

EVALUANDO LA RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO TELEVISIVO Y LAS ACTITUDES HACIA PERSONAS VIVIENDO CON VIH/SIDA EN CHILE

Assessing the link between television consumption
and the attitudes toward people living with HIV/AIDS
in Chile

Tomás Dodds

Universidad de Leiden, Países Bajos

Felipe García del Río

Pontificia Universidad Católica de Chile

DOI: <http://dx.doi.org/10.14482/indes.24.2.7499>

TOMÁS DODDS

T.DODDS.ROJAS@FSW.LEIDENUNIV.NL

UNIVERSIDAD DE LEIDEN

PAÍSES BAJOS

FELIPE GARCÍA DEL RÍO

FGARCIADR@GMAIL.COM

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CHILE

FINANCIAMIENTO: TOMÁS DODDS AGRADECE EL APOORTE DE LA COMISIÓN NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE CHILE (CONICYT): CONICYT-PCHA/MAGÍSTER NACIONAL/2014-22140071. LOS AUTORES AGRADECEN A LOS PARES EVALUADORES POR SUS COMENTARIOS Y SUGERENCIAS.

RESUMEN

En esta investigación analizamos la relación entre el consumo de televisión y las actitudes frente a las personas que viven con VIH/sida en Chile. Para esto usamos los datos obtenidos en la última ola de la Encuesta Mundial de Valores (EMV) en 2011, la cual cuenta con un $n=1000$ personas para Chile. Usamos un modelo logístico multinomial, con máxima verosimilitud para nuestro análisis estadístico. Nuestros resultados sugieren que la forma en la que los noticieros manejan información relacionada con el virus de inmunodeficiencia adquirida podría ayudar a reducir la discriminación contra la gente que vive con VIH/sida en el país.

PALABRAS CLAVE: VIH/sida, consumo de medios, televisión, representación social.
JEL: I21, J01, J24, C51, I23.

ABSTRACT

We analyze the link between media consumption and the attitudes toward people living with HIV/AIDS in Chile. We used data from a sample of 1000 people, obtained in the 2011 wave of the World Values Survey (WVS). We use a logistic binary regression model by maximum likelihood. Our results suggest that the way TV news handles information related to AIDS can help reducing discrimination against people living with HIV/AIDS.

KEYWORDS: VIH/AIDS, media consumption, television, social representation.

INTRODUCCIÓN

En marzo de 2014 el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida (ONUSIDA) informó que 29.092 personas vivían con el virus de inmunodeficiencia adquirida en Chile. Las tasas más altas de contagio del VIH se reportaron en el segmento etario de 20-29, mientras el grupo de 30-39 concentró la mayor tasa de sida. Estas cifras vinieron a despertar los viejos temores que viven entre los chilenos que durante las últimas décadas del siglo XX soportaron en el anonimato y el desconocimiento la propagación del VIH y el sida entre familiares y amigos. Estos números también llaman la atención si consideramos que desde el primer caso de contagio que se registró en 1984 Chile ha controlado la expansión de la epidemia con un relativo éxito, sobre todo comparado con el resto de los países de la región latinoamericana. Esto fue posible principalmente a través de tres mecanismos impulsados desde los sucesivos gobiernos que dirigieron el país a finales del siglo pasado: un marco jurídico legal que fuerza al sistema de salud público a proveer de la atención necesaria y a tiempo a los pacientes que viven con el virus; el trabajo de distintas organizaciones de la sociedad civil (ONG) y grupos internacionales que actualmente producen, recogen y analizan los datos y estadísticas de los pacientes en tratamiento y los grupos de riesgo; y un programa gubernamental que cubre a la vasta mayoría de la población a través del tratamiento por triterapia ajustada a estándares de calidad internacional (Martínez, Olea y Chiu, 2006; Wolff y Beltrán, 2004).

Aun así, la literatura académica que se hace cargo de este tema todavía reporta una correlación significativa entre el conocimiento relativo al VIH/sida y la capacidad de autocuidado entre los chilenos. Esto resulta de gran importancia si tenemos en cuenta que variables como vulnerabilidad social, edad, sexo y educación juegan un rol determinante en relación con el grado de efectividad que se produce como consecuencia del consumo de información pública que los gobiernos entregan en materias de prevención, autocuida-

do y detección de situaciones de riesgo (Villegas Rodríguez et al., 2011; García y Olea, 2008).

A pesar del progreso de Chile en estas materias, particularmente en los campos clínicos y médicos, y sobre todo considerando la tajante oposición de los sectores conservadores y eclesiásticos que se niegan a abrir el debate al público para discutir métodos de cuidado efectivos, todavía podemos apreciar una ausencia significativa de investigaciones en ciencias sociales que midan, discutan y evalúen los problemas de discriminación contra las personas que viven con el virus de VIH y el rol que pueden estar jugando los medios de comunicación masivos en estas materias. Por lo tanto, aquí presentamos el primer estudio que busca describir la relación entre las prácticas de consumo de información en medios de comunicación masivos y los comportamientos y actitudes que dicha audiencia tienen hacia las personas que viven con VIH/sida en Chile. Es decir, en esta investigación buscamos comprobar si existe una relación entre consumo de noticias y prácticas discriminatorias. Es necesario aclarar de antemano que los resultados obtenidos en esta investigación se circunscriben exclusivamente a la población analizada y solo buscan describir una relación que, si bien puede ser significativa, no funciona como la única causal detrás de los comportamientos de los chilenos hacia sus pares.

Nuestra hipótesis supone que a mayor consumo de noticias en medios de comunicación, menor será la probabilidad de que una persona reporte una opinión negativa sobre aquellos que viven con el virus. Eso, asumiendo que la televisión y otros medios funcionarían hoy, o al menos deberían, como agentes informativos y educativos (Li Li et al., 2009; Bertrand et al., 2006). Asimismo, buscamos descubrir de qué manera las variables que incluimos en nuestro modelo, tales como el sexo, la edad o el nivel educacional, influyen en la percepción que se tiene de las personas que viven con VIH/sida en Chile.

REPRESENTACIÓN SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tradicionalmente, la televisión y la prensa escrita han sido objeto de constantes y duras críticas por las narrativas que emplean al momento de cubrir y presentar las noticias sobre las personas que viven con el virus y las políticas públicas que giran en torno al VIH/sida (Backstrom y Robins, 1998; Lowry y Shidler, 1993; Otten, 1992). Tanto es así que incluso la población con mayor riesgo de transmitir el virus suele no confiar ni en la precisión ni en la objetividad de los medios de comunicación en relación con la cobertura del VIH (Reardon y Richardson, 2008; Mosquera y Mateus, 2003). Lo anterior podría explicarse en parte porque durante la década del 2000 “en muchos casos, los medios de comunicación masivos representaron al virus como una plaga, algo impuro, un elemento que estaba contaminando y que contaminaba” (Labra, 2015, p. 243. Traducción propia). Esto podría sugerir que los grupos de riesgo todavía resienten la forma en que los medios de comunicación solían referirse a ellos y han perdido la capacidad de ver en los medios y sus periodistas una fuente segura de información.

A pesar de todo esto, investigaciones previas demuestran que los medios informativos siguen teniendo un impacto en la estimación personal de riesgo para algunos casos entre la población general (Snyder y Rouse, 1995; Jason, Solomon, Celentano y Vlahov, 1993). Diferentes estudios también señalan que las personas que han sido expuestas a las campañas de bien público diseñadas por los organismos de salud gubernamentales y que se transmitieron por los medios de comunicación masiva eran propensas a tener menos conceptos erróneos sobre la transmisión del VIH (Sood, Shefner-Rogersy Sengupta, 2006) o que incluso las personas que ya vivían con el virus eran más proclives a incrementar el uso de preservativos, como el condón, luego de exponerse a la información entregada durante el periodo de campaña (Peretti-Watel et al., 2005). De alguna forma, los medios han sido el aliado intermitente en la batalla contra la propagación del VIH/sida (Myhre y Flora, 2000).

Al mismo tiempo, varias teorías clásicas de la comunicación han rondado los estudios sobre medios y la prevención del VIH. Por ejemplo, Duck, Terry y Hogg (1995) utilizan la teoría de la tercera persona de Davison (1983) para explicar los resultados de su investigación. En un experimento que se componía de una muestra de noventa mujeres y cincuenta hombres estadounidenses, todos estudiantes universitarios, los resultados del estudio indicaron que “incluso cuando los mensajes de los medios de comunicación masivos mostraban resultados beneficiosos e inteligentes, parecía que la gente a menudo era reacia a admitir una influencia personal, tal vez prefiriendo pensar que el cambio se generaba internamente” (p. 323. Traducción propia).

Con otro enfoque, Coppola y Camus (2014) aseguran que las estrategias lingüísticas en las campañas de salud pública también pueden ayudar a producir un mayor nivel de autopercepción de riesgo. La población que fue expuesta a mensajes con fuertes datos epidemiológicos que incluían potentes adverbios declaró luego una “mayor intención de usar condón y de practicarse una prueba de detección del virus” (p. 375. Traducción propia), diferenciándose de aquella audiencia que fue expuesta a mensajes más blandos.

En esta investigación intentamos aproximarnos a entender la relación entre los mensajes que se diseminan a través de los medios de información y la construcción de una representación social de un grupo determinado de la población, en este caso, aquellos que viven con el virus de inmunodeficiencia adquirida. Entonces, la pregunta necesariamente tiene que ver con: ¿cómo podemos teorizar que ver más o menos televisión afectará eventualmente las actitudes de la población para con las personas que viven con el virus? Este estudio no indaga en profundidad en la construcción mediática de la realidad, sin embargo, es importante tener en cuenta que al final del día los trabajadores de los medios de comunicación son quienes construyen, en parte, nuestra visión del mundo que escapa de la vista inmediata. Como arquitectos de una realidad social, los periodistas molden “nuestros conocimientos y creencias sociales y políticas”. (Van Dijk, 1991, p. 110). De la misma manera, estudiar la

influencia de los medios en la percepción que se tiene de “los otros” es estudiar la constricción sistémica de las representaciones sociales. Aquí, la teoría de las representaciones sociales de Moscovici (1961) puede arrojar algunas luces sobre la problemática que trabajaremos a continuación.

Definir las representaciones sociales de los medios como concepto es un ejercicio que presenta una alta complejidad, principalmente por la rica historia detrás de la idea que intenta abarcar. (Howarth, 2006; Moscovici, 1988). Por ejemplo, y resulta pertinente para nuestra investigación, Jodelet (1991) define la teoría de Moscovici de la siguiente manera:

Las representaciones sociales son imágenes que condensan múltiples significados que permiten a la gente interpretar lo que está sucediendo; son categorías que se utilizan para clasificar las circunstancias, fenómenos y personas con las que nos ocupamos todos los días, las representaciones que nos permiten establecer hechos sobre ellos. Cuando consideramos las representaciones sociales como algo integrado a la realidad concreta de nuestra propia vida social, son todas las anteriores juntas (Howarth, 2006, p. 67. Traducción propia).

Con otras palabras, “las representaciones sociales nos ofrecen una forma para darle sentido a nuestro mundo” (Hamilton et al., 2014, p. 1835. Traducción propia). No es casual, entonces, que el mismo Moscovici (1988) usara el caso de las personas que viven con VIH/sida y escribiera que “el término ‘síndrome de inmunodeficiencia adquirida’, se funde en una sola palabra, el temido VIH, el que conlleva una tremenda carga simbólica e imaginaria con él” (p. 215. Traducción propia).

Según Moscovici, cuando nos enfrentamos a una idea o percepción extraña, necesariamente comenzamos a anclarla a una representación social ya existente, y que por lo tanto nos resulta familiar y menos intimidante. Moscovici relata que cuando en Francia se comenzó a trabajar en una política para enfrentar la pandemia del VIH,

la extrema derecha francesa formuló una representación del VIH que fue copiada de la tuberculosis y, por lo tanto, propuso reme-

dios similares. Incluso llegaron a proponer una terminología que calzara en las mentes de la gente; los pacientes, designados como ‘sidafques’ (de la abreviación francesa para el VIH/sida), debían permanecer en cuarentena constante del resto de la población en un ‘sidatorium’” (p. 235. Traducción propia).

Con todo lo anterior visto, la preocupación central de esta investigación es que la representación mediática a través de las narrativas periodísticas puede intervenir en la percepción social de riesgo en temas relativos al VIH. Los científicos sociales desestimaron la idea de que los medios de comunicación masivos pudieran tener efectos directos sobre la población ya en la década de 1950. Sin embargo, aquí nos proponemos analizar las consecuencias del consumo de los medios de comunicación masivos, asumiendo que incluye diferentes representaciones de riesgo, y evaluamos si esta tiene una correlación positiva con las actitudes que se reportan hacia las personas que viven con el virus de VIH/sida en Chile.

Esta investigación se realizó en un contexto en donde la exposición a la información que entregan los medios de comunicación puede tener efectos rápidos para el cuidado y prevención de las personas que viven con el VIH, así como para el resto de la ciudadanía (Davis et al., 2011). Asimismo, la recurrencia de estos mensajes contribuye puede contribuir a crear un ambiente de conocimiento y respeto cuando está enfocado a comportamientos de salud y cuidado.

METODOLOGÍA

Nuestros datos fueron obtenidos de la sexta ola de la Encuesta Mundial de Valores (EMV), la cual ha sido implementada progresivamente en más países del mundo desde 1981. Las muestras para cada país también son representativas para cada país, por lo que no solo resulta útil para investigaciones comparadas a nivel internacional, sino que también nos permite analizar datos de un país en particular, como lo haremos en este caso. La muestra para Chile, datos a los que nos dedicaremos en esta investigación, está com-

puesto por un n=1000 personas. Todas las encuestas se aplicaron para miembros del hogar que tuvieran entre 18 y 85 años de edad. En todos los casos la implementación de la encuesta estuvo a cargo del Market Opinion Research International (MORI Chile). Asimismo, las entrevistas se desarrollaron de forma aleatoria, representativa geográficamente (en el centro, norte y sur del país), en español, cara a cara y a personas con edad suficiente para votar (ocupando el sistema de último cumpleaños para determinar esta última).

La variable dependiente de este estudio es el rechazo hacia la gente que vive con el virus del VIH. En la EMV lo anterior se mide mostrando a los entrevistados una lista de distintos tipos de personas que podrían ser objeto de discriminación o conflicto por diferentes razones; tales como homosexuales, drogadictos, personas de distintas religiones, o como lo que nos convoca, personas que viven con el virus del VIH. Luego, a los entrevistados se les pide indicar si a él o ella les gustaría o no tener como vecino a algún miembro de los grupos recién mencionados. Por lo tanto, nuestra variable dependiente es dicotómica, en la que mencionar a la gente que vive con VIH como vecinos indeseados indica rechazo hacia este grupo en particular y no mencionarlos indica una falta de rechazo.

Tabla 1. Estadísticas descriptivas para el rechazo a las personas que viven con VIH.

Estadístico	N	Promedio	Desviación estándar	Min.	Max.
Rechazo a las personas que viven con VIH Sida	1,000	0.179	0.384	0	1
Edad	1,000	43.891	16.289	18	85
Sexo (Hombre)	1,000	0.493	0.5	0	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la EMV 2011.

Por otra parte, la variable independiente, es decir, aquella que resulta de interés para el desarrollo de nuestra investigación, es el consumo de noticias televisivas. La pregunta que se utilizó en el cuestionario fue: “La gente usa diversas fuentes para informarse

de lo que sucede en el país y en el mundo. Para cada una de las siguientes fuentes, le pedimos que nos indique si la usa para obtener información diariamente, semanalmente, una vez al mes, menos de una vez al mes o nunca”. Dado que la mayoría de la gente de nuestra muestra declaró que aprovecha la televisión diariamente como una fuente de información, esta variable fue recodificada a dicotómica, distinguiendo entre la que mira televisión diariamente y la gente que no lo hace, fusionando así la población que se informa a través de la televisión semanalmente, mensualmente o nunca como un solo grupo de respuesta. De esta forma, generamos dos grupos de tamaños lo suficientemente grandes como para hacer una comparación estadística.

Edad, sexo (usando a los hombres como categoría de referencia) y nivel educacional también fueron incluidas como variables independientes. Para el caso de la educación, consideramos tres posibles niveles educacionales: primario, secundario y terciario. Estas categorías refieren al último nivel educacional que la gente asistió, sin considerar si lo terminó o no.

El efecto de las variables independientes en la probabilidad de rechazar a una persona que vive con el virus de VIH/sida fue estimado un modelo de regresión logístico binario con máxima verosimilitud. Con este modelo podemos predecir las chances de rechazar a una persona que vive con VIH/sida dados los valores de las otras variables. El modelo se puede resumir en la siguiente ecuación:

$$\ln\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right) = \beta_0 + \beta_{Edad} + \beta_{Sexo (Hombre)} + \beta_{Educación (Secundaria)} + \beta_{Educación (Terciaria)} + \beta_{Ver televisión regularmente}$$

En donde π equivale a la probabilidad de rechazar a una persona que vive con el virus de VIH/sida (por ende, $\pi - 1$ es igual a la probabilidad de no rechazar a una persona que vive con el virus) y β representa el aumento en las chances asociadas a cada variable. Para simplificar la interpretación de los coeficientes, estos son reportados en odds ratio, lo que simplemente es el exponencial del coeficiente

y expresan cuánto aumentan o disminuyen las odds dados los cambios en una variable independiente.

RESULTADOS

De acuerdo con la tabla 1, el porcentaje de chilenos que tienen algún grado de rechazo hacia la gente que vive con VIH/sida es relativamente pequeña, aunque todavía representan una parte significativa de la población (aproximadamente el 20%). Por otra parte, un importante grupo de los chilenos se identificó como consumidores frecuentes de televisión, con un poco más del 81% de la población que declaró que ve las noticias por televisión todos los días y un 15% que lo hace semanalmente. El porcentaje de edad de la muestra fue de 43.9 años y la distribución de sexo fue casi del 50% para cada una de las opciones.

Tabla 2. Distribución del consumo televisivo en Chile.

	Porcentaje consumo televisivo
Diariamente	81.2%
Semanalmente	15.4%
Mensualmente	2.0%
Menos que mensualmente	0.3%
Nunca	1.1%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la EMV 2011.

Nuestros resultados indican que una persona que se informa a través de las noticias en la televisión tiene mayores probabilidades de discriminar a la gente que vive con el virus del VIH/sida. De acuerdo con la tabla 3, la relación entre aceptación de una persona que vive con el virus y el consumo de las noticias en televisión es positiva. A partir de lo anterior, entonces, podemos estimar lo siguiente: si dos personas tienen la misma edad, sexo y nivel educacional, pero lo único que los diferencia es que uno de ellos ve las noticias en la televisión todos los días y el otro no, las probabilidad-

des de que el primero de los sujetos discrimine a una persona que vive con VIH/sida son un 92% mayores que para el segundo. Esta asociación es estadísticamente significativa, con un 95% de nivel de confianza.

Tabla 3. Regresión binaria logística.

	Modelo 1	Modelo 2
Edad	1.007	1.006
	-0.005	-0.006
Sexo (Hombre)	1.356*	1.381*
	-0.168	-0.169
Educación (Secundaria)	1.247	1.254
	-0.234	-0.235
Educación (Terciaria)	0.566**	0.567**
	-0.247	-0.248
TV		1.92**
		0.26
Intercepto	0.179	0.110***
	-0.274	-0.343
Observaciones	1,000	996
LL	-462.564	-457.927
Devianza	925.128	915.854
AIC	935.128	927.855
BIC	935.13	927.85

Nota: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la EMV 2011.

Es importante dejar en claro que no podemos asegurar a ciencia cierta una causalidad entre las actitudes discriminatorias de la gente y la televisión, ya que esto también podría explicarse porque la gente con actitudes discriminatorias prefiere ver más noticias en televisión, en desmedro de otros medios de información, y con mayor frecuencia. Aun así, los resultados sugieren que las narrativas mediáticas que los noticieros en televisión utilizan para referirse al

VIH/sida pueden ayudar efectivamente a reducir la discriminación contra las personas que viven con el virus. Aquellos que tienen una peor percepción son quienes más consumen noticiarios televisivos. Es aquí donde la deontología ética de los medios debe entrar en juego y sacar provecho de una audiencia frecuente.

Por lo demás, la única variable incluida en el modelo que tiene un nivel de relación con la variable dependiente similar al consumo de televisión es el nivel educacional. Sin embargo, solamente encontramos una relación estadísticamente significativa si comparamos a las personas que tienen mayor nivel educacional con los menos educados. En este caso, podemos ver que si controlamos por edad, sexo y consumo televisivo, una persona que ha recibido educación formal más allá de la escuela es menos propenso a rechazar (en un 43%) a una persona que vive con el virus. La variable de sexo solamente es significativa a un 90% de confianza estadística en los hombres, quienes con un 38% tienden a discriminar más que las mujeres a las personas que viven con el virus.

CONCLUSIONES

Los resultados nos muestran que en Chile todavía existe una relación positiva y significativa entre el consumo diario de noticias televisivas y discriminación hacia la población de chilenos que vive con VIH/sida. Aunque no pretendemos asegurar que hay una relación de exclusiva causalidad entre ambas variables, nuestro resultado, una vez rechazada nuestra hipótesis, pareciera asegurar que el rol que deben jugar los medios de comunicación hoy en día es cada vez más importante. En un mundo tecnológico saturado de información y noticias, los resultados de esta investigación indican que el trabajo periodístico puede tener tanto efectos negativos como positivos para grupos vulnerables, y en este caso para personas que viven con VIH. El trabajo riguroso y ético al momento de cubrir tópicos sensibles o minorías discriminadas resulta hoy imperioso. Los medios crean realidad, dibujan a los otros y los representan en nuestras pantallas. Los medios deben entregar las herramientas culturales y formativas para que la audiencia se apropie efectivamente de dicha información

y, como actores sociales, sean capaces de hacerla circular y recompongan los lazos sociales de una sociedad diversa y pluralista, en la que lo ético funcione como un eje central de la labor periodística.

Hoy las personas que viven con VIH/sida, históricamente discriminadas por toda la estructura social y políticas, están a merced del trabajo de los profesionales de las comunicaciones. Sin embargo, y como también lo indican nuestros resultados, es llamativo que independiente con la cobertura periodística, los niveles educacionales más altos, es decir, universitario completo o incompleto y posgrados, tienen mayores probabilidades de no discriminar a las personas que viven con el virus que quienes poseen menores grados de educación. Estos resultados nos llevan a pensar en una nueva hipótesis sobre la necesidad urgente de que los medios de comunicación funcionen como un sistema de información transversal para la sociedad en su conjunto, en donde independiente de los niveles educacionales del individuo, estos puedan ser expuestos a información veraz, ética e inclusiva cuando se trata del respecto de los distintos miembros de la sociedad, sobre todo en aquellos casos en los que la narrativa empleada en los medios de comunicación trate directamente sobre sujetos que tienen mayores posibilidades de ser víctimas de algún tipo de discriminación.

Sin duda, el camino para lograr tal objetivo aún es largo. De hecho, quienes tienen una posición más negativa sobre los medios de comunicación y su función social dirán que los resultados de esta investigación deben ser vistos a la luz de una “meta-narrativa que recorre toda la representación de salud en los medios de comunicación contemporáneos, conteniendo una serie de elementos opuestos, arreglados de una manera que permite que una serie de conspiraciones, patrones, convulsiones y reveses tomen lugar” (Seale, 2003, p. 521. Traducción propia).

Por último, cabe destacar que ciertamente esta investigación abre la puerta a un debate que todavía espera ansiosamente ser explorado en profundidad, sobre todo cuando se trata de deberes éticos y profesionales que deben ser cumplidos por los trabajadores de medios de comunicación y periodistas que trabajan hoy configuran-

do visiones parceladas de mundo. Las limitaciones metodológicas de este artículo deben servir para que futuras investigaciones se ocupan cargo de los distintos puntos del espectro de las comunicaciones; analicen el contenido de la información entregada en los noticiarios, describan el impacto de esta en la audiencia y caractericen a aquellos que reportan ser consumidores diarios de noticias televisivas. Tal vez así algún día nos acerquemos a entender por qué quienes más consumen televisión tienen al mismo tiempo una peor percepción de las personas que hoy viven con VIH.

REFERENCIAS

- Backstrom, C. H. y Robins, L. S. (1997). The media and AIDS: Health elite perspectives of coverage. *Journal of health & social policy*, 9(3), 45-69. Doi:10.1300/J045v09n03_04
- Bertrand, J. T., O'Reilly, K., Denison, J., Anhang, R. y Sweat, M. (2006). Systematic review of the effectiveness of mass communication programs to change HIV/AIDS-related behaviors in developing countries. *Health Education Research*, 21(4), 567-597.
- Coppola, V. y Camus, O. (2014). HIV/AIDS prevention and media campaigns: limited information? *Health communication*, 29(4), 375-383. Doi:10.1080/10410236.2012.759051.
- Davis, K., Uhrig, J., Rupert, D., Frazee, Goetz, J. y Slater, M. (2011). Effectiveness of a Mass Media Campaign in Promoting HIV Testing Information Seeking Among African American Women. *Journal of Health Communication*, 16(9), 1024-1039. Doi: 10.1080/10810730.2011.571342.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15. Doi: 10.1086/268763
- Duck, J. M., Terry, D. J. y Hogg, M. A. (1995). The perceived influence of AIDS advertising: Third-person effects in the context of positive media content. *Basic and Applied Social Psychology*, 17(3), 305-325. Doi: 10.1177/0093650207313158
- García, M. y Olea, A. (2008). Evolución y situación epidemiológica de la infección por virus de inmunodeficiencia humana y síndrome de inmunodeficiencia adquirida en Chile. *Revista chilena de infectología*, 25(3), 162-170. Doi: 10.4067/S0716-10182010000600013

- Hamilton, K., Piacentini, M. G., Banister, E., Barrios, A., Blocker, C. P., Coleman, C. A., Ekici, A., Gorge, H., Hutton, M., Passerard, F. y Saatcioglu, B. (2014). Poverty in consumer culture: towards a transformative social representation. *Journal of Marketing Management*, 30(17-18), 1833-1857. Doi: 10.1080/0267257X.2014.967929
- Howarth, C. (2006). A social representation is not a quiet thing: Exploring the critical potential of social representations theory. *British journal of social psychology*, 45(1), 65-86. Doi: 10.1348/014466605X43777
- Jason, J., Solomon, L., Celentano, D. D. y Vlahov, D. (1993). Potential use of mass media to reach urban intravenous drug users with AIDS prevention messages. *Substance Use & Misuse*, 28(9), 837-851. Doi: 10.3109/10826089309039660
- Jodelet, D., Duveen, G. y Pownall, T. (1991). *Madness and social representations: Living with the mad in one French community* (n° 5). University of California Press.
- Labra, O. (2015). Social representations of HIV/AIDS in mass media: Some important lessons for caregivers. *International Social Work*, 58(2), 238-248. Doi:10.1177/0020872813497380
- Li, L., Rotheram-Borus, M.J., Lu, Y., Wu, Z., Lin, C. y Guan, J. (2009). Mass media and HIV/AIDS in China. *Journal of health communication*, 14(5), 424-438. Doi: 10.1080/1081073032994.
- Lowry, D.T. y Shidler, J.A. (1993). Prime Time TV Portrayals of Sex, "Safe Sex" and AIDS: A Longitudinal Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 70(3), 628-637. Doi: 10.1177/107769909307000313
- Martínez, P., Olea, A. y Chiu, M. (2006). Situación epidemiológica de la infección por VIH y el síndrome de inmunodeficiencia adquirida en Chile. *Revista chilena de infectología*, 23(4), 321-329. Doi: 10.4067/S0716-10182006000400005
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. París: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European journal of social psychology*, 18(3), 211-250. Doi: 10.1002/ejsp.2420180303
- Mosquera, J. y Mateus, J. C. (2003). Conocimientos, actitudes y prácticas sobremétodos de planificación familiar, VIH-SIDA y el uso

- de los medios de comunicación en jóvenes. *Colombia Médica*, 34(4), 206-212.
- Myhre, S. L. y Flora, J. A. (2000). HIV/AIDS communication campaigns: Progress and prospects. *Journal of Health Communication*, 5 (Suppl. 1), 29-45.
- Otten, A.L. (1992). The Influence of Mass Media on Health Policy. *Health Affairs*, 11, 111-118. Doi: 10.1377/hlthaff.11.4.111
- Peretti-Watel, P., Obadia, Y., Dray-Spira, R., Lert, F. y Moatti, J. P. (2005). Attitudes and behaviours of people living with HIV/AIDS and mass media prevention campaign: A French survey. *Psychology, health & medicine*, 10(2), 215-224. Doi: 10.1080/13548500412331334118
- Reardon, K. K. y Richardson, J. L. (1991). The important role of mass media in the diffusion of accurate information about AIDS. *Journal of homosexuality*, 21(1-2), 63-76.
- Seale, C. (2003). Health and media: an overview. *Sociology of health & illness*, 25(6), 513-531. Doi: 10.1111/1467-9566.t01-1-00356.
- Snyder, L. B. y Rouse, R. A. (1995). The media can have more than an impersonal impact: The case of AIDS risk perceptions and behavior. *Health Communication*, 7(2), 125-145. Doi: 10.1207/s15327027hc0702_3.
- Sood, S., Shefner-Rogers, C. L. y Sengupta, M. (2006). The impact of a mass media campaign on HIV/AIDS knowledge and behavior change in North India: results from a longitudinal study. *Asian Journal of Communication*, 16(3), 231-250. Doi: 10.1080/01292980600857740.
- Van Dijk, T. (1991). The Interdisciplinary Study of News as Discourse. En K. B. Jensen y N. W. Jankowski (Eds.), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (pp. 108-120). Londres - Nueva York: Routledge.
- Villegas Rodríguez, N., Ferrer Lagunas, L. M., Acosta, R. C., Miner, S., Lara Campos, L. y Peragallo, N. (2011). Knowledge and self-efficacy associated to HIV and AIDS prevention in Chilean women. *Investigación y Educación en Enfermería*, 29(2), 222-229.
- Wolff, R. y Beltrán, B. (2004). Programa de acceso ampliado a terapia anti retroviral en Chile, Plan Auge y Cohorte Chilena de SIDA: Tres iniciativas complementarias. *Revista chilena de infectología*, 21(4), 281-284. Doi: 10.4067/S0716-10182004000400001.