

# La verdad sobre el SIDA. PÁSALA...

**Campaña mundial para reducir el estigma y la discriminación de las personas que viven con VIH/SIDA**

## Resumen

### Introducción

La pandemia de VIH/SIDA ha alcanzado proporciones masivas y todo indica que empeorará rápidamente a menos que se tomen medidas drásticas a nivel mundial, a fin de:

- tomar conciencia de que el VIH/SIDA está presente en todas partes y que hay gran cantidad de personas en riesgo;
- asegurar que todos los que ya están infectados reciban atención adecuada y compasiva y la debida protección;
- brindar rápido acceso a tests de detección y a medicamentos de costo razonable;
- intensificar las actividades de prevención y educación en todos los sectores de la comunidad y en particular en los que son más vulnerables a la infección por VIH;
- abordar las cuestiones relacionadas con el estigma y la discriminación de las personas que viven con VIH/SIDA.

Las Naciones Unidas, los gobiernos, las organizaciones, los grupos de ciudadanos interesados en el tema y las propias personas que viven con VIH/SIDA (PVVS) están trabajando en estas áreas, reconociendo la naturaleza extrema de la pandemia desde el punto de vista sanitario, socioeconómico y de sufrimiento personal. Sin embargo, queda todavía mucho por hacer si se quiere lograr un cambio en la situación, como por ejemplo:

- las actividades y comunicaciones relativas al VIH/SIDA deben complementarse y unificarse con y a través de las organizaciones, además de las actividades gubernamentales;
- todos los programas y proyectos se deben planificar, desarrollar, organizar y financiar con urgencia y diligencia;
- se deben estimar las ventajas comparativas de cada una de las organizaciones, a efectos de que el impacto colectivo de sus actividades pueda tener el mayor efecto posible.

### **¿Por qué hacer una campaña para reducir el estigma y la discriminación de las personas que viven con VIH/SIDA?**

Además del trabajo ya emprendido por las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja con el apoyo de la Federación Internacional, actualmente resulta manifiesta la existencia de un nuevo compromiso de trabajar para “hacer la diferencia” dentro de la Cruz Roja/Media Luna Roja. Los dirigentes, el personal y los voluntarios que trabajan en cuestiones relacionadas con el VIH/SIDA, así como numerosos miembros del personal y voluntarios que viven con VIH/SIDA están impulsando una nueva iniciativa para intensificar los programas centrados en la comunidad, y al mismo tiempo “romper el silencio” y combatir el estigma y la discriminación, que están contribuyendo a que haya millares, e inclusive millones, de muertes y nuevas infecciones en todo el mundo.

Resulta cada vez más evidente que un factor clave de la propagación del VIH/SIDA es el estigma asociado a la enfermedad. Los individuos infectados pueden desconocer o no admitir su estado y/o no querer hablar del asunto; los gobiernos se resisten a reconocer su



Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja

Apartado postal 372 - CH-1211 Ginebra 19  
Suiza

Tel: +41 22 730 42 22 - Fax: +41 22 730 42 22  
secretariat@ifrc.org - <http://www.ifrc.org>

## Resumen

existencia; las barreras culturales y las creencias han hecho que se convierta en un tema tabú y quienes viven con SIDA son activamente discriminados. Se considera que el estigma asociado al VIH/SIDA es una de las cuestiones más críticas que inhibe cambios en la percepción, las actitudes y los comportamientos.

Los principios y valores de la Cruz Roja/Media Luna Roja, para prevenir y aliviar el sufrimiento humano... para proteger la vida y la salud... para asegurar el respeto del ser humano... para no discriminar en razón de la raza, creencias religiosas, clase social u opiniones políticas... para mitigar el sufrimiento de los individuos y guiarse solamente por sus necesidades... para dar prioridad a los casos más urgentes de padecimiento... indican claramente que el Movimiento tiene la obligación de actuar, de hablar de manera inequívoca, de ejercer presión para lograr cambios de políticas y de combatir el estigma y la discriminación en todas sus formas a nivel internacional, regional, nacional y comunitario, y que debe actuar ya mismo para que este compromiso se haga realidad.

La Federación Internacional reconoce que a través de su red mundial de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, y de sus 100 millones de voluntarios en todo el mundo, puede y debe extender su apoyo a la comunidad y mantenerse en contacto con la realidad local de una manera que no está al alcance de otras organizaciones. Reconoce, además, que si las estadísticas mundiales sobre PVVS se reflejan también en sus propias filas, tiene por consiguiente la obligación de ser una organización de miembros responsables y compasivos y erigirse como un ejemplo para otras organizaciones y grupos en lo relativo a cuestiones de políticas y derechos humanos de las PVVS.

### **Asociación con la Red mundial de personas que viven con VIH/SIDA (GNP+)**

El Movimiento de la Cruz Roja/Media Luna Roja es una organización conocida y merecedora de confianza a nivel local y mundial, tiene un acceso relativamente fácil a las instancias internacionales de diálogo y de toma de decisiones, por ejemplo en su carácter de Observador en las Naciones Unidas y gracias a acuerdos de trabajo con muchos de sus organismos; a nivel nacional se lo reconoce como “un auxiliar de las autoridades públicas en cuestiones sanitarias y sociales”.

Sin embargo, también es necesario reconocer que su compromiso en el campo de los programas y actividades de sensibilización sobre VIH/SIDA ha sido hasta el momento limitado, si bien ha estado más activo en unos países que en otros. Asimismo algunas personas, especialmente las más jóvenes, pueden considerar que la organización es tradicional y conservadora.

Por lo tanto, la decisión de la Cruz Roja/Media Luna Roja de asociarse con la GNP+ es fundamental, por no decir inspirada, y sin duda indispensable para tener éxito en una campaña destinada a reducir el estigma. Los miembros de la GNP+ están dedicados a esta causa las 24 horas de todos los días del año, en virtud de su condición de PPVS y el efecto que esto tiene en sus vidas. Ya están trabajando para cambiar las mentalidades, abogando en pro de un mayor respeto de sus derechos humanos; están luchando por mejorar la calidad de vida de las PVVS, y son la imagen personalizada del VIH/SIDA. Son hombres y mujeres de todas las razas, clases y religiones, de todo el espectro social, desde grupos ya marginados hasta los niveles más altos de la sociedad.

## Resumen

También reconocen que la asociación entre la Cruz Roja/Media Luna Roja y la GNP+ en una campaña para reducir el estigma puede realmente contribuir a “hacer la diferencia”, cambiar actitudes y políticas, permitir que las PVVS lleven una vida plena y contribuir a reducir el impacto de la pandemia. También puede ayudar a disminuir el número de nuevas infecciones y mejorar la prestación de asistencia y el acceso a medicamentos para las personas con VIH/SIDA.

La asociación con la GNP+ es considerada beneficiosa y está respaldada por ONUSIDA, con quien la Federación también colabora estrechamente en el desarrollo de sus programas y en la reducción del estigma y la discriminación de las personas que viven con VIH/SIDA.

### Objetivos

La campaña trabajará para

***cambiar percepciones, actitudes, políticas y comportamientos a fin de:***

- asegurar que las personas que ya son seropositivas o tienen SIDA puedan recibir atención adecuada, tengan acceso a medicamentos a precios razonables y puedan llevar una vida plena y provechosa dentro de sus comunidades;
- impedir que la infección se siga propagando y aumentar la disposición de las personas a someterse a tests, para protegerse a sí mismas y a sus seres queridos.

### Fechas clave

La Federación Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja está trabajando actualmente en la formulación de una estrategia inicial para una campaña de tres años, cuyas fechas clave son las siguientes:

- **8 de mayo de 2002** - Actos públicos y en los medios para lanzar la Campaña a nivel mundial y nacional en el día de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.
- **7-11 de julio de 2002** - Conferencia Internacional sobre el SIDA en Barcelona, España, en la que se ha propuesto la participación de dirigentes y expertos de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja de todo el mundo.
- **1º de diciembre de 2002** - Eventos atractivos públicos y en los medios, a nivel mundial, nacional y local, que coincidan con el lema de las Naciones Unidas contra el estigma para el Día Mundial del SIDA.
- **8 de mayo de 2003** - Eventos públicos y en los medios a nivel mundial y nacional en el Día de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.
- **Diciembre de 2003** - Evaluación y presentación de un informe sobre la campaña a la Conferencia Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, con el objeto de renovar el compromiso de combatir la pandemia de VIH/SIDA; adopción de una estrategia y de un plan de acción extendidos y revisados para reducir el estigma y apoyar la acción comunitaria.

### Estilo de la campaña

La campaña para reducir el estigma debe abordarse desde el inicio como parte de un programa de acción multifacético en materia de VIH/SIDA, con el compromiso por parte de la Cruz Roja/Media Luna Roja de que por cada dólar invertido en aspectos comunicacionales de la campaña, se destine la misma suma a programas de prevención y asistencia a la comunidad. De esta forma, las actividades asistenciales y de sensibilización pueden verse como mutuamente complementarias y aptas para lograr cambios positivos en las actitudes y políticas, así como en las vidas de las PVVS.

## Resumen

En la elaboración de los materiales, y en especial del lema de la campaña a utilizar en todo el mundo, la Secretaría de la Federación, previo debate con Sociedades y delegaciones seleccionadas, eligió un mensaje sencillo y claro:

### **La verdad sobre el SIDA. PÁSALA...**

Sin duda muchos se preguntarán por qué se seleccionó ese lema para la campaña. Si se considera cada uno de sus elementos por separado, será más fácil comprender su significado, y por lo tanto explicarlo y utilizarlo adecuadamente.

### **La verdad sobre el SIDA. PÁSALA...**

La palabra “verdad” se seleccionó debido a que la Cruz Roja/Media Luna Roja es una de las organizaciones que inspira mayor confianza y respeto en el mundo. La gente acude a nosotros porque nos tiene confianza y espera que le digamos la verdad. La verdad es quizás el único medio de poder detener la enfermedad y todos sabemos que la ignorancia alimenta la discriminación. También es importante tener en cuenta que la palabra “verdad” es suficientemente flexible como para poder aplicarla a nivel local. Cada Sociedad Nacional debe abordar la cuestión del VIH/SIDA a su manera y utilizando sus propios métodos.

### **La verdad sobre el SIDA. PÁSALA...**

Se eligió SIDA en lugar de VIH/SIDA, debido a que la mayoría de las personas usan el término “SIDA” cuando hablan de la pandemia. Se considera que SIDA en este contexto incluye a todas las personas con el virus; además, SIDA es un concepto mundialmente conocido y comprendido.

### **La verdad sobre el SIDA. PÁSALA...**

El SIDA es una enfermedad infecciosa, independientemente del modo de transmisión. La palabra “Pásala...” tiene una connotación “infecciosa”. Consideramos que una de los medios más rápidos de derribar barreras es a través de la conversación, iniciando un diálogo y debatiendo acerca de la pandemia. Nos corresponde a todos difundir la verdad y ayudar a detener la propagación de la enfermedad. Y, dada la naturaleza de nuestra organización, que trabaja desde las bases y tiene la capacidad de prestar servicios a quienes los necesitan, la Cruz Roja/Media Luna Roja es el agente para el cambio en el que se puede confiar para suministrar información y desarrollar actividades que “hagan la diferencia”.

Este lema, utilizado en todas las comunicaciones y eventos y en todo el material, servirá para subrayar la importancia de otros eslóganes, lemas o mensajes dirigidos a públicos específicos o para definir un evento particular. Se debe utilizar el lema de la campaña para mantener su coherencia a nivel mundial, nacional y comunitario.

La Secretaría de la Federación Internacional ha desarrollado una carpeta preliminar de comunicaciones y mantendrá en forma continua la motivación, el apoyo y la coordinación para la campaña. Se harán todos los esfuerzos por ayudar a las Sociedades Nacionales en la traducción y comprensión del modo de utilizar el material básico como un “gancho” o vehículo para reducir el estigma y la discriminación y en el modo de combinar sus comunicaciones y actividades con las de otras Sociedades Nacionales de la Cruz Roja/Media Luna Roja de todo el mundo. Se fomentarán y fortalecerán las comunicaciones, eventos y actividades nacionales y locales mediante una campaña paralela emprendida regional e internacionalmente, a través de canales mundiales de comunicación e intervenciones en foros internacionales.

## Resumen

### **Acción y sensibilización de la campaña**

A pesar de que los eventos y las comunicaciones a nivel mundial se multiplicarán en fechas clave, como el día de la Cruz Roja/Media Luna Roja y el día Mundial del SIDA y de que se implementará una estrategia mundial de comunicaciones a lo largo de todo el período de la campaña, la mayor parte de ésta quedará a cargo de las Sociedades Nacionales, apoyadas por la Secretaría y las delegaciones de la Federación. Cada Sociedad Nacional desarrollará su propia estrategia y estilo, respetando y manteniendo el mensaje global clave: “Toda la verdad acerca del SIDA. Pásala...” esencial para su campaña.

El equipo de la campaña de la Federación Internacional, dirigido por la Junta de Gobierno, trabajará para mantener una campaña mundial y brindar ayuda a las Sociedades Nacionales en materia de planificación, comunicaciones y actividades.

El apoyo a las Sociedades Nacionales incluirá:

- material de información, capacitación y comunicación a intervalos regulares;
- material audiovisual;
- anuncios en la prensa, televisión y radio;
- ayuda para la adaptación y producción del material en el idioma local;
- asistencia con movilización de recursos a nivel nacional y local;
- canales de comunicaciones hacia y entre las Sociedades Nacionales para intercambiar ideas;
- suministro de una “caja de herramientas” de ideas prácticas para desarrollar actividades de apoyo a la campaña para reducir el estigma;
- organización de eventos para lograr mayor visibilidad y diálogo a nivel mundial.

La Cruz Roja/Media Luna Roja y la GNP+ están trabajando en la formulación de uno o dos programas clave que deberían aplicar todas las Sociedades Nacionales del mundo a fin de lograr un cambio visible y cuantificable en la vida de las PVVS. Estos programas clave, adaptados por cada Sociedad Nacional de acuerdo a las necesidades particulares de sus comunidades, podrían conformar el “perfil” mundial de la campaña, y serán vitales para que las comunicaciones y la campaña de sensibilización resulten convincentes.

Las ideas iniciales para estos programas son:

- la educación inter-pares entre jóvenes, un grupo meta importante, organizando cursos de formación y programas sostenibles en escuelas y para quienes no concurren a la escuela (esto ya ha sido iniciado por muchas Sociedades Nacionales);
- lugares de reunión o grupos de apoyo centrados en la comunidad, que ayuden a las filiales y grupos de la Cruz Roja a establecer o a ampliar los programas de ayuda a la comunidad, brindando orientación en materia de organización y formación (ya existen buenos ejemplos de grupos de apoyo comunitarios conducidos por grupos de la Cruz Roja).

Otras acciones posibles:

- organizar reuniones con dirigentes de la comunidad, grupos religiosos u otros grupos clave;
- brindar instrucción a representantes de los medios, para que presenten correctamente los informes relacionados con el VIH/SIDA;
- incluir un mayor número de jóvenes en las estrategias y actividades de la campaña y preparar programas atractivos para esa edad: música, teatro, locales para mantener conversaciones (chat) por Internet.
- procurar el apoyo de personas famosas que actúen como “embajadores” para hablar claramente contra el estigma y la discriminación;

## Resumen

- iniciar investigaciones sobre temas conexos, como la influencia de las creencias y costumbres tradicionales sobre la propagación del VIH/SIDA;
- incrementar la instrucción y los debates tendientes a reducir el estigma, especialmente en los programas inter-pares dirigidos a los jóvenes;
- preparar una estrategia para ejercer presión sobre el gobierno, las grandes empresas y las compañías privadas a fin de que cambien sus políticas con respecto a las PVVS;
- incrementar el diálogo y las actividades en apoyo de los programas de VIH/SIDA dirigidos a grupos marginales, como los trabajadores del sexo y los adictos a las drogas, y trabajar en estrecha relación con quienes pueden tener predicamento entre los grupos de riesgo, como los dueños de locales nocturnos.

### **Desafío**

La campaña mundial para reducir el estigma y la discriminación de las personas que viven con VIH/SIDA constituye un desafío para la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. Necesitamos movilizar todo el potencial de la Federación Internacional en su conjunto y de cada una de las Sociedades Nacionales, si deseamos ayudar a limitar la propagación de la epidemia, y brindar apoyo y asistencia a millones de personas de todo el mundo que están infectadas o están afectadas por el VIH/SIDA.

***Podemos y debemos actuar colectivamente  
AHORA MISMO, para lograr un cambio real en la vida  
de estas personas***