

Campaña de concienciación sobre la infección por VIH: Uso de las TICs como instrumento divulgativo en un campus universitario

Lluva-Castaño, A.¹ Mestres-Camps, L.¹ de-Dios-Sánchez, R.¹ Terradas-Robledo, R.¹.

¹ Escola Superior d'Infermeria del Mar de Barcelona. Adscrita a la Universitat Pompeu Fabra. Grupo GRENFIC-VIH.

E-mail de correspondencia: alicialluva@hotmail.com

RESUMEN

Antecedentes y objetivos

Las cifras epidemiológicas muestran que el 50% de los nuevos casos diagnosticados de VIH en España corresponden a personas menores de 25 años, y casi un tercio a personas de entre 25 y 29 años. La detección de algunas actitudes relacionadas con el estigma, observadas en el alumnado del Grado de Enfermería, hace necesario diseñar e implementar una estrategia de concienciación y prevención dirigida a los estudiantes del Campus Universitario Mar, con el objetivo de generar actitudes y comportamientos positivos hacia las personas que viven con el VIH (PVVIH).

Descripción del proyecto

Se diseña e implementa una campaña de concienciación, utilizándolas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) disponibles en el Campus (página web, plataforma Moodle y Beabloo). Los mensajes incluyen desde datos epidemiológicos e información sobre vías de transmisión y tratamiento, a estrategias dirigidas a la reducción de daños, sin obviar las actitudes sociales e individuales susceptibles de generar estigma y discriminación hacia las PVVIH.

Lecciones aprendidas

Se evaluó la campaña mediante un cuestionario cuantitativo y se reforzaron los resultados mediante una evaluación cualitativa a partir de un grupo focal, donde los participantes fueron alumnos de 1º y 2º curso de Enfermería. Los resultados obtenidos destacan la poca visibilidad de la campaña. Posteriormente al análisis de los resultados se proponen acciones de mejora para rediseñar una nueva campaña, con la colaboración de los mismos alumnos como protagonistas y con el objetivo de relanzarla durante el curso académico 2016/2017.

Palabras clave: VIH, Estudiantes de Enfermería, Campañas de concienciación, Actitudes, TIC.

Awareness campaign on HIV infection: Use of ICTs as an information tool on a university campus

ABSTRACT

Background information and objectives

Epidemiological data show that 50% of new diagnosed HIV cases in Spain are in people under 25, and almost one third of the new cases are in people between 25 and 29. The detection of some attitudes related to the stigma, observed in the students of degree in a School of Nursing of Barcelona, induced to design and implement a strategy of awareness and prevention, addressed to the students of nursing, of Campus Universitario Mar. In order to generate positive attitudes and behaviours toward the people living with HIV (PLHIV).

Project description

An awareness campaign is implemented using Information and Communication Technologies (ICTs), available on the Campus (Web page, Moodle platform and Beabloo) as informative tools. The messages include epidemiological data, routes of transmission and treatment, and strategies aimed at damage control, without neglecting social and individual attitudes that may generate stigma and discrimination towards PLHIV.

Lessons learned

The campaign was evaluated through a quantitative questionnaire, results were complemented through a qualitative evaluation from a focal group, and participants who took part were students from 1st and 2nd year from nursing school. In reference to the focus group results, the poor visibility of the campaign is highlighted, which has repercussions on its impact. Subsequently to the campaign, the results are analyzed, and improvement actions are proposed to redesign a new campaign with the collaboration of the same students as an active part and with the objective of launching the campaign for the 2016/2017 academic year.

Keywords: HIV, Nursing Students, Awareness Campaigns, Attitudes, ICT.

Antecedentes y objetivos

El VIH/sida sigue siendo un importante problema de salud pública. Actualmente la esperanza de vida de las personas que viven con VIH (PVVIH) puede llegar a ser similar a la de cualquier persona no infectada, gracias a los tratamientos antirretrovirales de gran actividad (TARGA), no exentos de efectos secundarios, que han conseguido cronificar el proceso infeccioso acuñando conceptos como vivir o convivir con el VIH^[1].

Actualmente en nuestro país la vía de transmisión con mayor número de casos es la sexual (51% del total de casos en hombres que tienen sexo con hombres (HSH) y 31% por contacto heterosexual) puesto que la transmisión vertical y los contagios por transfusiones de hemoderivados han pasado a ser prácticamente inexistentes.^[2] En los usuarios de drogas por vía parenteral también se evidencia un más que notable descenso gracias, entre otras cosas, a los programas de prevención y reducción de daños dirigidos a este colectivo^[3]. Por tanto, el abordaje de la información, concienciación y prevención en el ámbito del VIH deberían centrarse en la modificación de conductas y comportamientos sexuales de riesgo, dadas las inquietantes cifras epidemiológicas en relación a los nuevos contagios.

Se estima que en España unas 130.000 personas viven con el VIH (PVVIH), y aproximadamente una tercera parte no es consciente de ello^[4]. Por otra parte, según Infosida^[5], el 50% de los nuevos casos se produce en personas menores de 25 años y casi un tercio corresponden a personas de entre 25 y 29 años. Los datos que proporciona Infosida son también alarmantes, ya que el 92% de la población española afirma tener información sobre cómo protegerse frente al VIH y otras infecciones de transmisión sexual (ITS), pero solamente un 15% dice protegerse utilizando siempre preservativo durante las relaciones sexuales, frente a un 39% que dice no utilizar ninguna medida

de protección^[5]. Con ellos confirma la necesidad de realizar acciones preventivas y de concienciación dirigidas a una población joven que parece obviar la existencia de este virus, especialmente en su entorno más inmediato. Cabe resaltar que la creencia profundamente arraigada en el imaginario social sobre los grupos de riesgo sigue planeando alrededor del VIH/sida, favoreciendo actitudes hacia la discriminación y el estigma social de algunos colectivos^[6]. Esto pone de manifiesto la dispar evolución entre los avances científicos y los avances sociales.

En este contexto, si queremos planificar o diseñar posibles intervenciones enfermeras dirigidas a un cambio actitudinal, es imprescindible reflexionar previamente sobre las actitudes de los estudiantes de enfermería, ya que ellos son los futuros profesionales que deberán promocionar conductas de salud por una parte, y cuidar a PVVIH por otra.

Aunque las actitudes, tanto sociales como profesionales han evolucionado considerablemente, diferentes investigaciones revelan actitudes mejorables en profesionales y estudiantes de enfermería en relación a la infección por VIH/sida, siendo el miedo al contagio uno de los principales motivos generadores de actitudes no positivas^[6, 7, 8, 9]. Todo ello condiciona los cuidados enfermeros. Según el estudio de Tomás-Sábado, se reafirma la necesidad tanto de realizar intervenciones formativas en este colectivo, como de plantear estrategias de concienciación dirigidas a modificar esas actitudes y creencias. La finalidad es actualizar sus competencias y mejorar su capacitación profesional^[6]. En la misma dirección, Arroyo-Ruiz destaca la importancia de seguir fortaleciendo el cambio de actitudes, la reducción de temores y la autoeficacia, en aras a una reducción del riesgo de infección y a evitar actitudes de rechazo en la atención a pacientes infectados^[9].

Convergen por tanto, por un lado, la necesidad de realizar campañas de prevención, información, sensibilización y concienciación dirigidas a una población

joven menor de 29 años, y por otro, la importancia de promocionar actitudes positivas en los futuros profesionales sanitarios. Todo ello de forma simultánea a la adquisición de las competencias necesarias para ofrecer cuidados asistenciales de calidad a las PVVIH y para promocionar la salud comunitaria. En síntesis, consideramos que es la universidad el entorno pedagógico ideal donde confluyen estas dos necesidades.

En 2008 se constituye la Red Española de Universidades Saludables (REUS), siguiendo las directrices de la Carta de Ottawa de 1986 ^[10], donde ya se establecía la necesidad de crear entornos saludables para la promoción de la salud. La REUS cuenta con el apoyo de diferentes instituciones oficiales y gubernamentales como el Ministerio de Sanidad y Servicios Sociales o el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Su objetivo es dar soporte a programas y proyectos de promoción de la salud dentro del escenario universitario ^[11]. La universidad es entendida como espacio no solamente formativo, sino que en su intersección se manifiestan las características que la conforman como marco ideal para la realización de programas de promoción de la salud y, como en este caso, de campañas de concienciación ante el VIH. La universidad es, además, un espacio interactivo con actores muy diversos que van desde el alumnado de grado y post-grado, hasta docentes y cualquier otro trabajador que preste sus servicios en el espacio universitario.

No obstante, realizar una campaña de prevención o de concienciación no está exento de cierta complejidad. Para que ésta sea efectiva deben identificarse las variables que condicionan las conductas de riesgo, tanto a nivel personal como profesional. Según Onusida, una campaña se entiende como una línea de acción circunscrita a un tiempo específico, planificada, coordinada y organizada, con la finalidad de cambiar la opinión, estimular acciones y/o modificar comportamientos y actitudes ^[12]. Bajo estas directrices, se diseña y se propone la puesta en marcha de una campaña para concienciar y sensibilizar sobre la

infección por VIH a todos los alumnos de la Escola Superior d'Infermeria del Mar (ESIM), utilizando como instrumento divulgativo las diferentes tecnologías de la información y comunicación (TICs) con que cuenta el Campus.

Por tanto, se plantean los siguientes objetivos para llevar a cabo el proyecto:

- Objetivo general: generar actitudes y comportamientos positivos hacia las personas que viven con el VIH (PVVIH) en los estudiantes de Grado de Enfermería del Campus Universitario Mar.
- Objetivos específicos: diseñar, implementar y evaluar una campaña de concienciación y visibilización del VIH; actualizar conocimientos de los estudiantes sobre la infección: transmisión, riesgos y tratamiento; generar un cambio de actitudes y conductas dirigidas a la prevención y a la reducción de daños.

Descripción del proyecto

Con el objetivo de subsanar algunos conceptos erróneos sobre el VIH/sida, que pueden ser generadores de actitudes y comportamientos negativos hacia las PVVIH, y que también podrían dificultar el supuesto diagnóstico en el colectivo de alumnos, se diseña, implementa y evalúa una campaña de concienciación, dirigida a los estudiantes de enfermería del Campus Universitario Mar en concreto, y también por defecto a todas aquellas personas que lo frecuentan.

Para el diseño de la campaña se tuvo en cuenta la Teoría del Aprendizaje Social de A. Bandura, con el objetivo de tratar de modificarlos comportamientos en salud en relación a la infección por VIH ^[13], y de generar un cambio de conductas y actitudes mediante la difusión de la campaña propuesta. Por otro lado, se tienen presentes algunas directrices relacionadas con el concepto de marketing social, cuyo objetivo es

aplicar los principios y algunas técnicas del marketing comercial a la promoción del cambio de comportamientos, herramienta utilizada en otras campañas de prevención de la infección por VIH ^[14].

Después de consultar y analizar diferentes fuentes oficiales ^[5, 11, 12], se diseñó una campaña cuyo eslogan

principal fue: “VISUALITZEM EL VIH: Sapsquè...?” (“Visualicemos el VIH: ¿Sabes qué...?”). A este eslogan principal se le añadieron diferentes frases consensuadas, que se fueron cambiando semanalmente en los medios audiovisuales: Beabloo y la plataforma Moodle [Tabla 1]. A través de esta plataforma, se faci-

TABLA 1. FRASES Y LINKS UTILIZADOS SEMANALMENTE DURANTE LA CAMPAÑA.

	Fechas		Frases “Beabloo”	Moodle i WEB espacio Grupos de Investigación/GRENFIC-VIH
1	6 abril	Inicio	“En la actualidad el 50% de los nuevos diagnósticos de VIH en el mundo se producen entre jóvenes menores de 25 años”.	Infosida “Jóvenes”, 2016 http://www.infosida.es/tu-y-el-vih/jovenes
2	12 abril		“El SIDA sin tratamiento es mortal. Según ONUSIDA 2015, solo el 40% de la población mundial infectada (unos 15,8 millones de personas) tiene acceso al tratamiento”.	Onusida 2015 http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/AIDS_by_the_numbers_2015_es.pdf
3	19 abril		ONUSIDA 2015: “En 2014 alrededor de 2 millones de personas se infectaron con el VIH, y 1,2 millones de ellas murieron por enfermedades relacionadas con el sida”	Onusida 2015 http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/AIDS_by_the_numbers_2015_es.pdf
4	26 abril		“Según la OMS (2015), las vías de transmisión del VIH son: la vía sexual (vaginal, rectal y oral), la vía vertical (madre-hijo) y la vía sanguínea”.	OMS, 2015
5	3 mayo		“Según ONUSIDA (2015), 17,1 millones de personas en el mundo viven con el VIH y no lo saben”. “Solo se erradicará el Sida cuando todo el mundo tome consciencia de que es un problema de todos”.	ONUSIDA (2015) http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/AIDS_by_the_numbers_2015_es.pdf
6	10 mayo		“41 nuevos casos de VIH, en menores de 29 años diagnosticados en Cataluña en el 2014”.	Agencia de Salut Pública de Catalunya. Centre d’estudis epidemiològics sobre les infeccions de transmissió sexual i la sida de Catalunya. 2015. http://www.cceiscat.cat/documents/Informe_semestral_VIH.pdf

TABLA 1. FRASES Y LINKS UTILIZADOS SEMANALMENTE DURANTE LA CAMPAÑA (continuación).

	Fechas		Frases "Beabloo"	Moodle i WEB espacio Grupos de Investigación/GRENFIC-VIH
7	17 mayo		Según Kylma et al (2001): "Factors contributing to the folding possibilities include 'losing', 'fear', 'uncertainty', 'problems in care', 'HIV/AIDS in close ones', 'difficulties in relationships' and 'negative public images and attitudes concerning HIV'"	Kylma J, Vehvilainen-Julkunen K, Lahdevirta J. Hope, despair and hopelessness in living with HIV/AIDS: a grounded theory study. J Adv Nurs. Department of Nursing Science, University of Kuopio, Kuopio, Finland. jari.kylma@uku.fi; 2001 Mar; 33(6):764-75.
8	24 mayo		"Vivir con el sufrimiento constante: una vida diferente tras el diagnóstico de VIH".	Leyva Moral- JM, de Dios Sánchez R, Lluva-Castaño A, Mestres 'Camps L. Vivir con el sufrimiento constante: una vida diferente tras el diagnóstico de VIH. J Assoc Nurses AIDS Care. 2015 Sep-Oct; 26(5):613-24. doi: 10.1016 / j.jana.2015.04.006. http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25998265
9	7 de junio		El objetivo de Onusida 2011-2015 era "Llegar a cero: cero nuevas infecciones, cero muertes, y cero discriminación", los resultados evidencian que se debe seguir trabajando.	Onusida 2011-2015. http://www.unaids.org/sites/default/files/en/media/unaids/contentassets/documents/unaidspublication/2010/JC2034_UNAIDS_Strategy_es.pdf

litaron también diferentes links, con el objetivo de posibilitar a los alumnos el contacto con páginas web oficiales específicas para ampliar la información [Tabla 2]. Toda la información de la campaña, así como los enlaces, están disponibles en la página web de la Escuela Superior de Enfermería del Mar (ESIM), en el apartado de Grupos de Investigación, GRENFIC-VIH (Grupo Enfermero de Investigación y Cuidados en VIH). Los mensajes incluyeron información relativa a datos epidemiológicos, vías de transmisión, diagnóstico y tratamientos, prevención, cuidados y estrategias dirigidas a la reducción de daños, y en especial, a las actitudes sociales e individuales susceptibles de generar estigma y discriminación hacia las PVIH.

La campaña se realizó entre el 29 de marzo y el 30 de mayo de 2016. Cabe remarcar que el proyecto

contó con la aprobación y el apoyo de la Dirección de la Escuela.

En el mes de junio, al finalizar la campaña, se facilitó un cuestionario en papel de nueve preguntas a los alumnos de 1º y 2º curso de grado de enfermería, por ser los grupos presentes en las instalaciones del Campus durante ese período, cuyo objetivo fue evaluar el impacto cuantitativo de la campaña. Las preguntas se basaron en distintos aspectos de la campaña, así como en conocimientos sobre la infección por VIH.

Concretamente las variables que se incluyeron en el cuestionario fueron: curso que estudia, vía de conocimiento de la campaña, adquisición de nuevos conocimientos a través de la campaña, utilidad de la campaña en los estudios de enfermería, acceso a links de información complementaria, valoración de

TABLA 2. EJEMPLO DE UNA FRASE DE CAMPAÑA, PUBLICADA EN LA PLATAFORMA MOODLE DE LA ESIM.



los links de información complementaria, valoración de los medios audiovisuales utilizados para la campaña, percepción del VIH como realidad próxima, percepción de riesgo ante el VIH.

Con el objetivo de reforzar la evaluación cuantitativa, el equipo investigador decidió realizar una evaluación cualitativa a partir de la creación de un grupo focal formado por estudiantes de l'ESIM. El objetivo fue obtener información cualitativa que permitiera profundizar en el impacto de la campaña, en las expectativas de los estudiantes y en sus propuestas de mejora, considerando todo ello información clave para el diseño definitivo de una campaña posterior.

Se constituyó un grupo formado por 7 estudiantes voluntarios de primer y segundo curso de Grado de Enfermería, 2 hombres y 5 mujeres. Se diseñó un

guion semiestructurado partiendo de los ejes esenciales sobre los cuales debería pivotar el desarrollo del grupo, yendo de los contenidos más genéricos a los más específicos [Tabla 3]. Dicha dinámica de grupo se llevó a cabo el 8 de julio de 2016.

Lecciones aprendidas

Participaron en el cuestionario de evaluación cuantitativa de la campaña un total de 146 estudiantes, 58,2% de primer curso y 41,8% de segundo curso. Según el cuestionario, el 63,1% de los alumnos encuestados manifestó haber visto la campaña en uno o más medios a través de los cuales se divulgaba. El canal por el que más se visualizó la campaña fue a través de la plataforma Moodle. Cuando se preguntó si la campaña les había aportado conocimien-

TABLA 3. GUIÓN DE LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

1. ¿Qué habéis escuchado o qué conocimientos tenéis sobre el VIH?
 2. ¿Dónde habéis adquirido los conocimientos en relación al VIH? Campañas, Internet, televisión, escuela, padres...
 3. ¿Hasta qué punto creéis que está en vuestro entorno el VIH?
 4. ¿Qué habéis visto de la campaña de la Escuela?
 5. ¿Qué os ha llamado la atención y qué no?
 6. ¿Cómo se podría mejorar la campaña?
 7. ¿Qué faltaría para que fuera una campaña efectiva y de impacto para todos los alumnos y jóvenes?
 8. ¿Cómo se podría hacer? ¿Con que elementos?
-

tos nuevos, del 46,9% de alumnos que se posicionó, el 52,9% manifestó haberlos adquirido, siendo este hecho mucho más relevante en los alumnos de primer curso que en los de segundo (70,0% vs 28,6%) [Tabla 4].

En referencia a la opinión sobre las TICs utilizadas para divulgar la campaña, el 39,1% de los participantes no se posicionó; sin embargo del 60,8% que sí lo hizo, un 59,7% manifestó que le parecieron adecuados. En relación a si los datos aparecidos en la cam-

TABLA 4. RESULTADOS ENCUESTA CUANTITATIVA CAMPAÑA “VISUALICEMOS EL VIH: ¿SABES QUÉ...?”

	Total %
1. ¿A través de que canal o medio has conocido la campaña?	
Canal Interno de TV del campus.	6,16
Moddle	56,16
Web ESIM GRENFIC	6,85
Por comentarios de los compañeros	0,68
No la he visto	36,99
No me ha llamado la atención	3,42
Total respuestas	
2. ¿Crees que la información te ha aportado conocimientos nuevos?	
Si	52,94
No	47,06
Total de respuestas posicionadas	46,90
No sabe/No contesta	53,10
Total respuestas	100,00
3. ¿Has accedido a algún link para ampliar información?	
Si	8,93
No	91,07
Total de respuestas posicionadas	78,32
No sabe/No contesta	21,68
Total respuestas	100,00
4. ¿Crees que los medios utilizados (TIC's) han sido los adecuados para llamar la atención y concienciar sobre la infección por VIH?	
Si	59,77
No	40,23
Total de respuestas posicionadas	60,84
No sabe/No contesta	39,16
Total respuestas	100,00

TABLA 4. RESULTADOS ENCUESTA CUANTITATIVA CAMPAÑA “VISUALICEMOS EL VIH: ¿SABES QUÉ...?” (continuación)

	Total %
5. ¿Qué otras vías consideras interesantes para recibir información en relación a la infección por VIH?	
Redes sociales	76,03
Foros de debate	15,07
Posters divulgativos	41,78
Conferencias	35,62
Total respuestas	
Otros	
6. ¿Crees que de alguna forma estos datos reflejan una realidad que puede estar próxima a ti?	
Si	81,11
No	18,89
Total de respuestas posicionadas	62,07
No sabe/No contesta	37,93
Total respuestas	100,00
7. ¿Crees que tienes riesgo de contraer una infección por VIH?	
Si	25,38
No	74,62
Total de respuestas posicionadas	89,04
No sabe/No contesta	10,96
Total respuestas	100,00
8. ¿Crees que esta campaña es de utilidad para la formación académica en enfermería?	
Si	99,21
No	0,79
Total de respuestas posicionadas	86,30
No sabe/No contesta	13,70
Total respuestas	100,00
9. En tu caso, ¿es un complemento a lo que has aprendido en el aula?	
Si	63,41
No	36,59
Total de respuestas posicionadas	56,94
No sabe/No contesta	43,06
Total respuestas	100,00

paña reflejaban una realidad que podía estar próxima a ellos, un 37,9% de los alumnos no se manifestó; del 62,0% que lo hizo, la gran mayoría, el 81,1% respondió afirmativamente.

Así mismo, el 89,0% de los estudiantes respondió a la pregunta sobre si se veían en riesgo de contraer una infección por VIH; de ellos cerca de un 74,6% creía no correr ningún riesgo. Un 86,3% se posicionó sobre la utilidad de la campaña para la formación académica, de los cuales el 99,2% respondió de forma afirmativa. En cambio no quedó tan claro si esta información era un complemento a lo aprendido en el aula (sólo se posicionó el 57%, de los cuales el 63,4% estaba de acuerdo). Señalar que solo el 8,9% de los estudiantes posicionados (78,3%) amplió la información a través de los links vinculados y propuestos en la página web de la Escuela) [Tabla 2].

Cabe señalar que los resultados más relevantes mostraron que un 74,6% de los estudiantes posicionados (89,0%) consideró no tener riesgo de contraer una infección por VIH. Este dato se podría relacionar con el 30% de los nuevos diagnósticos de VIH que se producen en jóvenes menores de 29 años ^[15]. Según Pérez Rosabal et al. (2016), los estudiantes disponen de cierta información sobre el sida, aunque al mismo tiempo mantienen creencias erróneas que pueden llevarles a exponerse a situaciones de riesgo. Estos autores concluyen en su estudio un nivel medio de conocimientos sobre el VIH/sida, una percepción de riesgo media ante esta infección y un comportamiento sexual irresponsable ^[15]. También Pons Delgado (2016) concluye que el comportamiento de los adolescentes en relación a sus conocimientos insuficientes comporta prácticas sexuales de riesgo para el VIH ^[16].

En nuestro cuestionario de evaluación cuantitativa, el 76,0% de los estudiantes sugirió otras vías de divulgación de las campañas como las redes sociales, aunque sin especificar cuáles, además de los posters divulgativos (41,7%) y de las conferencias (35,6%). Datos a tener en cuenta para futuras campañas.

El 99,2% de los estudiantes posicionados (86,3%) considera que la campaña es de utilidad para la formación académica en enfermería. Este resultado quizás podría estar influenciado por el hecho de que los investigadores son los profesores de la escuela, y los encuestados se podrían haber sentido obligados a responder según la imagen que creían que debían mostrar ^[18].

Aunque el 63,1% de los participantes vio la campaña, llama la atención la cantidad de respuestas no sabe/no contesta (ns/nc) obtenidas en todas las preguntas evaluadas, lo que sugiere la necesidad de un replanteamiento en el cuestionario y también en la metodología del estudio. También será de interés para los evaluadores analizar la idoneidad de las fechas de la campaña, así como todos los posibles factores que pudieran haber condicionado su escasa visibilidad.

En relación a los resultados obtenidos a partir del grupo focal, los estudiantes destacan la importancia de iniciativas como la que nos ocupa por la necesidad de ampliar información válida, lejos de mitos y estereotipos. Además, unánimemente afirmaron su interés por los mensajes de campaña, dada su vinculación con su vida personal y profesional.

No obstante, destacaron la poca visibilidad de la campaña piloto, lo que consideran repercutió en su impacto. Entre las posibles causas destacaron:

- a) El diseño de la propia campaña, excesivamente institucional y formal en opinión de los estudiantes.

“El formato es poco atractivo, demasiado académico y poco “llamativo”. Todo y que los contenidos sean de impacto, no se leen si el formato no llama la atención”.

Sus propuestas giraron en torno una campaña mucho más visual, evitando los colores institucionales, con poca letra y con fotografías. Los alumnos hicieron énfasis en la provocación y en la amenaza, así como en el sexo como elementos de fuerza para llamar la atención de los estudiantes. Debatieron acer-

ca de la necesidad de imágenes y mensajes que inciten a consultar y sentir más cercanos los problemas vinculados a la infección. Asimismo otorgaron mucha importancia a las experiencias personales de posibles testigos que les facilitaran sentirse identificados con la situación.

“Podríamos hacer una “performance” con distribución de preservativos el 1 de diciembre”.

“Se podrían ofrecer pruebas rápidas (ONG) el día de la Jornada de Enfermería Humanística y VIH”

- b) El calendario de implantación, coincidente para algunos grupos de estudiantes con un período de prácticas clínicas en centros asistenciales (fuera del campus universitario). Propusieron consensuar el calendario, sin que se establecieran unas fechas cerradas, de forma que se pudieran realizar actividades diversas a lo largo del curso académico.
- c) Los canales de divulgación: los consideraron limitados y demasiado circunscritos a los canales habituales para la divulgación de información académica, lo cual condicionó, en algunos casos, el rechazo de la información de la campaña antes de leerla por relacionarla con asuntos institucionales.

Así mismo, los alumnos propusieron sustituir la difusión a través de Beabloo, por su bajo impacto, por otras estrategias de comunicación: a) otras redes sociales usadas ampliamente entre el colectivo de estudiantes como Facebook e Instagram (en fase de implementación en la ESIM); b) la difusión mediante carteles y posters estratégicamente situados en el Campus y c) un stand informativo-participativo, pudiendo coincidir con alguna fecha señalada como el 1 de Diciembre, Día Mundial del Sida, o bien con nuestra “Jornada de Enfermería Humanística i VIH” anual.

Uno de los temas más controvertidos durante el desarrollo del grupo focal fue la percepción de haber

perdido el miedo a la infección, sobre todo en personas jóvenes universitarias, coincidiendo con lo señalado por Cesida (2014) en el sentido de que las personas que no conocieron la epidemia del sida antes de los tratamientos antirretrovirales actuales, no solo no tienen miedo al VIH, sino que tampoco se consideran en riesgo de contraer la infección ^[18].

El análisis de los resultados del grupo focal evidencia que las aportaciones de los participantes, por una parte, confirman los resultados cuantitativos obtenidos en la encuesta, y por otra, enriquecen el trabajo con las propuestas de mejora aportadas.

Tras el análisis de la encuesta cuantitativa de evaluación de la campaña, y de los resultados cualitativos del grupo focal, se valora la importancia de algunos elementos clave a la hora de diseñar campañas de este tipo: el equilibrio entre los mensajes positivos y negativos, la utilización de imágenes de impacto considerando el recurso al humor, y finalmente la selección de canales de comunicación lo más cercanos posible al público objetivo. Todos ellos aspectos fundamentales que pueden contribuir al éxito y eficacia de una campaña ^[19].

Todas estas aportaciones se tomarán en cuenta en el nuevo diseño y relanzamiento de la campaña en el siguiente curso académico 2016/2017. Asimismo, se propondrá a los estudiantes participantes del grupo focal su participación en la comisión de trabajo, de manera que se trate de una campaña diseñada por ellos y dirigida a ellos. Para ello nos basaremos en el modelo PRECEDE de L. W. Green, utilizado como herramienta de análisis y evaluación ^[20], con el fin de realizar una aproximación al colectivo universitario, y de identificar variables útiles para planificar la campaña descrita como intervención preventiva.

En conclusión, el conjunto de los datos obtenidos justifica la necesidad de mejorar algunos aspectos de la campaña, tanto en los aspectos de formato como en las estrategias de participación y difusión. Además, se constata la idoneidad de reforzar al mismo

tiempo desde el currículo académico, los conocimientos dirigidos a la prevención y el cuidado de las PVVIH, y poder contribuir así a generar cambios en las actitudes y comportamientos del alumnado.

Bibliografía

- Marcus JL, Chao C, Leyden W, Xu L, Quesenberry CP, Klein DB, et al. Narrowing the gap in life expectancy for HIV+ compared with HIV-individuals. Conference on Retroviruses and Opportunistic Infections (CROI), February 22-25, 2016, Boston. Abstract 54. Disponible en: <http://www.croiconference.org/sessions/narrowing-gap-life-expectancy-hiv-compared-hiv-individuals> (Consulta mayo 2016)
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Vigilancia epidemiológica del VIH/SIDA en España.. Disponible en: https://www.msssi.gob.es/ciudadanos/enfLesiones/enfTransmisibles/sida/vigilancia/InformeVIH_SIDA_2016.pdf (Consulta junio 2016)
- Guías del ECDC Y EL OEDT. 2011. European Center for Disease Prevention and Control. Disponible en: http://ecdc.europa.eu/es/publications/Publications/111012_Guidance_ECDC-EMCDDA.pdf (Consulta mayo 2016)
- Carnicer Pont D, Vives Martín N, Casabona Barbarà J. Epidemiología de la infección por virus de la inmunodeficiencia humana. Retraso en el diagnóstico. *Enferm Infecc Microbiol Clin.* 2011; 29(2):144-51.
- INFOSIDA. Todo lo que necesitas saber sobre el VIH y el sida. Jóvenes. 2016 Disponible en: <http://www.infosida.es/tu-y-el-vih/jovenes#> (Consulta junio 2016)
- Tomás-Sábado J. Actitud de enfermería ante el sida. Construcción de una escala de Likert. *Enferm Clín.* 1999; 9(6):233-7.
- Conejeros Vallejos I, Emig Sánchez H, Ferrer Lagunas L, Cianelli Acosta R. Conocimientos, actitudes y percepciones de enfermeros y estudiantes de enfermería hacia VIH/Sida. *Rev Invest Educ Enf.* 2010; 28(3):345-54.
- Bektaş HA, Kulakaç O. Knowledge and attitudes of nursing students toward patients living with HIV/AIDS (PLHIV): a Turkish perspective. *AIDS Care.* 2007; 19(7): 888-94.
- Arroyo-Ruiz LM. Conocimientos y actitudes de profesionales y estudiantes de enfermería sobre el paciente. *Rev Multidisc Sida.* 2014;1(2): 25-41.
- World Health Organization. Informe de la Salud en el Mundo. 2004. Disponible en: <http://www.who.int/whr/2004/chapter3/es/index1.htm.l> (Consulta junio 2016)
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Red Española de Universidades Saludables. Disponible en: <http://www.msssi.gob.es/profesionales/salud-Publica/prevPromocion/promocion/UniversidadesSaludables/docs/Anexo1.pdf> (Consulta junio 2016)
- ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en: http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf. (Consulta marzo 2016)
- Bandura, A. Social cognitive theory and exercise of control over HIV infection. En: Di Clemente RJ, Peterson JL, eds. Preventing AIDS: theories and methods of behavioral intervention. New York: Springer; 1994: p. 25-59.
- Martínez-Donate, AP, Zellner J A, Sañudo F, Fernandez-Cerdeño A, Hovell, M. F, Sipan CL, et al. Hombres sanos: evaluation of a social marketing campaign for heterosexually identified Latino men who have sex with men and women. *Am J Public Health.* 2010; 100(12): 2532-40.
- Pérez Rosabal E, Soler Sánchez YM, Pérez Rosabal M, López Arias E, Leyva Rodríguez VV. Knowledge on HIV/ aids, risk perception and sexual behavior in university students. *Multimed Rev Medica.* 2016; 20(1). Disponible en <http://www.medigraphic.com/pdfs/multimed/mul-2016/mul161b.pdf>(Consulta junio 2016)
- Pons Delgado S, Delgado Labrada VE, Leyva Fonseca N, Baños A. Prevención primaria en adolescentes. Un modelo educativo sobre VIH/SIDA. *Multimed Rev Médica.* 2016; 20(2).Disponible en: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/20156/Mis%20documentos/Downloads/155-343-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/20156/Mis%20documentos/Downloads/155-343-1-PB%20(1).pdf) (Consulta junio 2016)
- Parahoo K. Nursing Research. Principles, Process and Issues. Houndmills (UK): Palgrave MacMillan; 1997.
- JANO.CESIDA y Janssen premian una campaña para prevenir nuevas infecciones entre los universitarios. JANO 2014. Disponible en: http://www.jano.es/jano/actualidad/ultimas/noticias/janoes/uno/cada/4/nuevos/casos/vih/espana/da/menores/29/anos/_f-11+iditem-21976+idtabla-1) (Consulta mayo 2016)
- Pedrana AE, Hellard ME, Higgs P, Asselin J, Batrouney C, Stooze M. No drama key elements to the success of an HIV/STI-prevention mass-media campaign. *Quall Health Res.* 2014; 24(5): 695-705.
- Green, LW, Kreuter MW, Deeds SG, Partridge K.B. Health education planning: a diagnostic approach. California: Mayfield; 1980.