



Al via primo social challenge per informare su HIV



Nonostante l'Italia sia uno dei paesi, tra quelli dell'Europa Occidentale, con più alta prevalenza di Hiv, la materia continua a essere oggetto di disinformazione, tanto che il 15% dei soggetti sieropositivi non sa di aver contratto il virus.

Per questo, Fondazione The Bridge, con Nps Italia Onlus (Network Persone Sieropositive), lancia il social challenge #365againstHIV.

Alla luce degli allarmanti dati raccolti da un'indagine NPS Italia Onlus, Fondazione The Bridge rafforza dunque il suo impegno per informare ed educare le persone,

perché si possa tenere alta l'attenzione sul virus tutti i giorni e non solo il 1° dicembre, Giornata Mondiale contro l'Aids. Da qui l'avvio di una campagna di sensibilizzazione innovativa sul tema, rivolta ai cittadini – in particolare ai giovani – per ricordare l'importanza di una diagnosi precoce, così importante per fronteggiare la diffusione del virus.

Il social challenge invita gli utenti a scattarsi un selfie con il gesto del dito medio, simbolo di sfida verso il virus. L'attività guiderà poi l'utente alla scoperta di un'area informativa sul sito di NPS Italia Onlus all'interno della quale verranno affrontati temi legati alla patologia e alla prevenzione. La scelta di un gesto forte, come risposta al tabù ancora presente in Italia rispetto al tema dell'Aids – si legge in una nota – vuole puntare il riflettore su un importante strumento di prevenzione purtroppo sconosciuto ai più: l'esistenza del test per l'autodiagnosi che, in 15 minuti e in totale privacy, permette di venire a conoscenza del proprio stato di salute, e che è in vendita in tutte le farmacie italiane dal 1° dicembre 2016. I test, in forma gratuita, però – ricorda la nota – si possono effettuare anche nei centri di malattie infettive distribuiti sul territorio nazionale e nelle sedi di alcune associazioni.

“Grazie all'esperienza maturata lo scorso anno con diversi youtuber/creator – dichiara Margherita Errico, Presidente Nps Italia Onlus – abbiamo sperimentato in prima persona quanto sia ancora più efficace diffondere una corretta informazione sull'Hiv, combattendone stigmi e pregiudizi tramite un linguaggio adatto e al passo coi tempi. Siamo convinti che il lavorare assieme a giovani influencer e frequentatori abituali del mondo dei social possa aiutare la nostra opera di informazione durante tutto l'anno e non solamente in occasione dei world day o di alcune date occasionali”. Secondo Rosaria Iardino, presidente della Fondazione The Bridge “I social network al giorno d'oggi, con la loro facilità e velocità arrivano laddove le istituzioni, la politica e gli organi competenti spesso tardano ad essere presenti, nonostante i numeri preoccupanti con cui quotidianamente ci confrontiamo in materia di Hiv e Aids. Approfittiamo della grande popolarità di questi mezzi – continua – per lanciare una battaglia di sensibilizzazione verso la prevenzione e il sesso protetto, e di rafforzamento del supporto verso chi quotidianamente deve convivere con una malattia di questo tipo. Siamo nel 2018 e gli strumenti devono essere i più moderni, specialmente quando ci rivolgiamo verso la platea dei più giovani”.