

DÍA NACIONAL DE LA PRUEBA DEL VIH

CESIDA destina su nueva campaña de la prueba del VIH a personas latinoamericanas en España

- Bajo el lema ‘Tenemos derecho a hacernos la prueba del VIH’
- El 57 % de los nuevos casos de VIH en personas latinoamericanas se produce en hombres que tienen sexo con hombres
- En mujeres, el 60 % de las nuevas transmisiones pertenece a inmigrantes.

15/10/2014 - CESIDA, Coordinadora estatal de VIH y sida ha presentado hoy en la Casa de América la campaña ‘Tenemos derecho a hacernos la prueba del VIH’, con el objetivo de concienciar a la población sobre la importancia de hacerse la prueba del VIH para conseguir un diagnóstico precoz.

Durante la presentación han intervenido el Dr. López Bernaldo de Quirós, de la Unidad de Infecciosas y VIH del Hospital Universitario Gregorio Marañón; Víctor Huedo Plaza, responsable del equipo de prueba rápida de la Fundación Triángulo; y Toni Poveda, director gerente de CESIDA.

Incidencia del VIH en España

El Dr. López Bernaldo de Quirós ha destacado que aunque la problemática de la transmisión del VIH tiene actualmente menor eco mediático, la incidencia debería seguir mereciendo una atención destacada en materia de salud pública. Como prueba de ello remarcó que “en España se diagnostican cada año 4.000 nuevas infecciones. Actualmente existen 150.000 personas infectadas por el VIH, de estas 30.000 personas aun no saben que están infectadas, es decir, una de cada cinco personas”. También ha puesto de manifiesto que “la edad de diagnóstico cada vez es inferior, ya que está creciendo principalmente entre población de 20 a 35 años”.

Por otra parte, y esta circunstancia ha motivado la orientación de la campaña en este año 2014, la proporción de casos diagnosticados de VIH en personas cuyo país de origen no es España ha ido aumentando progresivamente hasta alcanzar el actual 38 %. Después del origen español, el más frecuente es el latinoamericano (2 de cada 10 diagnósticos). Asimismo, el 60% de nuevas transmisiones en mujeres pertenece al colectivo de inmigrantes.

Población latinoamericana en España

Victor Hueda Plaza, responsable del equipo de prueba rápida de la Fundación Triángulo ha destacado que “la incidencia en población HSH latinoamericana es casi del 30 % de las pruebas realizadas”. Por otra parte ha remarcado la importancia de “la

realización de educación de calle en zonas de ocio de población latina para promocionar de manera eficaz la prueba rápida del VIH”.

El 18 % de los nuevos diagnósticos de infección por VIH se produjo en personas originarias de países latinoamericanos. En esta población el 57 % de las transmisiones se produce entre HSH, hombres que mantienen relaciones sexuales con hombres.

Por último, en palabras del director gerente de CESIDA, Toni Poveda “la campaña invita a tomar conciencia y sensibilizar especialmente a la población de origen latinoamericano de la necesidad de realizarse la prueba del VIH. Se centra principalmente en el colectivo HSH, por el incremento de la incidencia del VIH en este grupo, y en las mujeres latinoamericanas con el fin de evitar el diagnóstico tardío del VIH.”

La campaña arranca unos días antes de la celebración del Día Nacional de la Prueba del VIH el próximo lunes, 20 de octubre y coincidiendo con el Día Nacional de Concienciación sobre el sida entre la población latinoamericana, que se celebra hoy en Estados Unidos.

La iniciativa se fundamenta en producción audiovisual y gráfica como spot, testimonios de personas que viven con VIH o cartelería y cuenta con el aval científico del Plan Nacional sobre el Sida del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, la vinculación de GESIDA y SEISIDA, y el patrocinio de Gilead.

Todos los materiales de la campaña en

https://www.dropbox.com/sh/gywgyb8xqu4p1z5/AAB1_CSUM-PZ7elk8lwuyVe7a?dl=0

Para más información:

Diego Valor
Responsable de Comunicación de Cesida
comunicacion@cesida.org
91 522 38 07

AGENCIA IOMARKETING: L.Olivier Scalvinoni y Daniel García

loscalvinoni@iomarketing.es (666327164)

daniargarcia@iomarketing.es (677295825)