

Fact Sheet



VIHdeo
America

VIHdeo America is an initiative of the Pan American Health Organization (PAHO) to disseminate TV spots about HIV. The two-disc DVD set contains 198 TV spots produced between 1995 and 2005 by countries of the Americas. Participating countries are:

- Argentina
- Barbados
- Belize
- Bolivia
- Brazil
- Canada
- Chile
- Colombia
- Cuba
- Dominican Republic
- Guatemala
- Guyana
- Honduras
- Jamaica
- Mexico
- Nicaragua
- Panama
- Paraguay
- Peru
- Suriname
- Trinidad & Tobago
- United States
- Uruguay
- Venezuela

VIHdeo America aims at:

- Sharing information about use of television for HIV campaigns
- Allowing communication practitioners to learn from experiences of other countries
- Allowing governments and civil society to consider new approaches to HIV communication

VIHdeo America is meant to serve as a learning tool for communicators. It is a historic collection and not intended as a showcase of best practices. The best way to benefit from the collection is to make an analysis of the TV spots. Watch it with other people and try to answer the following questions:

- What is the TV spot's specific objective?
- Can you identify its target audience?
- Do you think the spot is appropriate for this target audience?
- Does the spot promote individual behavior change, social change, or policy change (advocacy)?
- Does the spot tell viewers what to do (use imperative language), or does it challenge them to think about personal choices?
- Does it contain language or images that convey fear/risk, hopelessness, stigma and discrimination, blame, moral judgment, pity, or rather it sends messages of support, empowerment, solidarity compassion and dialogue?
- Make a list of the spots you consider to be good examples of HIV communication and another of those that are poor examples. What criteria did you use to separate the two groups?
- Did you discover elements in the spots that are relevant to your own country's HIV response? If so, how might these be adopted or incorporated?

For more information: <http://www.paho.org/vihdeoamerica>

Hoja de datos

VIHdeo America es una iniciativa de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) para divulgar anuncios de televisión sobre el VIH. VIHdeo América no es un modelo de mejores prácticas, es una herramienta de aprendizaje que ofrece a los comunicadores la oportunidad de conocer y analizar una amplia colección de anuncios de televisión sobre el VIH, producidos en la Región de las Américas entre los años 1995 y 2005. El conjunto de dos DVD contiene 198 anuncios pertenecientes a los siguientes países:

- Argentina
- Barbados
- Belice
- Bolivia
- Brasil
- Canadá
- Colombia
- Cuba
- Chile
- Estados Unidos
- Guatemala
- Guyana
- Honduras
- Jamaica
- México
- Nicaragua
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- República Dominicana
- Suriname
- Trinidad y Tobago
- Uruguay
- Venezuela

VIHdeo America busca:

- Compartir información sobre el uso de la televisión para campañas de VIH.
- Facilitar a los comunicadores el conocimiento y aprendizaje sobre las experiencias de diversos países.
- Divulgar nuevos enfoques de comunicación para el VIH.

Para hacer un mejor aprovechamiento de esta colección se recomienda ver y analizar los anuncios en compañía de otras personas, tratando de dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el objetivo específico del anuncio de televisión?
- ¿El anuncio permite identificar al público destinatario?
- ¿El anuncio es apropiado para el público destinatario?
- ¿El anuncio promueve el cambio de comportamientos individuales, el cambio social o el cambio de políticas?
- ¿El anuncio le dice al televidente qué hacer (uso de lenguaje mandatorio) o más bien le estimula a tomar sus propias decisiones?
- ¿El anuncio contiene lenguaje o imágenes que transmiten temor/riesgo, desesperanza, estigma y discriminación, culpa, juicio moral, lástima, o envía mensajes de apoyo, empoderamiento, solidaridad, compasión y diálogo?
- Elabore una lista de los anuncios separando los que usted considera buenos ejemplos de comunicación sobre VIH de aquellos que no lo son. Explique qué criterios usó para separar los dos grupos.
- ¿Existen elementos en los anuncios que puedan ser pertinentes para la respuesta al VIH en su propio país? Si así fuera, ¿cómo adaptarlos o incorporarlos?

Para más información: <http://www.paho.org/vihdeoamerica>