



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MÓNICA HERRERA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Memoria de la estrategia de difusión en medios de comunicación para dar a conocer el trabajo de la Fundación VIHDA y su mensaje acerca de la importancia de la prueba del VIH

**Para optar al grado de
LICENCIADA EN PERIODISMO**

Presentado por:

Lucciola Samanta Salazar Villasagua

Equipo de asesores:

Camila Arosemena

Guayaquil, Ecuador

Marzo, 2018

RESUMEN

El presente trabajo sistematiza la estrategia de comunicación que se llevó a cabo para dar a conocer el trabajo de la Fundación VIHDA y la importancia de la prueba del VIH a través de medios de comunicación tradicionales. Además, detalla la generación de herramientas para difundir información en los canales de televisión y emisoras radiales.

Así mismo, en esta memoria se especifica los resultados de dichas gestiones y se revela los valores que tiene el tiempo aire y los espacios en los medios de comunicación que transmitieron el mensaje antes señalado.

Finalmente, se hace una reflexión sobre los conocimientos que los comunicadores sociales poseen en torno al VIH, y de la responsabilidad social que tienen los profesionales de ésta área en manejar los términos correctos sobre el tema, ya que una sola palabra puede fomentar la discriminación.

Palabras claves

VIH, VHIDA, ONUSIDA, sida, gira de medios, cobertura, entrevistas, radio, televisión, boletín, relaciones públicas, terminología.

ÍNDICE

1. DENOMINACIÓN	6
2. DESCRIPCIÓN	6
3. FUNDAMENTACIÓN.....	6
4. DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS.....	8
4.1 OBJETIVO GENERAL	8
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
5. DESTINATARIOS	9
6. ACTIVIDADES	9
6.1 MATERIAL INFORMATIVO	9
6.2 AGENDA DE MEDIOS	11
6.3 CONVOCATORIA A ACTIVACIÓN	15
6.3 RESULTADOS.....	16
7. RECURSO HUMANO	18
7.1 RELACIONISTA PÚBLICA	18
7.2 VOCERO FUNDACIÓN VIHDA.....	19
7.2 VOCERO PAP.....	19
8. RECURSOS MATERIALES	19
9. FINANCIAMIENTO	19
10. AUTOEVALUACIÓN	21
10.1 EXPERIENCIA DURANTE ENTREVISTAS	21
10.2 APRENDIZAJE PERSONAL.....	24
10.3 RECOMENDACIÓN O SUGERENCIA	25
BIBLIOGRAFÍA	26

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 AYUDA MEMORIA DATOS GENERALES	I
ANEXO 2 AYUDA MEMORIA DATOS RELEVANTES.....	II
ANEXO 3 BOLETÍN INFORMATIVO.....	III
ANEXO 4 BOLETÍN PRENSA	V
ANEXO 5 CONTACTOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN GUAYAQUIL.....	VI
ANEXO 6 REPORTAJE DE RTS SOBRE ACTIVACIÓN	VII
ANEXO 7 PUBLICACIÓN EN EL UNIVERSO, EDICIÓN IMPRESA	VIII
ANEXO 8 PUBLICACIÓN EN EL UNIVERSO, PÁGINA WEB	IX
ANEXO 9 VIDEO DE ACTIVACIÓN EN EL UNIVERSO, YOUTUBE	X
ANEXO 10 PUBLICACIÓN DE DIARIO SÚPER.....	XI
ANEXO 11 TIEMPO EN MEDIOS DURANTE LA GIRA	XII
ANEXO 12 TIEMPO EN MEDIOS DE TODO EL PAP	XIII
ANEXO 13 VALORIZACIÓN TIEMPO AIRE EN RADIO Y TELEVISIÓN.....	XIV
ANEXO 14 VALORES EN LOS DIARIOS EL UNIVERSO Y SÚPER	XV
ANEXO 15 COTIZACIÓN DEL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS	XVI
ANEXO 15 PUBLICACIONES DE CNN Y ABC.....	XVII

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 AYUDA MEMORIA PARA VOCERO DEL PAP	10
TABLA 2 VALOR TIEMPO AIRE EN MEDIOS AUDIOVISUALES	17
TABLA 3 VALOR DE ESPACIOS EN MEDIOS IMPRESOS	18
TABLA 4 VALOR RESPUESTA DE LOS MEDIOS ACCIONES DEL PAP	18
TABLA 5 PRESUPUESTO GASTADO	20
TABLA 6 DETALLES DE COTIZACIÓN DE VALORES DE MOVILIZACIÓN....	20
TABLA 7 VALOR EN MERCADO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PAP.....	21
TABLA 8 AHORRO EN LA ESTRATEGIA POR GESTIONES DEL PAP	21

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1. AGENDA FUNDACIÓN VIHDA.....	12
IMAGEN 2. VOCEROS DURANTE ENTREVISTA.....	13
IMAGEN 3 ENTREVISTA RADIO SISTEMA 2.....	13
IMAGEN 4. ENTREVISTA LA PRENSA SPORT.	14
IMAGEN 5. ENTREVISTA GAMAVISIÓN.....	15
IMAGEN 7. COBERTURA DIARIO EL UNIVERSO	16
IMAGEN 6. COBERTURA RTS.....	16

1. DENOMINACIÓN

El presente documento ha sido denominado como “Memoria de la estrategia de difusión en medios de comunicación para dar a conocer el trabajo de la Fundación VIHDA y su mensaje acerca de la importancia de la prueba del VIH” y está anclado al Proyecto de Aplicación Profesional “Acciones de comunicación efectiva para difundir la importancia de realizarse la prueba del VIH para jóvenes guayaquileños”.

2. DESCRIPCIÓN

En este trabajo se busca detallar el plan de acción que se creó para realizar una gira en medios tradicionales de la ciudad de Guayaquil y la respuesta que se obtuvo.

Esta estrategia fue creada principalmente para difundir información sobre la Fundación VIHDA y la importancia de la prueba del VIH. Pero, además, sirvió para anunciar la activación que se llevó a cabo en el Microteatro GYE, como parte de otra acción contemplada en el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP).

Así mismo, en este documento se explica cómo fue la selección de medios de comunicación y el proceso de coordinación de agenda; además, los criterios para la creación de boletines de prensa, así como la elección de los voceros, tanto de la fundación como del Proyecto de Aplicación.

Al final de esta memoria se narra las experiencias con los comunicadores en las entrevistas que se realizaron, y se hace una reflexión sobre la importancia de utilizar una terminología correcta a la hora de abordar el tema VIH en los medios de comunicación.

3. FUNDAMENTACIÓN

Según el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH y Sida (ONUSIDA), en los últimos años se han registrado grandes avances en la lucha para erradicar la epidemia mundial de este virus. En uno de sus informes anuales, la entidad señala que se ha incrementado en 84% el acceso al tratamiento antirretrovírico desde el año 2010 y se ha disminuido en 42% las muertes relacionadas por el sida, desde el 2004 (ONUSIDA, 2015).

Sin embargo, a pesar de los mencionados progresos, el VIH continúa siendo un problema de salud pública a nivel planetario. El motivo principal es la falta de diagnósticos ya que de 36 millones de personas que viven con el virus actualmente, el 47% no lo sabe, es decir 17 millones (ONUSIDA, 2015). De ahí que la organización internacional se propuso, como objetivo fundamental para acabar con el VIH, incrementar el número de detecciones. La meta es que hasta el 2020, el 90% de todas las personas que viven con el virus conozcan su estado serológico.

Este conocimiento permite a aquellas personas que descubren que viven con el virus acceder a medicamentos antirretrovíricos de manera oportuna, evitar el desarrollo del sida y mejorar su expectativa de vida (si se cumple con el tratamiento de forma disciplinada). Pero, además, el saber que se vive con el VIH permite que la persona tome las precauciones necesarias para evitar seguir propagando el virus.

Según el Ministerio de Salud de Argentina: “El acceso al diagnóstico oportuno es un factor determinante para la mejor respuesta al tratamiento de la infección por VIH, una mejoría en la supervivencia de la persona, y lograr una carga viral indetectable que disminuye la transmisión del virus” (MSA, 2017, pág. 1). Esta información fue corroborada por la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud, al publicarla en la web oficial de ambas entidades (PAHO, 2017)

En Ecuador, la fundación VIHDA trabaja en varios programas permanentes de detección temprana y es la única organización no gubernamental que provee acceso gratuito a la prueba del VIH en la ciudad de Guayaquil. Su directora administrativa, Silvia Rivera, asegura que la mayor parte de las personas que se someten al test, lo hacen cuando tienen temor por alguna situación de riesgo que han atravesado. Ella aclara que lo recomendable es que la prueba sea parte de una rutina anual de salud en toda la población.

Rivera señaló además que, a diferencia de décadas anteriores cuando se pensaba que los casos de VIH sólo se registraban en homosexuales y trabajadoras sexuales, actualmente también se registra un alto número de casos nuevos en los jóvenes y en las mujeres con parejas estables. Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), asegurar el acceso de mujeres y adolescentes a servicios de salud será clave para terminar con la epidemia en 2030. En un informe publicado en su página web señala que en el 2014 más

de 17 millones de mujeres mayores de 15 años vivían con VIH en el mundo y entre las nuevas infecciones en adolescentes, el 62% fueron mujeres (OPS, 2016). En dicho documento la embajadora especial de ONUSIDA para América Latina, Lorena Castillo de Varela, señala que para reducir las nuevas infecciones y muertes relacionadas con el VIH se debe “aumentar la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres para que puedan tomar decisiones autónomas sobre su propia salud y vivan libres de toda forma de violencia”.

Así mismo, la Organización Panamericana de la Salud señala en otro reporte que un tercio de los casos nuevos corresponde a jóvenes de 15 a 24 años (OPS, 2017).

De ahí que, como parte del Proyecto de Aplicación Profesional, se realizó una investigación en personas entre 18 y 24 años de edad, en la ciudad de Guayaquil. De 343 encuestados, el 72% manifestó no conocer mucho acerca del VIH, el 65% nunca se ha realizado la prueba y el 72% no conocía que en la Fundación VIHDA realizan el test sin costo alguno.

A raíz de esos resultados, se decidió implementar tres acciones estratégicas para difundir la importancia de la prueba del VIH. Una de ellas consistió en organizar una gira de medios, gestión que además serviría para dar a conocer el trabajo de la fundación y su mensaje de prevención.

4. DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Sistematizar el plan de difusión en medios de comunicación del trabajo de la Fundación VIHDA y de la importancia de la prueba del VIH.

4.2 Objetivos específicos

- Detallar el proceso de creación del material informativo para la difusión del trabajo de la Fundación VIHDA a través de medios de comunicación.

- Dar a conocer el plan de selección de medios de comunicación, cronograma y coordinación.
- Mostrar los resultados de la gira de medios para difundir la importancia de la prueba del VIH.
- Narrar las experiencias compartidas con los comunicadores durante las entrevistas y reflexionar sobre el nivel de conocimiento de VIH en los medios.

5. DESTINATARIOS

El presente trabajo está dirigido a profesionales y estudiantes en las áreas de comunicación social y periodismo. Así mismo, puede ser utilizado como material de consulta para futuros Proyectos de Aplicación Profesional o tesis, que traten sobre acciones comunicativas que aborden temas referentes a problemáticas sociales.

6. ACTIVIDADES

6.1 Material Informativo

El primer paso para realizar la gira de medios fue definir el contenido de los mensajes que se iban a emitir. Como uno de los objetivos era difundir el trabajo que realiza la Fundación VIHDA, se decidió indagar en la página web de la entidad para conocer acerca de los programas que ejecuta de forma permanente y los servicios que ofrece. Si bien es cierto, en la gira se puede mencionar cada uno de esos trabajos, debido al poco tiempo que por lo general se ofrece en los canales de televisión y en las radios, era recomendable elegir dos o tres temas donde se pueda entrar en detalle.

Ante ello se optó por crear dos listas. La primera (ver Anexo 1) con datos generales, es decir, información que deberá ser emitida, pero sin profundizar. Ejemplo: Año de creación de la fundación y su misión. Además, se aconsejó nombrar cada uno de los programas permanentes de la entidad y pequeños datos sobre los resultados, pero sin entrar en muchas especificaciones.

Mientras tanto, en la segunda lista de datos relevantes (ver Anexo 2) se detalló el contenido de la información considerada como fundamental para esta estrategia. Por ejemplo, la importancia de la prueba: Diagnóstico temprano de personas que viven con VIH, acceso oportuno a tratamientos antirretrovirales y mejora en la salud, aumento en la expectativa de vida y disminución de la transmisión del virus.

Otro dato relevante eran las características de la prueba: Rápida, gratuita y confidencial. Además, había que mencionar que antes del test se da una pre consejería donde se provee a los usuarios de la información necesaria acerca del VIH; y en los casos reactivos, se ofrece un servicio de acompañamiento para la prueba confirmatoria en el Hospital de Infectología, y recibir atención especializada para el acceso al tratamiento.

Finalmente, otra información principal en la gira de medios eran las formas de transmisión del virus y datos estadísticos. En esto última era necesario emitir que hoy en día las amas de casa con parejas estables y los jóvenes se han convertido en población vulnerable frente al VIH, y no sólo los homosexuales y trabajadoras sexuales como se creía años atrás.

Por otra parte, se panificó aprovechar el recorrido de medios para dar a conocer sobre el monólogo en el Microteatro GYE, contemplado en otra acción del PAP. Es por ello que también se creó una ayuda memoria sobre esta actividad.

Tabla 1

Ayuda memoria para vocero del PAP

<i>Datos</i>	<i>Detalles</i>
<i>Datos de la activación</i>	- <i>En Microteatro GYE, (dirección). Los 3 últimos fines de semana de febrero y primer fin de semana de marzo. En la antesala, monólogo de corta duración protagonizado por Víctor Acebedo.</i>
<i>Justificación de la activación</i>	- <i>Se realizó una investigación entre universitarios en Guayaquil y la</i>

mayoría desconoce muchos aspectos del VIH y no se realizan a prueba.

De igual manera, se procedió a redactar un boletín informativo (ver ANEXO 3) con datos sobre la activación en Microteatro GYE y la investigación que se realizó antes de dicho evento. Esto con el fin de entregar a los comunicadores para que tengan información antes de las entrevistas.

Como tercer paso, se consultó con la Fundación sobre los temas a tratar en el recorrido de medios y los administradores estuvieron de acuerdo. Finalmente, se decidió que en cada entrevista tenía que estar presente un vocero de VIHDA para que hable todo lo referente a la entidad y al VIH, un vocero del Proyecto de Aplicación para que informe sobre la activación y un miembro del PAP para que coordine con los medios y acompañe a los voceros. Nuevamente se le consultó a la Fundación y se nombró como representante para la gira al psicólogo Fernando Salazar.

6.2 Agenda de medios

El trabajo consistió primero en gestionar y coordinar entrevistas en los medios tradicionales, ya que en las plataformas digitales se llevó a cabo otra acción dentro del Proyecto de Aplicación. Luego se incluyó en la lista aquellas radios y canales de televisión que pertenecen a las universidades y, de esta manera, relacionar al público al que estaba dirigida la investigación efectuada en el PAP.

De los siete canales de televisión donde se solicitó espacio para una gira, sólo tres aceptaron: Gama TV, ETV Telerama y Católica TV (perteneciente a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil)

En cuanto a las radios, 9 de ellas cedieron espacios de entrevistas para hablar sobre la Fundación VIHDA, la importancia de la prueba del VIH y la activación en el Microteatro. Entre las frecuencias se incluyó a Radio TES (Tecnológico Espíritu Santo) ya que contempla en su target a un público juvenil.

Finalmente, la agenda se definió con 12 medios de comunicación (ver Imagen 1) y se planificó ejecutarla durante 4 días: jueves 8, viernes 9, miércoles 14 y jueves 15 de febrero, es decir, días antes de la realización del monólogo. (ver Imagen 1).

AGENDA FUNDACIÓN VIHDA					
Guayaquil					
Jueves 8 de febrero					
Medio	Hora	Programa	Entrevistador	Detalle	Dirección
Radio I99	07H00	Diálogo de la Tarde	Jorge Escobar	grabado	Kennedy Norte
Radio Sistema 2	09H00	Hola Gente	Yotti Guerra	en vivo	Cdla. Albatroz
Radio Cupido FM	09H30	Flechando	Kevin Coronado	en vivo	Cdla. Albatroz
Radio City	11H00	Planta el carro	Carolina Piechestein	en vivo	Diario El Universo
Radio Fuego	14H45		Juan Carlos Once	en vivo	Av. Fco de Orellana
Católica TV	15H40	Desde la U	Johan Pachar	en vivo	Univ. Católica
Viernes 9 de febrero					
Radio Forever	12H20	Lo que Ud. Quiere	Michelle Cabanilla	en vivo	Av. José Alavedra
Miércoles 14 de febrero					
Radio TES	09H00	Noticiero Día a Día	Dayanna Gonzalez	en vivo	Tec. Espíritu Santo
Telerama	12H00	Esta es tu casa	Reportera	para nota	Kennedy Norte
Prensa Sport	14H20	Blablabla	María Sol Galarza/ Loco Ferreti	en vivo	TC Televisión
WQ	17H30		Myriam Pacheco	en vivo	9 de Oct. y Machala
Jueves 15 de febrero					
Gamavisión	09H00	Hablemos de mujeres	María Sol Galarza/ Carlos Luis Andrade	grabado	TC Televisión

Imagen 1. Agenda Fundación VIHDA

En efecto, el jueves 8 de febrero arrancó la gira de medios y tres personas fueron convocadas: un vocero de la fundación, una estudiante del PAP para que sea la vocera del proyecto, y otra estudiante para que ejerza la coordinación.

A las 07H00 se visitó Radio I99 donde se efectuó una entrevista grabada de cinco minutos y que fue transmitida a las 18H00 dentro del programa Diálogo de la Tarde. El siguiente punto fueron las radios Sistema 2 y Cupido FM ubicadas en un mismo edificio (instalaciones de Radio Cristal). En la primera, la entrevista duró aproximadamente 15 minutos ya que el comunicador se mostró interesado en el tema, sobre todo por el dato de los nuevos casos de VIH en mujeres con parejas estables. En Cupido FM (ver Imagen 2), se habló durante dos bloques, de 10 minutos cada uno.

En el caso de Radio City (ver Imagen 3), los programas se manejan en base a un libreto y el tiempo concedido fue de 8 minutos exactamente. En Radio Fuego la charla fue mucho más rápida y duró apenas cinco minutos ya que se encontraban en espera más entrevistados. En la tarde, el equipo se trasladó hasta las instalaciones del canal de la Universidad Católica donde se habló aproximadamente 20 minutos, casi todo el programa, sobre la fundación, el VIH en general y la activación. Los presentadores se mostraron muy interesados en dialogar, sobre todo, acerca de los datos de la población vulnerable: mujeres con parejas estables y jóvenes.



Imagen 3 La coordinadora de la gira de medios, Geonara Cedeño; la vocera del PAP, Lucciola Salazar y el vocero de VIHDA Fernando Salazar, junto a Yotti Guerra de radio Sistema 2



Imagen 2. Los voceros durante la entrevista en Radio City.

Al día siguiente, viernes 9 de febrero, se visitaron las instalaciones de Radio Forever para una entrevista que duró 8 minutos aproximadamente. De ahí la agenda se retomó el miércoles 14 de febrero. Primero, en el noticiero Día a Día de Radio TES se dialogó por alrededor de 15 minutos, luego en Telerama el equipo fue atendido por una reportera ya que, en vez de entrevista en vivo, la producción del programa Esta es tu casa se mostró interesado en emitir la información por medio de una nota audiovisual, que duró dos minutos al aire.

En la tarde, los voceros se dirigieron a la radio La Prensa Sport donde fueron entrevistados, durante 30 minutos, por las periodistas María Sol Galarza y Renata Matamoros, y el presentador Fabrizzio Ferretti (ver Imagen 4). En medio de la jocosidad e

informalidad que maneja el programa, se supo dialogar sobre un tema sensible como es el VIH.



Imagen 4. El coordinador de la gira de medios, Guido Campaña, la vocera del PAP, Gabriela Viteri, y el vocero de VIHDA Fernando Salazar, junto a los entrevistadores del programa “Blablablá” de La Prensa Sport.

Posteriormente, el equipo se movilizó a la radio WQ donde se mantuvo por cerca de media hora con la entrevistadora Miriam Pacheco. En este medio la comunicadora también se mostró muy interesada con los datos sobre la nueva población vulnerable al VIH: mujeres con parejas estables y jóvenes.

El último día de la gira de medios fue con una visita a los estudios del programa Hablemos de Mujeres, en Gamavisión (ver Imagen 5). Para esta ocasión, se decidió incluir en el equipo al actor del Monólogo, Víctor Acebedo, para que hable también sobre su experiencia con el tema del VIH, ya que años atrás mantuvo una relación con una persona que vivía con el virus y luego de un año de exámenes los médicos le anunciaron que era seronegativo; sin embargo, durante ese tiempo pasó por una serie de temores que se los detalló a los entrevistadores del programa María Sol Galarza y Carlos Luis Andrade.

Cabe acotar que la historia de Víctor fue sólo un complemento al contenido que se estaba difundiendo y se lo decidió incluir ya que previamente la producción anunció que la duración de la entrevista iba a ser extensa: 40 minutos, casi todo el programa.

Hay que señalar también que, en todos los medios visitados, el representante de VIHDA entregó folletos pequeños con datos acerca de la Fundación, así como una tarjeta de presentación para estar a la orden ante la posibilidad de nuevas entrevistas.



Imagen 5. El presentador Carlos Luis Andrade, el actor Víctor Acebedo, la vocera del PAP María José Blum, el vocero de VIHDA Fernando Salazar, el coordinador de la gira Guido Campaña y la periodista María Sol Galarza.

6.3 Convocatoria a Activación

En esta memoria también se decidió incluir la convocatoria a medios de comunicación para que realicen cobertura y difusión de una activación que se llevó a cabo en Microteatro GYE, como parte de otra acción del PAP.

Para esta actividad, primero se procedió a crear un boletín de prensa (ver Anexo 4). Dicho texto consiste en una información no tan detallada sobre un evento que va a suceder, y donde se privilegia un contenido noticioso que despierte la atención de los medios de comunicación. En este caso se hizo hincapié en la utilización de un monólogo como formato para difundir el mensaje de la prueba del VIH, acción novedosa que se iba a llevar a cabo en un espacio cultural con mucha aceptación últimamente en Guayaquil.

Luego se empezó a gestionar para conseguir correos electrónicos y contactos de los coordinadores de noticia o reporteros de los diferentes medios que existen en la urbe. Posteriormente se efectuó un listado (ver Anexo 5) y el boletín fue difundido mediante correo electrónico y mensaje de WhatsApp (previo a una llamada telefónica).

En efecto, tres medios respondieron a la convocatoria enviando equipos de cobertura: RTS (ver Imagen 6), El Universo (ver Imagen 7) y Diario Súper.



Imagen 7. Reportera de RTS, Cynthia Naveda, entrevista a Jaime Tamariz, director de Microteatro Gye



Imagen 6. Guido Campaña, miembro del PAP, coordina con Fotógrafo de El Universo

6.3 Resultados

En cuanto a la invitación para la cobertura de la activación, RTS emitió una nota de 3 minutos de duración en el programa El Club de la Mañana. Dicho informe generó reacciones en los tres presentadores del programa quienes comentaron alrededor de un minuto sobre la importancia de la prueba del VIH (ver Anexo 6). Es decir que en total se concedieron 4 minutos a este tema en dicho medio de comunicación.

Así mismo, diario El Universo publicó una nota en la página dos de la sección Vida y Estilo, tamaño $\frac{1}{4}$ (14,6 cm x 25,49 cm), full color y con la foto de Víctor Acebedo, actor del monólogo (ver Anexo 7). Dicha información también fue publicada en la página web del periódico, junto con un video sobre la puesta en escena. (ver Anexo 8). Dicho material audiovisual también fue subido a la cuenta del diario en YouTube. (ver Anexo 9)

Diario Súper también hizo una publicación en la página 13 de la sección Farándula, tamaño $\frac{1}{4}$ (12,2) x 13,5 cm (ver Anexo 10). Aquí también aparece la foto del actor Víctor Acebedo, representando a La Agrado, personaje de la película Todo sobre mi Madre, encargado de llevar el mensaje sobre la prueba del VIH.

Respecto a la gira de medios, en total fueron concedidas 3 horas con 18 minutos (198 minutos) para difundir el trabajo de la Fundación VIHDA y la importancia de la prueba del VIH (ver Anexo 11), repartidos de la siguiente manera:

- Radio: 2 hora, 16 minutos (136 minutos)
- Televisión: (1 hora, 2 minutos) 62 minutos

Si se suma este último resultado con el tiempo aire concedido en RTS para informar sobre la activación, el total del tiempo otorgado por los medios audiovisuales a toda la estrategia del PAP fue de 3 horas con 22 minutos (202 minutos) (ver Anexo 12) distribuidos de la siguiente forma:

- Radio: 2 hora, 16 minutos (136 minutos)
- Televisión: (1 hora, 6 minutos) 66 minutos

A este tiempo hay que añadirle el espacio concedido por los medios impresos El Universo y Diario Súper como respuesta general o repercusión total en medios de comunicación de Guayaquil de la estrategia del PAP.

Además, cabe resaltar que cada minuto tiene un valor determinado en los medios de comunicación audiovisuales, así como cada centímetro de espacio en los periódicos. Cada empresa maneja un valor diferente que depende del horario y del rating, por lo que se pidió colaboración a una empresa de asesoría y monitoreo, Gilexsa S. A. Comunicaciones, para obtener una cotización detallada (Ver Anexo 13). En la **Tabla 2** se detalla valor total del tiempo utilizado en los medios radiales y televisivos.

Tabla 2

Valor tiempo aire en medios audiovisuales

Medios	Valor
Radios	\$3.430
Canales de TV.	\$4.400

Total	\$7.830
--------------	----------------

En cuanto al espacio en los diarios El Universo y Súper, se consultó vía correo electrónico y las respuestas fueron remitidas por los Departamentos de Ventas y Publicidad de dichos medios (ver Anexo 14). En la **Tabla 3** están los valores detallados.

Tabla 3

Valor de espacios en medios impresos

Medios	Valor
El Universo	\$2.764
Diario Súper	\$453
Total	\$3.217

Es decir que, si se suma el valor de los minutos en los medios audiovisuales más el valor de los espacios en los medios impresos, en total fue de \$11.047 el valor de la respuesta en medios de comunicación que se obtuvo de las acciones de todo el Proyecto de Aplicación Profesional según se detalla en la **Tabla 4**

Tabla 4

Valor de la respuesta de los medios sobre las acciones del PAP

Medios	Valor
Audiovisuales	\$7.830
Impresos	\$3.217
Total	\$11.047

7. RECURSO HUMANO

7.1 Relacionista pública

Esta fue la persona encargada de las siguientes actividades:

- Selección de los mensajes a difundir para los voceros
- Elaboración de agenda para gira de medios: 3 canales y 9 radio, durante 4 días
- Elaboración de un Boletín de Prensa
- Elaboración de un Boletín Informativo
- Coordinar la cobertura de medios de comunicación para la activación
- Acompañamiento durante la gira de medios
- Acompañamiento durante la cobertura de medios en la activación.

7.2 Vocero Fundación VIHDA

Se trata del representante de la Fundación VIHDA quien habló acerca del trabajo de la entidad, la importancia de la prueba, dio a conocer datos estadísticos y desmintió tabúes acerca de las formas de transmisión y grupos vulnerables.

7.2 Vocero PAP

Se trata de un integrante del Proyecto de Aplicación Profesional encargado de dar a conocer sobre la activación en el Microteatro Gye durante la gira de medios.

8. RECURSOS MATERIALES

- Una computadora con los programas Word para redactar y Excel para crear cuadros
- Celular con saldo para coordinar

9. FINANCIAMIENTO

Para realizar esta estrategia de comunicación sólo se gastó en la movilización de la persona que hizo de relacionista pública, quien a su vez transportó al representante de la Fundación VIHDA y al vocero del PAP durante la gira de medios. Así mismo, en recarga de saldo para realizar llamadas de coordinación. En la Tabla 5 se detalla el presupuesto.

Tabla 5

Presupuesto gastado

Servicio	Valor
Movilización	\$40
Recarga de saldo	\$20
TOTAL	\$60

En movilización se toma en cuenta los cuatro días de recorrido por los diferentes medios de comunicación en la ciudad de Guayaquil, y en recarga todas las llamadas realizadas tanto para conseguir espacio para la gira como para invitar a la activación.

Sin embargo, si se considera que el trabajo de una relacionista pública tiene un costo en el mercado, el presupuesto aumenta considerablemente. Para saber ese valor se optó por cotizar con la directora de cuentas de relaciones públicas de la empresa Marketgate, Lizbeth Gárate, y mediante correo electrónico dio a conocer que una campaña con las características detalladas en esta memoria está entre \$2.500 a \$4.000 (ver Anexo 15).

Así mismo, normalmente se le destina un valor para movilización a los voceros y las empresas de transporte cobran un promedio de \$8 la hora. En la **Tabla 6** se detalla el tiempo de la gira y el posible costo de movilización:

Tabla 6

Detalles de cotización de valores de movilización

Día	Horario	Horas	Costo
Jueves 8	07H00 – 16H00	9 h	\$72
Viernes 9	12H00 – 13H30	1 h 30 min	\$12
Miércoles 14	09H00 – 18H00	9 h	\$72
Jueves 15	09H00 – 11h00	2 h	\$16
TOTAL		21 h 30 min	\$172

Si al costo de movilización se añade lo mínimo por el servicio de relaciones públicas, el presupuesto real (que se hubiera pagado sin gestión de los integrantes del PAP) por toda la estrategia de comunicación queda en \$2.672 según se detalla en la **Tabla 7**

Tabla 7

Valor en el mercado de estrategia de comunicación del PAP

Valores reales	Valor
Relaciones Públicas	\$2.500
Movilización de voceros	\$172
Total	\$2.672

Es decir que, si se compara el presupuesto gastado con el valor real de los servicios prestados, el ahorro en el costo del proyecto fue alrededor del 98% según está detallado en la tabla 8

Tabla 8

Ahorro en la estrategia por gestiones del PAP

Valor gastado	Valor real	Ahorro	Porcentaje
\$60	\$2.672	\$2.612	98%

10. AUTOEVALUACIÓN

10.1 Experiencia durante entrevistas

Henri Lacordaire, político y religioso francés de inicios del siglo XIX, aseguraba que “después de la palabra el silencio es el segundo poder en el mundo” (LACORDAIRE, 1845). En efecto, el lenguaje tiene una potestad determinante que puede influir sobre el comportamiento de una persona. De ahí que los comunicadores tienen una responsabilidad social trascendental sobre lo que informan y dejan de informar. Y según el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH y Sida (ONUSIDA), el uso de la terminología apropiada tiene el poder de fortalecer la respuesta a la epidemia. Por el

contrario, el manejo inadecuado de expresiones contribuye a la difusión de estigmas lo que, a su vez, genera discriminación.

En la gira de medios que se efectuó como parte de una de las acciones del Proyecto de Aplicación Profesional para dar a conocer a la Fundación VIHDA y la importancia de la prueba, se evidenció en muchos de los entrevistadores desconocimiento sobre algunos aspectos del virus, así como la utilización incorrecta de términos. Por ejemplo, algunos preguntaron: ¿cuáles son las formas de 'contagio'? y el vocero de la fundación de inmediato les indicó que la palabra es incorrecta ya que un contagio se da cuando se transmite fácilmente a través del medio ambiente, y en el caso del VIH sólo se transmite por contacto directo de los siguientes fluidos corporales: sangre, semen, secreciones vaginales y leche materna. La forma correcta de preguntar es: cómo se trasmite el VIH. Además, utilizar 'contagio' contribuye a la errónea idea de que su transmisión es tan fácil como a través de un beso.

Otra equivocación muy recurrente fue utilizar la palabra 'enfermedad' para referirse al VIH, acrónimo de Virus de Inmunodeficiencia Humana, pues como su nombre lo indica se trata de un virus y una persona puede vivir con este virus sin desarrollar una enfermedad. Sin embargo, existen infecciones oportunistas y enfermedades que aparecen cuando la persona que vive con VIH no accede a los tratamientos y su sistema inmunitario está debilitado, esto según la información de la página web del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades de EEUU (CDC, 2018).

Así mismo, muchos periodistas aún confundían VIH con *sida*¹, cuando el primero es causante de una infección y el segundo es la última etapa de esa infección, cuando aparecen varias enfermedades. El CDC aconseja que al momento de hablar sobre los esfuerzos para acabar con la epidemia es mejor nombrar solamente al VIH, ya que primero se previene al virus mientras que el sida es una posterior condición clínica. Además, según la *Guía para el abordaje del VIH en los medios de comunicación* de la Unicef, las personas

¹ Según la Fundación del Español Urgente, *Fundéu BBVA*, se escribe en minúsculas *sida*, palabra formada a partir del acrónimo SIDA («síndrome de inmunodeficiencia adquirida»), ya que debido a su uso extendido se ha lexicalizado, es decir, se ha convertido en un sustantivo común, por lo que puede escribirse ya con minúsculas, siguiendo el mismo tratamiento que los nombres de otras enfermedades.

asocian al sida con la muerte y mezclar los dos términos causa confusión, provocando que aún muchas personas creen que el VIH es mortal (UNICEF, 2010).

Otro error en el manejo de términos fue el de referirse a las personas que viven con VIH como 'víctimas'. Según la guía de la Unicef: "Muchas personas sienten que el término víctimas implica que son incapaces, que no tienen control sobre sus vidas. Las personas con VIH son parte fundamental en la solución, no el problema" (UNICEF, 2010, pág. 16). Así mismo señala que: "se debe evitar victimizar a las personas con VIH en nuestras informaciones, haciéndoles sentir indefensas o sin oportunidades de salir adelante, porque esto puede afectar la autoestima de las personas o de sus familiares (pág. 28)."

Por otra parte, durante la gira todos los entrevistadores se mostraron sorprendidos cuando el vocero de la Fundación VIHDA aseguraba que hoy en día se están registrando más casos nuevos de VIH en las amas de casa, con parejas estables. Y es que, años atrás, existía el estigma de que esta condición era exclusiva de los miembros de la comunidad GLBTI y trabajadoras sexuales. Esto debido a que los primeros casos reportados oficialmente hace más de 30 años se registraron en la comunidad homosexual, en EE.UU. (ELMUNDO, 2016). En la actualidad, esa realidad ha cambiado y sin importar la condición social o preferencias sexuales, cualquier persona que no tome las medidas de prevención adecuadas está en riesgo de infección por VIH. Sin embargo, esto era desconocido por algunos periodistas.

Siguiendo en esa línea, algunos entrevistadores señalaban que quienes tienen más posibilidades de adquirir el virus son las personas 'promiscuas'. Según la guía de Unicef:

"Se trata de un juicio de valor que debe evitarse, no refleja con exactitud el contexto social de la transmisión, es improbable que una persona a la que se le denomine promiscua escuche el mensaje o se identifique con el mismo. Hace falta una sola relación sexual desprotegida para adquirir el virus. El énfasis debe estar en las relaciones sin protección y no en el número de parejas, puesto que personas que solamente han tenido una sola pareja, también han adquirido el virus" (UNICEF, 2010, pág. 19).

Finalmente, la guía de la Unicef recomienda a los comunicadores y periodistas informar sobre el VIH para prevenir y no para alarmar. El organismo señala: "Si la información está cargada de mensajes de miedo, las personas pueden entrar en pánico y tener actitudes

negativas hacia las personas con VIH, o exagerando en su manera de cuidado personal y familiar” (UNICEF, 2010, pág. 28).

Sin embargo, el problema de la mala utilización de términos abarca también a medios internacionales. Revisando en internet, por ejemplo, se puede encontrar una publicación de CNN donde se refieren al VIH como una enfermedad o un titular sensacionalista del diario ABC donde utilizan la misma expresión y junto a la palabra “crónica” (ver Anexos 16).

10.2 Aprendizaje personal

Como estudiante profesionalizante de periodismo, las acciones de comunicación detalladas en esta memoria contribuyeron a ampliar mi aprendizaje sobre el tema del VIH, pero, sobre todo, a ser más consciente de la enorme responsabilidad social que tenemos los comunicadores al momento de referirnos a todo lo concerniente al virus. Elegir la palabra adecuada puede marcar la diferencia entre prevenir o fomentar el miedo, el estigma y la discriminación.

Como periodistas debemos siempre estar conscientes que desde nuestra labor podemos contribuir a un cambio significativo: erradicar el VIH, y esto se logra adquiriendo más conocimientos frente al tema para difundir de manera adecuada información necesaria, como formas de prevención e importancia de la prueba, evitando palabras o frases que contribuyan a crear prejuicios y discriminación; pero, sobre todo, que este tema sea tratado en los medios no sólo cada 1 de diciembre, día mundial de la lucha contra el VIH, sino de una forma más frecuente. Y es que como señala la frase Lacordaire, citada al inicio de esta evaluación, “...el silencio es el segundo poder en el mundo”, y en este caso el no difundir información pertinente sobre el VIH tiene el poder de hacer creer en la población que el tema ya no es tan “importante” como antes o dejen de tomar las medidas de prevención necesarias. Así lo señala una publicación realizada en el *Diario El País* y difundida en la página web de la Fundación VIHDA:

“De lo que no se habla, parece que no existe. Y eso es lo que ha ocurrido con las enfermedades de transmisión sexual en los últimos años. Cuando las Administraciones dejaron de hacer campañas para evitar el contagio del VIH, la población se relajó y, la mayoría, se olvidó de tomar precauciones para evitar su contagio (PAIS, 2017).

Otra parte importante en mi proceso de aprendizaje fue la oportunidad de trabajar junto a una entidad que lleva adelante una gran labor altruista, como lo es la Fundación VIHDA. Conocer de su trabajo desinteresado para acabar con el VIH en el país y ayudar a las personas que viven con el virus a mantenerse estables y saludables, me hizo comprender de la importancia de contribuir a resolver problemas sociales, ya que generan un impacto positivo en tu entorno y en ti mismo.

De ahí la relevancia de la metodología utilizada en los Proyecto de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande, ya que nos permite a los profesionalizantes aportar en la solución de una problemática, mediante estrategias integrales. Las acciones efectuadas, junto a mis compañeros del PAP, fueron el resultado de dos años de estudios donde reforzamos nuestros conocimientos y capacidades. Sin duda, una experiencia enriquecedora que no sólo fortalece mi perfil profesional y académico, sino que me ayudó a mejorar como ser humano.

10.3 Recomendaciones o sugerencia

A raíz de la experiencia en cuanto al abordaje del VIH en los medios, se recomienda para un futuro Proyecto de Aplicación Profesional una estrategia dirigida a los periodistas o profesionales de la comunicación para que tengan un acercamiento con la Fundación VHDA, se capaciten sobre terminología correcta, pero sobre todo se empaticen con las personas que viven con VIH, conozcan la realidad de esta condición en Ecuador y comprendan la responsabilidad que tienen en sus manos.

BIBLIOGRAFÍA

- CDC, C. p. (2018). *Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades de EEUU*. Obtenido de <https://www.cdc.gov/hiv/spanish/basics/whatishiv.html>
- ELMUNDO. (Octubre de 2016). *Diario El Mundo*. Obtenido de Así comenzó la expansión del VIH: <http://www.elmundo.es/salud/2016/10/26/5810dd5046163f1a4f8b457b.html>
- LACORDAIRE, H. (1845). *Conférences de Notre-Dame de Paris*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vh1HAAAACAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Henri+Lacordaire&ots=k9jmHGsspf&sig=W9wl0dsgcqyGwH4qw0ZFbcG6kQw#v=onepage&q=Henri%20Lacordaire&f=false>
- MSA, M. d. (17 de Enero de 2017). *Salud recomienda que a partir de ahora se ofrezca el test de VIH en todas las consultas médicas*. Obtenido de <http://www.msal.gob.ar/sida/index.php/noticias/517-salud-recomienda-que-a-partir-de-ahora-se-ofrezca-el-test-de-vih-en-todas-las-consultas-medicas>
- ONUSIDA. (2015). Obtenido de http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/AIDS_by_the_numbers_2015_es.pdf
- OPS. (Noviembre de 2017). *Piden intensificar esfuerzos de prevención del VIH y ofrecer todas las opciones disponibles para evitar nuevas infecciones*. Obtenido de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=13959%3Apa-ho-unaids-call-for-stepping-up-hiv-prevention-efforts-and-offering-all-available-options-to-prevent-new-infections&catid=740%3Apress-releases&Itemid=1926&lang=es
- OPS, O. P. (Mayo de 2016). *VIH: asegurar el acceso de mujeres y adolescentes a servicios de salud será clave para terminar con la epidemia en 2030*. Obtenido de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=12070%3Aavi-h-terminar-epidemi-2030&catid=8727%3A69-wha-events&Itemid=41991&lang=es
- PAHO. (Febrero de 2017). *El Ministerio de Salud recomienda por resolución que se ofrezca el test de VIH en todas las consultas médicas*. Obtenido de http://www.paho.org/arg/index.php?option=com_content&view=article&id=10080:el-ministerio-de-salud-recomienda-por-resolucion-que-se-ofrezca-el-test-de-vih-en-todas-las-consultas-medicas&Itemid=286
- PAIS, E. (2017). *Las enfermedades venéreas crecen por la pérdida del miedo al sida*. Obtenido de <http://www.vihda.org.ec/noticias/581-las-enfermedades-venereas-crecen-por-la-perdida-del-miedo-al-sida>
- UNICEF. (2010). *Guía para el abordaje del VIH en los Medios de Comunicación*. Obtenido de http://en.unicef.org/ni/media/documentos/GUIA_PARA_EL_ABORDAJE_DEL_vih_30_de_Nov.pdf

ANEXO 1

Ayuda memoria de datos generales

<i>Datos</i>	<i>Detalle</i>
<i>Año de creación de Fundación</i>	- Desde el año 2006, 12 años de trabajo
<i>Misión</i>	- Aportar en la prevención y en la detección temprana del VIH
<i>Programas permanentes</i>	- Programa de prevención de transmisión materno-infantil de VIH en la Maternidad de la Junta de Beneficencia (casi 300 mil pruebas desde el 2006 y más de 1.400 bebés que pudieron nacer sanos) - Programa de capacitación de jóvenes de colegios fiscales de Guayaquil (más de 21 jóvenes empoderados en el tema desde el 2009) - Programa de detección temprana y promoción de prueba rápida - Programa de atención psicológica y talleres de nutrición para personas que viven con VIH
<i>Dirección</i>	- Luis Urdaneta y Córdova, centro de Guayaquil

ANEXO 2

Ayuda memoria de datos relevantes

<i>Datos</i>	<i>Detalles</i>
<i>Importancia de la prueba</i>	<ul style="list-style-type: none">- Diagnóstico temprano de personas que viven con VIH- Acceso oportuno a tratamientos antirretrovirales y mejora en la salud- Aumento en la expectativa de vida- Previene la transmisión del virus por desconocimiento
<i>Característica de la prueba</i>	<ul style="list-style-type: none">- Rápida: resultados en 20 minutos- Gratuita: no tiene ningún costo- Confidencial: el resultado sólo es entregado a la persona que se hace la prueba.- Pre consejería: antes de la prueba se provee a los usuarios información necesaria comprender de manera sencilla y completa los conceptos básicos del VIH y el Sida- Post consejería: En los casos reactivos, servicio de acompañamiento a usuarios para que puedan realizarse la prueba confirmatoria en el Hospital de Infectología, y recibir atención especializada que requieran en los diferentes centros de atención- Único requisito: cédula de identidad
<i>Lugar de la prueba</i>	<ul style="list-style-type: none">- Fundación VIHDA en Luis Urdaneta y Córdova, centro de Guayaquil- En todas las unidades del Ministerio de Salud
<i>Formas de transmisión</i>	<ul style="list-style-type: none">- Por vía sanguínea: a través del intercambio de agujas, jeringas y/o cualquier elemento punzante sin esterilizar y por transfusiones de sangre no controladas- Transmisión sexual: Las relaciones sexuales pueden transmitir el VIH ya sean éstas homosexuales o heterosexuales, se trate de relaciones vaginales, anales o buco genitales
<i>Información y estadísticas</i>	<ul style="list-style-type: none">- Transmisión pre natal de madre a bebé: El riesgo se reduce casi en su totalidad si la mujer es tratada con los medicamentos adecuados durante su embarazo y evita darle de lactar a su bebé- De 36 millones de personas que viven con el virus actualmente, el 47% no lo sabe, es decir 17 millones- Actualmente es en los jóvenes y las mujeres con parejas estables donde más se presentan casos nuevos, y no en homosexuales como hasta hace una década

ANEXO 3

Boletín Informativo



“Se trata de tener conciencia, no vergüenza”

Iniciativa busca difundir importancia de la prueba del VIH



A nivel mundial, casi la mitad de las personas que viven con VIH desconocen de su estado, según cifras del Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/Sida (ONUSIDA). Esta falta de información aumenta las posibilidades de morir, así como el riesgo de continuar transmitiendo el virus. De ahí que una meta importante para acabar con la epidemia es aumentar el número de diagnósticos, es decir, que más hombres y mujeres se realicen la prueba.

Es por ello que la Fundación VIHDA, junto a estudiantes de la Universidad Casa Grande, realizaron una novedosa campaña para difundir la importancia del test del VIH: mediante un monólogo en la antesala del Microteatro GYE, en el espacio cultural La Bota del Malecón del Salado.

El proyecto aprovechó el auge que tiene esta plataforma artística en Guayaquil. La obra fue presentada los fines de semana de febrero y coincidió con el mes de Pedro Almodóvar que llevó a cabo el Microteatro como un homenaje al director español.

El actor Víctor Acebedo, interpretando al personaje *La Agrado* de la película *Todo sobre mi madre*, fue el encargado de emitir el mensaje. El trabajo consistía en irrumpir en la antesala mientras los asistentes disfrutaban del ambiente. *La Agrado* lograba captar la atención del público contando la historia de una joven de 22 años que pensó erróneamente que nunca viviría con VIH pues sólo había mantenido dos relaciones en toda su vida; sin embargo, un economista adinerado fue quien le transmitió el virus.

“Este virus no discrimina, no importa la edad, ni la condición económica. La gente aún piensa que sólo las trabajadoras sexuales y los consumidores de droga son los más vulnerables y no es así. Hoy en día las mujeres con parejas estables y amas de casa son las de mayor riesgo” aseguró Silvia Rivera, directora administrativa de la Fundación VIHDA.

El guion fue elaborado por María José Blum, estudiante de la universidad, y la literaria Adelaida Jaramillo, gestora cultural que se unió al proyecto. “Quisimos realizar este monólogo en la antesala, no dentro de las micro salas, porque la idea era sorprender al público. Además, el actor le agregó algo de comedia y la verdad es que la meta se cumplió porque todos quedaban sorprendidos al enterarse de la realidad del VIH”, indicó Blum.

Jaime Tamariz, propietario de Microteatro Gye, aseguró que decidió facilitar el espacio para esta campaña debido a la importancia del tema. “Es importante acabar con los tabúes y los mitos que hay alrededor del VIH”, manifestó.

Al final de la presentación se entregaron folletos de la fundación con los datos de la prueba, como que es gratuita y confidencial, así como la dirección de la entidad (Luis Urdaneta y Córdova, centro de Guayaquil). Los asistentes que observaron la activación manifestaron su asombro ante la iniciativa y el mensaje:

- “Creo que utilizar un espacio como este, en Microteatro, fue una manera interesante de tocar el tema y de llegar al público”, Jonathan Viteri.
- “Nunca había pensado en eso, en que las mujeres casadas están también en riesgo, y es la verdad, uno nunca sabe lo que puede hacer tu pareja a escondidas”, Ana Pineda.
- “Nunca había pensado en hacerme la prueba, me pusieron a pensar ustedes”, Daniel Morales.

De esta forma, los estudiantes de la Universidad Casa Grande, cohorte 4, cumplieron con esta iniciativa que forma parte de su Proyecto de Aplicación Profesional para obtener el título de tercer nivel, y aportaron a difundir un tema fundamental para la sociedad.

ANEXO 4

Boletín de prensa



Boletín de Prensa

“Se trata de tener conciencia, no vergüenza”



Novedosa iniciativa busca difundir la importancia de la prueba del VIH

Se estima que casi la mitad de las personas que viven con VIH no tienen conocimiento de su condición. Esta falta de información conduce a un aumento en la morbilidad y en el riesgo de transmisión de VIH a otras personas.

Es por ello que la Fundación VIHDA, junto a estudiantes de la Universidad Casa Grande, realizarán una novedosa campaña para difundir la importancia de la prueba del VIH: mediante un monólogo en la antesala del Microteatro GYE, en el espacio cultural La Bota del Malecón del Salado.

El proyecto pretende aprovechar el auge que tiene esta plataforma artística en Guayaquil para emitir el mensaje. La obra será presentada los fines de semana del mes de febrero en la antesala del local, y este viernes 9 será su estreno.

Víctor Acebedo es el actor que dará vida a *La Agrado*, personaje de la película *Todo sobre mi Madre* de Pedro Almodóvar, y quien derrumbará aquellos mitos que aún existe en relación al VIH como el que “sólo las trabajadoras sexuales y los drogadictos se infectan”. Actualmente, las amas de casa y los jóvenes también se han convertido en uno de los grupos vulnerables.

- Lugar: Microteatro, La Bota. Malecón del Salado.
- Fecha: Viernes 9 de febrero 2018, estreno.
- Hora: 20H00

ANEXO 5

Lista de contactos en medios de comunicación en Guayaquil

BASE DE DATOS					
Medio	Nombre	Programa	Cargo	Telefono	Correo
Ecuavisa	Janina Zavala	Noticia	Coord	997408776	
RTS	Liliana Paredes	La Noticia	Coord	939305244	lparedes@rts.com.ec
RTS	Johana Farfán	Club Mañana	Coord	9892250691	
Teleamazonas	Yanka Jurado	Noticia	Coord	994823643	
Ecuador Tv	César Eduarte	Noticia	Coord	998144457	
Gamavisión	Omar Cruz	Noticias	Coord	994164615	
TC	Andrea Fuentes	Noticia	Coord	993907394	
Canal Uno	Andrea Lage	Noticia	Coord	994124184	
El Universo	Stephanie Gómez	Vida y Estilo	Editora	2490000 ext 2283	sgomez@eluniverso.com
Diario Súper	Mercy León	Entreculturas	Editora	2490000 ext 1619	mleon@super.com.ec
Expreso	Rosa Torres	Noticias	Periodista		torresr@granasa.com.ec
Telegrafo	Silvia Murillo	Noticias	Jefa redacción	9872290850	
Telégrafo	Xavier Letamendi	Noticias	Subdirector	982905721	

ANEXO 6

Reportaje de RTS sobre activación



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for home, grid, and notifications (with a '9+' badge). The video player itself shows a news report with a woman in a floral shirt in the center, and two smaller inset videos on either side. A red banner at the bottom of the video frame contains the text: 'COMO PARTE DE UN PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL UN GRUPO DE ALUMNOS SE HAN UNIDO A LA FUNDACIÓN VIHDA'. Below the video player, the title 'El Club de la Mañana: Programa del 26 de Febrero de 2018' is displayed, followed by '1.342 visualizaciones'. Below the title are icons for likes (7), comments (2), and a share icon labeled 'COMPARTIR'. At the bottom left, there is a channel logo for 'El Club de la Mañana RTS' and the text 'Publicado el 26 feb. 2018'. At the bottom right, there is a red button that says 'SUSCRIBIRSE 57 MIL'. Below the channel information, there are two rows of text: 'Categoría: Entretenimiento' and 'Licencia: Licencia de YouTube estándar'.

El Club de la Mañana: Programa del 26 de Febrero de 2018

1.342 visualizaciones

7 2 COMPARTIR

El Club de la Mañana RTS
Publicado el 26 feb. 2018

SUSCRIBIRSE 57 MIL

Categoría: Entretenimiento
Licencia: Licencia de YouTube estándar

Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=0KEBxfYGhOE>

(A partir del minuto 12)

ANEXO 7

Publicación de El Universo, edición impresa.



ANEXO 8

Publicación de El Universo, página web.

EL UNIVERSO Con iniciativa artista invita a realizarse la prueba del VIH    

Con iniciativa artista invita a realizarse la prueba del VIH

INTERCULTURAL | Martes, 13 de febrero, 2018 - 00h00



El actor Víctor Acevedo, quien actúa en Febrero es Almodóvar en el microteatro La Bota, del malecón del Salado, es el encargado de entregar, a través de una activación, un mensaje a los jóvenes locales para que se hagan la prueba del VIH.

Esta propuesta surgió como parte del proyecto de tesis de los alumnos de la Cohorte cuatro de la Universidad Casa Grande y la Fundación Vihda, con el fin de crear conciencia en la población joven de Guayaquil, entre 18 y 25 años.

Según la Investigación de campo que se realizó a un grupo de alumnos de cuatro universidades de la urbe, ellos creen que no se pueden contagiar con el virus; además, están convencidos de que conocen a su pareja, que es de "buena familia" y estiman que ella (pareja) nunca les transmitiría el virus. Los mismos consultados también señalaron que el VIH es común entre las trabajadoras sexuales y homosexuales.

Para aclarar esos conceptos y motivar a los jóvenes para que acudan a la Fundación Vihda (Luis Urdaneta 208 y Córdova) a realizarse la prueba, el actor aparece a las 21:10, de jueves a sábado, en la antesala del microteatro y entrega su mensaje que incluye la narración de la historia de una amiga que se contagió con el virus.

La atención en la fundación también abarca a mujeres embarazadas y niños que sean portadores de este virus. Quienes estén interesados en conocer más sobre la fundación pueden llamar al 1800-778-322. (E)



ÚLTIMAS NOTICIAS EN ENTRETENIMIENTO

Ava DuVernay adaptará al cine 'The New Gods' de DC Comics 

La esposa de Donald Trump Jr. solicita el divorcio 

Maluma presenta 'Colors', uno de los temas del Mundial Rusia 2018 

Rihanna llama a seguidores a borrar Snapchat tras publicidad sobre golpiza que recibió en 2009 

Isabel II aprueba matrimonio de Enrique y Meghan Markle 

MÁS EN ENTRETENIMIENTO 



Link:

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/02/13/nota/6621583/iniciativa-artista-invita-realizarse-prueba-vih>

ANEXO 9

Video de activación en la cuenta de YouTube de El Universo



YouTube

Buscar

0:40 / 2:00

COMPARTIR

EU

eluniversocom

Publicado el 22 feb. 2018

SUSCRITO 53 MIL

54 visualizaciones

2 0

Con iniciativa artista invita a realizarse la prueba del VIH

54 visualizaciones

2 0 COMPARTIR



eluniversocom
Publicado el 22 feb. 2018

SUSCRITO 53 MIL



El actor Víctor Acevedo, quien actúa en Febrero es Almodóvar en el microteatro La Bota, del malecón del Salado, es el encargado de entregar, a través de una activación, un mensaje a los jóvenes locales para que se hagan la prueba del VIH.

Link:

https://www.youtube.com/watch?v=cFaQiiYd_bI&t=40s

ANEXO 10

Publicación de Diario Súper.

GUAYAQUIL
SUPER
MARTES
13 de febrero del 2018
SILVA YA S
INTEC

13

ACTOR PREOCUPADO POR LOS JÓVENES



...derna mansión.



Acevedo invita a que los jóvenes se hagan la prueba.

En activación

El actor Victor Acevedo, quien actúa en la obra 'Febrero es Almodóvar' en el microteatro La Bota del Malecón del Salado, está realizando una activación para que los jóvenes se hagan la prueba del VIH.

Acevedo aparece en escena a las 21h10, de jueves a sábado, en la antesala del microteatro y con su voz fuerte llama la atención de los asistentes para que escuchan su mensaje.

Este proyecto nació como parte del Proyecto de tesis de los alumnos de la Universidad Casa Grande y la Fundación VIHDA. (E)



Justin Theroux.

ANEXO 11

Tiempo en medios durante la gira

AGENDA FUNDACIÓN VIHDA						
Guayaquil						
Jueves 8 de febrero						
Medio	Hora	Programa	Entrevistador	Detalle	Dirección	Tiempo aire
Radio I99	07H00	Diálogo de la Tarde	Jorge Escobar	grabado	Kennedy Norte	5 min
Radio Sistema 2	09H00	Hola Gente	Yotti Guerra	en vivo	Cdla. Albatroz	15 min
Radio Cupido FM	09H30	Flechando corazones	Kevin Coronado	en vivo	Cdla. Albatroz	20 min
Radio City	11H00	Planta el carro	Carolina Piechestein	en vivo	Diario El Universo	8 min
Radio Fuego	14H45		Juan Carlos Once	en vivo	Av. Fco de Orellana	5 min
Católica TV	15H40	Desde la U	Johan Pachar	en vivo	Univ. Católica	20 min
Viernes 9 de febrero						
Radio Forever	12H20	Lo que Ud. Quiere	Michelle Cabanilla	en vivo	Av. José Alavedra	8 min
Miércoles 14 de febrero						
Radio TES	09H00	Noticiero Día a Día	Dayanna Gonzalez	en vivo	Tec. Espíritu Santo	15 min
Telerama	12H00	Esta es tu casa	Reportera	para nota	Kennedy Norte	2 min
Prensa Sport	14H20	Blablabla	María Sol Galarza/ Loco Ferreti	en vivo	TC Televisión	30 min
WQ	17H30		Myriam Pacheco	en vivo	9 de Oct. y Machala	30 min
Jueves 15 de febrero						
Gamavisión	09H00	Hablemos de mujeres	María Sol Galarza/ Carlos Luis Andrade	grabado	TC Televisión	40 min
					TOTAL	198

ANEXO 12

Tiempo general dedicado a todo el PAP en los medios audiovisuales (suma entre gira y activación)

Gira de medios						
Guayaquil						
Jueves 8 de febrero						
Medio	Hora	Programa	Entrevistador	Detalle	Dirección	Tiempo aire
Radio I99	07H00	Diálogo de la Tarde	Jorge Escobar	grabado	Kennedy Norte	5 min
Radio Sistema 2	09H00	Hola Gente	Yotti Guerra	en vivo	Cdla. Albatroz	15 min
Radio Cupido FM	09H30	Flechando corazones	Kevin Coronado	en vivo	Cdla. Albatroz	20 min
Radio City	11H00	Planta el carro	Carolina Piechestein	en vivo	Diario El Universo	8 min
Radio Fuego	14H45		Juan Carlos Once	en vivo	Av. Fco de Orellana	5 min
Católica TV	15H40	Desde la U	Johan Pachar	en vivo	Univ. Católica	20 min
Viernes 9 de febrero						
Radio Forever	12H20	Lo que Ud. Quiere	Michelle Cabanilla	en vivo	Av. José Alavedra	8 min
Miércoles 14 de febrero						
Radio TES	09H00	Noticiero Día a Día	Dayanna Gonzalez	en vivo	Tec. Espíritu Santo	15 min
Telerama	12H00	Esta es tu casa	Reportera	para nota	Kennedy Norte	2 min
Prensa Sport	14H20	Blablabla	María Sol Galarza/ Loco Ferreti	en vivo	TC Televisión	30 min
WQ	17H30		Myriam Pacheco	en vivo	9 de Oct. y Machala	30 min
Jueves 15 de febrero						
Gamavisión	09H00	Hablemos de mujeres	María Sol Galarza/ Carlos Luis Andrade	grabado	TC Televisión	40 min
Cobertura activación						
RTS	10H00	Club de la mañana		Nota		4 min
					TOTAL	202

ANEXO 13

Valorización del tiempo aire en radio y televisión efectuado por la empresa Gilexsa

COSTO TIEMPO AIRE								
AGENDA FUNDACIÓN VIHDA								
Jueves 8 de febrero								
Medio	Hora	Programa	Entrevistador	Detalle	Dirección	Tiempo aire	Valor c/m	Valor total
Radio 199	07H00	Diálogo de la Tarde	Jorge Escobar	grabado	Kennedy Norte	5 min	\$40	\$200
Radio Sistema 2	09H00	Hola Gente	Yotti Guerra	en vivo	Cdla. Albatroz	15 min	\$20	\$300
Radio Cúpido FM	09H30	Flechando corazones	Kevin Coronado	en vivo	Cdla. Albatroz	20 min	\$20	\$400
Radio City	11H00	Planta el carro	Carolina Piechestein	en vivo	Diario El Universo	8 min	\$24	\$192
Radio Fuego	14H45		Juan Carlos Once	en vivo	Av. Fco de Orellana	5 min	\$50	\$250
Católica TV	15H40	Desde la U	Johan Pachar	en vivo	Univ. Católica	20 min	\$60	\$1.200
Viernes 9 de febrero								
Radio Forever	12H20	Lo que U.d. Quiere	Michelle Cabanilla	en vivo	Av. José Alavedra	8 min	\$36	\$288
Miércoles 14 de febrero								
Radio TES	09H00	Noticiero Día a Día	Dayanna Gonzalez	en vivo	Tec. Espiritu Santo	15 min	0	0
Telerama	12H00	Esta es tu casa	Reportera	para nota	Kennedy Norte	2 min	\$50	\$100
Prensa Sport	14H20	Blablaba	María Sol Galarza/ Loco Ferreti	en vivo	TC Televisión	30 min	30	\$900
WQ	17H30		Myriam Pacheco	en vivo	9 de Oct. y Machala	30 min	30	\$900
Jueves 15 de febrero								
Gamavisión	09H00	Hablemos de mujeres	María Sol Galarza/ Carlos Luis Andrade	grabado	TC Televisión	40 min	\$40	\$1.600
Cobertura activación								
RTS	10H00	Club de la mañana		Nota		3 min	\$500	\$1.500
					TOTAL	\$201		\$7.830

ANEXO 14

Correos valores espacios en los diarios El Universo y Súper

er a ▾ ↶ Deshacer ...

Vida y Estilo

De: **Angela Alcívar** <aalcivar@eluniverso.com>
Fecha: 15 de marzo de 2018, 15:48
Asunto: Vida y Estilo
Para: Guido Campaña <gcampaña@eluniverso.com>

Estimado Guido, de acuerdo a lo solicitado detallo cotización

Sección Vida y estilo
Formato : 1/4 página - Full color
Ubicación : Indeterminada
Valor día ordinario \$2,764.00++IVA
Valor día domingo \$3,870.00+IVA

El ingreso del aviso es de 3 días antes de la fecha de publicación

Alguna duda me comunica

Un abrazo

Angela Alcívar A.
Dpt.de Vtas.de Publicidad
Oficina :042-490 000 Ext 1621
Celular 0992-502028

<http://papeldigital.eluniverso.com>

 **EL UNIVERSO**
EL MAYOR DIARIO NACIONAL

 **GuiManCaTV** <guidomanolo@gmail.com>
Jue 15/03/2018, 17:09
Usted: ▾

Adjunto pedido de Diario Súper

Buenas tardes mi estimado

Con todo gusto
1/4 pagina
Diario super
Valor Indeterminada \$453.00+IVA

Un abracito,

Angela Alcívar A.
Dpt.de Vtas.de Publicidad
Oficina :042-490 000 Ext 1621
Celular 0992-502028

<http://papeldigital.eluniverso.com>

 **EL UNIVERSO**
EL MAYOR DIARIO NACIONAL

ANEXO 15

Cotización del servicio de Relaciones Públicas en empresa MarketGate

Gira de medios

Estimada,

Buenas tardes. De acuerdo a lo dialogado vía telefónica, necesito un sólo valor por todos estos servicios prestados:

1. Elaboración de agenda de medios: 12 medios de comunicación, 3 canales y 9 radio, durante 4 días (agenda detallada en archivo adjunto)
2. Elaboración de un Boletín de prensa sobre una activación en Microteatro Guayaquil
3. Elaboración de un Boletín Informativo sobre lo que ocurrió en la activación en Microteatro Guayaquil
4. Cobertura de 3 medios de comunicación el día del evento: Diario El Universo (publicación 1/4 en página 2, sección Vida y Estilo), Diario Súper (1/8 página 13) y de RTS (Nota de 3 minutos en el programa El Club de la Mañana)
5. Asesoría en el manejo de los discursos (formas de hablar, cómo decir una información, y qué evitar)
6. Acompañamiento durante la gira y durante dos noches de evento

Quedo muy agradecida de antemano por su respuesta.

Saudos,

Lucciola Salazar

PD. La respuesta a este correo será colocado en Anexos en la memoria de tesis.

 Lizbeth Gárate <lizbeth.gd@hotmail.com>
Sáb 17/03/2018, 0:09

Estimada Lucciola, los valores de las campañas de Relaciones Públicas en medios tradicionales dependen de la estrategia propuesta y el tiempo de duración de la campaña. Un valor referencial esta entre \$2500 a \$4000 por una campaña puntual con los servicios mencionados.

Lizbeth Gárate

...

De: lucciola salazar [mailto:luciolasalazar@hotmail.com]
Enviado el: jueves, 15 de marzo de 2018 14:43
Para: lgarate@marketgate.com.ec
Asunto: Gira de medios

Link de la web de la empresa

<http://www.marketgate.com.ec/portal/index.html>

ANEXO 16

Publicaciones de CNN y ABC

CNN Salud » Vive la Salud | Familia | Alimentos

¿Estás seguro de no tener VIH?

Gracias a los avances en investigación que se han logrado a través de los años, el conocimiento científico y el tratamiento de esta **enfermedad** ha evolucionado de tal manera que muchos la consideran una enfermedad crónica, no un diagnóstico de muerte. Pero, es crucial subrayar que no se puede recibir tratamiento oportuno si no se sabe cuál es su estatus de VIH. De acuerdo a la OMS, el 40% de individuos con VIH no saben que están infectados con el virus.

Aparte de conocer su estatus, es importante saber que el VIH se puede transmitir de varias maneras incluyendo:

- Relaciones sexuales, sin barreras de protección, donde haya intercambio de sangre, semen, fluidos vaginales y/o de líquido preseminal con una persona infectada.
- Contacto con la sangre de una persona infectada, por ejemplo, al compartir jeringuillas o agujas.
- Transmisión de madre a hijo durante el parto o por medio de la lactancia materna si la madre no se ha sometido a un tratamiento antirretroviral.

Link

<http://cnnespanol.cnn.com/2017/07/28/estas-seguro-de-que-no-tenes-vih-40-de-las-personas-con-el-virus-no-lo-saben/>

ABC SALUD Buscar en ABC Acceso / Re

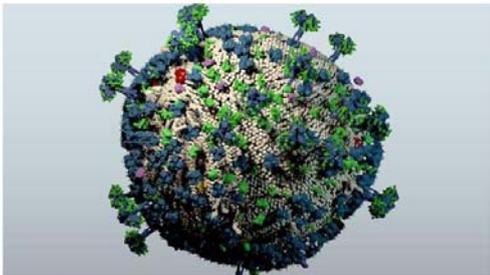
ESPAÑA INTERNACIONAL ECONOMÍA OPINIÓN DEPORTES CONOCER FAMILIA MOTOR GENTE SUMMUM CULTURA & OJO MADRID EDICIONES SERVICIOS ABCSEVILLA

TITULARES DEL DÍA Las seis noticias que debes conocer hoy, lunes 19 de marzo

EL VALOR DEL MEDICAMENTO

El VIH/sida, de sentencia de muerte a **enfermedad** crónica

- Gracias a la investigación en medicamentos, la infección por VIH y sida ha dejado de ser una sentencia de muerte en la mayoría de los países



ABC Salud
Actualizado: 28/12/2017 19:18h

Link

http://www.abc.es/salud/enfermedades/abci-vihsida-sentencia-muerte-enfermedad-cronica-201712281914_noticia.html