

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
Estructura del libro	10
<b>CAPÍTULO I ■ El sida y su prevención: la problemática</b>	<b>12</b>
Los carteles de prevención del sida en México	12
Pregunta de investigación, objetivos e hipótesis	14
<b>CAPÍTULO II ■ Estado del conocimiento</b>	<b>16</b>
La prevención del sida mediante la comunicación	16
La comunicación para el cambio social	16
<b>CAPÍTULO III ■ Marco conceptual</b>	<b>26</b>
Comunicación visual y publicidad	26
La argumentación publicitaria	28
<b>CAPÍTULO IV ■ Estrategia metodológica</b>	<b>35</b>
Mensaje verbo-visual	35
Aspecto publicitario	36
La retórica y la argumentación	36
Construcciones conceptuales	37
<b>CAPÍTULO V ■ Los carteles de prevención del sida     en el contexto mexicano</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO VI ■ El sida y su imagen en México     a partir del cartel</b>	<b>56</b>
El inicio de la epidemia y las primeras acciones	56

<b>CAPÍTULO VII ■ La visión alternativa en la prevención del sida</b>	<b>99</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>107</b>
<b>ANEXO ■ Carteles recolectados</b>	<b>110</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>122</b>