

Campagne mondiale 2001 contre le SIDA

Ça me concerne ... et toi ?

« Ca me concerne ... et toi ? » : tel est le slogan retenu pour la seconde année d'une Campagne sur deux ans, destinée à focaliser l'attention sur le rôle des hommes dans l'épidémie de SIDA et l'action pour la contrer. Ce slogan a été choisi, car il résume les discussions autour du rôle des leaders et des besoins des jeunes hommes, tout en étant suffisamment large pour examiner d'autres questions relatives à la prévention et à la prise en charge, aux personnes des deux sexes et aux différents groupes d'âge. La nouvelle Campagne vise à impliquer plus pleinement les hommes, en particulier les jeunes hommes, dans l'action contre le SIDA ; à insister sur la nécessité urgente d'activités nationales spécialement conçues pour les hommes dans le cadre de la lutte contre l'épidémie ; et à susciter l'engagement, tant personnel que politique, des dirigeants dans la riposte au fléau.

A travers le monde, les femmes sont particulièrement exposées au risque d'infection à VIH, car elles n'ont pas le pouvoir de décider où, quand et comment un rapport sexuel peut avoir lieu. Toutefois, on reconnaît moins bien que les croyances et attentes culturelles générant le risque pour les femmes aggravent également la propre vulnérabilité des hommes. Le nombre de cas d'infection à VIH et de décès dus au SIDA est plus élevé chez les hommes que chez les femmes sur tous les continents, sauf en Afrique Subsaharienne. Les jeunes hommes sont plus exposés au risque que leurs aînés : une personne séropositive sur quatre est un jeune homme de moins de 25 ans.

Une partie de l'action visant à enrayer le cours de l'épidémie doit porter sur la remise en question des concepts néfastes de masculinité, et le changement de bon nombre d'attitudes et de comportements communément adoptés, y compris la vision que les hommes ont du risque et la façon dont la société modèle ses garçons pour en faire des « hommes ». D'une manière générale, les hommes sont censés représenter la force physique, la force de caractère, l'audace et la virilité. Certaines de ces attentes se traduisent en façons de penser et en comportements qui mettent en péril la santé et le bien-être des hommes et de leurs partenaires sexuel(le)s. D'autres comportements et attitudes, en revanche, offrent un précieux potentiel dont les programmes de lutte contre le SIDA peuvent tirer parti.

Axer la Campagne sur les hommes, c'est aussi reconnaître le fait que les hommes sont souvent moins enclins que les femmes à consulter pour bénéficier de soins médicaux. Sauf dans un petit nombre de pays, les hommes ont, par rapport aux femmes, une moindre espérance de vie à la naissance et un taux supérieur de décès à l'âge adulte. Il faut dire que les garçons, à qui l'on fait croire dès l'enfance que « les vrais hommes ne tombent pas malades » se considèrent souvent comme invulnérables, à l'abri de la maladie et du risque. La sous-utilisation des services de santé par les hommes est révélatrice. Il faut accorder davantage d'attention aux besoins des hommes en matière de santé, et notamment de ceux qui vivent avec le VIH et le SIDA.

La participation plus pleine des hommes à la lutte contre le SIDA se justifie à bien des égards. Partout dans le monde, les hommes ont tendance à avoir plus de partenaires sexuel(le)s que les femmes, y compris des relations extraconjugales, ce qui majore leur propre risque - et du même coup celui de leur partenaire attiré(e) - de contracter l'infection à VIH. Plus de 70% des cas d'infection à VIH dans le monde sont imputables aux rapports sexuels entre hommes et femmes, et 10% aux rapports sexuels entre hommes. Le secret, l'opprobre et la honte rattachés au VIH enveniment la situation : nombre d'hommes et de femmes, craignant d'être montrés du doigt, n'arrivent pas à reconnaître qu'ils ont contracté l'infection à VIH.

Un certain nombre de circonstances spéciales génèrent pour les hommes un risque particulièrement élevé d'infection à VIH. Les hommes qui travaillent loin de chez eux, séparés de leur famille, peuvent être amenés à payer les services de professionnel(le)s du sexe et à consommer certaines substances comme de l'alcool, en particulier, afin d'évacuer leur stress et de noyer leur solitude. Les hommes qui évoluent dans des milieux typiquement masculins, tels que l'armée, peuvent se retrouver fortement influencés par une culture qui incite à la prise de risque, y compris le rapport sexuel non protégé. De même, dans certains établissements non mixtes, notamment les prisons, des hommes qui en temps normal préfèrent les femmes auront des rapports sexuels non protégés avec d'autres hommes.

La violence masculine - les guerres et les déplacements de population qu'elles occasionnent, ainsi que les rapports sexuels forcés - favorise la propagation du VIH. Chaque année, des millions d'hommes se rendent coupables de violences sexuelles à l'égard de femmes, de filles, ou d'autres hommes, parfois au sein même de leur propre famille ou foyer. L'UNICEF, dans son rapport paru en 2000, déclare qu'à travers le monde, au moins une femme sur trois a été, au cours de sa vie, battue, forcée d'avoir des rapports sexuels ou victime d'autres types de mauvais traitements.

Une partie de notre tâche consiste à convaincre les leaders de s'exprimer en tant qu'ami, parent et citoyen du monde, concerné. Cette Campagne mondiale contre le SIDA, axée sur les hommes, donne aux dirigeants du monde entier une occasion de réaffirmer leur engagement en faveur de la lutte contre le VIH/SIDA. Elle offre un cadre où exprimer sa préoccupation de voir l'épidémie se propager aussi rapidement et où insister sur la nécessité d'une action unifiée. Elle donne également à ces dirigeants la possibilité non seulement de s'exprimer en tant que personnes investies d'une haute responsabilité officielle, mais également d'agir d'égal à égal, et d'user de leur réputation personnelle, pour la prévention du VIH et la prise en charge des personnes infectées.

D'un autre côté, il faut trouver le juste milieu entre reconnaître en quoi le comportement des hommes contribue à la propagation de l'épidémie, et en quoi ils détiennent le potentiel nécessaire pour inverser cette tendance. Responsables politiques, travailleurs de première ligne, pères, fils, frères et amis : à quelque titre que ce soit, les hommes ont tous beaucoup à donner. Il faut les encourager à adopter des comportements constructifs, et à s'investir bien davantage dans la prise en charge de leur partenaire et de leur famille. Les études à travers le monde montrent que les hommes participent en général moins que les femmes à la prise en charge de leurs enfants. Quant à l'épidémie de SIDA, responsable déjà de plus de 13 millions d'orphelins, elle engendre une situation telle qu'il est urgent que les hommes comme les femmes donnent de l'amour aux enfants que la maladie a privés à jamais de leurs parents, et pourvoient aux besoins matériels - nourriture, logement, vêtements et frais de scolarité - de ces jeunes victimes.

Tout ceci ne signifie pas pour autant la fin des programmes de prévention pour les femmes et les filles. L'idée de la Campagne est plutôt de compléter ces programmes. Les travaux visant à faire prendre davantage conscience des réalités sexospécifiques doivent se concentrer sur les besoins des deux sexes. La Campagne est conçue pour générer du matériel à l'usage des organisations nationales et locales, pour la conception de leur propre campagne à partir du slogan « Ca me concerne ... et toi ? », tout en répondant aux priorités locales.

La Campagne canaliserà l'attention grâce à une série de documents sur les thèmes suivants :

- Les dirigeants
- Les relations avec les femmes, eu égard à la violence, aux rapports sexuels forcés, aux « vieux protecteurs »
- La consommation d'alcool et le VIH
- Les consommateurs de drogues injectables (CDI) et le VIH
- Les hommes ayant des rapports sexuels avec d'autres hommes (HSH)
- Les hommes en tant que dispensateurs de soins et pères - c'est-à-dire, la participation des hommes à la prise en charge des autres membres de la famille vivant avec le VIH/SIDA et la question de la paternité
- Les jeunes hommes
- La promotion et la distribution des préservatifs.

Pour de plus amples renseignements concernant la Campagne mondiale contre le SIDA, contacter Andrew Doupe, point focal pour la Campagne mondiale contre le SIDA, ONUSIDA, Genève (+41 22) 791 4765, ou e-mail : doupea@unids.org. Vous pouvez également consulter la Page d'Accueil de l'ONUSIDA sur Internet (<http://www.unids.org>).