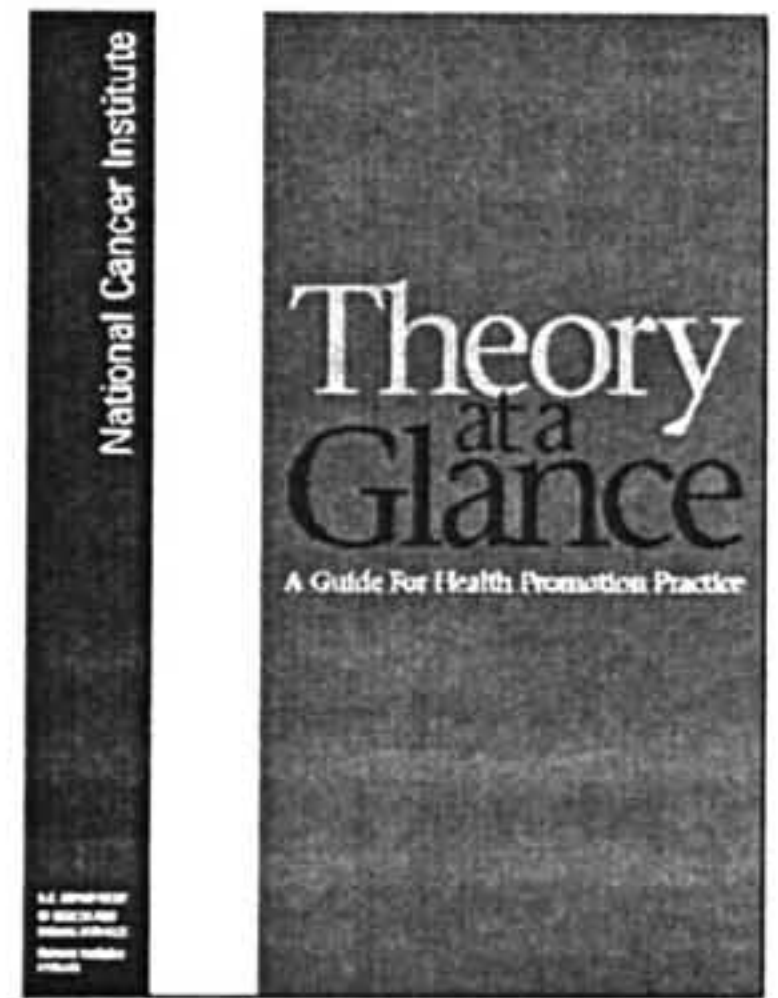


Rimer, B. y Glanz, K. (2005).
Theory at a Glance. Segunda edición.
National Cancer Institute. Estados Unidos.



Alfredo Ignacio Poggi J. *

La tendencia dominante actual en materia de Salud Pública se enfoca principalmente en la prevención como herramienta efectiva en la lucha y control de las enfermedades. Las distintas organizaciones gubernamentales e internacionales en el área salud se han percatado desde hace unos años atrás que la prevención reduce notablemente los costos humanos, tecnológicos, monetarios y de infraestructura médica que se requerirían para atender el gran número de pacientes que padecen ciertas enfermedades evitables.

Por otro lado, una campaña preventiva en materia salud se enfrenta siempre a la difícil tarea de modificar las conductas de las personas ofreciéndole una idea abstracta de bienestar a largo plazo. A diferencia del marketing tradicional, el mercadeo de prevención (*Health Marketing*) trabaja con bienes intangibles, y los costos son altos, como dejar de comer grasas, evitar fumar cigarrillo o hacer ejercicio todos los días. Por eso, el material "*Theory at a Glance*", publicado en impreso como en Internet por el *National Cancer Institute* de Estados Unidos, brinda unas herramientas teóricas para tener en cuenta a la hora de diseñar una campaña preventiva en salud.

La guía está dividida en tres grandes capítulos, que van desde los conceptos generales de la Salud Pública hasta los detalles concretos al momento de ponerse en práctica dichos cuerpos teóricos.

Las autoras, la doctora Barbara K. Rimer y Karen Glanz, explican en el primer capítulo que las teorías dentro de un mundo global cambiante no garantizan el éxito de una campaña de prevención por la variedad de factores involucrados, pero sí pueden marcar una hoja de ruta y unos pasos que se deben tener en cuenta para estructurar dicha comunicación.

En el segundo capítulo, quizás el más interesante, realizan una descripción pragmática y sencilla de las distintas teorías psicológicas y sociológicas que pueden sustentar una campaña de prevención en salud. Tomando como enfoque una perspectiva ecológica, en el sentido de que la interacción de los factores en distintos niveles afecta el resultado final, se describe 5 grandes áreas con sus teorías respectivas: Intrapersonal, Interpersonal, institucional, Comunitario y Políticas Públicas.

El área Institucional como el de Políticas Públicas no se aborda en el texto, ya que si bien influyen en los resultados finales, según las autoras se estarían introduciendo a la complejidad de los asuntos políticos y de infraestructura médica, ajenos al tema meramente comunicacional.

En el nivel Intrapersonal se describen teorías como *The Health Belief Model* (Modelo de Creencia en Salud), la cuál resalta entre unos de los puntos más importantes, que las personas no cambian de hábito o conducta si no sienten la amenaza directa de la enfermedad. Otra teoría es la llamada *Theory of Planned Behavior* (Teoría de la Conducta Planificada), en la que explica que las personas actúan y sacrifican una comodidad si sienten que tiene el control de la situación, es decir, están claros los pasos a seguir para prevenir. Por último, la teoría llamada *Stage of Change Model* (Modelo del Cambio de Estado), la cuál señala que el proceso de cambio de actitud frente a una enfermedad requiere tiempo, no es un evento inmediato.

En el nivel interpersonal, se puntualizan la *Social Cognitive Theory* (Teoría Social Cognitiva), en la cuál se hace énfasis que antes de que una persona tome la decisión en tema salud, debe sentirse apoyado por las personas allegadas: familiares, amigos, novios, etc. Por ende, una campaña preventiva debe apuntar a generar fuentes motivacionales no sólo a la persona afectada, sino a sus allegados.

Por último, en el ámbito Comunitario, teorías como la *Agenda Setting*, apuntan a generar temas de conversación entre los grupos sociales y motivar así indirectamente a los afectados.

En el capítulo 3, se intenta presentar los caminos para poner en práctica esas teorías, sin embargo se quedan en explicaciones muy generales y difusas.

No obstante, por su practicidad y originalidad, este material es una guía primordial a consultar para analizar o elaborar campañas no sólo de prevención en salud, sino en otros ámbitos sociales.