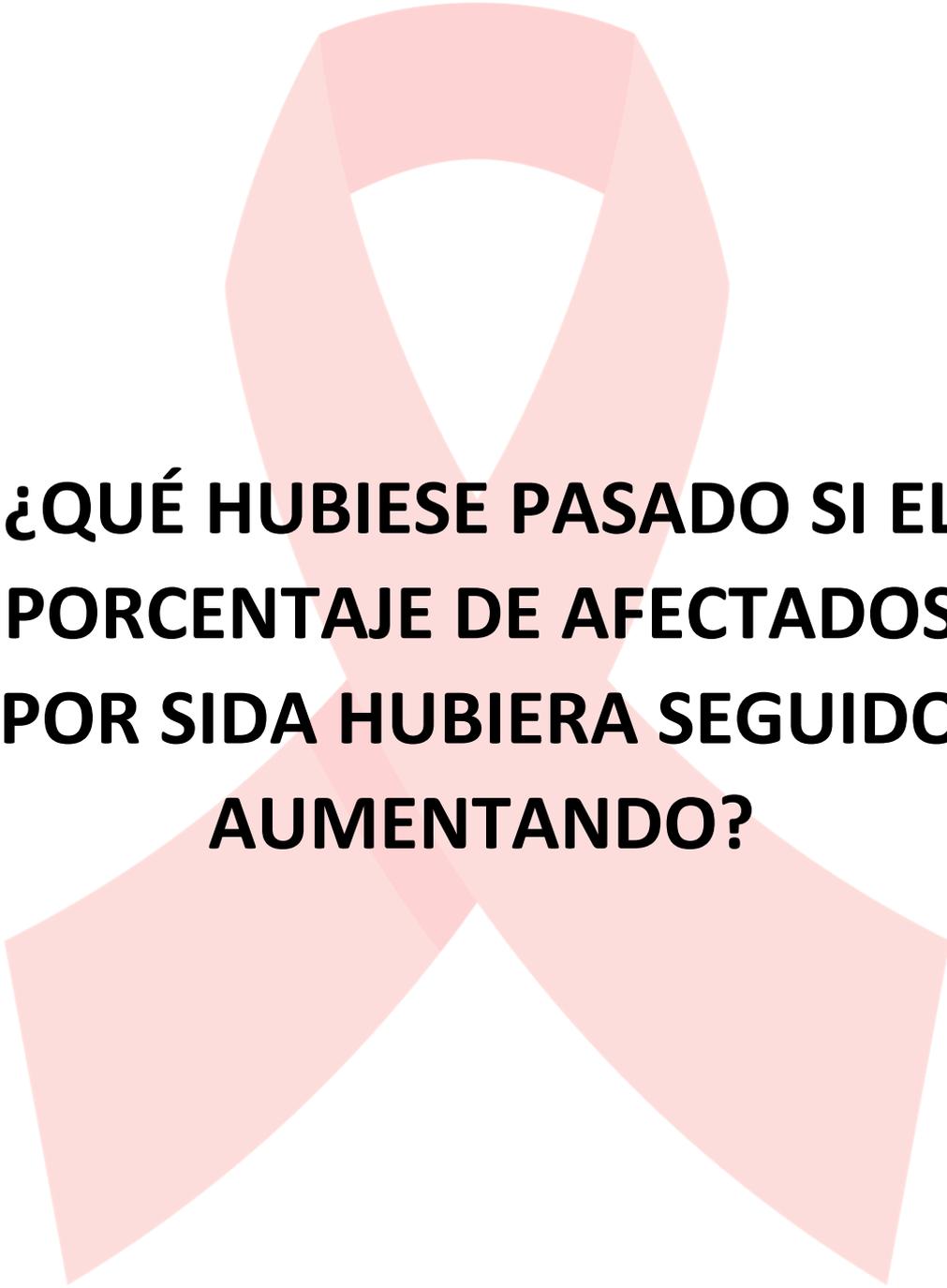




UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



**¿QUÉ HUBIESE PASADO SI EL
PORCENTAJE DE AFECTADOS
POR SIDA HUBIERA SEGUIDO
AUMENTANDO?**

29 DE MAYO DE 2019

HISTORIA DEL MUNDO ACTUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 1ªA
CELIA ARÉVALO ROMERO, LAURA ANTELO GÓMEZ, SANDRA RUÍZ CAMPALLO, ESTEFANÍA ALBA DEL VAL

APARTADO A

Se nos planteó la propuesta de realizar un contrafactual, quisimos coger un tema social y no tanto económico y político, pues al fin y al cabo afecta de la forma más directa a las personas. El tema que elegimos es la primera muerte reconocida en medios por sida. Nos llamó la atención que pese a ser una enfermedad que apenas tiene solución y simplemente se pueden aminorar los daños, el resultado de las numerosas campañas realizadas durante todos estos años hubiera sido favorable, por lo que nosotras apostamos por un tema el cual nos diera pie a realizar una gran campaña, teniendo referentes importantes y además en el que el contrafactual pudiera demostrar nuestra creatividad frente al trabajo, además de plantearnos el qué hubiera pasado si todos estos referentes de campañas tan importantes no hubieran tenido el efecto que tuvieron y de una forma u otra se hubiera tenido que corregir esos porcentajes cuando el problema estuviera en unos niveles superiores.

Hemos optado por este contrafactual, pues estuvimos barajando diferentes propuestas, pero sobre todo nos quisimos centrar en el porcentaje con el que íbamos a trabajar, ya que la pregunta del contrafactual indirectamente te lleva a pensar en porcentajes.

Finalmente, decidimos que fuera un 10% el porcentaje de personas con Sida en España, pues era una muestra representativa de la población, pues la idea de más porcentaje quizá era excesiva.

El motivo principal de ese 10% era que al menos hubiera un caso por familia, pues ahí es el límite en el cual las personas pese a lo que les dijeran los medios empezarán a ser verdaderamente conscientes de lo que en su vida estaba empezando a ocurrir.

En la campaña, nos hemos centrado en ese porcentaje, pues es la base de nuestro contrafactual, en el primer cartel podemos observar a diferentes parejas, queríamos mostrar ese porcentaje de una manera visual para generar en el espectador una visión más objetiva de la situación. En el segundo cartel, mediante el juego de palabras queríamos crear en el espectador una imagen jugando con el problema, pero que el mismo problema que es el sida nos dé la solución que es ese "Da sí" y así poder recordarlo de una manera más sencilla.

En el vídeo, nos planteamos que no hay mejor forma de transmitir una información que mediante los testimonios de personas que te puedes encontrar día a día en la calle, apostamos por realizar 3 cuestiones a 10 personas elegidas aleatoriamente cuyas respuestas no coincidieran en la mayoría ya que la finalidad es que cada persona es diferente y a la hora de intimar se debe de tener una protección para la salud de las dos personas que realizan el acto. Al final del spot, y tras haber realizado las 3 preguntas aparece un texto, en el cual se dice que una de esas 10 personas que ha visto puede tener sida, por lo que se pretende generar en el espectador una sensación de realidad y objetividad.

Finalmente, añadir que el sida es un problema actual que por mucho que le queramos hacer frente y poner solución, actualmente no existen los medios necesarios para realizarlo, se puede enmendar la situación si todo el mundo que mantiene relaciones sexuales tuviera costumbre de utilizar protección para no poner en peligro su salud y en muchos casos su vida, pero este problema debe de corregirse desde lo más básico que es la educación sexual que actualmente tienen las generaciones venideras.

APARTADO B:

El primer caso de VIH diagnosticado en España fue en octubre de 1981, era un hombre homosexual de 35 años, en el Hospital Vall d'Hebron de Barcelona. Apenas unos días más tarde este hombre falleció, aún no se conocía la enfermedad como sida, sino que se descubrió más adelante en 1982.

La enfermedad, cuyos síntomas consistían básicamente en la degradación del sistema inmunológico, apenas se dieron importancia por la creencia compartida de que sólo podía afectar a personas homosexuales.

En los inicios del conocimiento de la enfermedad, nos situamos en una España homófoba, ya que cualquier relación con una persona homosexual era casi impensable o al menos poco común después de los resquicios que quedaban del franquismo, las personas no estaban acostumbradas a tratar con personas con esta orientación sexual, pues hasta la Iglesia alegaba que era una enfermedad en vez de una condición sexual.

Los homosexuales se vieron en una lucha constante, era complicado concienciar a una población de que una persona con cualquier tipo de orientación sexual podría llegar a tener el VIH.

Esta falta de información generalizada provocó que la población no le diera importancia a una enfermedad de la que cada vez se conocían más muertes, aunque los medios siempre añadían que la persona fallecida era homosexual, porque así en cierta manera conseguían tranquilizar a una población que empezó a preocuparse por una enfermedad desconocida.

Las personas se interesaron más por la enfermedad, pero no ponían ningún tipo de precaución en sus relaciones sexuales porque su pensamiento seguía siendo que sólo podían contagiarse los homosexuales y no cuando se mantenían relaciones sexuales entre personas de diferente sexo. Esto trajo como consecuencia que cada vez las relaciones entre homosexuales se vieran más agravadas por el factor social, la población empezó a sentir recelo a relacionarse con homosexuales por miedo a terminar contagiados o relacionados con ellos.

En realidad, no todas las muertes que salían en los medios de comunicación eran causadas por sida entre homosexuales, una parte de estas muertes eran por mantener relaciones sexuales entre personas de diferente género sin ningún tipo de protección, lo que significaba que aún no se había hecho un avance en el ámbito de la protección sexual con el uso de condones o preservativos.

El uso de preservativos era mínimo en comparación con el uso que se debería hacer, porque a falta de una vacuna para esta enfermedad, el único método para reducir el número de casos era el uso de los preservativos en las relaciones sexuales.

Llegó un momento en el que se puso de moda debido a influencias provenientes de fuera de España empezar a prescindir del uso de preservativos, debido al incremento de otros métodos anticonceptivos en los que el principal objetivo era únicamente el incremento del placer sexual, sin tener en cuenta la importancia del contagio del VIH únicamente prevenido por preservativos tanto masculinos como femeninos.

Al mismo tiempo la falta de información seguía muy presente, ya que se veía como algo ajeno donde solo podían estar infectados los homosexuales, el reducido número de médicos especialistas y sobre todo la inexistencia de síntomas específicos, donde es frecuente estar infectado/a durante muchos años sin saberlo, ya que la única forma es realizándose una prueba. Lo más importante es que aquellas personas infectadas por el VIH, aunque no tengan síntomas, pueden transmitir el virus.

Todo esto conllevó a que el uso de condones en España disminuyera de una forma notable entre la población española, sobre todo en jóvenes, más influenciados tanto a seguir lo emitido en medios de comunicación como la gente de su entorno, que lo veían como algo tradicional e incensario. Como consecuencia los precios de los condones subieron, ya que las ganancias que adquirirían cada vez eran menores.

Por todo esto, fue aumentando el número de casos a causa de esta enfermedad y por primera vez se empezó a plantear la posibilidad de que quizás no era sólo una enfermedad de personas que mantenían relaciones entre personas del mismo sexo.

Frente a esta situación de preocupación social, los partidos políticos empezaron a lanzar campañas para intentar calmar a la población, quitándole importancia a la situación, además de seguir mintiendo sobre el modo de contagio, ya podías contagiarte mediante relaciones sexuales tanto homosexuales como heterosexuales.

En el ámbito económico no era el momento adecuado para invertir tanto en una nueva enfermedad de la que se desconocía cómo poder curarla; ya que el dinero del estado se invertía en estos momentos en otros problemas sociales como la educación o el paro.

La falta de métodos anticonceptivos, la subida de los precios y las campañas políticas para aumentar el número de hijos propició la subida del porcentaje de número de personas afectadas por la enfermedad hasta llegar en 2018 a un 10% de infectados en España, equivalente a que 1 de cada 10 personas en este país tenía la enfermedad.

Llegados a este punto de infectados, se incrementó la investigación sobre las causas de infección de esta enfermedad, y descubrieron que también se podía contraer vía intravenosa, al intercambiar jeringuillas por el consumo de drogas.

En la actualidad, si se hace una buena combinación de varios cambios de conductas, como la reducción del número de parejas sexuales, el incremento del uso del preservativo o el retraso de la iniciación sexual, se conseguirá reducir las nuevas infecciones.

Actualmente, en 2018, vemos que el número de campañas publicitarias en los medios de comunicación de masas tratando el tema de concienciación del sida han aumentado: tanto de marcas de preservativos como de consumo de drogas.

A parte de estos materiales gráficos, también hemos realizado un spot publicitario:

En este vídeo de 1 minuto y 30 segundos de duración hemos realizado una pequeña entrevista a 10 sujetos diferentes, en distintas localizaciones y de diferentes edades. Esta entrevista consta de 3 preguntas:

1. ¿Tienes pareja estable?
2. ¿Sueles conocer a la persona antes de intimar?
3. ¿Sueles usar protección?

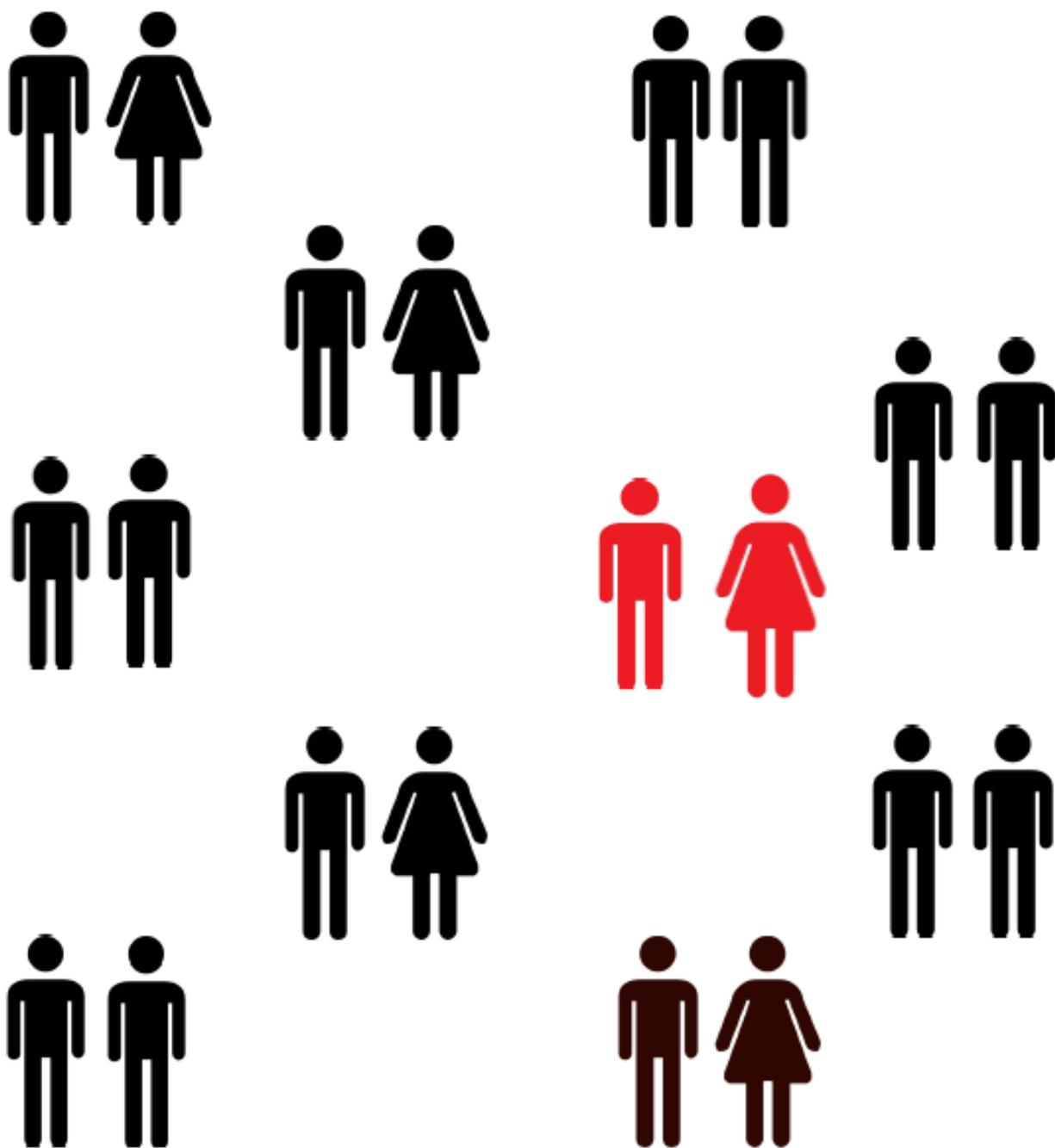
Cada sujeto ha respondido según su experiencia y hemos obtenido una gran variedad de respuestas. Después de esta pequeña entrevista aparece un texto en el que pone:

“1 de cada 10 personas tiene SIDA, lo que quiere decir que es muy probable que 1 de estas 10 personas tenga SIDA. DA SI A LA PROTECCIÓN.”

La finalidad de este spot era hacer un pequeño sondeo sobre si las personas utilizan protección o no en sus relaciones sexuales, el resultado fue que: 6 personas sí utilizaban protección y 2 no. Con este pequeño experimento hemos sacado la conclusión de que los más probables en tener SIDA son los dos sujetos que no utilizan protección en sus relaciones íntimas.

En cuanto a los colores, hemos seguido la misma gama cromática que en los carteles: negro para el fondo, blanco para las preguntas y rojo para la explicación final y para nuestro logo “DA SI A LA PROTECCIÓN”. Hemos querido seguir con estos mismos colores para crear una identidad visual en la que target pudiese reconocer e identificar que los carteles y el spot son de la misma campaña publicitaria.

Este vídeo se pondría al empezar los vídeos de *youtube*, en la televisión, sobre todo por la noche (entre las 21:00h y las 00:00h), también como vídeo publicitario en las redes sociales como *twitter* e *instagram* (cambiando su formato, poniéndolo en vertical) y, por último, en las plataformas digitales del metro que permiten poner vídeos, en las paradas más transitadas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Sevilla.



1 DE CADA 10

TIENE SIDA

DA-SI A LA PROTECCIÓN

APARTADO D:

En primer lugar, hemos decidido como slogan para la campaña haciendo un juego de palabras "DA SI A LA PROTECCIÓN", por ser directo y también por ser la principal vía para evitar el incremento de padecer el VIH.

Hemos decidido elaborar dos tipos de carteles. En uno de ellos hemos representados a distintas parejas a través de muñecos las cuales una de ellas esta destacada en rojo en consonancia con el color rojo de "Da sí a la protección", y donde además también destaca en el centro del cartel "1 de cada 10 tiene sida" refiriendo a una de cada diez personas, y con ello generar identificación y crear una vinculación emotiva por parte del público y de esta manera favorecer la práctica de mantener hábitos de seguridad y responsabilidad en las relaciones sexuales.

Consideramos que, además aportando una cifra en el cartel, la gente puede obtener más información y la vez interesarse más por el tema ya que da credibilidad y seguridad.

Para los carteles hemos cogido referencias de campañas publicitarias como de la firma de preservativos de Durex. Un ejemplo es la campaña ¿SEXO? SEGURO. PERO RESPONSABLE, bajo este lema Durex, propone más educación y un uso responsable del preservativo, que es el método más efectivo para las afecciones de transmisión sexual.



Otro ejemplo del cual también hemos cogido referencia, es la campaña que llevo a cabo Cruz Roja bajo el eslogan "Con el sida no hay marcha atrás" (2006), del cual nos inspiramos en su gama cromática (negro y rojo) para elaborar el otro cartel donde se observan como colores dominantes: el negro en el fondo y sobre este una caligrafía que destaca en blanco y rojo.

**Con el sida
no hay marcha atrás**



Con esta campaña Cruz roja pretendía concienciar contra una práctica sexual que se sigue practicando y que supone un aumento del riesgo de contraer enfermedades sexuales.

En cuanto al material audiovisual, nuestra estrategia preventiva consiste en hacer una encuesta a través de preguntas a personas de diferente sexo, a partir de esta encuesta se determinan actitudes, comportamientos y costumbres y esto permite acercarnos a la forma de pensar y actuar de las poblaciones y que partir de ahí cambie aspectos que deben corregirse de sus actitudes. Entre algunos de los anuncios encontrados, nos han llamado la atención a una serie de spots de Durex, donde se nos presentan a personas cotidianas, y a lo largo del anuncio aparece una voz en off femenina que nos va narrando a lo largo del anuncio para al final decir que la persona que aparece tiene una enfermedad sexual pero no lo sabe:

<https://www.youtube.com/watch?v=pL0ootPHEgk>

También era necesario recopilar porcentajes acerca de las personas que sufren dicha enfermedad en España, información acerca de medidas de prevención que están llevando a cabo el gobierno para la contención del VIH, la capacidad de difusión de los medios de comunicación e igualmente hemos leído para informarnos el plan nacional sobre el SIDA que se lleva a cabo por el ministerio de sanidad, servicios sociales e igualdad del Gobierno de España.

Los medios de comunicación se han constituido como un agente social relevante en la difusión de campañas sanitarias ya que la información difundida puede conllevar cambios de actitud y en base a una motivación efectiva puede incidir en la conducta de la sociedad. Respecto al VIH desde las ciencias sociales de la comunicación se ha resaltado el papel de la prensa en crear la conciencia social sobre el riesgo de transmisión de la enfermedad. La intervención a través de campañas mediáticas tiene resultados efectivos sobre la actitud a la prueba de detección de la enfermedad o el uso del preservativo aunque es verdad que el impacto en el comportamiento suele ser mayor cuando el objetivo de la campaña es incentivar una nueva conducta y no eliminar o prevenir una conducta perjudicial.

En España una revisión bibliográfica reciente revela un descenso paulatino en la oferta informativa sobre el VIH, además señala que las fuentes de información que más conciencia social crean son las institucionales.

En la actualidad se ha tomado conciencia de que la infección se encuentra en una fase temprana de desarrollo y sigue sin estar claro cómo evolucionará en el largo plazo. Se han identificado y probado muchos enfoques eficaces para la prevención del VIH.

Según el ministerio de sanidad, servicios sociales e igualdad, las medidas que previenen la transmisión del VIH son:

- Manteniendo relaciones sexuales sólo con una pareja que no esté infectada por el VIH y que a su vez dicha pareja no mantenga relaciones sexuales con otras personas.
- Usando correctamente un preservativo (masculino o femenino) cuando mantenga relaciones sexuales con penetración (vaginal, anal, oral) con personas infectadas o de las que desconoce si lo están. El preservativo impide la transmisión del VIH, otras infecciones de transmisión sexual y los embarazos no deseados.
- Conociendo su estado serológico y el de su pareja.
- Conociendo el riesgo de exposición de las distintas prácticas sexuales.
- Utilizando siempre material estéril y evitando el uso compartido de jeringuillas, agujas y otros útiles de inyección, si consume drogas inyectadas.
- Utilizando siempre instrumentos para perforar la piel (agujas de acupuntura, tatuajes o el piercing) de un solo uso o estériles. No compartiendo cuchillas de afeitar ni cepillos de dientes.
- Si está embarazada y tiene el VIH, hay tratamientos que reducen eficazmente el riesgo de transmisión del virus a su futuro hijo o hija durante el embarazo y parto. Una madre infectada no debe dar el pecho a su bebé.

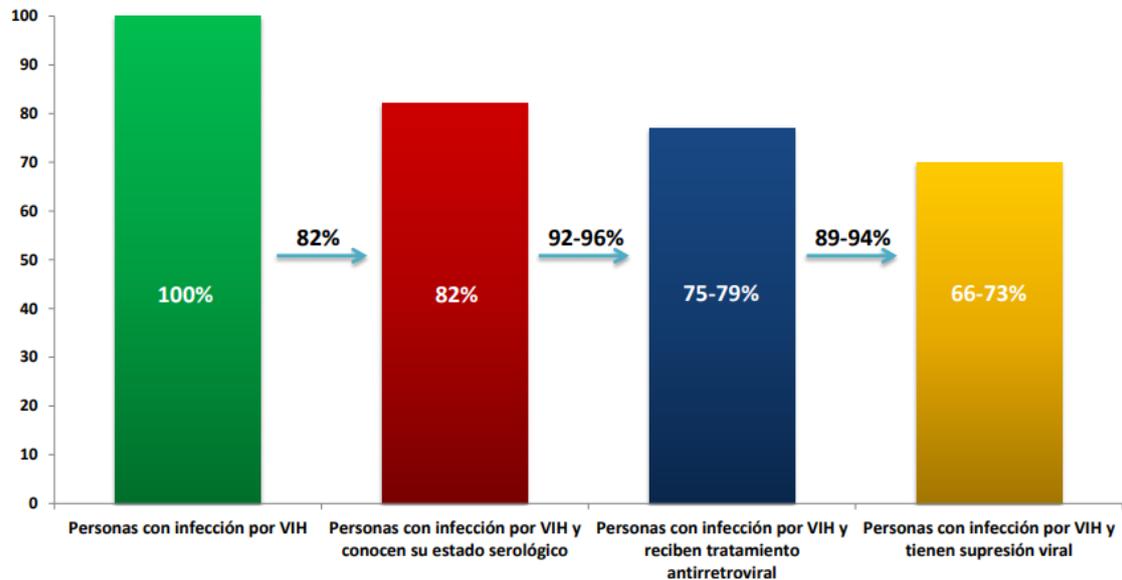
Aquí tenemos una gráfica elaborada por El plan Nacional sobre el Sida (2016) donde se nos muestran porcentajes de las personas que padecen la enfermedad, las personas que tienen la enfermedad y son conscientes de ello, las personas que tienen

la enfermedad y reciben tratamiento y por ultimo las personas que teniendo la enfermedad mantienen a un nivel estable el VIH y reducir en gran medida la probabilidad de que transmita el VIH a otros.



Plan Nacional sobre el Sida

CASCADA DE DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO DE LA INFECCIÓN POR VIH EN ESPAÑA



En cuanto alguno de las cifras más importantes del VIH en España, según datos recopilados en marzo de 2018, publicados en la web oficial de la Sexta, tenemos:

145.000 personas viven con VIH.

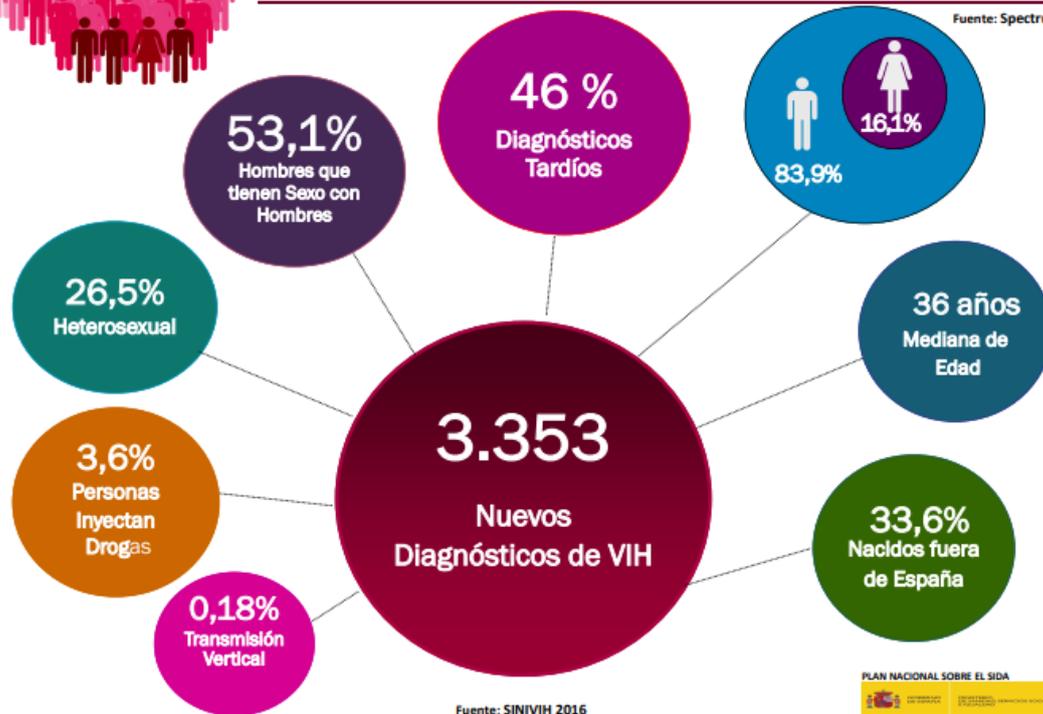
- Hasta el 30 de junio de 2017 se han notificado 3.353 nuevos diagnósticos y se estima que la tasa es de 8,60 por cada 100.000 habitantes.
- La tasa de nuevos diagnósticos de VIH es superior a la media de la UE y de los países de Europa Occidental.
- La mayoría de los nuevos casos se dan en hombres, un 83,9% y la media de edad se mantiene estable en los 36 años.
- La transmisión en hombres que mantienen relaciones con hombres fue la más frecuente un 53,1%, seguida de la heterosexual, 26,5%, y la que se produce en personas que se inyectan drogas, 3,6%.
- Casi el 26% de los infectados tenía menos de 30 años cuando fue diagnosticado y un 16,4% tenía 50 años o más.
- El 46% de los nuevos diagnósticos se realizó de forma tardía.
- El 33,6% de los nuevos diagnósticos fue en personas nacidas fuera de España: tras el origen español, el más frecuente fue el latinoamericano, 16,6%.

A continuación, en esta gráfica del Ministerio de Sanidad, podemos observar que en 2018 se ha incrementado el número de diagnósticos de VIH respecto al año pasado.



Estimación de la prevalencia de personas con el VIH en la población general 0,4%

Fuente: Spectrum 2016



Se observa que un 53,1% de los aproximadamente tres mil nuevos diagnósticos de VIH son homosexuales, con lo cual se entiende que el VIH se da mayoritariamente en hombres homosexuales, y que el porcentaje más bajo corresponde a la transmisión de una madre portadora del VIH al niño durante el embarazo o por medio de la lactancia materna, y que la media de edad de los portadores del VIH es de 36 años.

Por último, en cuanto a la bibliografía de nuestro trabajo:

http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1137-66272006000100002&script=sci_arttext&tIng=en

http://caracol.com.co/radio/2001/06/03/entretenimiento/0991548000_046548.html

<https://www.raco.cat/index.php/Quark/article/viewFile/54937/66084>

<http://www.rtve.es/noticias/20110602/primer-caso-sida-espana-se-detecto-hace-30-anos-hospital-vall-dhebron/436543.shtml>

<http://www.msssi.gob.es/ciudadanos/enfLesiones/enfTransmisibles/sida/vigilancia/MortalidadVIH2012.pdf>