



## **IMLAS - Informe de Actividades 2010**

**OBJETIVO:** Fortalecer la alianza entre los medios de comunicación de América Latina para que utilicen sus recursos comunicativos en favor de una respuesta conjunta a la epidemia del VIH/sida.

### **SUB-OBJETIVOS:**

1. Afianzar el liderazgo de los medios y construir capacidades dentro de las emisoras en la respuesta al VIH/sida.
2. Dedicar recursos mediáticos, incluyendo tiempo de aire y recursos creativos y de programación, para difundir mensajes relacionados con el VIH/sida a través de una amplia variedad de plataformas (noticieros, drama, comedia, reality shows, talk shows, telenovelas, deportes, música, etc.).
3. Colaborar y apoyar las respuestas locales incluyendo las de las agencias gubernamentales nacionales y regionales, ONGs y redes de personas que viven con VIH/sida.
4. Aumentar el acceso y la creación de fuentes de información sobre VIH/sida.
5. Forjar alianzas estratégicas con organizaciones deportivas, telecomunicaciones y otros actores clave para ampliar el alcance.

### **RESULTADOS BUSCADOS:**

1. Estimular la discusión abierta sobre el VIH/sida
2. Fortalecer el sentido de comunidad en relación a la respuesta frente al VIH/sida
3. Disminuir el estigma que rodea al VIH y la discriminación hacia las personas que viven con VIH
4. Crear el sentido de unificación regional en la respuesta al VIH/SIDA en toda América Latina

**Cuarenta (40) emisoras en (12) países y (2) emisoras regionales  
han participado de las actividades de IMLAS**

La IMLAS cuenta con el apoyo de los siguientes aliados estratégicos:

1. Asociación para la Salud Integral y la Ciudadanía de América Latina y el Caribe – ASICAL  
[www.asicla.org](http://www.asicla.org).
2. ICW Latina – Comunidad Internacional de Mujeres Viviendo con VIH/Sida  
[www.icwlatina.org](http://www.icwlatina.org).
3. International HIV/AIDS Alliance  
[www.aidsalliance.org](http://www.aidsalliance.org).
4. LACCASO – Consejo Latinoamericano y del Caribe de ONGs con Servicio en VIH/Sida  
[www.laccaso.org](http://www.laccaso.org).
5. MLCM+ / Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres +  
[www.mlcpositivas.org](http://www.mlcpositivas.org).
6. Red Jóvenes Latinoamerican@s Unid@s en respuesta al VIH/Sida  
[www.redjlu.org](http://www.redjlu.org).
7. Red Lactrans – Red Latinoamericana y del Caribe de Personas Trans  
[www.redlactrans.org.ar](http://www.redlactrans.org.ar).
8. RedLa+ / Red Latinoamericana de Personas Viviendo con VIH  
[www.redla.org](http://www.redla.org).





9. RedTraSex – Red de Trabajadoras Sexuales de Latinoamérica y el Caribe  
[www.redtralsex.org.ar](http://www.redtralsex.org.ar).
10. Coalición de Activistas en Tratamiento (CIAT/ITPC)  
[www.latinciat.net](http://www.latinciat.net).

Este año la IMLAS ha desarrollado proyectos conjuntos con CARE Ecuador y Fundación VIHDA (Ecuador), Letra S y Merck (México), Art | Global Health Center at UCLA y el Instituto de las Américas (EE.UU.).

## **INFORME SOBRE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN 2010**

### **1) Taller de sensibilización y construcción de habilidades para periodistas.**

A través de la utilización de la metodología de trabajo en taller, se intercambiaron experiencias de manera dinámica y participativa. Los mismos contaron con la presencia de representantes de las personas que viven con VIH, representantes de poblaciones vulnerables y expertos nacionales de alto nivel (agencias de las ONU, científicos, representantes gubernamentales, etc.) y se realizaron visitas de campo. **En total, se capacitaron 67 periodistas.**

El abordaje metodológico que proponen las capacitaciones realizadas por la IMLAS se basa en el compromiso de las compañías de medios a través de la nominación de un periodista que representará a la emisora. Uno de los mayores desafíos de toda capacitación dirigida a periodistas consiste en la construcción de capacidad instalada en el medio independientemente de la participación individual del periodista. En este caso, como los periodistas están representando a sus compañías, el compromiso, el conocimiento y las habilidades permanecerán incluso si la persona capacitada deja de trabajar en este campo o abandona la organización.

Además, [www.imlasida.org](http://www.imlasida.org) continúa siendo una plataforma online para el seguimiento de la capacitación permitiendo a los periodistas un acceso permanente a fuentes de información actualizadas sobre la epidemia de VIH/SIDA en la región.

#### **1.1) Programa de sensibilización e información en VIH/sida para periodistas de América Latina en el marco de la responsabilidad social.**

Llevado a cabo en Quito, Ecuador, entre el 31 de mayo y el 1 de junio, participaron veintiún (21) periodistas ecuatorianos, junto con seis (6) del resto de la región. El taller fue co-patrocinado por CARE y la IMLAS y contó con financiación adicional proveniente de la Unión Europea a través de CARE Ecuador.

Participaron periodistas de Señal Colombia y TeleAntioquía (Colombia), Agencia de Noticias AIDS (Brasil), Red Pat (Bolivia), Medcom (Panamá) y TV UNAM (México) y representantes de los siguientes medios ecuatorianos: TC Televisión, Noticiero Sin Frontera, Radio Centro, Cocoa USFQ, Radio Encantada, UCE, La Hora, El Chulla, Radio Magia FM, El Universo, Canal 9, Ecos de Cayambe, CPP, Agencia EFE, Multimedia, Sistema Radial Carrusel, Radialistas, Radio Luz, Radio Santa Cruz, Teleinsular, Consejo Gobierno Galápagos.





## **1.2) La Migración del VIH/sida. Taller profesional para periodistas y comunicadores.**

Llevado a cabo entre el 16 y el 19 de agosto de 2010 en San Diego, CA, EE.UU., contó con la participación de veinte (20) periodistas de once (11) países de la región. El taller fue co-patrocinado por el Instituto de las Américas y la IMLAS. El taller incluyó una visita de campo a la ciudad de Tijuana, en la frontera entre México y EE.UU., para visitar un programa de reducción de daños en usuarios de drogas inyectables y un programa de prevención del VIH/sida destinado a trabajadoras sexuales.

Participaron representantes de los siguientes medios: Televisa y TV Azteca (México), Canal 13, Clarín y Telefe (Argentina), Teletica (Costa Rica), Canal 11 (Nicaragua), Caracol TV y RCN (Colombia), Medcom y TVN (Panamá), Univision Miami, Univision Phoenix, Univision Sacramento (EEUU), Canal 1 (Ecuador), EyeWorks Brasil (Brasil), Radio Pachamama (Bolivia), Ministerio de Salud y Periódico Hoy (República Dominicana)

Algunos ejemplos de la cobertura:

Foro TV / Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=xma00pPEneE>

Foro TV / Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=Bc1ExWbhGAQ>

Foto TV / Televisa (México): [http://www.youtube.com/watch?v=cgbPGpsIR\\_w](http://www.youtube.com/watch?v=cgbPGpsIR_w)

## **1.3) Guía de cobertura sobre VIH/SIDA. Destinada a equipos de noticias de la Copa Mundial FIFA 2010**

Se desarrolló y distribuyó material con información general sobre VIH/sida, el estado de la epidemia en Sudáfrica y una descripción de actividades relacionadas con VIH/sida a llevarse a cabo en Sudáfrica durante la copa mundial FIFA para su cobertura. El mismo fue distribuido a los miembros de IMLAS junto con una lista de 275 periodistas de toda la región.

## **1.4) Capacitación para periodistas de MEDCOM (Panamá)**

Trece (13) periodistas y productores del canal de televisión MEDCOM de Panamá participaron en una capacitación de dos horas. Durante la misma se presentó un panorama general de la epidemia del VIH/sida y se propusieron maneras en las que los medios pueden ser parte de la respuesta.

## **1.5) Capacitación y cobertura de 2 equipos periodísticos a la XVIII Conferencia Internacional sobre el SIDA (AIDS2010).**

Dos equipos periodísticos asistieron a la XVIII Conferencia Internacional sobre el SIDA gracias al apoyo de IMLAS: un periodista y un cameraman de Foro TV (Televisa, México) y un periodista de TN (Artear, Argentina) que contó con el soporte de un cameraman contratado en Viena.

Por otro lado, también se desarrolló y distribuyó entre todos los miembros de IMLAS y periodistas de la región, una guía para aquellos que no participaron de la Conferencia (se adjunta la versión final). Por último, los comunicados de prensa oficiales diarios fueron traducidos al español (ver listado de agradecimientos en el sitio Web de la Conferencia) y enviados a un listado de periodistas de América Latina. Ejemplos de cobertura:





TN/ Artear (Argentina): [http://www.youtube.com/watch?v=14hHcuPL\\_8I](http://www.youtube.com/watch?v=14hHcuPL_8I)

TN/ Artear (Argentina): [http://www.youtube.com/watch?v=kl1uQZbUm\\_A](http://www.youtube.com/watch?v=kl1uQZbUm_A)

Foro TV/ Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=Sc0oXog1U7k>

Foro TV/ Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=VX7U0XwavWY>

Foro TV / Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=2ByXVUrdzX8>

Foro TV / Televisa (México): <http://www.youtube.com/watch?v=yQFEJWnKZQU>

## 1.6) Capacitación para los periodistas de Foro TV (Televisa, México)

El 12 de octubre en la Ciudad de México, 8 periodistas participaron en una capacitación de dos horas. Durante la misma se presentó un panorama general sobre la epidemia de VIH/sida y se propusieron maneras en las que los medios pueden ser parte de la respuesta.

## 2) Taller de sensibilización y construcción de habilidades para guionistas y productores de TV.

Se llevaron a cabo talleres para ejecutivos, guionistas y productores de las emisoras utilizando una metodología audiovisual y participativa que incluyó el intercambio de experiencias. Participaron de los mismos 90 ejecutivos, guionistas y productores.

### 2.1) Programa de sensibilización y formación en VIH/sida para guionistas y productores de TV

Se realizaron tres talleres de capacitación en Bogotá, Colombia, entre el 27 y el 28 de abril del que participaron 45 (cuarenta y cinco) guionistas y productores de cinco canales de televisión del país (Caracol TV, RCN, Canal Universitario Zoom, Fox Telecolombia, Señal Colombia). Se desarrolló material audiovisual interactivo especial para esta capacitación que se encuentra disponible para ser utilizado en actividades futuras.

### 2.2) Programa de sensibilización y formación en VIH/sida para guionistas y productores de Televisa.

Se llevó a cabo una capacitación en la Ciudad de México, México, el 13 de octubre dirigida a 45 (cuarenta y cinco) guionistas y productores de la cadena Televisa. Para la misma, se utilizó material audiovisual interactivo desarrollado para el taller. Se apuntó a familiarizar a los participantes con los recursos de programación de IMLAS y *Pasión por la Vida*, con los materiales de referencia y con el desarrollo de programación específica que permita a cada emisora cumplir con los compromisos asumidos con IMLAS.

Las consultas de seguimiento y la revisión de guiones asegurarán que los nuevos conocimientos/habilidades se apliquen a programas con grandes audiencias. La inclusión de actores sociales locales relacionados con el VIH creará relaciones duraderas entre los medios y la comunidad del SIDA en cada uno de los países.

### 2.3) Reuniones de sensibilización.

Se realizaron reuniones de sensibilización con ejecutivos de TV con el objeto de comprometer a la emisora con las acciones de la IMLAS en México, Argentina, Perú y Colombia de la que participaron 17 ejecutivos.



Durante este año, se realizaron las siguientes sesiones de sensibilización:

- Reunión con Pablo Cullel y Sebastián Ortega (Underground Productions, Argentina)
- Reunión con Marcos Carnevale (Pol-Ka, Argentina)
- Reunión con Clara Reyes, Jefa de Comunicaciones (Ecuavisa, Ecuador)
- Reunión con Jennifer Nájera, Gerente de Producción (RTS, Ecuador)
- Reunión con Estefanía Isaías y José María Rivas, Vicepresidente Ejecutivo (Canal UNO, Ecuador)
- Reunión con Alfredo Adum, Director de Producción, Programación e Imagen (TC Televisión, Ecuador)
- Reunión con Alejandro Suaya (Rosstoc, Argentina)
- Reunión con Ricardo Olivella (TVN, Panamá)
- Reunión con Patricia Campana (TELEFE, Argentina)
- Reunión con Taira Peña (TELEFE, Argentina)
- Reunión con Pablo Lago (Guionista argentino)
- Reunión con Marcelo Camaño (Guionista argentino)
- Reunión con Epigmenio Ibarra, Presidente (Argos TV, México)
- Reunión con Antonio Alonso, Director General de Planeamiento y Desarrollo (Televisa, México)
- Reunión con Sean Saylor, VP Creativo, (MTV LA, Miami)

### 3) Trabajo en contenidos

Con el objeto de incorporar contenidos relacionados al VIH/sida en los diferentes géneros y plataformas televisivas, se trabajó con las siguientes emisoras y productoras:

- Asesoramiento al Programa de TV “Animales Suelos” (América TV, Argentina).  
[http://www.youtube.com/imlaspasion#p/a/u/0/LKB5BxmEj\\_E](http://www.youtube.com/imlaspasion#p/a/u/0/LKB5BxmEj_E)  
<http://www.youtube.com/imlaspasion#p/a/u/1/7ELWwadivE>
- Asesoramiento al Programa de TV “Vértigo” (TELEFE, Argentina)  
<http://www.youtube.com/imlaspasion#p/a/u/2/LbxxZl3EgJU>
- Asesoramiento al Programa de TV “Sexo a lo Bien” (TeleMedellín, Colombia).
- Asesoramiento al Programa de TV “Violent” (Fox TeleColombia, Colombia)
- Asesoramiento al Programa de TV “Showmatch” (Canal 13, Argentina).
- Asesoramiento a la novela “Teresa” (Televisa, México)
- Asesoramiento al Programa de TV “CQC” (Eye Works, Argentina)
- Asesoramiento al Programa de noticias (Telefe, Argentina)

### 4) Materiales para la Capacitación

- Impresión de las presentaciones en Power Point utilizadas durante las capacitaciones y de otros materiales que se distribuyeron entre los periodistas y/o guionistas.
- Realización de un reel de contenidos destacados producidos en América Latina relacionados con el VIH/sida destinado a participantes de diferentes actividades.
- DVD con programas especiales ofrecidos por la IMLAS libres de derechos



- Lapiceras de la IMLAS para ser distribuidas en los talleres.
- Blocks de la IMLAS para ser distribuidos en los talleres.
- Desarrollo de una guía para periodistas para la cobertura de la Copa Mundial FIFA 2010.
- Desarrollo de una guía para periodistas para la cobertura de la Conferencia Internacional sobre SIDA.

## 5) Especiales de ficción

Se produjo un nuevo unitario de ficción que, junto a cuatro (4) otros unitarios y un documental, fueron distribuidos libres de derechos a todos los miembros de la IMLAS. También se realizó una reedición de la versión de una hora del documental “Pasión por la Vida” obteniendo como resultado cuatro (4) especiales documental de media hora de duración.

- “Sutiles Diferencias”, el nuevo unitario de ficción fue emitido por canal El Trece (Argentina) y por Canal 12 (Uruguay)  
[http://www.youtube.com/watch?v=DQ\\_RXQMTqT0](http://www.youtube.com/watch?v=DQ_RXQMTqT0)
- “Hoy me desperté” fue emitido por Telemedellín (Colombia), Asociación de Televisoras Educativas Iberoamericanas (Regional), Caracol TV (Colombia), Canal Universitario Zoom (Colombia)  
<http://www.youtube.com/watch?v=A0VETu187Q>
- “Reparaciones” fue emitido por Telemedellín (Colombia), VosTV (Nicaragua)  
<http://www.youtube.com/watch?v=SxQ5K7Gktp8>
- “Oportunidades” fue emitido por Telemedellín (Colombia), VosTV (Nicaragua), Asociación de Televisoras Educativas Iberoamericanas (Regional)  
<http://www.youtube.com/watch?v=zWUChpKmY8A>
- “Revelaciones” fue emitido por Telemedellín (Colombia), Canal 1 (Ecuador), VosTV (Nicaragua), Asociación de Televisoras Educativas Iberoamericanas (Regional)  
<http://www.youtube.com/watch?v=dul8tVwcSMQ>
- “Pasión por la Vida” fue emitido por Telemedellín (Colombia), Teleantioquía (Colombia), Asociación de Televisoras Educativas Iberoamericanas (Regional), Canal 22 (Uruguay), Caracol TV (Colombia)  
[www.pasionporlavidia.org/especial](http://www.pasionporlavidia.org/especial)

## 6) Campaña Pasión por la Vida

“Pasión por la Vida” es la primera campaña regional producida por la IMLAS. Se basa en las premisa que las características distintivas de América Latina son el fervor, la pasión y la intensidad para hacer frente a la vida. El objetivo principal es destacar y promover esta actitud frente al VIH/sida. América Latina cree en el futuro y ofrece su pasión para contribuir con una respuesta regional y efectiva frente a la epidemia del VIH.

La campaña apunta a ponerle cara a la epidemia a través de historias reales de personas que viven con VIH en América Latina, y a alentar al público a buscar más información para luchar contra el estigma relacionado





con el VIH. Los spots documentales fueron filmados en escenarios naturales en cinco ciudades de la región mostrando que el VIH/sida puede afectar a cualquiera de nosotros o de nuestros seres queridos.

La campaña consiste en spots radiales y televisivos de servicio público (PSA) que hacen referencia a un sitio Web [www.pasionporlavid.org](http://www.pasionporlavid.org) / [www.paixaopelavida.org](http://www.paixaopelavida.org). El sitio Web apunta a canalizar preguntas, preocupaciones o diferentes necesidades que la campaña pueda, eventualmente, despertar en el público. Allí se provee información sobre el VIH y sobre la campaña junto con una guía de recursos. Hay secciones interactivas en las que se muestran los spots, escenas de backstage y entrevistas más largas a los protagonistas. Además, hay diferentes aplicaciones disponibles para ser descargadas y sumarse a la campaña. El sitio Web se promociona a través de e-mail marketing, acciones virales y en redes sociales.

La segunda ola de la campaña Pasión por la Vida fue televisada por TV Unam (México), Telefe (Argentina), Magazine, Metro, Quiero música en mi idioma (Artear, Argentina), Teleantioquía (Colombia), Asociación de Televisoras Educativas Iberoamericanas (ATEI, Regional), Canal 22 (Uruguay), TVN (Panamá), Zoom Canal Universitario (Colombia), TV Globo (Brasil).

Visitas a la página Web durante 2010:

- 
- 28.761 Visitantes únicos
- 114.765 Vistas de página
- 3,25 Páginas por visita
- 2:48 Tiempo promedio de visita

Visitas al Web Log durante 2010:

- 5.643 Visitas
- 3.355 Visitantes únicos
- 1:15 Tiempo promedio de visita

Fans en Facebook: 21.300

Seguidores en twitter: 700

## 7) Campañas online

**7.1) Avancemos más rápido** - <http://www.youtube.com/imlaspasion#p/u/26/RzGRrITj7cw> -

Campaña online que se propone avanzar más rápido que el VIH. En América Latina, cada día 400 personas se infectan con el VIH. La campaña pretende que más de 400 personas por día se unan a Pasión por la Vida.

- 7 banners de la campaña en sitios Web de miembros
- 3621 vistas en You Tube
- 449 postales enviadas

**7.2) En el Día de los Enamorados, dilo con pasión (Campaña de tres días)**

[http://www.pasionporlavid.org/comparte\\_enamorada.php](http://www.pasionporlavid.org/comparte_enamorada.php)





Campaña online consistente en una postal para ser enviada el día de San Valentín

- 160 postales enviadas
- 1.315 visitas durante la campaña
- 7.362 páginas vistas durante la campaña

### 7.3) Día de la prueba de VIH

Campaña online en Facebook basada en el hecho de que en América Latina 2 de cada 3 personas con VIH piensan “Yo no lo tengo”. La pregunta que hicimos fue “¿Tú que piensas?”

- 1.000.000 de impresiones de banners en Mercado Libre en América Latina
- +2,000 clicks
- 412 vistas de página

### 7.4) Pasión MUNDIAL por la Vida

Juego online interactivo en el que se proponía adivinar los resultados de los partidos mientras se respondían preguntas sobre el VIH en América Latina: <http://www.pasionporlavida.org/pasionmundial/>

- 640 jugadores

### 7.5) Un metro, un paso adelante

Campaña online realizada junto a la ONG mexicana Letra S, para promover una exhibición de fotografías de personas que viven con VIH en México, en una estación de Metro en México DF.

### 7.6) Ser positivo, es tener Pasión por la Vida

Campaña online para el 1 de diciembre con celebridades mexicanas: <http://www.pasionporlavida.org/serpositivo/>

