



Se llevó a cabo, en la Ciudad de México, la Reunión de Ministros de Salud y Educación para detener el VIH-Sida en Latinoamérica y el Caribe. Durante el evento, funcionarios del área caribeña propusieron incluir en la declaración formal del encuentro la promoción de la abstinencia como método para combatir la propagación de las enfermedades de transmisión sexual; la propuesta fue rechazada por sus colegas, que prefirieron apoyar el aumento a la propaganda del condón y otros métodos anticonceptivos.

Todos estamos de acuerdo en que cada quien es libre y responsable de su vida y sus decisiones; sin embargo, la pregunta permanece.

¿Por qué cancelar de plano siquiera la mención de la abstinencia como forma de prevenir el contagio de las enfermedades sexuales, cuando es el único método 100 por ciento efectivo existente en la actualidad? La respuesta reside no en los intrínquilis de la política médica, sino en la propia visión de la sociedad sobre sí misma y sobre su población joven.

Durante la mayor parte de la historia, la raza humana educaba a sus hijos en la disciplina y el trabajo, de modo que, tras ceremoniales que variaban de cultura en cultura, los niños se convertían en hombres, en otra palabra: maduraban. Sin embargo, sobre todo durante los últimos 50 años, la sociedad ha venido educando (por llamarlo de alguna manera) a sus hijos, no para que lleguen a ser adultos, sino para hacerlos niños perpetuos, incapaces de madurar aunque físicamente tengan 60 años.

Este fenómeno, presente en gran parte de la población, se refleja con meridiana claridad en el comportamiento adolescente, que es cada vez más similar al de las peores facetas del de los niños: egoísta e irracional, guiado por impulsos y la búsqueda de la satisfacción personal; de hecho, la única diferencia entre ambos es el enfoque de los intereses. En el joven de 15 o más años ya no son los juguetes, sino las drogas; ya no los balones, sino el alcohol; ya no los dulces, sino el sexo.

¿Quién gana con esta situación?

Simple: alguna vez dijo Emilio González, Gobernador de Jalisco, que, si se iba a regalar condones, de una vez se otorgaran vales para el motel y el “six” de

cerveza. Bueno, pues tiene razón. Estos negocios van en conjunto, todos ellos se enriquecen con el frenesí sexual, empezando por las empresas dedicadas a la pornografía, que según la revista Forbes mueven sesenta mil millones de dólares al año; las alcohólicas, cuyos millonarios gastos en propaganda se dirigen principalmente a los jóvenes; los “antros”, tan proclives además a servir de tapadera para el lavado dinero y, como lógico fin de la cadena, los centros abortistas, como Planned Parenthood, que tuvo ingresos por más de 700 millones de dólares durante el periodo fiscal 2002-2003.

De ahí la infinita necedad de los ministerios de salud del continente al negarse a promover la abstinencia, porque su interés real no es el bienestar de los jóvenes, sino alejar de ellos cualquier concepto de responsabilidad personal. Por eso buscan la promoción indiscriminada del condón y la píldora del día siguiente, porque estos métodos representan “placer sin consecuencias”, mientras que la abstinencia requiere disciplina y esfuerzo, dos conceptos que la sociedad actual rechaza tajantemente, pues, si se los enseñaran a los jóvenes, quizá estos maduren, lo que haría más difícil manipular sus hábitos de consumo... ¡y detrás de esos hábitos hay mucho, pero mucho dinero!

[Preguntas o comentarios](#)