

La comunicación en la educación para la salud

María E. Suardíaz Espinosa¹

RESUMEN.

Se presenta una serie de reflexiones sobre la comunicación interpersonal en general y se hace un somero análisis de la aplicación de los principios de la misma a la Educación para la Salud que incluye las barreras para la comunicación, el uso correcto del lenguaje, las peculiaridades del trabajo con grupos y los retos de la globalización. Por último, se revisan algunos aspectos del trabajo encaminado a lograr el cambio en determinados hábitos de vida en las personas, potencialmente nocivos. Se concluye que el educador para la salud, en esencia, trabaja para diseñar un futuro y por lo tanto, es un guía y un orientador hacia las metas y objetivos que tienden a la protección de la salud y el bienestar de la persona. Por ese motivo, debe aprender a comunicar sus ideas con eficiencia, de manera que pueda llegar a todos. En suma, debe pensar con rigor y ser creativo.

Palabras clave: Comunicación; Educación para la Salud; uso del lenguaje; trabajo con grupos.

INTRODUCCIÓN.

Se define como comunicación la transmisión y recepción articulada o inarticulada de ideas, sentimientos y actitudes con el objetivo de obtener una respuesta. En esta definición se incluyen personas: hablamos de sentimientos y de actitudes; por tanto, es necesario comprender el papel que jugamos en la relación de las personas entre sí.

La comunicación interpersonal es una cadena de eventos donde hay que tener presentes los marcos de referencia del que trasmite y del que recibe. Generalmente existe la tendencia a reaccionar ante cualquier situación con componente emocional haciendo una evaluación de ella desde nuestro punto de vista. Esta es la principal barrera para una comunicación eficiente que, sin embargo, está en el centro de toda la actividad humana: no resulta posible alcanzar un objetivo si no se tiene la cooperación de las demás personas que conviven en ese entorno social. Es la capacidad de comunicarse eficientemente, lo que permite a cualquier persona, grupo u organización, ejercer influencia sobre las actitudes y las acciones de los demás. Pero es preciso tener en cuenta que sólo se podrán vender las propias ideas si éstas se comunican de una manera eficaz.



Eso implica afirmar que la comunicación, para que sea eficiente, debe considerar un cambio de ideas con inteligencia; a no ser que haya un flujo en las dos direcciones, no se puede decir que ha habido verdadera comunicación.

La comunicación tiene tres elementos: Un transmisor, que genera la comunicación; el mensaje propiamente dicho y un receptor del mensaje. El proceso de la comunicación va en dos sentidos: para que exista comunicación eficiente, es preciso que haya reacción (feedback). Con frecuencia se considera al receptor como un elemento pasivo y no como agente en el proceso de comunicación. Sin embargo, lo importante no es lo que el transmisor dice, sino lo que el receptor admite; la audición condiciona lo que el oyente acepta.

Para que la corriente de comunicación cumpla su cometido:

wLos iniciadores del mensaje deben tener una visión clara de lo que están comunicando: ¿A quiénes va dirigido el mensaje? ¿Qué estoy tratando de decir con éste? ¿Cuál es su importancia? ¿Cuándo y cómo debo transmitirlo?

wDeben ser capaces de expresar las ideas de forma que trasmitan clara y precisamente el significado que se pretende. Si el significado del mensaje no se comprende, no cumplirá su propósito.

wDebe ofrecerse la cantidad suficiente de información a los receptores. Partir hacia la acción con base en deducciones y no en hechos, representa un serio obstáculo a la comunicación eficiente.



wEl lenguaje debe ser comprensible: lo que se pretende es informar, no impresionar. Deben elegirse palabras sencillas y comunes.

wEmplear palabras que tengan el mismo significado para quien habla y para quien escucha. Las palabras, por sí mismas, no tienen significado; son las personas quienes se lo atribuyen.

wEmplear el medio de comunicación adecuado a la situación. La comunicación directa, cara-a-cara, es la mejor; pero la cuestión del tamaño y la distancia, muchas veces hace imposibles los contactos personales.

wTener en cuenta la edad, los deseos, necesidades, intereses y gustos de los receptores y mantenerse en sintonía con ellos. Es importante conocer la experiencia y formación de los destinatarios del mensaje.

wEmplear algún método de feedback. Incluye la evaluación; una buena técnica para obtenerlo, es incentivar las reacciones de los oyentes.

La comunicación debe tener un propósito, o será una pérdida de tiempo y energía. Entre sus objetivos están: llevar información, garantizar la comprensión, obtener una reacción y convencer (¡no vencer!).

¿Qué puede hacer una persona para volverse un comunicador más eficiente? Tratar de seguir las siguientes sugerencias que ofrece A. D'Souza:

- 1.- Definir con claridad, en su mente, la finalidad de la comunicación.
- 2.- Debe saber para quién está hablando.
- 3.- Su mensaje debe ser específico y concreto.
- 4.- Usar el modo de transmisión correcto.
- 5.- Cautivar la atención de las personas.

6.- Tratar de lograr armonía entre los mensajes verbales y no verbales.

7.- Controlar el momento adecuado para el mensaje.

8.- Buscar el feedback.

En las páginas que siguen, se tratará de hacer un somero análisis de la aplicación de estos principios de la comunicación, a la Educación para la Salud.

DESARROLLO

a) Barreras para la comunicación.

Tres características peculiares de los transmisores influyen en la recepción de sus mensajes:

wLa credibilidad.

wLa objetividad.

wEl conocimiento.

Eso significa que, para creer en el mensaje o reaccionar en la forma que los transmisores desean, los oyentes deben ver al autor del mensaje como un individuo digno de crédito, objetivo y conocedor del tema. Recordemos que, cuando se le dice al público lo que éste desea oír, no existe dificultad alguna en que el mensaje sea aceptado; sin embargo, a menudo la Educación para la Salud tiene que decir cosas que la mayoría de la gente no quiere oír: ¡Haga ejercicio físico sistemático!, ¡limite el consumo de las grasas animales y de carbohidratos!, ¡no fume!, ¡no ingiera bebidas alcohólicas!, ¡no sea sexualmente promiscuo!, ¡vigile su tensión arterial! Cuando esto sucede, es preciso que el público perciba que puede confiar en lo que se le dice, que han sido considerados todos los aspectos del tema antes de dar estos conse-

jos y que son personas competentes y calificadas las que los dan.

Así pues, un mensaje puede ser atendido o no; en caso de que sea atendido, puede ser comprendido o no; el mensaje comprendido puede ser aceptado o no; y el aceptado puede ser aplicado o no. De aquí se deduce que, para que cumpla su función, el mensaje debe ser atendido, comprendido, aceptado y aplicado. Además, como ya se ha dicho anteriormente, es imprescindible la retroalimentación (feedback) para evaluar los resultados. Esto es lo que se conoce con el nombre de la Regla de Cinco de Keith Davis. Para lograrlo, existen diversas técnicas que se enumeran a continuación:

Ante todo, el educador debe reconocer los distintos tipos de barreras que se oponen a la adecuada recepción del mensaje y estudiar la forma más adecuada para superarlas.

La primera regla está en explicar el mensaje de manera que lo entiendan todos aquellos a quienes va dirigido. Esto implica evitar el abuso de tecnicismos y utilizar un lenguaje simple, directo y espontáneo. En el caso de emplear el apoyo de medios audiovisuales (como sucede con los medios de comunicación masivos) las imágenes adquieren una gran importancia, pues pueden expresar el mensaje por sí solas. En las charlas a grupos se puede usar dibujos, fotos u otros recursos similares.

Se debe mantener el número de ítems del mensaje en un mínimo imprescindible. El exceso de información distorsiona la misma y hace perder el interés a los receptores. En todo caso, si es necesario hacer llegar una cantidad grande de información, es preferible dividirla en partes e impartirla en forma de curso (como se hace con los obesos y los diabéticos) o en varios programas de radio o televisión, si se trata de difusión masiva. Hay algunas buenas experiencias en este sentido en nuestros medios, con los programas Hablemos de Salud (Cubavisión) o Por Nuestros Campos y Ciudades (Radio Progreso).

Es importante tener en cuenta la emotividad (aspecto a menudo relegado a un plano muy secundario). Se debe de prever las reacciones de los receptores y prepararse para afrontarlas. También, especialmente en los casos en que el educador trabaja con grupos, de forma directa e interactiva, es imprescindible favorecer un ambiente de apoyo, confianza y seguridad. La Educación para la Salud, (como todas las actividades educativas) debe ser coherente y honesta.

Al trabajar con grupos, se deben evitar todos los posibles ruidos y los ambientes que distraigan así como velar siempre por la claridad y firmeza del mensaje. En estos casos, crear un clima ade-

cuado dentro del grupo es vital, pues sus integrantes se apoyarán mutuamente. Las experiencias acumuladas con los grupos de diabéticos o de obesos y, sobre todo, de la organización de Alcohólicos Anónimos, constituyen magníficos ejemplos en este sentido.

b) Uso correcto del lenguaje.

El lenguaje no debe ser usado precipitadamente ni de forma indiscriminada. Por el mero hecho de movilizar ciertas palabras, ya se sitúa el pensamiento en un nivel determinado de la realidad. Cada tipo de lenguaje nos abre un camino hacia un aspecto de ésta; es decir, toma una perspectiva particular del entorno. Si es usado con la precisión debida, presenta un modo de racionalidad peculiar, es decir, configura unos medios expresivos propios que nos revelan algún aspecto de la realidad objetiva. El lenguaje científico elabora, por ejemplo, fórmulas, ecuaciones, operaciones y un largo etcétera; y con estos medios permite acceder a la vertiente de la realidad que es cuantificable, sometible a medida y experimentación. Con toda razón se afirma, pues, que el lenguaje científico posee un carácter plenamente racional. Pero es muy importante saber que la capacidad de operar de forma inteligible, controlable mediante la razón y facilitar conocimientos de la realidad, no es exclusiva del lenguaje científico. El mensaje que deseamos llevar a los receptores, para una correcta educación para la salud, debe ser abordado no sólo con este lenguaje, sino también con el de la antropología y la ética (Y también, ¿por qué no?, con el de la estética). Un ejemplo de lo hasta aquí recogido en este sentido, lo constituye el siguiente caso: En un programa educativo del canal "Discovery" (TV por cable), se afirmó que la homosexualidad no constituye una enfermedad ni está determinada por una aberración cromosómica (lo cual es rigurosamente cierto); y de esta premisa científica, se extrajo la conclusión de que la homosexualidad es una opción sexual del ser humano tan normal como la heterosexualidad (lo cual es una deducción muy polémica y, sobre todo, no necesariamente se desprende de la premisa anterior).

c) Trabajo con grupos.

Para el trabajo con grupos como los ya mencionados, se han elaborado reglas que constituyen lo que se conoce con el nombre de "Los diez mandamientos para una comunicación efectiva":

wPiense con la cabeza antes de hablar con la boca.
wRazone lo que quiere decir y por qué quiere decirlo.

wAdapte lo que quiere decir al grupo que le escucha.

wLa forma en que lo dice es tan importante como el

contenido de lo que dice.

wTenga en cuenta que los gestos y la expresión de su cara también dicen mucho.

wCuando hable, tenga en cuenta las necesidades de los que escuchan.

wBusque siempre el feedback.

wRespalde sus palabras, siempre que sea posible, con acciones.

wPiense en el efecto a largo plazo del mensaje.

wAprenda a escuchar a sus oyentes y estimularlos a dar sus opiniones.

Existen manuales para enseñar a hablar con eficiencia ante un auditorio, que pueden ser muy útiles para las personas que van a impartir charlas de Educación para la Salud. Hemos tomado las siguientes sugerencias del Manual “Descubre tu liderazgo”, de A. D’Souza:

wMire hacia los oyentes. Llame su atención.

wHable sobre una cosa cada vez; no salte de un tema a otro.

wCuando se refiera a un punto muy importante, insista en éste varias veces, cambiando las palabras.

wMantenga un ritmo constante, sin dar rodeos ni divagar.

wHable con seguridad, pero sin prepotencia.

wEstimule al auditorio a hacer preguntas.

wSea breve; no hable por el gusto de oírse.

d) Los retos de la globalización.

El mundo actual se enfrenta a un proceso acelerado de globalización. La educación en general y, en particular, la Educación para la Salud, no pueden permanecer ajenas a eso. Entre estas perspectivas para la educación en un mundo globalizado que debemos tener en cuenta, están las siguientes:

Nuevas competencias de la escuela y nuevas expectativas de la sociedad respecto a ella:

-Resolver los problemas de la violencia y de la droga.

-Brindar educación sexual.

-Brindar educación para una vida más sana y productiva.

-Brindar educación para la sostenibilidad energética y alimentaria.

-Descubrir y construir sentido en la vida y el mundo.

-Desenvolverse en la sociedad del conocimiento.

-Comprensión del aprendizaje como resultado de un proceso de interacción social.

-Necesidad de vincular todos los ámbitos formativos de la sociedad (familia, instituciones culturales, deportivas, recreativas, mundo laboral)

Prioridad de las personas sobre las estructu-

ras:

-Promover cambios en las personas desde dentro (desde sus motivaciones y capacidades).

-Proliferación de vías de información (especialmente el aprovechamiento de las potencialidades educativas de los medios masivos de comunicación), así como de nuevas instancias educativas.

-Implementación de la “educación a lo largo de la vida” y de la “sociedad educativa”.

-Tener en cuenta las dimensiones pragmática y humanista del fenómeno.

e) Trabajar para el cambio.

La Educación para la Salud intenta trabajar para el cambio en determinados hábitos de vida en las personas que son nocivos para ellas y que, en ocasiones, constituyen verdaderos estereotipos. Por supuesto, el cambio forma parte de nuestra vida: estamos cambiando constantemente, desde que nacemos hasta que morimos. Sin embargo, las personas generalmente se resisten a los cambios, por pequeños o simples que sean. Para minimizar esta resistencia, un comunicador eficiente les ayuda a:

-Entender los beneficios del cambio.

-Comprender el propio cambio.

-Entender cómo los va a afectar

-Comprometerse con el cambio.

Además, es importante considerar cuidadosamente si las personas cuentan con capacidad para soportar esos cambios y si será necesaria una asesoría para analizar la situación y ofrecer una adecuada dirección. Es bueno tener en cuenta que las personas se comprometen con los cambios que ayudaron a desarrollar; por ello, resulta más práctico presentar la situación que necesita ser modificada y aportar los datos que permitan que las personas implicadas elaboren su propio proceso de cambio.

El cambio incluye dos puntos de vista: el de la persona que lo dirige y el de los que son afectados por éste. Desde el punto de vista de éstos, el cambio puede ser enfocado como un proceso eminentemente cognoscitivo, eminentemente emocional o de superación de actitudes. El que propone los cambios debe tratar este problema con una concepción global, que incluya los tres factores.

Al enfrentarse al cambio, los individuos pasan por cuatro etapas:

wNegación.

wConfusión.

wTransformación.

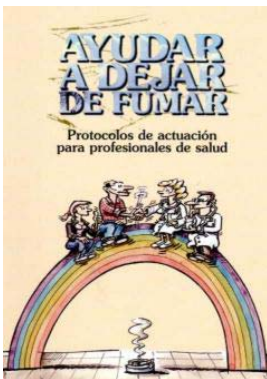
wAceptación.

Obviamente, no todos los individuos ni todos los grupos terminan con la aceptación. Siempre

hay algunos que jamás aceptan los cambios y se mantienen al margen del proceso. El primer paso en el proceso de cambios, por lo tanto, es entenderlo.

La habilidad para adaptarse al cambio es una función de tres características: disposición, actitud y motivación. La disposición, por supuesto, depende por entero del receptor del mensaje; las actitudes pueden educarse; la motivación depende de la persona que trata de educar a otros para el cambio: si no es capaz de presentar sus argumentos de manera entusiasmante, sus resultados serán pobres.

Cuando analizamos al educador como agente de cambios, existen tres posibilidades en la forma de influir sobre las personas a quienes se dirige:



a.- Influjo desde el poder: Produce sumisión, no verdadero cambio. A corto plazo, los resultados pueden ser buenos, pero en realidad son efímeros y desaparecen cuando quien los promovió se retira de la escena.

b.- Influjo desde el atractivo: Produce identificación con el promotor; la gente lo apoya por la simpatía que inspira, pero el mensaje queda oculto por la persona y no es muy duradero tampoco.

c.- Influjo desde la credibilidad: Produce internalización del mensaje, lo cual lo hace más duradero.

Es obvio que el influjo desde el poder no es aplicable a la Educación para la Salud; sería rechazado unánimemente. Los educadores eficientes deben tratar de combinar credibilidad y atractivo:

1.- Poca credibilidad y poco atractivo: No ejerce ningún influjo; no sirve para hacer llegar el mensaje (no será un buen educador mientras no supere estas deficiencias).

2.- Mucha credibilidad y poco atractivo: El Gran Experto. Inspira respeto y tal vez admiración, pero no llega a la gente: se mantiene una cierta distancia (lo escucharán la primera vez y sólo durante un tiempo).

3.- Mucho atractivo, poca credibilidad: Preocupado sobre todo por ser simpático. Acaba dejándose influir por los valores y las ideas del grupo al que se dirige y cambiando él en vez de cambiarlos a ellos.

4.- Alta credibilidad y alto atractivo: El ideal. Los destinatarios del mensaje lo ven como "uno de los suyos", pero que a la vez les supera y tiene algo que darles. Hará que el mensaje llegue a su

destino y que sus efectos perduren.

CONCLUSIONES

El educador para la salud es alguien que, en esencia, trabaja para diseñar un futuro. Desde este punto de vista es un guía, un orientador hacia metas y objetivos que tienden a la protección de la salud y el bienestar de la persona holísticamente considerada, así como de la familia, la niñez y la juventud; de su calidad de vida. Puede ser alguien que desde el lugar más escondido hasta el supuestamente más brillante, pueda añadir un nuevo rol a la vida de las personas: alimentar la conciencia moral de que la Salud Para Todos no es una mera consigna, pero hay que trabajar para lograr que se alcance. Debe aprender a comunicar sus ideas con eficiencia, de manera que pueda llegar a todos, con independencia de la diversidad de ideas, opiniones y credos; saber trascender el marco estrecho de éstas y apuntar a la suma de voluntades; ser creíble y convincente. Debe ser capaz de aprovechar las posibilidades de las nuevas tecnologías de la información, sin hacerse dependiente de ellas; saber sobrevolar los pormenores; ver siempre el conjunto y gestar síntesis integradoras que lleven a acciones concretas de orientación, de cambio en los hábitos de vida de las personas.

Debe, en suma, pensar con rigor y vivir con creatividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Arrieta, L. Un concepto de Comunicación Organizacional. Ed. Diana. México, D.F. 1991.
- D'Souza, A. Descubre tu Liderazgo. Ed. Loyola. S. Paulo, 1996.
- Gill, J. J. Human Development. Vol. 4. Heinemann Ltda. Londres, 1983.
- Kahan, A. Éxito Consistente. Conferencia X Foro Internacional de Emprendedores, Morelos, 1994.
- López Quintás, A. Inteligencia creativa. BAC, Madrid, 2002.
- Ponce, R. Transformación evolutiva. Conferencia. La Habana, 1999.
- Redima, W. J. ¿Cómo vencer la resistencia al cambio?. Revista Información para Dirigentes MINBAS, No 2, La Habana, 1989.
- Young, M. y Post, J. Los Ocho Principios de la Comunicación Eficaz. ESIB, La Habana, 1999.

1 Técnico medio en Laboratorio Clínico, Hospital Pediátrico SMP, Ciudad de La Habana.