

**Mayores cuidados frente al VIH/SIDA.
Infecciones de transmisión sexual a los 50**

Ignacio Elbio Marconi Porcel
Bold (N.º5), pp. 84-89, octubre 2018
ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5 C

DOCENTES

María de las Mercedes Filpe, Claudia Di Paola, Ángeles Navamuel,
Damián Demaro, Luz Grioni, Andrés Brandoni

Mayores cuidados frente al VIH/SIDA

Infecciones de transmisión sexual a los 50

Ignacio Elbio Marconi Porcel - ignaciomarconi90@hotmail.com

Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Este proyecto de comunicación tomó como punto de partida el aumento de casos de VIH/SIDA y otras infecciones de transmisión sexual (ITS) en la población mayor de 50 años, registrados por el Ministerio de Salud de la Nación. La participación de este segmento en el total de nuevos diagnósticos de VIH/SIDA ha escalado en los últimos años, desde el 7 % en 2001 hasta el 20 % en 2016 (García, 2016). A pesar de estos indicadores en el análisis de campo preliminar se llegó a la conclusión de que este grupo etario no se considera en riesgo de contraer ITS y, en general, tampoco es visualizado como tal por la comunidad médica, siendo imaginada como una población sexualmente inactiva.

Este desinterés en protegerse de las ITS se acentúa por cambios fisiológicos experimentados en la madurez, los cuales conllevan una modificación de hábitos íntimos. Algunos hombres, por ejemplo, son reacios a usar preservativos ya que su respuesta erógena demanda mayor tiempo y estimulación, sumado a una disminución de la rigidez peneana. En las mujeres el factor determinante responde a la pérdida del temor al embarazo tras finalizar su edad reproductiva.



Figura 1
Fotogramas pertenecientes
a un spot promocional
que difunde la temática en las
redes sociales



A causa de esta situación esta población presentó en los últimos años un mayor número de nuevos diagnósticos de VIH/SIDA en estadios avanzados, frecuentemente detectados en análisis de rutina o pre quirúrgicos.

Los factores sociales antes mencionados configuran una arista poco abordada en relación con la promoción de la salud sexual, otorgando una nueva impronta a una temática hartamente conocida. En paralelo al estudio de esta problemática se llevó a cabo un examen previo de la institución comitente, en este caso la Fundación Huésped, la cual brinda al proyecto un sello discursivo particular. Este emisor no se orienta solo a la prevención, sino que aspira a propiciar el ejercicio efectivo de los derechos sexuales de toda la población. La Fundación Huésped vela para que las personas aprendan a decidir sobre su propio cuerpo, sin apelar al miedo o a discursos moralizantes que coarten la libertad personal.

De esta manera, tomó cuerpo un desafío comunicacional: ¿cómo referirse al ejercicio de la sexualidad en un grupo etario mayor de 50 años? Para sacar a luz esta temática de la que no se habla abiertamente la estrategia comunicacional consistió en aprovechar hábitos de prevención ya naturalizados, apelando a una cuota de sorpresa y de humor. Como sociedad continuamente incorporamos la noción de que a mayor edad es necesario tomar más recaudos e incorporar hábitos más sanos, aunque paradójicamente esos cuidados no atañen al terreno de la sexualidad. En esta línea se optó por emplear, en las primeras jerarquías de información, frases simples y contundentes, acompañadas por elementos cotidianos, con el propósito de sugerir y de buscar la complicidad del receptor de manera solapada. Esta estrategia discursiva hilvana y articula toda la secuencia de mensajes [Figura 1].



Figura 2
Material gráfico e información
de la Fundación Huésped

Tal discurso toma cuerpo en distintas iniciativas. Una acción en el entorno urbano aspira a atrapar desprevenido al peatón bajo el pretexto de conocer su salud cardíaca, con la consigna de «Tomá impulso para cuidarte. Conoce tu pulso». En ese marco, mientras el peatón controla su presión recibirá material gráfico e información por parte de Fundación Huésped [Figura 2]. Paralelamente, en el entorno virtual se pretende concientizar a toda la población acerca del ejercicio de la sexualidad en la madurez [Figura 3].



Figura 3

Campaña en entorno virtual

Además, como eslabón imprescindible en la promoción de la salud, la comunidad médica es otro receptor privilegiado. El mensaje destinado a este sector hace hincapié en tres ejes: aconsejar el uso de preservativo, recomendar controles periódicos de ITS y tomar en cuenta la incidencia de determinados fármacos en el deseo sexual de sus pacientes.



También, una etapa posterior de este proyecto consiste en brindar mayor información al grupo etario y a la comunidad médica, colocando el acento en el placer y no en el miedo. Para ello, se ideó un sitio web como plataforma complementaria [Figura 4], que además de fomentar la prevención transmite un mensaje clave: a lo largo de la vida la sexualidad cambia en vez de interrumpirse, en otras palabras, la madurez no implica el fin del deseo sexual. Cabe señalar que el ejercicio de la sexualidad en la madurez añade contenidos e información que le son propios por lo que se consideró conveniente incluir consejos y *tips* íntimos para acompañar esta etapa —por ejemplo, los especialistas señalan a las mujeres la importancia de compensar la pérdida de lubricación natural con el fin de evitar la aparición de pequeñas heridas que son propensas a actuar como puerta de entrada a las ITS—. Finalmente, cabe añadir que como proyecto de graduación la meta primordial de este cuerpo de trabajo consiste en articular acciones comunicacionales bajo un mismo criterio discursivo y

conceptual en pos de integrar elementos que se han aprendido de manera segmentada en años anteriores. En este sentido un aprendizaje primordial que ha dejado esta experiencia radica en cuán efectivo ha sido vertebrar mensajes en torno a un mismo tono discursivo, a un modo de decir particular. Ese tono en parte es condicionado por la historia del emisor, pero también constituye una decisión del comunicador con base en criterios estratégicos. Como diseñadores realizamos elecciones en pos de responder a la problemática de la mejor manera posible y, en este caso, el humor y la ambigüedad han sido el camino.

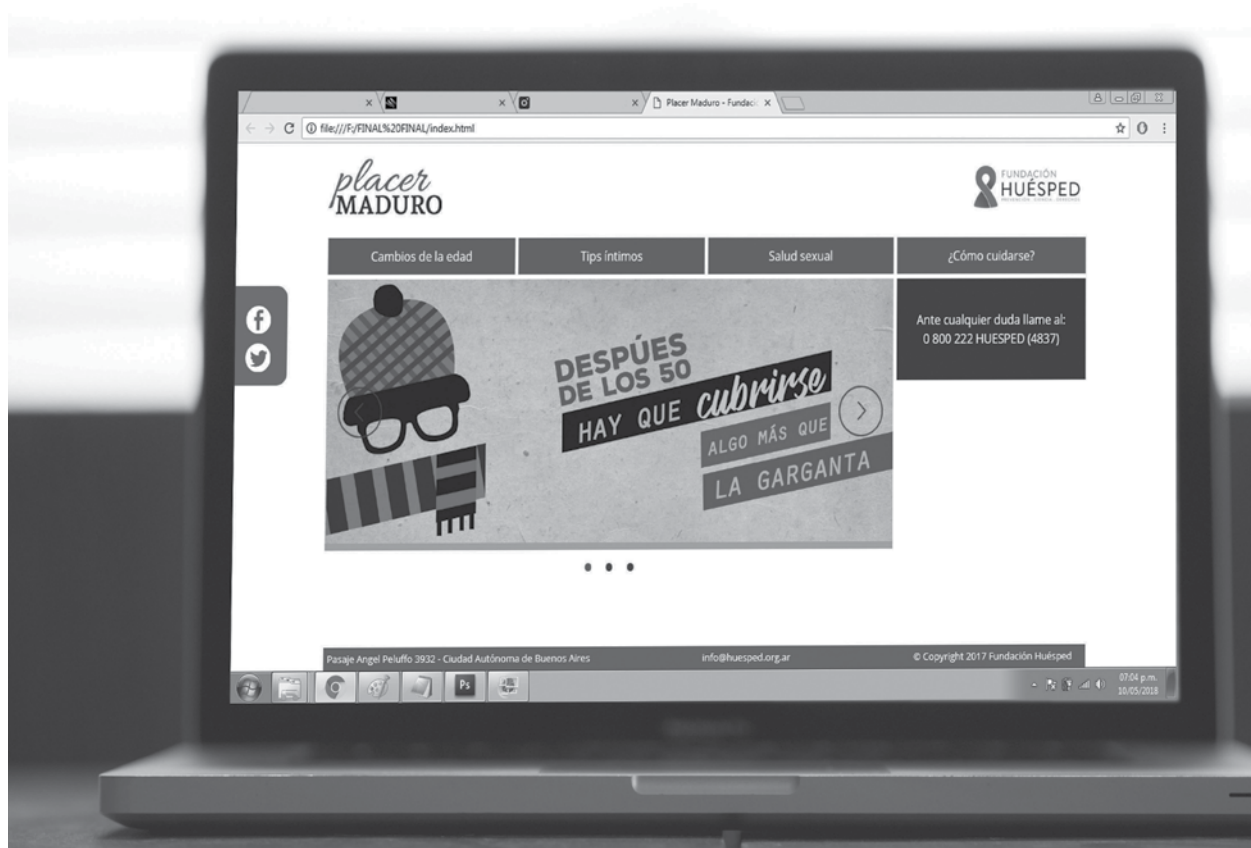


Figura 4
Inicio del sitio web

Referencias

García, M. (2016). «Preocupa el avance del VIH en personas de más de 50 años». *La Nación* [en línea]. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1961206-preocupa-el-avance-del-vih-en-personas-de-mas-de-50-anos>