

JÓVENES CON VOZ: UNA EXPOSICIÓN ITINERANTE DE CARTELES CON MENSAJES DE PROMOCIÓN DE LA SALUD.¹

Jorge Everardo Aguilar Morales, Jaime Ernesto Vargas Mendoza, Magdaleno Mario Santiago Hernández y Carmen González Zaizar

Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C.
Centro Regional de Investigación en Psicología
México

Resumen: La adopción de estilos de vida saludables requiere del diseño de ambientes que proporcionen estímulos antecedentes y consecuentes a la emisión de este tipo de comportamientos. Los estímulos antecedentes incluyen entre otros, exponer a las personas a mensajes persuasivos de manera constante y en el contexto en el que se presentará la respuesta deseada. Con este propósito se realizó una exposición itinerante autogestiva de carteles que contenían mensajes para jóvenes sobre nutrición, adicciones, deporte, sexualidad, amistad, hábitos de estudio, etc. Al realizar una evaluación de los carteles, a través de las opiniones expresadas espontáneamente por los asistentes sobre aspectos del diseño y recepción del mensaje, se encontró que este tipo de materiales son un vehículo apropiado para la promoción de la salud, se propone invertir mayores esfuerzos en su desarrollo de modo que puedan ser utilizados de manera masiva..

Palabras clave: Adolescentes, salud, prevención, autogestión, promoción.

La promoción y el mantenimiento de la salud, así como la prevención y tratamiento de enfermedades se han constituido como uno de los objetivos básicos de la psicología de la salud (Becoña y Oblitas 2000). La adopción de estilos de vida saludables requiere del diseño de ambientes que proporcionen estímulos antecedentes y consecuentes a la emisión de este tipo de comportamientos. La exposición a estímulos antecedentes incluye entre otras acciones el dirigir a las personas a mensajes persuasivos de manera constante y en el contexto en el que se presentará la respuesta deseada. (Costa y López, 1986).

Numerosos estudios se han realizado para demostrar la utilidad de los mensajes persuasivos en diferentes ambientes. Colocar carteles o señales alusivas puede facilitar que las personas realicen ejercicio (Brownell, Stunkard y Albaum, 1980), presenten comportamientos de seguridad (Conejera, Donoso, Moyano, Peña y Ponce, 2003),

desarrollen conductas higiénicas, mantengan contactos sexuales sin riesgo (Rivera y Garduño, 2004), cumplan con instrucciones médicas (Haynes, Taylor y Sackett, 1979), desarrollen comportamientos no violentos (Kort, 2004), etc.

A partir de la conceptualización de la salud no como la ausencia de enfermedad sino como el completo bienestar físico, social y emocional (OMS, 1974) y el reconocimiento de la prevención de enfermedades y la promoción de la salud como estrategias fundamentales de trabajo, se ha desarrollado una historia importante de campañas masivas dirigidas a la población en riesgo, estas campañas han incluido la prevención del tabaquismo, alcoholismo, enfermedades de transmisión sexual y de enfermedades cardiovasculares.

¹ Trabajo presentado en el XXXIII Congreso Nacional del Consejo para la Enseñanza e Investigación en Psicología V Congreso de la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Psicología, realizado en la Ciudad de Boca del Río Veracruz en mayo del 2006.

También se ha destacado el desarrollo de campañas para lograr comunidades saludables, concientizar sobre la importancia de la vacunación y la prevención de enfermedades infecciosas. En menor medida han estado enfocadas a promover aspectos conductuales como el manejo de estrés o la convivencia en pareja.

La atención a los jóvenes se ha convertido en uno de los objetivos principales de programas preventivos, los cuales se han enfocado al manejo de la vida sexual, la paternidad responsable, la educación y el empleo, el autoconcepto, los roles de género y el uso de sustancias psicoactivas, incluyéndose recientemente la prevención del suicidio y los trastornos de alimentación (Asociación Demográfica Costarricense, 1990; Pick, Aguilar, Rodríguez, Collado, Pier, Acevedo y Vargas, 1988)

Este tipo de programas se han desarrollado en dos vertientes, en primer lugar y de manera principal se han enfocado al desarrollo de habilidades a través de sistemas de capacitación y en segundo lugar a través de campañas masivas de comunicación.

En la elaboración de campañas en las que se utilicen mensajes con información persuasiva diversos autores han identificado los elementos técnicos que dichos mensajes deben tener en contenido y en forma: mensajes breves, ejemplos de conductas saludables, recomendaciones específicas sobre el que hacer y como hacerlo, diseño atractivo, etc. (Guibert, Grau y Prendes, 1999), de la misma manera se han propuesto políticas para instrumentar programas de educación para la salud (OMS, 1989; Werner y Bower, 1982). El involucramiento de la comunidad, el apego de los mensajes a la cultura de los habitantes, el desarrollo de esfuerzos colectivos (autogestión) son parte de estas recomendaciones.

El surgimiento del campo del Marketing social ha incorporado elementos para lograr mayor efectividad en la realización de campañas masivas (Andreasen, 1995). El desarrollo de una tecnología comunicativa y la facilidad con que ahora se accede a medios de impresión avanzados permiten la elaboración de materiales cada vez mas profesionales. En

este punto es importante mencionar que fue solo el desarrollo de una tecnología conductual la que permitió ofrecer respuestas concretas y sugerencias específicas que puedan ser utilizadas en los diversos instrumentos desarrollados para brindar educación para la salud (Kazdin, 1983).

La Asociación Oaxaqueña de Psicología sabedora de su responsabilidad social ha desarrollado desde hace algunos años proyectos de divulgación de la psicología científica hacia diversas poblaciones. Uno de los proyectos sobresalientes es la capacitación para jóvenes a través del programa "Adole-Siendo", en dicho proyecto se ha ofertado tanto capacitación para padres, maestros y jóvenes como elaborado materiales de difusión. La experiencia obtenida en el diseño de estos materiales, nos demostró la utilidad de difundir mensajes persuasivos a través de carteles. La elaboración de un periódico mural denominado "El último graznido, su psicólogo en la calle" nos indicó, además, la necesidad de que los carteles fueran diseñados en un gran tamaño, con un solo mensaje por cartel y centrados en una sola temática para poder impactar mas fácilmente en un sector de la población (Aguilar y Vargas, 2003; Aguilar, Ruiz, Aguilar y Vargas, 2005). Por tal razón nos propusimos ahora desarrollar y evaluar una serie de carteles de educación para la salud elaborada con la intención de influir en el comportamiento cognitivo (verbal) de los jóvenes y presentarlos a través de una exposición itinerante autogestiva. Los resultados de dicha experiencia se reportan a continuación.

DISEÑO DEL PROYECTO:

Coordinados por personal de la Asociación Oaxaqueña de Psicología un grupo de estudiantes de un curso de psicología comunitaria identificaron a través de un revisión documental las principales problemáticas que enfrentan los jóvenes (análisis de contenido de la opinión pública vertida en los periódicos locales y documentos oficiales como el plan estatal del desarrollo y el programa de acción en salud mental) y las temáticas que abarcan los programas de educación para la salud que actualmente son dirigidos a este grupo de la población.

A partir de las áreas de oportunidad identificadas se elaboraron 20 carteles que incluyeron mensajes persuasivos sobre: Aborto, alcoholismo, tabaquismo, anorexia, noviazgo, amistad, consumismo, delitos sexuales, ejercicio, uso de drogas, prevención de embarazo, nutrición, suicidio, manejo de conflictos, promoción del estudio y uso del condón.

Los carteles tuvieron un tamaño de 1.25 x 1.75 metros, fueron elaborados utilizando imágenes prediseñadas, con un software especializado en diseño gráfico, impresos en plástico con un formato común de fondo y expuestos en mamparas de madera del mismo tamaño.

Mediante un convenio establecido con el centro cultural del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado de Oaxaca, con la Dirección de Prevención del Delito del Estado y con el título de "Jóvenes con Voz", se montó una exposición muestra por un periodo de 15 días, de tal manera que los educadores de diversas instituciones pudieran revisar los contenidos y solicitar la exposición para sus propios centros de trabajo, para lo cual se realizó una invitación a profesionistas del área que fue difundida a través de medios masivos de comunicación. Posteriormente se expuso la muestra en 5 planteles de educación media superior en el estado.

Los costos de la impresión y la exposición fueron asumidos por los autores de los trabajos y nuestra asociación.

INTERVENCIÓN EN LA COMUNIDAD:

El desarrollo de la primera exposición que sirvió para mostrar los contenidos a los educadores se efectuó de acuerdo a lo planeado. La asistencia de más de 500 personas permitió que los educadores pudieran revisar los contenidos de los carteles y solicitarlos para ser expuestos en sus propios centros educativos. A través de un convenio de colaboración con la dirección de prevención del delito del estado se inició su exposición itinerante, como se había contemplado, en diferentes bachilleratos de nuestro estado, misma que continúa hasta la fecha habiendo atendido a una población de más de 3000 estudiantes.

Al realizar una evaluación de los carteles, a través de las opiniones expresadas espontáneamente por los asistentes sobre aspectos del diseño y recepción del mensaje, se encontró que este tipo de materiales son un vehículo apropiado para la promoción de la salud: el 24% de las opiniones indicaron que los carteles atienden una problemática importante, el 17 % sugieren la realización de un mayor número de exposiciones de este tipo, el 13% los considero atractivos, un mismo porcentaje resalta la importancia de que grupos de jóvenes se involucren en este tipo de experiencias, el 8 % los considero propositivos y el resto hicieron referencia a la sencillez de los mensajes, a la importancia del diseño y a lo interesante del contenido.

Finalmente es importante mencionar que existe además la posibilidad de ser reproducidos como carteles adheribles que puedan ser colocados en el transporte urbano y en las paradas de los autobuses dentro de la ciudad.

ALGUNAS INQUIETUDES

¿Tuvo éxito la intervención?

Consideramos que los resultados de la intervención han sido exitosos, los comentarios de la población que asistió y la acogida que tan rápidamente ha tenido por parte de instituciones educativas y de áreas del gobierno estatal relacionadas con la prevención del delito refleja la utilidad de los carteles diseñados y la necesidad de contar con materiales que contengan mensajes de fácil asimilación y elaborados con los elementos técnicos que nos brinda nuestra profesión.

La participación de estudiantes y su involucramiento en el diseño y ejecución de este tipo de proyectos son alentadores y confirman la importancia de asumir nuestra responsabilidad como elementos de la comunidad en el cuidado de nuestra salud a través de proyectos autogestivos. Sin negar la responsabilidad que diversas agencias de gobierno tienen en la promoción de comportamientos saludables, este tipo de esfuerzo indica también que es posible desarrollar por la comunidad, en este caso académica, proyectos masivos con bajos costos.

¿Alguien más esta desarrollando esfuerzos similares?

A partir de la revisión de las memorias de los congresos de investigación más importantes realizados en nuestro país en los últimos tres años y de los índices de por lo menos dos de las revistas más importantes de psicología de la salud en español, podemos decir que son escasos los esfuerzos similares que se están realizando. Dichos esfuerzos se concentran sobre todo en la evaluación de las campañas que generan instituciones gubernamentales pero no en desarrollar experiencias autogestivas que promuevan los mensajes en el lugar en el que se desenvuelve la población objetivo, como en este caso dentro de los centros educativos.

¿Qué aporta de nuevo esta intervención?

En el diseño de mensajes se trató de utilizar las metáforas y las paradojas con el objeto de influir sobre la conducta verbal relacional arbitrariamente aplicable, es decir se procuró manejar contextualmente la transformación de funciones de estímulo para "defusionar" o desconectar los marcos

relaciones de coordinación que pudieran sostener el prejuicio de los jóvenes a rechazar mensajes tendientes a reprimir o suspender cogniciones (pensamientos, fantasías, recuerdos) vinculadas con comportamientos de riesgo. Esto con base en la literatura reciente derivada de la investigación sobre equivalencia de estímulos, teoría de marcos relacionales y terapia de aceptación y compromiso.

Referencias:

- Aguilar M., J. E y Vargas M., J. V. (2003) "El último graznido": evaluación de un periódico de educación para la salud. *Revista Mexicana de Psicología. Número especial: memorias del XI congreso Mexicano de Psicología.*
- Aguilar M., J.E. y Ramos, M., D.E. (2004) La salud mental y los medios en Oaxaca. *Memorias del XII Congreso Mexicano de Psicología.*
- Aguilar M., E. O., Ruiz C., E. J., Aguilar M., J.E. y Vargas M., J.E. (2005) Educación para la salud: Evaluación de una guía de orientación sexual para jóvenes universitarios. *I congreso Mexicano de Salud en Adolescentes y Jóvenes.*
- Asociación Demográfica Costarricense y The Center Of Population Options (1990) *Como planear mi vida.* Costarica: Asociación Demográfica Costarricense y the center of population options
- Andreasen, A. R. (1995). *Marketing social change: Changing behavior to promote health, social development, and the environment.* San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Becoña, E. Y Oblitas, L.F. (2000) *Psicología de La Salud: Antecedentes, Desarrollo, Estado Actual Y Perspectivas.* En Becoña, E. Y Oblitas, L.F. (2000) *Psicología De La Salud.* México: Plaza Y Valdes

- Brownell, K.D., Stunkard, A. J Y Albaum , J.M. (1980) Evaluation and modification of exercise patterns in the natural environment. *American Journal Of Psychiatry* , 137(11)1540-1545
- Castellanos L. , G.E. Y Flores P., F. (2004) Análisis y evaluación de las campañas de prevención acerca del vih/sida en estudiantes universitarios. Mexico: *Memorias del IV congreso iberoamericano de psicología de la salud (APICSA)*
- Costa M. Y López E. (1986) *Salud Comunitaria*. Barcelona, España: Editorial Martínez Roca.
- Conejera, M., Donoso, D., Moyano, E. , Peña, J., Ponce, F. (2003) Comunicación persuasiva y cambio de actitudes hacia la seguridad de tránsito en peatones. *Revista Latinoamericana De Psicología*. 1 (35) 77-90.
- Guibert R., W., Grau A., J., y Prendes L., M. A. (1999) ¿Cómo hacer mas efectiva la educación en salud en la atención primaria? *Revista Cubana de Medicina General Integral*;15(2):176-83
- Kaszdin, A.(1983) *Historia de la modificación de conducta*. Bilbao, Desclée de Brouwer
- Kort Rosemberg, F. (2004) Programa para prevención de la violencia: “una tregua para los venezolanos”. Mexico: *Memorias del IV congreso iberoamericano de psicología de la salud (APICSA)*
- OMS (1974) *Constitución de la Organización Mundial de la Salud: Documentos Básicos*. 24ª Edición. Ginebra, suiza: OMS.
- OMS (1989) *Educación para la salud: Manual sobre educación sanitaria en atención primaria de salud*. Ginebra, Suiza : OMS.
- Pick, S., Aguilar, J., Rodríguez, G., Reyes,G., Collado, M., Pier, D., Acevedo, P.,Vargas, E. (1988). *Planeando tu vida: “Nuevo programa de educación sexual para adolescentes”*. México: Editorial Planeta. (7ª. Edición, 1997, 12ava. Impresión, 2001).
- Rivera H, M.E. Y Garduño, S. (2004) Desarrollo y evaluación de mensajes audiovisuales que promuevan la salud en la población adolescente. Mexico: *Memorias del IV congreso iberoamericano de psicología de la salud (APICSA)*

- SSA(2001) *Programa de Acción en salud mental*. México: SSA.
- Werner, D. y Bower, B (1982) *Helping Health Workers Learn*. USA: Healthwrights publications.

EJEMPLOS DE CARTÉLES



Gráfica 1. Ejemplo de un cartel en el que se promueve la independencia económica.



Gráfica 2. Ejemplo de un cartel en el que se ataca el consumismo



Gráfica 3. Ejemplo de un cartel en el que se promueve una nutrición adecuada.



Gráfica 4. Ejemplo de un cartel en el que se promueve una relación de noviazgo equitativa.