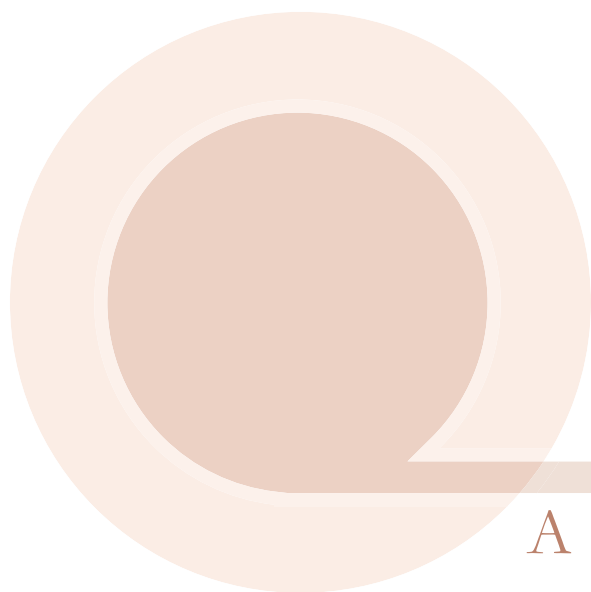




D e n t r o e
A t t o r n o a n o i

AIDS

Non tutti i rischi sono uguali

Non tutto è a rischio. E non tutti i rischi sono uguali. A livello istituzionale si continua a fare informazione rivolgendosi a tutti nella stessa maniera, sui giornali escono articoli allarmistici. Ma un'informazione efficace è possibile. Ce lo spiega la Lila

di Maurizio Ermisino

Siamo nel 2014, ma quando si parla di Aids sembra di stare ancora negli anni Ottanta. L'informazione istituzionale infatti continua a parlare di Aids rivolgendosi a tutti indistintamente. E invece non tutti hanno gli stessi comportamenti e rischiano allo stesso modo. Sui media si tende a parlare del tema ancora in termini sensazionalistici. Il risultato è una disinformazione e una confusione perenne.

È da poco on line il sito internet www.uniticontrolaids.it, messo a punto dall'Istituto superiore di Sanità, che ancora una volta tratta l'infezione da Hiv come qualcosa di indistinto che tocca tutti nella stessa maniera. «Uniticontrolaids doveva essere un sito di nuova generazione, quello che in gergo si chiama 2.0, di supporto informativo alle campagne di comunicazione per la prevenzione dell'Hiv ministeriali. Nonostante il budget di circa 80mila euro, il risultato grafico non si può certo considerare innovativo e paradossalmente alcune delle informazioni riportate non sono né chiare né

corrette», spiega **Alessandra Cerioli**, presidente di **Lila, Lega italiana per la Lotta contro l'Aids**. «Nel sito si parla addirittura di contatto tra genitali come comportamento a rischio: una persona che non è esperta potrebbe pensare al petting». «Il sito poi è carente di informazioni sui test di ultima generazione che sono universalmente considerati già sufficientemente affidabili a un mese dopo il rapporto a rischio, e non si capisce perché», continua la Presidente di Lila. Non è che a livello istituzionale non ci sia la volontà di fare campagne di informazione. «L'informazione in alcuni ambiti c'è», risponde Cerioli. «Il problema è che è rimasta quella degli anni Ottanta. Oggi la prevenzione è cambiata. Per il telefono verde Aids, che ha curato il sito *Uniticontrolaids*, per esempio alcuni comportamenti che noi consideriamo a basso rischio sono considerati alla stessa stregua di un rapporto penetrativo ricettivo con eiaculazione. Può succedere, quindi, che persone che chiedono informazioni a loro e poi magari chiamano le *help line* della Lila abbiano informazioni confondenti o in antitesi: questo è il grande problema». «Fare prevenzione oggi dopo trent'anni dalla comparsa del virus Hiv deve necessariamente rappresentare un'occasione per aggiornare o mettere in discussione norme che, pur con-

divise, sappiamo oggi non essere efficaci per tutte le persone o popolazioni», afferma Cerioli. «Tali norme tipicamente coinvolgono strategie preventive nelle quali è necessario il cento per cento di aderenza, come l'uso del preservativo o l'astinenza dai rapporti sessuali, oppure definiscono il sesso senza preservativo come non sicuro in qualunque circostanza. I dati epidemiologici ci dicono che queste strategie e approcci hanno fallito e che dobbiamo cambiare rotta».

La prevenzione cambia, il sensazionalismo no

Parlare di Aids in modo corretto non è solo un problema delle istituzioni, ma anche dei media. Quando si parla di Hiv sui giornali la tendenza è quella a fare scalpore. Di recente è uscito su un noto magazine un articolo su quella che sarebbe una “nuova moda”, quella di “assumere farmaci antiretrovirali da sciogliere nei drink energetici al momento dell'aperitivo”, in modo da essere protetti in caso

“Uniti contro l'Aids si vince” è il claim della campagna del Ministero della Salute che ha lanciato il sito www.uniticontrolaids.it



di eventuali rapporti occasionali. Un comportamento che farebbe abbassare pericolosamente la guardia nei confronti del virus ai giovani. Ma anche in questo caso la Lila ci avverte di fare attenzione. «Siamo a conoscenza di alcune situazioni, ma non esistono dati per esprimerci su qualcosa che un medico vede in un ambulatorio e riferisce a un giornalista, ma penso che altri siano i problemi allarmanti e maggiormente incidenti nella diffusione dell'Hiv», mette in guardia Alessandra Cerioli. «L'articolo era un po' esagerato: non credo che i giovani facciano grande uso di antiretrovirali, anche perché per usarli ci sono delle persone che devono fornirli. Inoltre credo sia un comportamento che il medico intervistato riferiva alla popolazione omosessuale e non a tutti i giovani». Dietro a queste notizie c'è però un altro tema che rischia di rimanere in secondo piano. Quello dei farmaci antiretrovirali che possono essere usati anche a livello preventivo, ovviamente in casi ben specifici e in maniera controllata. «Il tema della terapia come prevenzione non è mai stato affrontato» spiega la Presidente di Lila. «C'è un imbarazzo in Italia a parlare della profilassi pre-esposizione, o a dire che la terapia funziona anche come prevenzione. Ci sono dati che ci dicono che la profilassi pre-esposizione in alcuni casi ha dato primi risultati che ci incoraggiano a continuare la ricerca in questo ambito». Ma

quali sono i casi in cui questa profilassi andrebbe messa in atto? «Il concetto di prevenzione dal 2008 a oggi è completamente cambiato», riflette Cerioli. «Non c'è solo il condom, ma c'è una prevenzione che va a incidere nella riduzione dei rischi e che va anche a proporre strumenti efficaci per quelli che, nonostante siano informati sui rischi, non usano il preservativo perché pensano che fare sesso con o senza dia un piacere diverso. Quindi la profilassi pre-esposizione potrebbe essere una possibilità per queste persone per prevenire nuove infezioni. Ma sappiamo già che non sarà una strategia per tutti. Ci sono persone per cui fare sesso senza precauzioni è più eccitante: riuscire a intervenire su quel gruppo è importante». Finora da noi su questo fronte si è fatto però molto poco. «L'Italia è molto in ritardo su una strategia di prevenzione», spiega la Presidente di Lila. «La Francia, ad esempio, ha studi clinici finanziati da fondi pubblici».

Informazione corretta: le associazioni sono importanti

Ma esistono anche i modi per fare informazione corretta, e rivolta a target ben specifici. Lila si occupa, ad esempio, di fare informazione mirata verso le donne. «Diamo informazioni corrette cercando di entrare in quelle che sono le dinamiche della coppia eterosessuale»,

“Voteresti per me” è la campagna di comunicazione ideata da Lila in vista delle elezioni politiche del 2013

VOTERESTI PER ME SE FOSSI SIEROPOSITIVO?
FERMIAMO L'HIV, NON LE PERSONE CON L'HIV.





“Lavorare è un diritto”, la campagna 2013 - 2014 di Lila

illustra Cerioli. «Diciamo: “se l'uomo con cui stai ha relazioni al di fuori della coppia e non usa il profilattico devi stare attenta”. Il profilattico è uno strumento maschile, e la difficoltà per le donne è di pretenderlo. Noi ci preoccupiamo della salute sessuale della coppia in un paese dove non siamo abituati a parlare di infedeltà in modo tranquillo. A nessuno piace avere un partner infedele, ma alcune cose capitano e se capitano va usato il preservativo». Fare un'informazione corretta significa anche

occuparsi dei dettagli, di quelle piccole cose che sembrano scontate. Ad esempio, quando un rapporto occasionale diventa stabile? «Da quella che è la nostra percezione un rapporto occasionale diventa stabile dopo tre volte che esci con un ragazzo», spiega Cerioli. «Nel momento in cui diventa stabile, si dovrebbe continuare per tre mesi a usare il preservativo, poi fare il test e se è negativo per entrambi si può decidere insieme di non usare il preservativo». Lila si occupa anche della diffusione del *femdom*, il profilattico femminile. Anche questo può essere uno strumento utile, e un mezzo per parlare delle donne in modo specifico rispetto all'Hiv. Quanto agli adolescenti, all'epoca del governo Prodi e del ministro Turco, nel 2008, era stata creata una campagna con un pezzo rap degli Assalti frontali. «Era un progetto fantastico», commenta Cerioli. «Peccato che il governo

Prodi sia caduto e il rap non sia stato diffuso adeguatamente».

Il problema oggi sembra essere dato dal fatto che le istituzioni tendono ad arrogarsi l'incarico di fare campagne senza delegarle finanziando chi se ne occupa quotidianamente da anni. «In altri paesi», conclude la Presidente di Lila, «le campagne di comunicazione sono fatte dalle associazioni, che sanno come raggiungere meglio i vari target». ●