones sociales de la compañía en el Brasil. Otras acciones del Instituto, como el Día del Beso por la Vida y la campaña, Hable sin Miedo – No a la Violencia Domestica, también cuentan con la adhesión de los empleados, además de la sociedad.

Estas actividades apuntan para la transmisión de informaciones y la concientización sobre la salud de la mujer en varios aspectos.

BANCO ITAÚ

La historia del Programa Institucional de Prevención al SIDA del Banco Itaú se confunde con la propia epidemia en el Brasil. La actitud de vanguardia del entonces presidente del Banco, Olavo Setúbal, al lanzar el programa en 1987 y permitir su desarrollo desde entonces, es motivo de orgullo para sus 63 mil colaboradores.



En la época en que el Banco lanzó el programa no se contaba con las medicinas antiretrovirales, tampoco con los servicios públicos de salud estructurados como lo están hoy para ofrecer tratamiento a los portadores del VIH y enfermos del SIDA. Al principio del programa, circulares normativas aclaraban la política de la empresa con relación al portador de VIH y fueron implementados: protocolo de atención; reembolso de medicinas complementarias después de evaluación caso por caso; asistencia psicológica; distribución de preservativos, línea telefónica directa, el “Tele Consultas SIDA” con atención de profesional entrenado para solucionar dudas de los colaboradores. Varios eventos, folletos, videos y conferencias fueron realizados de acuerdo con la evolución de la epidemia y el avance del conocimiento científico en relación al SIDA.

Actualmente, la preocupación con la significativa vulnerabilidad de los jóvenes frente al SIDA resultó en acciones como: la distribución de abanicos con preservativos para los colaboradores en el carnaval, pláticas de especialistas con los hijos adolescentes de los empleados sobre sexualidad, la campaña Itaú pregunta cuando sus colaboradores y sus familiares tuvieron sus dudas respondidas por especialistas de la Secretaría de la Salud, y talleres sobre sexualidad.

El día 1º de Diciembre siempre es recordado en el Itaú: en 2006, todos los colaboradores usaron el pin de solidaridad personalizado para la empresa y, en 2007, fue elaborado un folleto corporativo sobre los 20 años de enfrentamiento al SIDA en el Banco Itaú. Mantener los resultados alcanzados y considerar el perfil de la pandemia para definición de nuevas estrategias de prevención son las nuevas metas del programa.

BRADESCO



No es de hoy que el Bradesco se preocupa con la salud de sus empleados. Las acciones formales para la prevención a las ITS/SIDA, entre otras relacionadas a la salud, tuvieron inicio en 1994. Esas iniciativas ganan mayor visibilidad durante las Semanas Internas de Prevención de Accidentes de Trabajo - las SIPAT, cuando se hace la distribución de folletos, la realización de conferencias y la publicación de materiales en la revista Interacción (publicación distribuida a todos los empleados de la red de bancos), destinadas a orientar, concientizar y dar apoyo, cuando sea necesario.

El Plano de Salud Bradesco, concedido a los empleados y sus dependientes, permite a los infectados con el virus VIH el acompañamiento de cada caso, así como el reembolso de las medicinas. El Servicio Social también está disponible para atención a los empleados y sus dependientes, manteniéndose el sigilo de las informaciones.

El Bradesco tiene el compromiso de respetar la diversidad y dignidad del ser humano, preservando la individualidad y la privacidad y no admite la práctica de actos discriminatorios de cualquier naturaleza en el ambiente de trabajo y en todas sus relaciones.

CNC



**Confederação
Nacional do
Comércio**

Informar con claridad y precisión a los empleados y sus dependientes sobre ITS/SIDA y estimular su participación en el combate a la infección facilita el cambio de comportamiento y la adhesión a las medidas de prevención. La divulgación de

informaciones adecuadas ayuda a desmitificar la enfermedad, eliminando el miedo y la ansiedad, además de fortalecer la práctica de las medidas preventivas y estimular la actitud de respeto y comprensión. Una política transparente garantiza a los empleados VIH positivos o con SIDA asistencia médica, psico-social y financiera, fundamentales para una vida digna.

Con esos principios en mente, la Confederación Nacional del Comercio de Bienes, Servicios y Turismo (CNC) desarrolla una política de ITS/SIDA, que se estructura en dos programas: Programa de Prevención y Programa de Asistencia.

El primero abarca la elaboración de un cuestionario para evaluar el nivel de conocimiento de los empleados sobre ITS/SIDA, valores, actitudes y comportamientos y la receptividad de estos en relación a la política y a los programas de la confederación. La idea es obtener subsidios para la elaboración y la implantación de los programas de la institución.

También hacen parte del programa conferencias educativas para los empleados y sus dependientes. La idea es concientizarlos y generar multiplicadores de información sobre el tema. La CNC también elabora y distribuye material informativo (cartillas sobre ITS/SIDA con informaciones claras acerca de centros de exámenes, hospitales referencia en atención y tratamiento etc.). Selección de videos educativos para pres-társelos a los empleados y entidades que estén desarrollando trabajos similares y las bibliotecas que también integran el paquete.

Ya el Programa de Asistencia tiene como objeto mantener la asistencia médica, odontológica, social y laborista al empleado portador del virus. La iniciativa incluye acompañamiento social y psicológico, con posible enca-minamiento a grupos de apoyo; acompañamiento paralelo por el servicio médico de la empresa; plano de salud en la red acreditada; acceso a servicios odontológicos de la institución; posibilidad de obtener medicinas subsidiadas por la Confederación en colaboración con el Ministerio de la Salud; auxilio-enfermedad; beneficios sociales; extensión de los beneficios a la familia; auxilio-funeral, en el caso de fallecimiento del empleado o de sus dependientes legales; y, finalmente, un plano de complementación de pensión.

CNI/SESI



Programas de Educación, Información y Prevención son prioridades del Servicio Social de la Industria (SESI), creado en 1946 por la Confederación Nacional de la Industria (CNI), atiende aproximadamente 400.000

industrias y 7.5 millones de trabajadores. Por medio de acciones ligadas, promoción de la calidad de vida en el trabajo, la institución viene sensibilizando y concientizando empresarios, trabajadores y sus familiares sobre la importancia del cuidado con la salud y la calidad de vida.

Hace más de 18 años la institución desenvuelve, en alianza con el Ministerio de la Salud, el Programa de Prevención las ITS/SIDA en las Empresas, con el fin de estimular la adopción de actitudes de prevención y de no-discriminación en relación a las ITS/SIDA entre los trabajadores de las industrias de diversos ramos de actividad.

Además de los cursos de capacitación, son desarrollados estudios y encuestas, campañas en fechas conmemorativas, talleres, foros de debate, presentación de piezas teatrales y distribución de material informativo y educativo, además de los programas: Salud en la Sala de Clase, destinado a la Educación de Jóvenes y Adultos en los espacios escolares de las industrias y el Marketing Social del Preservativo que tiene por objeto ampliar y facilitar el acceso del preservativo al trabajador de la industria.

CNT/SEST/SENAT

Dispuesto a mejorar la calidad de vida de los trabajadores en transporte y sus familiares, el Servicio Social del Transporte/ Servicio Nacional de Aprendizaje del Transporte (CNT/SEST/SENAT) desarrolla acciones de educación y prevención de la salud.




Son conferencias, campañas educativas, participación en ferias y eventos, alianzas con las secretarías estatales y municipales de salud para distribución de preservativos, exhibición de videos, producción de cartillas e implementación de programas de prevención en empresas del sector de transporte, desarrollados en más de 120 unidades SEST/SENAT en todo el país.

Todo eso hace parte del Programa SEST/SENAT de Promoción y Educación para la Salud, con acciones de prevención a las ITS/SIDA, implementadas desde 2003. El programa acumula, de 2003 a 2007, más de 3 millones de atenciones. El número se refiere al trabajo con el tema ITS/SIDA, el cual responde, en el mismo período, por más de 170 mil atenciones. Solamente en 2007, fueron más de 51.477 personas atendidas.

Las acciones del programa son continuas y desarrolladas en el propio SEST/SENAT, en empresas de transporte, escuelas de la comunidad, blitze educativas en las carreteras, puestos de gasolina, terminales de

carga y cuentan aun con el trabajo preventivo de los equipos de salud del SEST/SENAT. Por medio de campañas periódicas, el SEST/SENAT ha atraído a los trabajadores en transporte, que asumen el papel de agentes de diseminación de los hábitos de prevención, llevando las informaciones aprendidas para sus familiares y sus comunidades.

COLGATE-PALMOLIVE

 **COLGATE-PALMOLIVE** Hace 21 años, la Colgate busca proveer todas las informaciones para concientizar empleados y familiares de manera que se movilicen y tomen una actitud preventiva en relación a las ITS/VIH/SIDA.

Las principales acciones ocurren en las fechas conmemorativas del calendario nacional: Carnaval, Día de las Madres, Día de los Enamorados, SIPAT – Semana Interna de Prevención de Accidentes del Trabajo y Día Mundial de Lucha Contra el SIDA.

A partir de publicaciones oficiales del Ministerio de la Salud, son difundidas informaciones para los empleados y familiares por medio de carteles, videos, fólderes y revista corporativa. Esos materiales también están disponibles por medio electrónico: e-mail, Intranet e Internet.

A cada año buscarse innovar las actividades trayendo grupos de teatro, exposiciones de fotos y cartoons, conferencias de especialistas en el área de la salud y del cuadro de profesionales de la empresa.

Se presentó la exposición de cartoons “Semana del Humor y SIDA” por ocasión de la conmemoración del Día Mundial de Lucha Contra el SIDA. En el Día de las Madres se realizó la campaña sobre Transmisión Vertical para las subsidiarias en América Latina, por medios impresos y e-mail marketing con animación.

La exposición de fotos “Prevención en Foco” del VII Congreso Brasileño de Prevención de ITS/SIDA, fue presentada durante la SIPAT de 2008 y posibilitó a los empleados una nueva manera de reflexionar sobre el tema.

También se organizó un seminario para el equipo de salud de la Colgate con representantes del CRT – Centro de Referencia y Entrenamiento - para orientación especializada y asesoramiento a los portadores del VIH.

La Colgate posee un plano de recomendaciones sobre ITS/VIH-SIDA para las subsidiarias en América Latina, alineado con sus valores corporativos: Respeto, Trabajo en Equipo y Mejorías Continuas.

EMBRAER



El primer caso de SIDA en la Embraer data de 1984, cuando poco se conocía de la enfermedad. Una vez que los servicios públicos de salud ofrecían pocos recursos, el mayor fabricante de aviones del Brasil, en alianza con la Universidad de São Paulo (USP) y con el apoyo de una médica infectóloga, entrenó un equipo médico y social capaz de dar soporte sobre VIH a sus empleados. Desde 2003, la empresa hace parte del CEN AIDS.

En el año de 1984, la empresa montó un home care, con asistencia de enfermería 24 horas y acompañamiento médico, sin contar el Servicio Social, de soporte de material, medicinas y asistencia a la familia. El equipo médico hizo el trabajo de concientización de los gestores y campañas internas de prevención por medio de conferencias, distribución de cartillas, folletos etc. Hasta 2005, la Embraer registró siete casos de SIDA (entre ellos, dos óbitos). La empresa ofrece atención integral, independientemente de la legislación.

Como medidas preventivas, la Embraer realiza anualmente conferencias educativas e informativas en fechas específicas como Carnaval, Día de los Enamorados, Día Nacional de Combate al VIH/SIDA en el Lugar de Trabajo, Día Mundial de Lucha Contra a SIDA y SIPAT. En esos eventos, la empresa presenta una verdadera colección de materiales educativos: videos en la TV Embraer, folletos, carteles, fajas, banners, diarios, artículos en la intranet y cuadros de avisos.

MTV

Con cobertura de 18,1 millones de hogares en 302 ciudades, un total de 37% de los domicilios del país, 9,3 millones de espectadores/mes con edades entre 15 e 29 años, la MTV ha insertado enfáticamente en su programación asuntos ligados a la ciudadanía, incluyendo ITS/SIDA y sexualidad en general.



NATURA COSMÉTICOS

Desde 1990, la Natura desarrolla acciones de prevención y asistencia al SIDA, inseridas en un Programa de Calidad de Vida dirigido al combate de prejuicios y al estímulo de la solidaridad.

Son utilizadas diversas técnicas pedagógicas, buscando adecuarlas a las características de la población a ser trabajada. Hay una colaboración espontánea de los trabajadores para actuar como agentes multiplicadores de información.



El Programa cuenta con un equipo interdisciplinario de salud y servicio social para asistir al trabajador viviendo con VIH. Los gastos son cubiertos por el plan de salud del convenio de la empresa.

A lo largo de estos años, la Natura, entendiendo su responsabilidad social, ha desarrollado acciones en alianza con el Ministerio de la Salud y otras empresas, extendiendo sus acciones de prevención a prestadores de servicios y terceros.

NESTLÉ



Información, concientización, orientación y actualización sobre VIH/SIDA por medio de diversos recursos es lo que busca la Nestlé con su Proyecto SIDA de respuesta a la epidemia. Prevé sobre vida digna a los empleados viviendo con VIH/SIDA, con derecho a apoyo psicológico, inclusive a sus familias y colegas de trabajo; educación continua como prevención a la epidemia (conferencias, material educativo, trabajos de sensibilización); formación de grupos de apoyo; no-alejamiento del trabajo mientras el empleado presente capacidad productiva; asistencia médica; distribución de preservativos etc.

El Proyecto SIDA intenta alcanzar a cerca de 50 mil personas, siendo la totalidad de ellas colaboradores de la empresa y sus dependientes, además de prestadores de servicios (mano de obra tercerizada). La Nestlé cubre, aun, todos los gastos de consultas, exámenes, tratamientos, interacciones. Y, para prevenir la diseminación de la epidemia, realiza, también, campañas de concientización, distribuye periódicamente diarios y folletos, además de fijar en la empresa carteles informativos. La Nestlé es miembro activo del CEN AIDS. Un de sus colaboradores es Vicepresidente del Consejo.

PHILIPS



Un de los mayores compromisos de la Philips en el Brasil y en el Mundo es mejorar la calidad de vida de las personas. Para cumplirlo, la empresa desarrolla, entre otras acciones, actividades educativas y de asistencia referentes a las ITS/SIDA.

Por medio de su plan de salud, la empresa incluye toda la cobertura para la atención de necesidades bio-psico-sociales. La Philips ofrece los beneficios al empleado y a sus dependientes, lo que confiere al portador del virus o al trabajador viviendo con SIDA, la tranquilidad necesaria para su recuperación, sin riesgo de discontinuidad del tratamiento.

Las actividades educativas se realizan de forma continua, con el empleo de metodologías diversificadas, que permiten la participación voluntaria de empleados, practicantes y terceros, a fin de concientizar y sensibilizar al público-meta y sus respectivos dependientes. El material informativo abre la posibilidad de trabajar temas referentes a la importancia de la prevención, al prejuicio y a la discriminación en el lugar de trabajo y en la sociedad en general.

No es por acaso que la Philips incluye en su misión la mejoría de la calidad de vida de las personas. El área que cuida de la salud es clave para el crecimiento de la empresa. En los últimos cinco años, la compañía invirtió más de 10 mil millones de euros en adquisiciones de empresas líderes en el mercado de sistemas médicos e es, hoy, líder de mercado en los cuidados de la salud cardíaca, terapia intensiva y cuidados de la salud doméstica. Esa visión no podría dejar de reflejarse también en los proyectos de responsabilidad social relacionados al área de cuidados de la salud.

Un de ellos es el “Duele Vida”, que promueve la concientización y la sensibilización de adolescentes sobre prevención de ITS, principalmente el SIDA y el embarazo no planeado en la adolescencia. El proyecto recorre las escuelas de la red pública y la comunidad en general. Adolescentes de 13 a 18 años tiene la oportunidad de dialogar sobre esos temas. El “Duele Vida” tiene el apoyo del Ministerio de la Salud, del CEN AIDS y del ONUSIDA, además de la asesoría técnica y pedagógica del Instituto Kaplan – Centro de Estudios de la Sexualidad Humana. São Paulo, Capuava, Varginha, Recife y Manaus ya recibieron el proyecto. Solamente en 2007, la iniciativa movilizó 180 voluntarios y atendió 135 escuelas. De 2001 a 2007, el proyecto benefició a 121.300 adolescentes

SESC



La Educación de la Salud es una actividad prioritaria en el Programa Salud del SESC, que desde 2003, desarrolla el Proyecto “Transando” Salud.

Con vistas a sistematizar las acciones de prevención a las ITS y SIDA realizadas en sus unidades por el Brasil, el Departamento Nacional de la entidad elaboró un Manual de Orientación Técnica del Proyecto Compartiendo Salud, confeccionó un juego educativo propio, adquirió materiales didácticos, insumos y capacitó, con el apoyo del Ministerio de la Salud, educadores de salud para implantar el Proyecto.

El “Transando” Salud puede ser desarrollado en dos escenarios: empresas y escuelas. En ambos tiene por objeto desenvolver acciones continuas de prevención a las ITS/SIDA, formando agentes multiplicadores de la salud.

La Planificación del Proyecto es efectuada por el SESC en conjunto con alianzas locales, tomando en cuenta el contexto histórico-cultural de cada región. Se utiliza como metodología la Construcción Compartida del Conocimiento, una vez que se considera la participación y la reflexión de todos los interesados, como importante para abrir espacios a la multiplicidad de miradas sobre el tema y las cuestiones de género y sexualidad.

Las etapas del Proyecto incluyen: la sensibilización de los empresarios y/o directores; reuniones y talleres con empleados y/o profesores; definición conjunta del cronograma de capacitación de los empleados o profesores y alumnos, así como sobre el plan anual de trabajo. En el caso del “Trasando Salud” en empresas, los recursos humanos formados por el SESC, definen e implementan acciones de prevención en el propio ambiente de trabajo, bajo asesoría y acompañamiento técnico de la entidad. El éxito de esta propuesta puede ser visto en por lo menos 16 Departamentos Regionales, entre los cuales el de Alagoas y el del Amapá, son aliados e incentivadores de empresas que recibieron el Premio CEN AIDS en el Mundo del Trabajo: Hotel Costa Mar (Categoría microempresa 2005), Supermercado Magazine Fortaleza (Categoría grande empresa 2005), Hotel Costa Mar (mención de honor 2006), MAKRO Atacadista S.A. (Categoría pequeña empresa 2006), Elimar prestadora de servicios generales Ltda. (Categoría media empresa 2006) e Limpel Limpieza Urbana Ltda. (Categoría media empresa 2007).

UNILEVER



El Programa “Arrastre de la Salud”, de la Unilever, cuenta con el apoyo de empleados voluntarios para la entrega de 30 mil a 50 mil panfletos y preservativos sobre la prevención del SIDA en la Playa de Boa Viagem, en Recife (PE) y en más de una playa de la comunidad local escogida a cada año.

VOLKSWAGEN DO BRASIL

La Volkswagen del Brasil ofrece desde 1996, el “Programa AIDS Care” a los usuarios de su Plano Médico de Autogestión. El programa comprende atención global, integrada y manejada en diferentes niveles asistenciales (ambulatorias, hospitales, domiciliar y en el lugar de trabajo) a todos los empleados y dependientes portadores del VIH/SIDA.



El objetivo mayor del programa es ofrecer acciones de promoción de salud, prevención de enfermedades oportunistas, ambulatorio multiprofesional (médico infectólogo, nutricionista, asistente social y psicólogo), protocolo técnico para exámenes de laboratorio, medicinas antiretrovirales, hospitales de referencia y asistencia domiciliar al portador de VIH/SIDA.

Además del “AIDS Care”, la Volkswagen desarrolla también un Plan de Comunicación Continua sobre el VIH/SIDA al interior de sus fabricas, por medio de actividades específicas, tales como, informaciones en la Intranet, el Diario Volkswagen, cuadro de avisos, conferencias, piezas de teatro y distribución de materiales en fechas especiales (Carnaval, Día de los Enamorados, 8 de Octubre – Día Nacional de Prevención al VIH/SIDA en el Lugar de trabajo, SIPATS y el 1° de Diciembre – Día Mundial de Lucha contra el VIH/SIDA).

Entre los indicadores de calidad del “AIDS Care: están la alta tasa de adhesión al programa, mayor control clínico y prevención de manifestaciones de la enfermedad, disminución de los períodos de alejamiento del trabajo, mejor calidad de vida, reintegración en la sociedad y en el trabajo y mayor grado de satisfacción del empleado en la empresa.

Además de acciones internas, como el “Programa AIDS Care”, la Volkswagen del Brasil, responsable por la fabricación del automóvil más popular de la historia del país, el “vocho”, demostró su capacidad de actuación también al lado de la sociedad en general por medio de la bien humorada campaña: “Proteja a quien ama. Sexo sólo con preservativo”. E el cartel de la iniciativa, un hombre viste su coche con un preservativo masculino.

Marcos de las Acciones del CEN AIDS (1998-2008)

Año	Acción
1998	Creación del CEN AIDS.
1999	Libro de la Familia – Aprendiendo sobre SIDA y Infecciones Transmitidas Sexualmente.
2000	Publicación: La Alianza entre Gobierno y Empresarios en la Prevención de las ITS/SIDA.
	1º Seminario CEN AIDS.
2001	1ª Campaña del Día de los Enamorados – Prevención es vida.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – Yo me cuido, ¿y tú?
2002	Primer Fólder Institucional.
	2ª Campaña del Día de los Enamorados – Prevención es una demostración de amor.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – Crea Lazos, Viva y Deje Vivir.
2003	Manual de Implantación e Implementación de Programas y Proyectos de Prevención al VIH y SIDA en el Lugar de Trabajo.
	Carnaval – Material Informativo del Ministerio de Salud en las Empresas.
	3ª Campaña del Día de los Enamorados – Día de los enamorados sin “grillo”, sólo con preservativo.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – Respeto usted conquista cuando no discrimina
	2º Fólder Institucional – ¿Usted sabe lo que estas empresas tienen en común?
2004	Carnaval – “Ziriguidum” en el Carnaval solo con preservativo.
	4ª Campaña del Día de los Enamorados – ¿Vas a enamorar? Recuerde: ¡Sexo sin “grillo” sólo con preservativo!
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – En el sexo de todo puede pasar. Sólo no se puede quedar...sexo sin “grillo”, sólo con preservativo!
	3º Fólder Institucional – Usted puede y debe incluir su empresa en esta campaña.
	Reconocimiento Internacional – ONUSIDA.

2004	2º Seminario CEN AIDS de Prevención al VIH/SIDA en el Lugar de Trabajo – 8 de Octubre
	Creado en alianza con el Ministerio de la Salud/PN-ITS/SIDA y ONUSIDA el Día Nacional de Prevención al SIDA en Ambiente de Trabajo (8 de Octubre).
2005	Carnaval – En la avenida, quien es experto samba. Usa preservativo y no caiga.
	5ª Campaña del Día de los Enamorados – Radical es enamorar con protección en cualquier situación.
	1º Premio CEN AIDS en el Mundo del Trabajo.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – Hoy, día mundial de lucha contra el SIDA, millones de personas en todo el mundo están diciendo que sexo sin “grillo” sólo con preservativo! ¿Y usted?
2006	Carnaval – “Mamá yo quiero...mamá yo quiero...sólo con preservativo!”
	6ª Campaña del Día de los Enamorados – ¿Usted ya sabe enamorar...y prevenirse?
	2º Premio CEN AIDS en el Mundo del Trabajo.
	Reconocimiento Nacional - 3º Premio AIDS Responsabilidad Social – Aguilla Brasil.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – Nadie merece ser discriminado.
2007	Carnaval – “Ey! Folia! Sexo sin “grillo”. Sólo con preservativo!”
	7ª Campaña del Día de los Enamorados – Seguridad no puede faltar, la mejor protección es el preservativo.
	3º Premio CEN AIDS en el Mundo del Trabajo.
	Día Mundial de Lucha contra el SIDA – “Va a conmemorar? Va con preservativo!”
2008	Carnaval – En la avenida, nada es más importante que la bandera de la escuela. En la vida, nada es más importante que la prevención.
	8ª Campaña del Día de los Enamorados – Enamorar sin preservativo no funciona.
	Campaña CEN AIDS 10 Años
	4º Premio CEN AIDS en el Mundo del Trabajo

