

ÍNDICE

RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	18
1. INTRODUCCIÓN.....	22
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.....	26
1.1.1 Datos epidemiológicos.....	26
1.1.2 VIH y sida. Características generales.....	31
1.1.2.1 Historia.....	31
1.1.2.2 Qué es el VIH y el sida.....	32
1.1.2.3 Mecanismos de transmisión.....	34
1.1.2.4 Diagnóstico.....	38
1.1.2.5 Tratamiento.....	39
1.1.2.6 Pronóstico.....	44
1.2 MUJERES Y VIH.....	45
1.2.1 Sexo, género y VIH: Construcción simbólica y social.....	45
1.2.2 Vulnerabilidad biológica y vulnerabilidad social.....	47
1.2.3 El paradigma de la vulnerabilidad.....	49
1.2.4 Vulnerabilidad vs resiliencia.....	50
1.2.5 La interseccionalidad como paradigma. <i>Más allá de soy feminista</i>	54
1.2.5.1 El feminismo como concepto.....	54
1.2.5.2 Los estudios de género y la interseccionalidad.....	57
1.3 LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PREVENCIÓN.....	59
1.3.1 Las representaciones sociales. Una aproximación al concepto.....	59
1.3.1.1 Evolución del concepto.....	60
1.3.1.2 Las representaciones sociales y el VIH.....	62
1.3.2 Prevención y comunicación. Las redes sociales.....	64
1.3.3 Marketing social.....	68
1.3.3.1 Inicio y desarrollo del marketing social.....	71

1.3.3.2 Campañas de marketing social. A propósito del éxito.....	75
1.3.4 Neurociencias, neuromarketing y publicidad.....	78
1.3.5 Prevención y VIH.....	81
1.3.6 La invisibilidad de las mujeres en las campañas de prevención del VIH.....	84
2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	88
3. HIPÓTESIS.....	91
3.1. Escenario de partida y preguntas de investigación.....	92
4. OBJETIVOS.....	93
5. METODOLOGÍA.....	96
5.1. Diseño y método de la revisión sistemática de la literatura.....	97
5.1.1 Estrategia de búsqueda.....	97
5.1.2 Criterios de inclusión.....	97
5.1.3 Criterios de exclusión.....	98
5.1.4 Selección de estudios y extracción de datos.....	99
5.2 Diseño y método de la revisión de las campañas de prevención del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social del Gobierno de España.....	99
5.2.1 Obtención de la muestra, recogida y análisis de datos...100	
5.3 Diseño y método sobre el impacto preventivo autopercibido de las campañas en mujeres.....	101
5.3.1 Obtención de la muestra, recogida y análisis de datos...103	
5.3.2 Dinámica de los grupos de discusión.....	105
5.4 Criterios de rigor	108
5.5 Aspectos éticos.....	110
6. RESULTADOS.....	112
6.1 Resultados de la revisión sistemática.....	113
6.1.1 Contenido de las campañas y población objetivo.....	118

6.1.2 Estrategias de evaluación. Efectividad.....	119
6.1.3 Otros modelos de evaluación. Análisis crítico del contenido y de mensajes. Relación con el momento social.....	121
6.2 Resultados revisión de las campañas estatales.....	123
6.3 Resultados del impacto autopercebido de las campañas en mujeres.....	139
7. DISCUSIÓN.....	152
7.1. Introducción.....	153
7.2 Interpretación de los resultados en base a los objetivos.....	154
7.2.1 Objetivo específico 1. Identificar qué tipo de campañas de prevención y de difusión masiva para el VIH/sida, implementadas y evaluadas, se han realizado en EE.UU. y Europa desde el inicio de la infección, incluyendo a las mujeres como partes interesadas.....	155
7.2.2 Objetivo específico 2. Describir las características de las campañas de prevención del VIH realizadas en España y avaladas por el Ministerio de Sanidad.....	161
7.2.3 Objetivo específico 3. Identificar qué tipo de mensajes incluidos en las campañas publicitarias de prevención del VIH, emitidas por el MSCBS del Gobierno de España, han tenido un impacto positivo en las mujeres.....	170
8. CONCLUSIONES.....	177
9. LIMITACIONES, PROPUESTAS Y LÍNEAS DE FUTURO.....	181
9.1 LIMITACIONES.....	182
9.1.1 Investigación 1. Revisión sistemática de la literatura.....	182
9.1.2 Investigación 2. Revisión y análisis de las campañas de prevención del VIH del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social del Gobierno de España.....	183
9.1.3 Investigación 3. Impacto preventivo autopercebido de las campañas en mujeres.....	184
9.2 Propuestas y líneas de futuro.....	185

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	188
11. ANEXOS.....	225
11.1 Informe del comité de ética de investigación con medicamentos y comisión de proyectos de investigación del hospital Universitari Vall d'Hebron.....	226
11.2 Hoja de información para participar en un proyecto de investigación.....	228
11.3 Consentimiento informado.....	230
11.4 apartado para la denegación o revocación del consentimiento informado.....	232