



La apropiación de las redes sociales para la cultura de prevención del VIH

*Abraham Enrique Puche**

Resumen

Este artículo analiza los conceptos de apropiación social de varios autores como: Morillo (2015), Neüman (2008), Páez (2011), Sierra y Gravante (2012), entre otros, y su aplicación en las redes sociales de organizaciones que luchan contra el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) con la finalidad de garantizar una cultura de prevención de esta enfermedad, lo que incluye una vida sexual responsable. Dicho estudio parte de la necesidad de encontrar modelos eficientes para que los mensajes en torno a la prevención de esta infección sean asumidos plenamente por el público meta, en este caso, la población juvenil. También se presenta el impacto que las redes sociales tienen en el mundo de hoy y su vínculo con el VIH.

Palabras clave: Apropiación social; redes sociales; prevención; VIH

Recibido: Mayo 2016 - Aceptado: Julio 2017

* Maestrante en Ciencias de la Comunicación, mención Tecnología de la Información y la Comunicación. Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación. abrahampuche@gmail.com

The appropriation of social networks for HIV prevention culture

Abstract

This article analyzes the concepts of social appropriation of various authors as: Morillo (2015), Neüman (2008), Páez (2011), Sierra and Gravante (2012), among others, and their application in social media of organizations fighting against Human Immunodeficiency Virus (HIV) in order to ensure a culture of prevention of this disease, including a sex life responsible. This study of the need to find efficient models so that messages about prevention of this infection are fully borne by the public goal, in this case young people. Also it presents the impact of social media have in the world today and its connecting link with HIV.

Keywords: Social appropriation; social media; prevention; HIV

Introducción

Este artículo se enfoca en el término Apropiación conceptualizado por Neüman (2008), Sierra y Gravante (2012) y otros autores y su aplicación en las redes sociales que trabajan en la prevención del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH).

También hace una revisión a los fundamentos de Manuel Castells (2013) sobre el impacto de las redes sociales en las comunicaciones actuales, partiendo desde su experiencia en Facebook.

Tales estudios se contrastan con las cifras alarmantes de organizaciones internacionales como Unesco (2003) y Onusida (2013) sobre el crecimiento indetenible de nuevos casos de VIH en el mundo, entre ellos Venezuela, su incidencia en población juvenil y las muertes como consecuencia del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (Sida).

Ante esta funesta realidad, es necesaria la revisión de las campañas informativas para la prevención de nuevas infecciones. Para nadie es un secreto los loables esfuerzos de organismos públicos y privados, así como de Organizaciones No Gubernamentales, para sembrar conciencia en la población sobre la práctica sexual responsable, no obstante, pareciera que tales proyectos no están haciendo mella en la población meta.

Esto se debe, esencialmente, a que se está trabajando con patrones de conducta. No es fácil decir a alguien que su estilo de vida es “inapropiado” porque aunque redundarán en salud y vida, si la persona no está debidamente convencida del mensaje entonces le restará importancia.

Ante este mecanismo propio del ser humano, hace falta jugar con el mecanismo de la apropiación para que los usuarios adopten como suyos tales redes sociales y sus contenidos y la ajusten a sus necesidades particulares hacia un nuevo modo de vida. ¿Qué es la apropiación? ¿Es aplicable en el contexto venezolano?

En nuestro país, como en el resto de Latinoamérica, la apropiación se ha dado como un mecanismo de resistencia y negociación ante las culturas dominantes extranjeras tras el proceso de colonización, tal como plantea Neüman (junio 2008: 11, 12) citando a Alejandro Moreno (1999) en su estudio: Historia de vida de Felicia Valera:

“Negocia el pueblo venezolano cuando usa, consume, circula mercancías, prácticas culturales, estructuras organizacionales ajenas, pero en clave relacional”. (1998, p. 12)

Por lo tanto, la apropiación es la forma más rápida con la que cuentan los venezolanos para su superación tecnológica e informativa. Quizás no sea la más ideal pero es la que tenemos a mano tras siglos de haber sido “conquistados” por naciones europeas y que, en la actualidad, todavía somos muy dependientes de otras naciones más desarrolladas industrialmente.

En este artículo se presenta una revisión del papel de las redes sociales en la lucha contra el VIH y cómo el enfoque de la apropiación puede garantizar mejores resultados para la cultura de prevención de esta enfermedad.

La lucha contra el VIH en las redes sociales

El Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) sigue siendo una infección generalizada por todo el mundo que no hace distinción de clases sociales, nacionalidades, creencias religiosas, factores económicos o posiciones políticas. De acuerdo con el Informe Mundial del Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (Onusida, 2013), la cifra de casos totales para el año 2012 es de un estimado entre 30 millones y 35

millones en todo el planeta (p. 4), es decir, alrededor de la población total actual de Venezuela.

De este total, se estimaba que solo en Venezuela unas 12.000 personas vivían con VIH (p. A23), alrededor del 0,3% de los jóvenes en edades comprendidas entre 15 y 24 años de edad vivían con VIH (p. A35), aproximadamente 6.300 personas mayores de 15 años se habían infectado con VIH para 2012 (p. A29) y un promedio de 3.800 personas habían fallecido como consecuencia del Sida para ese año (p. A41). Todas estas cifras solo reflejan aquellos casos debidamente documentados por las autoridades de salud venezolanas a través de los médicos especialistas tratantes, es decir, que no se incluyen aquellos pacientes que nunca tuvieron control sanitario, por lo tanto las cifras reales son mayores. De hecho, representantes de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) dan testimonios de personas que fallecieron como consecuencia del Sida sin ni siquiera saberlo, sino que su condición fue descubierta postmortem y chequeos médicos a sus respectivas parejas sexuales.

En efecto, un estudio hecho por la Estrategia Nacional de Estados Unidos ante el VIH/Sida (National HIV/AIDS strategy for the United States, 2010) muestra que la curva de infectados desde su aparición oficial en 1981 no ha parado de crecer.

Unesco (2003), a través de un informe detallado sobre cultura de prevención de esta enfermedad, advierte que el fracaso en evitar su transmisión se debe a un enfoque errado estrictamente médico y que debe ir a los aspectos culturales e informativos:

“Pese a que existe una conciencia del peligro en el plano mundial, no resulta suficiente para llevar a las personas a cambiar de forma significativa su comportamiento sexual y no sexual respecto a la prevención y la atención. Ello se debe a factores que no son médicos ni sanitarios pero que deben entenderse y tenerse mejor en cuenta en las nuevas estrategias. Además, los métodos de información no suelen estar adaptados a la capacidad de comprensión de la población. El problema del VIH/SIDA está en permanente interrelación con la cultura y el desarrollo socioeconómico general de la población”. (p. 37)

Por lo tanto, Unesco (2003) advierte que existen fallas graves en los mecanismos de información a la comunidad para revertir la expansión del virus, particularmente en aquellos grupos más expuestos por razones culturales, sociales y económicas, entre ellas los jóvenes, haciendo necesario una reevaluación de los procesos informativos: “(...) una información, educación y comunicación eficaces en materia de prevención y atención deben tener en cuenta la relación entre las referencias y los recursos culturales y las cuestiones de desarrollo socioeconómico”. (p. 37).

La transmisión del VIH por la vía sexual es un asunto complicado de abordar. El sexo, además de ser un tabú en muchos contextos sociales, forma parte de la esencia natural del ser humano, por lo tanto tratar de modificar patrones de conducta que genere una sociedad sexualmente sana y responsable no es una tarea que se logre en el corto plazo. Es necesario diseñar planes bien estructurados para contrarrestar el aumento de casos estimados de VIH.

Aunque como ya se dijo, el VIH es una infección que no conoce barreras de ningún tipo, es bien sabido que la población juvenil es muy susceptible. Por esta razón, muchas organizaciones que luchan contra esta enfermedad se enfocan en este segmento de la población para tratar de disminuir los nuevos casos a través de campañas de concientización, sexualidad responsable y el uso apropiado del condón o preservativo.

Pero, ¿cómo llevar el mensaje a los jóvenes para lograr el efecto deseado? En este punto intervienen las disciplinas comunicacionales, educativas y sociológicas para determinar las herramientas más adecuadas para tal fin. Sin lugar a dudas, una de ellas son las redes sociales como nuevo modelo de interacción.

La sociedad humana ha dado un gran paso hacia adelante, sin posibilidades de retorno, con la aparición de las redes sociales como medio de comunicación y entretenimiento, principalmente en el público juvenil. Una de las más populares es el Facebook, que hasta octubre de 2014 se registraban alrededor de 1.350 millones de usuarios activos en el mundo, de los cuales el 52% pertenecen a las edades entre 18 y 34 años (2010).

Castells (2013), haciendo alusión a Facebook, explica cómo la interacción social actual ha cambiado sensiblemente desde la aparición de las redes sociales:

“(…) la mayor parte de la actividad en internet pasa por las redes sociales, que se han convertido en las plataformas de preferencia para todo tipo de fines, no solo para relacionarse y charlar con amigos, sino también para marketing, comercio electrónico, enseñanza, creatividad cultural, medios de comunicación y ocio, aplicaciones médicas y activismo sociopolítico. Se trata de una tendencia muy importante que abarca toda la sociedad y cuyo significado quiero explorar a la luz de pruebas todavía escasas” (Castells, 2013: p. 6).

Contrario a lo que muchos supusieron al principio de la aparición de las redes sociales, este fenómeno ha hecho que la sociedad esté vinculada aún más a internet como medio de comunicación, particularmente en el público juvenil. Castells (2013) reitera:

“(…) estamos ante una sociedad autoconstruida mediante la conexión en red con otras redes. Pero no se trata de una sociedad virtual. Existe una estrecha conexión entre las redes virtuales y las redes vivas. Es un mundo híbrido, un mundo real. No es un mundo virtual ni un mundo aparte” (Castells, 2013: p. 8).

Considerando esta ineludible realidad, es interesante determinar la incidencia que dicha red social puede ejercer en el público juvenil para asumir una vida sexual responsable y emplear medidas de prevención del VIH. A través de una campaña bien dirigida, con mensajes claros y un minucioso seguimiento se puede influir positivamente en la comunidad juvenil y disminuir las nuevas infecciones.

Ochoa (2012) recalca en su investigación que la realidad social actual gira en torno a la tecnología como factor fundamental para la comunicación horizontal: “Hoy, en términos tecnológicos, la Sociedad de la Información es una realidad de intercambio de ideas, pensamientos, sentimientos, informaciones y conocimientos” (Ochoa, 2012: p. 13).

Ahora bien, ¿cuál ha sido la vía más utilizada por la sociedad tecnológica actual para comunicarse? Los teóricos de la comunicación insisten en las redes sociales como el conducto más rápido y efectivo.

Triviño (2011), citando el Informe Nielsen de Redes Sociales, señala que el 82% de las personas que se conectan a diario a Internet lo hacen

para navegar en las redes sociales, y que a pesar de que la mayoría sigue utilizando una computadora como herramienta fija para acceder a Internet, el 37% lo hace a través de teléfonos inteligentes (smartphones) ya que le permite comunicarse con los demás desde cualquier sitio donde haya acceso inalámbrico a Internet, sin necesidad de acudir a un lugar específico donde se encuentre una PC (Triviño, 2011: p. 3).

¿Por qué las redes sociales tienen tanto éxito? Triviño argumenta: “(...) porque necesitábamos algo fundamental en la red, que era el poder de compartir, el poder de compartir nuevas emociones, sentimientos, ese valor emocional es lo que nos ha enganchado para utilizar este tipo de medios” (Triviño, 2011: p. 3).

En vista del fuerte impacto de las redes sociales en la vida moderna, contrastado con las dificultades que han tenido las organizaciones públicas y privadas para frenar el avance del VIH/Sida, se justifica la ejecución de una investigación profunda sobre la repercusión del uso las redes sociales en los jóvenes, a fin de asumir una conducta sexual responsable y, en consecuencia, reducir los factores de riesgo de infección del VIH de forma efectiva, económica y permanente en el tiempo.

¿Es factible utilizar las redes sociales para luchar contra el VIH, particularmente en sectores juveniles? Sí es posible según opinión del director regional de Onusida América Latina, César Núñez, particularmente en el segmento juvenil entre 15 y 24 años de edad. En una entrevista reseñada en el portal noticioso de Caracol Radio (Colombia, 2012), Núñez expresó: “Hoy en día los jóvenes están más atentos al Twitter y al Facebook que a una campaña que puedan tener en la radio o en la televisión, que las escuchan, pero las redes sociales pueden ser más efectivas”.

Otras referencias las encontramos en la conferencia “Redes sociales para el cambio mundial” que organizó la Universidad de Palermo (Argentina, 2010), en la que varios panelistas recalcaron la importancia de la web 2.0 en la prevención de dicha enfermedad.

En dicha actividad participó Leandro Cahn, director de Comunicación y Desarrollo de Recursos de la Fundación Huésped (organización que lucha contra el VIH-Sida), aseguró que las redes sociales Facebook, Twitter y Sónico son fundamentales para la difusión de campañas informativas

orientadas a cambiar la conducta de los jóvenes y generar conciencia en la prevención y conductas sexuales responsables (2010).

Pero todavía estamos lejos de dar en el blanco. Aunque es cierto que las redes sociales han cambiado la forma de comunicación e interacción entre sus usuarios, particularmente en el público juvenil que es el centro de este análisis, de por sí no garantizan que los usuarios, en este caso los jóvenes, se adueñen de los contenidos, los hagan suyos y modifiquen su conducta. ¿Cómo lograr que los jóvenes se identifiquen con un mensaje de prevención del VIH a través de las redes sociales hasta el punto de incidir directamente en una vida sexual responsable permanentemente?

Para lograr este objetivo tenemos que hablar de la “apropiación”, un fenómeno socio-cultural que ha sido analizado y debatido por expertos de la comunicación.

La apropiación de las redes sociales en la lucha contra el VIH

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2016), “apropiación” deriva del latín “appropriatio-ónis” y significa: f. Acción y efecto de apropiar o apropiarse, mientras que el verbo en infinitivo “apropiar”, del latín “appropriare”, puede significar:

tr. Hacer algo propio de alguien.

tr. Aplicar a cada cosa lo que le es propio y más conveniente.

tr. Acomodar o aplicar con propiedad las circunstancias o moralidad de un suceso al caso de que se trata.

tr. desus. Asemejar.

prnl. Dicho de una persona: Tomar para sí alguna cosa, haciéndose dueña de ella, por lo común de propia autoridad.

Mientras que la “apropiación” está referida al acto de adueñarse o asimilar un bien o idea, la “apropiación social” está enmarcada en un grupo de personas que comparten similares intereses.

Se han presentado varias propuestas de concepto de Apropiación Social, pero Morillo (2015) en su artículo “Experiencias de apropiación social de las TIC desde el método etnográfico y hermenéutico” ofrece un enunciado a mi juicio sencillo, entendible y completo:

“Se entenderá por Apropiación Social de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como un mecanismo mediante el cual las personas hacen parte de su vida y de sus prácticas sociales dispositivos y recursos digitales con la finalidad de interactuar, intercambiar opiniones, crear identidades, generar procesos educativos, comunicacionales, lúdicos y creativos, dándole un sentido dentro de su realidad incidido principalmente por sus intereses y motivaciones”. (Morillo, 2015:287)

La apropiación como fenómeno social ha sido ampliamente estudiado por Neüman (2008) en su artículo “Construcción de la categoría ‘Apropiación Social’”, donde hace la siguiente reflexión partiendo del concepto del DRAE:

“Hay dos aspectos que resaltan en las definiciones de la Real Academia: primero, que en el acto de apropiarse existe un ingrediente acomodaticio, adaptativo, la intermediación de la conveniencia y la segunda, que es un acto de iniciativa propia, “de propia autoridad”. Todas las acepciones se encuentran además en voz activa. (Neüman, 2008:80)

Partiendo de este concepto, la apropiación denota una acción deliberada de quien se apropia o adueña de algo, incluso, asemejarse a aquello que se está tomando para sí.

Neüman (2008) hace un análisis histórico y sociológico de cómo los pueblo originarios de América Latina han sobrevivido a través de un largo proceso de adaptaciones de las sociedades colonizadoras, apropiándose para sí la cultura, lenguaje, religión, tecnología y modelo político-económico de las sociedades colonizadoras, por lo tanto, la esencia latinoamericana está profundamente acentuada en la apropiación, derivándose el concepto de “apropiación social”:

“La ‘apropiación social’ se asumiría como un proceso por medio del cual grupos sociales marginales del sistema económico capitalista interactúan con la propuesta cultural, económica, organizacional y de consumo de ese sistema mediante formas de adjudicación de nuevos sentidos, usos y propósitos que actúan como filtros y les permite mantener su propio horizonte de comprensión del mundo”. (Neüman, 2008:71)

Neüman (2008) recalca el papel protagónico de los actores que se apropian de las experiencias y conocimientos del “otro”, haciendo que “lo ajeno se vuelva suyo”:

“Semánticamente observamos que en el acto de apropiarse no se pasa por una concesión previa de lo apropiado ni es un acto inspirado por terceros. Esto se convierte en la primera manifestación de la apropiación: la autonomía de la acción. Apropiarse es un acto intencional del que se apropia. No es una concesión de terceros ni impuesto por terceros. Apropiarse es un acto dentro de la esfera de la subjetividad del que se apropia. Por eso, si la ejerce el dominado, el subalterno, el “otro”, es una iniciativa inalienable. Lo que se apropia le será desde ese momento propio, en el caso de la apropiación social a la que nos referimos aquí, más en significados, usos y propósitos que en el aspecto de la propiedad. En segundo término el acto de apropiarse precisa que lo apropiado sea ajeno. No se apropia lo propio”. (Neüman, 2008:90)

Pero ¿Cómo ocurre la apropiación? ¿De qué manera la sociedad considera que algo es lo suficientemente útil para ser apropiado y hacerlo suyo? Sierra y Gravante (2012) señalan que este fenómeno ocurre en la medida que las personas aprecian el sentido de utilidad de aquello susceptible de ser apropiado, logran dominarlo y lo convierten en suyo:

“(…) La apropiación se da cuando las personas conocen las herramientas, las valoran y aprenden a usarlas para satisfacer sus necesidades e intereses (probablemente las de su grupo social) y les dan un sentido de pertenencia. Es decir, es necesario interpretar este proceso como una cuestión de mediaciones más que de medios y, por lo tanto, no sólo de conocimiento sino de re-conocimiento, de resistencia y de apropiación desde los usos y prácticas culturales concretas y situadas”. (Sierra y Gravante, 2012:135).

Este fenómeno ocurre frecuentemente con las redes sociales. Aunque cada una de ellas son empresas de servicios con personalidad jurídica, propietarios, socios, accionistas, sede principal y subse-des, infraestructura y normativas, sus respectivos usuarios se sirven de ellas como si fuesen “suyas”. Pocos (o casi nadie) diría, por ejemplo: “mi perfil asignado por Facebook” o “mi cuenta de “Twitter” sino: “mi Facebook”, “en mi muro

publico lo que quiero y a quien no le guste, que deje de seguirme”, “en mi Twitter digo lo que creo”, “en mi Instagram subo las fotos o publicaciones que mejor me parezcan y a quien no le guste puede bloquearme”. Incluso, hay quienes admiten ser adictos a alguna o varias de estas redes sociales, según sus intereses y experiencias que les permiten vivir con los demás usuarios.

De hecho, es común que los propios usuarios le dan sentido propio a las redes sociales, incluso de manera diferente a cómo fueron concebidos. En el caso de Facebook, que nació como una red para reforzar lazos de amistad ya existentes hoy es utilizada para hacer nuevas amistades, ahora los medios tradicionales de comunicación se sirven de ella para presentar noticias (que son ampliadas en sus respectivos portales informativos) incluso hasta se vende publicidad, obligando al propio Facebook a adaptarse a las necesidades del mercado y ofrecer nuevos productos. Similar situación sucedió con Twitter, que comenzó como una plataforma para enviar mensajes sencillos en 140 caracteres y ahora es una poderosa herramienta comunicacional que ha vencido censuras gubernamentales.

Este comportamiento lo explican Sierra y Gravante (2012), quienes señalan que los usuarios dan su propio significado al uso de las redes sociales en el proceso de apropiación:

“(…) la herramienta tecnológica (pero podría ser también un espacio físico o un recurso material) se transforma en un objeto relacional y de resignificación de las prácticas diarias de los sujetos involucrados, generando, un proceso de re-codificación. Así, la herramienta es usada de forma diferente o con un uso totalmente nuevo respecto al uso planeado inicialmente por el mercado”. (Sierra y Gravante, 2012:135).

Tal como explican Sierra Caballero y Gravante, los usuarios “conocen las herramientas, las valoran y aprenden a usarlas para satisfacer sus necesidades e intereses (probablemente las de su grupo social) y les dan un sentido de pertenencia” para poder lograr su apropiación. (Sierra y Gravante, 2012:135)

Además, dichos autores citan a su vez a Vidal y Pol (1996 y 2000) para explicar que el proceso de apropiación, en síntesis, se logra en dos etapas: primero los usuarios otorgan significación al objeto apropiable, lo modifican y adaptan de acuerdo a sus necesidades, y en segundo lugar los usuarios se identifican con lo apropiado y lo preservan. (2012: p. 136)

Cuando los usuarios han llegado a este nivel, el objeto o bien apropiado es asimilado por el beneficiado. La dicotomía entre el mensaje y el usuario se unifica y ya no es posible revertirlo. Bien lo explica Dominique Cardon (2005) en su artículo “La innovación por el uso”: “La noción de apropiación permite describir el proceso de interiorización progresiva de competencias técnicas y cognitivas obrantes entre los individuos y los grupos que manejan cotidianamente estas tecnologías”. (Cardon, 2005:2)

Por último, es vital que los usuarios empoderen lo apropiado para garantizar la vigencia de la información entre sus congéneres y viaje de generación en generación. Si no se logra el empoderamiento, el mensaje solo incidiría en un momento específico de la juventud pero no habría garantía de que sus hijos, nietos y las generaciones siguientes mantengan una cultura de prevención ante el VIH.

Al respecto, Neüman (2008) enfatiza que la sociedad sea capaz de dominar el mensaje aprendido en las redes sociales de forma autónoma y sustentable a través del tiempo:

“De allí el concepto de ‘empoderamiento’ de la comunidades, por medio del cual se aspira a dotar a la población de las herramientas necesarias para que “ellos mismos” construyan las soluciones a sus problemas. Ya sea de producción, de hábitat, de salud o de ejercicio cultural. Es un nuevo enfoque que practican todas las ONG para el desarrollo y que requiere de un marco conceptual que lo fundamente. Otro concepto que opera con fuerza dentro de este discurso de las políticas públicas para el desarrollo es el de ‘sustentabilidad’. Lo sustentable es lo que puede mantenerse por sí mismo por lo que sigue la ruta del ‘empoderamiento’. Al ‘empoderar’ a una comunidad se espera que luego ella misma sea capaz de mantener o sostener las metas logradas. Ambos procesos a nivel operativo van a necesitar inevitablemente de la ‘apropiación’” (Neüman, 2008:87)

Aquí entramos a un punto sin retorno, en el cual las organizaciones responsables de promover la cultura de prevención del VIH en los usuarios de redes sociales tienen que transferir las herramientas de manera que sean empoderadas por los beneficiarios de forma autónoma, incluso, adaptada y mejorada según las necesidades particulares en función del tiempo y espacio.

¿Por qué? La razón es muy sencilla: las organizaciones pueden desaparecer pero la humanidad y el VIH continuarán de la mano. A manera de símil, las organizaciones tienen que permitir a los usuarios “caminar solos” con las nuevas herramientas apropiadas para garantizar el fin último que plantea Onusida: la erradicación del Sida.

Neüman (2008) recalca la importancia que los usuarios hagan apropiación social de los contenidos de tal manera que sean sustentables por sí mismos, librándose de la necesidad de fuentes externas:

“Es en ese ámbito que el término ‘apropiación’ comienza a aparecer cada vez con mayor frecuencia y a desarrollarse como concepto sobre un proceso necesario dentro del ‘empoderamiento’ y la sustentabilidad. Especial rol juega en el tema de las tecnologías de la información y la comunicación. El empoderamiento de las comunidades implica que se transfiera a éstas la información y los recursos necesarios para que a partir de las mismas comunidades se comiencen a ejercer el poder comunitario. El empoderamiento representa un impulso inicial que después debe ser sustentable. Es aquí donde entra la apropiación social. ¿Cómo se logra que el impulso inicial sea sustentable? Si la comunidad no se apropia de la información y recursos, eventualmente el esfuerzo no será sustentable pues dependerá de fuerzas o poderes externos. El empoderamiento es que las comunidades desarrollen su propio poder propulsor y éste se logra por medio de la apropiación”. (Neüman, 2008:88)

Uno de los estudios exploratorios sobre la apropiación de la TIC en jóvenes es de Fornasari (2014), quien realizó un estudio sobre la apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación en entre jóvenes residentes de la comunidad de San Luis, Argentina. Entre los aspectos esenciales que descubrió está la tendencia natural de los jóvenes para interactuar en las redes sociales “entre pares” (p. 3), el abordaje de temas de su interés local y valoración de la tecnología (p. 4).

“Los jóvenes definidos desde su condición de estudiantes y dependiendo de las estrategias de economía familiar realizan un uso más colectivo de las herramientas ya que al momento de conectarse y relacionarse lo hacen en grupos, en presencia de pares, siendo los programas

operativos los más utilizados para las tareas escolares y la red Social Facebook y los portales de búsqueda los usos más comunes que hacen de internet. (...) Si bien reconocen utilizar asiduamente la red social Facebook, lo hacen de manera individual y en el ámbito de sus hogares. En gran medida además, se vinculan a las herramientas a partir de las tareas escolares de sus hijos/as. Estos jóvenes otorgan sentido a las TIC en función de las prácticas laborales que desarrollan. Aquellos jóvenes cuyo trabajo requiere mayores habilidades en el uso de tecnología desarrollan una conciencia mayor respecto a su importancia. Asimismo valoran la presencia de los artefactos tecnológicos y las posibilidades unidas a ellos más allá de las funciones de entretenimiento y comunicación” (Fornasari, 2014:3,4).

¿En qué fase están los venezolanos ante a la apropiación de contenidos útiles en redes sociales para la prevención del VIH? Páez (2011) detalla en su artículo “El gobierno electrónico en América Latina desde una perspectiva crítica” que el nivel del gobierno electrónico apenas está en “fase informacional” a pesar de la amplia reglamentación en la materia, por lo que todavía hay “por delante un largo camino que recorrer antes de poder alcanzar plenamente su propósito de impulsar la participación ciudadana” (Páez, 2011:67). En efecto, la principal razón por la cual los venezolanos tienen que acceder a portales de gobierno electrónico es recibir o enviar información (por ejemplo: Seniat, Ivss, Consejo Nacional Electoral, Cencoex, banca pública y/o privada, etcétera). Esto denota poca cultura de apropiación de contenidos en medios electrónicos, por lo que es necesario impulsar políticas coordinadas y duraderas entre las diferentes organizaciones que luchan contra el VIH en el país para lograr la apropiación y el consecuente empoderamiento para la cultura de prevención de esta enfermedad.

Conclusiones

La apropiación es un proceso fundamental para garantizar el éxito de cualquier campaña informativa, sobre todo de carácter social. En el caso de la prevención del VIH en la población juvenil hay que revisar las estrategias comunicacionales porque las campañas tradicionales (charlas, talleres, jornadas de entrega de condones, etcétera) no han dado los resultados esperados.

Aunque muchos organismos públicos y Organizaciones No Gubernamentales que luchan contra el VIH tienen sus respectivas cuentas en redes sociales por donde emiten mensajes a favor de la cultura de prevención, deben trabajar bajo la premisa de la apropiación para que los usuarios internalicen la utilidad de estos mensajes y hagan suyas estas redes para el empoderamiento.

Es menester que tanto organizaciones como personal responsable en el tema del VIH-Sida, y por extensión cualquier Infección de Transmisión Sexual (ITS), tengan en cuenta que el éxito depende en la medida que se logre concienciar a los usuarios de tal forma que se apropien de las redes sociales y sus contenidos relacionados, para que ellos mismos, como interesados en su propia salud, adopten una cultura de prevención autónoma.

Por supuesto, nunca sobrarán las campañas tradicionales de prevención (talleres, charlas, conferencias, jornadas, reparticiones de condones, etcétera) pero ellas carecerán de efectividad si los beneficiarios solo actúen como receptores pasivos, independientemente del interés momentáneo que puedan manifestar en el momento de recibir la información.

Tanto organismos públicos y privados de salud y Derechos Humanos, así como Organizaciones No Gubernamentales vinculadas al VIH-Sida-ITS deben aprovechar la gratuidad, rapidez y alcance de las redes sociales más apropiadas de acuerdo con sus respectivos públicos metas, siempre y cuando trabajen bajo el enfoque de la apropiación y su consecuente empoderamiento.

Referencias bibliográficas

Caracol Radio (Colombia). **Director regional de Onusida para América Latina promueve el uso de Facebook y Twitter para luchar contra el VIH**, disponible en: http://caracol.com.co/radio/2012/04/13/internacional/1334279640_669267.html (Consulta: 2016, marzo 1).

Cardon, Dominique (2005). **La innovación por el uso. Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información**, disponible en: <http://vecam.org/article590.html> (Consulta: 2016, marzo 3).

Castells, Manuel (2013). **Facebook de Manuel Castells**, disponible en: <https://www.facebook.com/manuel.castell.714> (Consulta: 2014, noviembre 10).

- Diccionario de la Real Academia Española** (2016), disponible en: <http://dle.rae.es/> (Consulta: 2016, marzo 2).
- Estrategia Nacional de VIH/SIDA para los Estados Unidos (NATIONAL HIV/AIDS STRATEGY FOR THE UNITED STATES) del 13 de julio de 2010, firmada por el presidente Barack Obama**, disponible en: <http://salvasida.org/portal/content/view/779/130/> (Consulta: 2016, marzo 20)
- Fornasari, María Elisa (2014). **Los jóvenes de contextos rurales y su relación con las TIC en San Luis, Argentina. Aproximaciones a las prácticas y tensiones en el proceso de apropiación**, Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación Num. 125, disponible en: http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/45/html_25 (Consulta: 2016: marzo 2).
- Moreno, Alejandro (1998). **Historia de vida de Felicia Valera**. Caracas, Fondo Editorial Conicit.
- Morillo, Ángel (2015). Experiencias de apropiación social de las TIC desde el método etnográfico y hermenéutico. Maracaibo, Venezuela, Quórum Académico, Vol 12 num 2.
- Neüman, María (2008). **Construcción de la categoría “Apropiación Social”**. Maracaibo, Venezuela, Quórum Académico, vol 5, num 2.
- Neüman, María (2008). **La apropiación social como práctica de resistencia y negociación con la modernidad**. Caracas, Anuario ININCO. Vol. 20, núm. 1. pp. 47-78.
- Ochoa, Kelly (2012). **Los jóvenes y el uso de las redes sociales Facebook y Twitter: La satisfacción de sus necesidades**. Maracaibo, Universidad del Zulia, Tesis para optar al título de Magister en Ciencias de la Comunicación.
- ONUSIDA (2013). **Informe sobre la epidemia mundial de sida 2013**, disponible en: http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/UNAIDS_Global_Report_2013_es_1.pdf (Consulta: 2014, noviembre 3).
- Páez, Ángel (2011). **El gobierno electrónico en América Latina desde una perspectiva crítica**. Maracaibo, Contratexto N° 20 (pp 65-78).
- Sierra Caballero, Francisco y Gravante, Tommaso (2012). **Apropiación tecnológica y mediación. Líneas y fracturas para pensar otra Comunicación posible**. Sevilla, España, Editorial Cosmopolíticas.

- Triviño, Ana Isabel. **Redes Sociales y Medios de Comunicación. Un reto y una oportunidad**, disponible en: https://www.academia.edu/1110814/Redes_sociales_y_medios_de_comunicaci%C3%B3n._Un_reto_y_una_oportunidad (Consulta: 2014, octubre 20).
- Unesco (2003). **Un enfoque cultural de la prevención y la atención del VIH/SIDA. Proyecto de investigación UNESCO/ONUSIDA. Información, educación y comunicación culturalmente adecuadas.** Colección especial de manuales metodológicos, N° 1 División de Políticas Culturales y Diálogo Intercultural. UNESCO 2003. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001255/125589s.pdf> (Consulta: 2014, octubre 5).
- Universidad de Palermo. **Otros ejemplos de uso de la web 2.0 en la prevención del VIH.** Disponible en: <http://www.colombia.com/tecnologia/actualidad/sdi/2229/facebook-y-twitter-un-desafio-para-la-comunicacion-20> (Consulta: 2016, marzo 1).
- Vidal, Tomeu y Pol, Enric (2005). **La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares.** España, Anuario de Psicología, vol. 36, n° 3, diciembre 2005, Pág. 281-297.