

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA.....	5
1.1 Introducción.....	5
1.2. Justificación del trabajo .....	6
1.3. Objetivos.....	7
1.4. Metodología.....	7
2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1. ¿Qué es el VIH?.....	9
2.2. El estigma de las personas con VIH .....	10
2.3. Publicidad Social y VIH .....	14
3. ANÁLISIS DE CAMPAÑAS .....	17
3.1. Introducción.....	17
3.2. Análisis de campañas para la prevención del VIH .....	18
3.3. Análisis de campañas contra la estigmatización del VIH.....	26
3.4. Interpretación de los análisis.....	33
4. ANÁLISIS DE CASO: EL APARTAMENTO DE DANIEL.....	35
4.1. Análisis descriptivo del spot.....	36
4.2. Análisis a nivel técnico .....	38
4.3. Análisis a nivel del eje social.....	40
4.4. Análisis a nivel del eje comunicacional.....	41
4.5. Valoración crítica de la campaña.....	44
4.6. Relación con los ODS del caso analizado .....	46
5. CONCLUSIONES.....	47
6. REFERENCIAS .....	50