

2011 Octubre, 2(3): 1-1

FUERZA VINCULAR. DISOCIACIÓN ENTRE INFORMACIÓN Y COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMISIBLES

E Álvarez, M Walker, L González, C Corti

Cátedra de Ciencias Sociales y Medicina.

E-mail: claudia_corti@yahoo.com.ar marcela.walker@yahoo.com.ar

Introducción

En el ámbito de la salud la comunicación es trascendental para la difusión de conocimiento, modificación o reforzamiento de comportamientos que colaboren a mejorar la salud de los ciudadanos. También es una herramienta para fortalecer procesos de cambio social que contribuyan a mejorar la calidad de vida. Los mecanismos de intervención para generar influencia social que proporcione conocimientos y forje actitudes en relación a la salud, son fundamentalmente las campañas de prevención. Sin embargo, a pesar de las campañas masivas de comunicación en relación a la prevención y factores de riesgo para la salud, las acciones de prevención a nivel individual-comunitario parecen no haber permeado en la forma deseada en toda la comunidad. Así, temas como el cuidado de salud en vías respiratorias, sistema digestivo, aparato genital, entre otros, sumado a comportamientos riesgosos muestran un alto desconocimiento por parte de la comunidad a la que están dirigidas a pesar de las profusas campañas de prevención. Las campañas de prevención, generalmente insertas en el paradigma de comunicación masiva, no tienen en cuenta la totalidad de los receptores con sus particularidades, ni las diferencias o capacidades de asimilación de los mensajes. En sociedades cada vez más complejas y fragmentadas, la construcción de mensajes destinados a la prevención de la salud no escapa a las tensiones existentes entre las comunidades. Toda sociedad es heterogénea, su interacción social está marcada por la cultura y las subculturas que la integran, en esta realidad incluir el proceso salud-enfermedad como una vivencia única y globalizadora, sin tener en cuenta los determinantes de la salud para grupo social o comunitario es excluir del análisis los determinantes económicos, sociales, educativos, religiosos, ideológicos donde en esencia están implícitos los valores, las normas, los hábitos, usos y costumbres de cada grupo social.

Objetivos:

Identificar el nivel de comprensión y apropiación de mensajes preventivos en la comunidad que asiste a la Unidades Sanitarias de La Plata y Gran La Plata y su relación a comportamientos saludables.

Objetivos Específicos:

- Identificar el nivel de conocimiento de la comunidad encuestada sobre enfermedades transmisibles.
- Determinar el nivel de comportamientos saludables individual y comunitario.
- Determinar los hábitos de higiene de las personas encuestadas en relación a la salud.

Materiales y Métodos:

Se realizó un estudio de campo exploratorio acerca de información y conocimiento de enfermedades transmisibles, comportamientos saludables y hábitos higiénicos a partir de una encuesta semiestructurada.

Resultados:

El 80% de los encuestados refirió conocer y tener información de las campañas de prevención. Los canales por los cuales se habían informado en su mayoría son aquellos mensajes que se emiten por la televisión, diarios, radio, folletos, afiches, internet. Sólo el 53% respondió que los mensajes eran claros y entendibles, sin embargo el 70% de este mismo grupo desconocía por lo menos alguno de los modos de transmisión de enfermedades como hantavirus, ETS, hepatitis, parasitosis, dengue y gripe. El 52% de los encuestados identificó correctamente factores de riesgo para la salud, sin embargo evidenciaron una alta exposición a éstos entre los cuales predominaron: fumar o estar expuesto al humo de cigarrillo, utilización de anticonceptivos orales sin control médico, ausencia de agua corriente o red cloacal, tanques de agua sin tapa, animales domésticos sin control veterinario, ausencia de controles médicos, entre otros.

2011 Octubre, 2(3): 2-2

Conclusiones:

En muchos casos las iniciativas de prevención no consiguen los efectos esperados, debido a que los mensajes emitidos no responden a los grandes desafíos que representan modificar los comportamientos arraigados en la cultura. El envío de mensajes como único recurso y procedimiento de construcción de un sentido que favorezca hábitos saludables es insuficiente. Las lecturas que un grupo social puede hacer de un mensaje puede no ser coincidente con las intenciones que se pretendieron al momento de diseñar las estrategias, contenidos y distribución de ese mensaje. En muchos casos se recibe el mensaje desde la noción de información, pero no desde una noción de recepción que implica incorporación, apropiación o adopción que resulte en modificación de comportamientos no saludables, en modificación de prácticas cotidianas que son parte de la cultura.