

"VIH: Obstáculos Mediáticos y Tecnológicos a Vencer para la Generación de Campañas de Generación de Conciencia en el Sector Salud"

Omar García Castañeda
Universidad La Salle

“EL SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida) es una enfermedad causada por la infección de un virus, el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH). Este virus, puede entrar al cuerpo, afectar al sistema inmunológico y provocar la muerte.

El número de paciente con SIDA ha ido en crecimiento y estos casos se siguen multiplicando, tanto como las altas tasas de embarazos no planeados.”¹

El concepto desarrollo sustentable surgió en la década de los 90 como resultado del proceso que a partir de los ochenta, se dio en las economías que tenían una fuerte presencia del estado llamado benefactor y que al irse reduciendo y redimensionando el estado, este dejó de apoyar o redujo su apoyo a sus propios organismos y departamentos que tenían una función social.

Así se afectaron programas de salud, educación y de servicios sociales entre otros. Pero precisamente los servicios de salud resultaron de alguna manera los más desprotegidos, ya que no era posible que el capital privado fuera sustituyendo la infraestructura que el estado había construido durante décadas. De ahí que las raíces del concepto “desarrollo sustentable” tengan que ver con procesos que le permitan a un organismo hacerse de sus propios recursos económicos sin necesidad de recurrir a la ayuda del estado. En otras palabras, el desarrollo sustentable se entiende genéricamente como un programa que es autosuficiente en recursos financieros.

¿Y esto qué tiene que ver con el VIH? “Los medios de comunicación como la televisión, tratan los temas de sexualidad en forma parcial y la mayoría de las veces confunden al espectador. La publicidad exterior es reconocida por cientos de padres de familia, maestros y jóvenes como un medio en el que han

¹ ARJONILLA Elia, ACEVEDO María del Pilar, “Crecer en los Tiempos del Sida” México, 1992”

aprendido la importancia de usar condón y de recurrir a prácticas preventivas, comenzando a ensayarlas.

Así como la publicidad incita al sexo abiertamente, también permite que la mayoría de la población conozca la forma básica de transmisión y prevención del VIH, así como el incremento en el uso del condón entre grupos sociales de diferentes estratos.”²

Cada día se infectan por el virus 7,000 jóvenes en todo el mundo, lo que se refiere a cinco personas jóvenes infectadas cada minuto y a 2.6 millones de infecciones anuales. En América Latina se calculo que en la actualidad hay 1.4 millones de personas que viven con VIH, y aunque ha sido más lenta que en otras regiones del mundo, está presente y tiene importantes repercusiones en nuestro presente.

En los países desarrollados, principalmente en los EUA y Francia, la iniciativa privada es quién ha hecho los mayores esfuerzos en investigar las causas del sida y obviamente su posible cura. Pero en economías menos desarrolladas como la nuestra, es donde carecemos de una investigación médica privada importante.

En vista de que no existe un plan compartido entre gobierno e iniciativa privada que sea redituable para esta última, la realización de cualquier investigación médica cuesta millones de dólares, pero además tendría que enfrentarse al control transnacional de patentes y marcas monopolizadas por empresas italianas, francesas, norteamericanas y alemanas. Aun se ha dado el caso que, cuando instituciones educativas que desarrollan investigaciones alternativas en medicina en nuestro país, (como el instituto de investigaciones biomédicas de la UNAM) descubren algún medicamento que puede ser solución a alguna de las enfermedades cuyo tratamientos son muy caros (como el cáncer), no pueden comercializar el producto, ya que carecen de los recursos financieros necesarios, y la mayoría de las veces tienen que, literalmente, regalar sus descubrimientos a empresas médicas trasnacionales.

² Villavicencio Morales, Erika. “Campana publicitaria para la prevención del VIH/SIDA” Universidad La Salle. EMADYC. 2004

Son las universidades, facultades y escuelas de medicina, quienes con recursos económicos magros, han acometido este tipo de investigaciones. Se podría pensar que sería más fácil ir aprovechando los avances que se logran en los países más avanzados, pero esto no es así, ya que existe una hipótesis, que tiene viso de ser real: el VIH adquiere características diferentes, que posiblemente tengan que ver con condiciones raciales. De ahí que esto obligue a realizar investigaciones multi-raciales, que tomen en cuenta variables que van desde el tipo racial hasta condiciones del medio ambiente.

Pero el problema más acuciante es el que en ésta economía débil, el estado ya reducido no cuenta con elementos económicos para apoyar a las instituciones académicas que realizan estas investigaciones sobre el VIH. Aquí es donde el concepto de desarrollo sustentable adquiere relevancia, ya que sería posible que estas instituciones buscaran allegarse recursos financieros para la investigación, ofreciendo hasta donde fuera posible, no sólo un proyecto de investigación sobre el VIH, sino otro tipo de proyectos de corto plazo que tuviera que ver con la medicina comercial, pero igualmente que fueran apoyos a la medicina social.

En este escenario, escuelas y facultades de diversas universidades, (por ejemplo de la República Mexicana) pudieran ofrecer atención médica de primer nivel a grandes sectores de la población a precios accesibles y de esta manera ir construyendo un fondo mayor que le permitiera invertir en la investigación principal. Del mismo modo, podría brindarse atención médica de primer nivel a obreros y empleados de empresas nacionales e internacionales; de la misma manera con las tarifas médicas.

No se trata ni de competir, ni de arrebatar mercado al disminuido sistema de seguridad médica del estado, ni de la medicina privada, sino de cubrir huecos en la oferta del mercado. Otra posibilidad pudiera ser la alianza vía convenios con empresas transnacionales de medicamentos, (empresas alemanas, italianas, norteamericanas e inglesas) (controlan la medicina del mundo) para hacer investigaciones específicas en el país, así como estas las hacen en su país de origen.

Si se lograra obtener alguna de estas opciones y esto generara ganancias económicas importantes, las instituciones que tienen que ver con la medicina, podrían ser auto sustentables sin necesidad del apoyo del estado (gobierno). En el caso mexicano, una ventaja que tiene nuestro país, es que posee profesionales de la medicina subvaluados, que por razones de centralismo geográfico de falta de oportunidades, por la reducción de la medicina social, están en muchos casos subempleados y que si se volvieran a encauzar en proyectos de investigación, si no todos, en una proporción significativa, podrían dar resultados exitosos. El problema tendría solución si existiera un verdadero interés del estado para cumplir con una de sus obligaciones constitucionales que es la de velar por la salud de su población. Pero con los gobiernos neoliberales que desde Miguel de la Madrid, nos han gobernado, no se ve, desafortunadamente, una solución posible a corto plazo.

Si se sumaran los medios de comunicación a concienciar a los organismos públicos y al sector privado para que apoyaran programas de investigación médica en nuestro país, sin duda alguna, podrían tener una importancia decisiva para lograr superar este problema.

Es aquí donde entra la labor del comunicólogo, porque funge como puente entre el conflicto de investigación médica y la inversión privada motivada principalmente por el interés del consumidor, ya que es el principal inversor en ellas.

La televisión da los temas de sexualidad en forma parcial y la mayoría de las veces confunde al auditorio, en los últimos años se han abierto espacios educativos y formatos que favorecen las conversaciones en la familia sobre la sexualidad y la información sobre las prácticas preventivas. La temática del VIH/SIDA ha tenido una gran credibilidad, particularmente la televisión y la radio que son reconocidas por cientos de padres y madres de familia, maestras, maestros y jóvenes con un medio en el que han aprendido la importancia de usar un condón y de recurrir a prácticas preventivas comenzando a ensayarlas.

La radio es el medio que más esfuerzo ha realizado para incluir el tema de la educación sexual y llegar a diversos públicos. En los últimos años el gobierno y

las organizaciones civiles han realizado esfuerzos importantes para informar al público acerca de los riesgos de las ITS, el VIH/SIDA, la prevención del embarazo en adolescentes y algunas medidas preventivas para una vida sexual responsable y placentera.

La mayoría de las campañas televisivas han sido dirigidas desde programas gubernamentales, aunque la promoción del condón ha sido también impulsada por las compañías privadas que los comercializan en el país. EL CONASIDA ha realizado un importante papel para transmitir información sobre VIH/SIDA en los medios y ha realizado campañas preventivas enfocadas a la difusión y la prevención de prácticas de riesgo dirigidos a la población en general, así como hay grupos de adolescentes, amas de casa, de trabajadoras del sexo comercial y de hombres que tienen contacto sexual con otros hombres.

Las campañas permiten que la mayoría de la población conozca la forma básica de transmisión y prevención del VIH/SIDA. Así como el incremento en el uso del condón entre grupos sociales de diferentes medios incluyendo a quienes viven en el un medio rural que no tiene tan fácil el acceso al sistema escolarizado.

Un esfuerzo donde se unieron diversos países del planeta es la Campaña Mundial del Programa Lazo Rojo que tiene como propósito hacer conciencia en la población de la importancia de estar informado sobre el VIH/SIDA. El lazo rojo es el símbolo del conocimiento, de la conciencia y del compromiso de la lucha contra el SIDA, su lema es Enlázate a la vida.

Podríamos agregar que “La ecología mediática se refiere al estudio de las técnicas, modos de información y códigos de comunicación como parte principal de un ambiente interrelacionado que proyecta diferentes efectos en un contexto determinado”.³

En ese sentido es donde podemos retomar la importancia de los medios de comunicación, que tendrían una mayor trascendencia, al no ser solamente medios de información sino debido a su poder de penetración se podrían convertir en aliados de la medicina preventiva y en verdaderos orientadores de la opinión pública respecto a la amenaza que es el VIH/SIDA

³ “<http://www.media-ecology.org.mx/espanol/mea.htm>”

Igualmente estos medios podrían contribuir con las políticas de salud gubernamentales para apoyar como hemos dicho programas de prevención, pero cuando sea necesario también los centros de salud donde pueden acudir los afectados por este mal.

Con esto se cumpliría una verdadera interrelación entre los medios, la sociedad y el aparato de gobierno, que desembocaría en un bienestar común.

Bibliografía

Guillén Romo, Héctor. México frente a la mundialización neoliberal. Editorial Biblioteca Era. México 2005.

Aguilar Huerta, Isaías. Integración y Globalización en América del Norte. Editorial Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Dirección General de Fomento Editorial. México 2001.

Ruiz Durán, Clemente. Integración de los mercados laborales en América del Norte. Editorial Miguel Ángel Porrúa. México 2007

ARJONILLA Elia, ACEVEDO María del Pilar. Crece en los Tiempos del Sida. México, 1992”

Villavicencio Morales, Erika. “Campaña publicitaria para la prevención del VIH/SIDA” Tesis, Universidad La Salle. EMADYC. 2004

<http://www.media-ecology.org.mx/espanol/mea.htm>