

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CON LAS PERSONAS CON VIH (PVIH) – 2007



La **Línea de Apoyo a PVIH** del Centro Nacional de Prevención de ITS-VIH/Sida tiene como propósito fundamental **promover conductas y acciones dirigidas al mejoramiento de la calidad de vida de las PVIH en Cuba, mediante la capacitación, autoayuda, empoderamiento y participación activa en el componente educativo del Programa Nacional de Prevención y Control de las ITS/VIH/SIDA(PNPCIVS).**

Uno de sus objetivos de trabajo es **disminuir las conductas de discriminación y estigma hacia las PVIH, realizando acciones de sensibilización capacitación dirigida a la familia, personal de salud, organizaciones y sectores sociales.** La Línea de Apoyo desarrolla acciones contempladas en el plan estratégico nacional como parte de sus actividades para la prevención y disminución del impacto del VIH. En este contexto se tiene entre las acciones a acometer la realización de campañas de bien público para la sensibilización con las PVIH. En el 2007 corresponde la reimpresión de la mejor de las campañas desarrolladas en años anteriores.

El área de comunicación de la Línea de Apoyo a PVIH hizo una evaluación de todas las propuestas recibidas y tomó la decisión de utilizar la conceptualización realizada bajo el lema: **Crece como persona.**

Además, esta área analizó la posibilidad de dar continuidad a la propuesta de utilizar la canción *“Yo quiero vivir”* de la agrupación vocal **Gitano**, tema dedicado a la convivencia positiva con las PVIH.

Los valores positivos de ambas propuestas creativas, sobre todo de la letra de la canción, han hecho que el área mencionada considere beneficioso que este año 2007 ambas se deben conjugar en su campaña de sensibilización.

La Campaña se lanzará el segundo trimestre del año 5 del proyecto específicamente durante la Gala de entrega de los Premios Nacionales *“Esperanza”*.

Público Objetivo

En esta campaña nuestro público objetivo es la población general, especialmente los familiares de PVS y profesionales de la salud, y además hombres y mujeres de 15 a 25 años, con diversidad en el color de la piel y/o orientación o preferencia sexual y de diferentes status sociales (estudiantes, obreros, intelectuales), de la ciudad y el campo.

¿Por qué esta Campaña?

A pesar de todo el trabajo que se ha realizado, aún creemos que debemos continuar accionando sobre una convivencia positiva con las PVIH, pues persiste la creencia general que un diagnóstico de VIH/sida es sinónimo de muerte inmediata, lo cual no solo afecta a la PVIH sino también a sus familiares. También, se han detectado casos de violación de la confidencialidad, negación de atención y otros errores entre profesionales de la salud y se continúan identificando situaciones aisladas de discriminación a las PVIH en barrios, centros de trabajo y de estudio. En el estudio nacional de indicadores de prevención realizada en el año 2005 por parte de la Oficina Nacional de Estadísticas se observó que el 33 % de los encuestados asumen actitudes discriminatorias hacia las personas con VIH/sida.

Objetivos de la Campaña

1. Favorecer actitudes positivas a la convivencia y a la aceptación de las PVIH en la familia y el personal de salud.
2. Sensibilizar a la población general con las PVIH.
3. Reforzar los sentimientos de autoestima y esperanza en las PVIH.

Objetivos de la Comunicación

1. Aumentar el nivel de conocimiento de la población, la familia y personal de salud sobre la convivencia con una PVIH
2. Incidir con la utilización de mensajes directos y evocativos sobre la visión sensibilizada hacia las personas con VIH y evitar las manifestaciones de discriminación social
3. Mejorar la imagen social de las PVIH ,
4. Informar a la PVIH que su estado de salud no se contradice con sus ansias de vivir.

Mensaje a transmitir

“Las PVIH somos seres humanos como cualquier otra persona, con los mismos derechos y deberes.”

Plan de medios

1. Afiche

2. Plegable informativo
3. Soportes promocionales

Pautas generales de la campaña

Después de revisado y analizado con varios grupos de personas, existe la coincidencia de que el video clip de la canción “*Yo quiero vivir*” tiene imágenes y un montaje que se contradicen con el mensaje optimista del texto con el cual el público objetivo si se siente identificado. Esto deberá ser salvado con la utilización en la gráfica del afiche y el plegable de fotos que sean atractivas, con una gráfica con colores y luz, que denote vida, optimismo, renacimiento, resurgir. Para mantener una coherencia con la canción es posible utilizar fotos del grupo **Gitano** (2 muchachas y 4 muchachos).

Como toda campaña, se recomienda la utilización de un lema, considerado el eje fundamental de la misma. Este lema debe ser aplicado en todos los soportes que se preparen, respetando la misma familia tipográfica, independientemente que sean necesarios otros textos para personalizar o reforzar el mensaje emitido. Debe revisarse el lema original y utilizar uno nuevo.

Los textos del tema del grupo **Gitano** están dirigidos al sentimiento o emoción que puede sufrir una persona VIH positiva. Para nosotros la lectura musical y visual del clip es algo que apela al menos por los planos empleados a un mensaje de compasión y eso no es lo que se queremos destacar de las PVIH y su entorno social. El cierre *quiero vivir*, a nuestro entender significa un pedir.

Al utilizar el clip de **Gitano** con el cartel hay cierto rompimiento de la sinergia, pues manifiestan dos objetivos, sin embargo nos interesaría fuera presentado por separado el video del cartel, utilizando en este último las imágenes de los integrantes del grupo **Gitano** respondiendo a los objetivos que nos estamos proponiendo acá.

Debemos tener en cuenta el uso del concepto del cartel y re editarlo toda vez que aunque maqueta en su momento hay cuestiones de derechos de los creativos. Nuestra opinión que para evitar este asunto del cartel debemos tener en cuenta a la agencia que lo presentó.

Los formatos deben facilitar una ágil circulación y manipulación de cada soporte, procurando que sean algo diferente a los que se han hecho hasta el momento. El diseño del afiche sugerimos sea horizontal, al máximo formato preferiblemente a todo color.

Los soportes promocionales se definirán posteriormente.

Como elementos imprescindibles en los materiales deben aparecer referencias a:

1. El texto **8303156, LINEAYUDA, Consejería telefónica, anónima y confidencial.**

2. Datos del Centro (dirección, teléfonos, fax y correo electrónico).
3. Logos del MINSAP, Línea de Apoyo a PVIH y Fondo Mundial.



Área de Comunicación Social
Línea de Apoyo a PVIH
Centro Nacional de Prevención de las ITS/VIH/sida
4 de junio 2007