

# 11

## EDUCACIÓN POPULAR Y COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE SALUD

### POPULAR EDUCATION AND COMMUNICATION FOR HEALTH PROMOTION

Marisol Isabel Martínez Iglesias<sup>1</sup>

E-mail: [mmartinez@ucf.edu.cu](mailto:mmartinez@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3391-3423>

Gerardo Iglesias Montero<sup>1</sup>

E-mail: [giglesias@ucf.edu.cu](mailto:giglesias@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9719-2234>

Marianela Dávila Lorenzo<sup>1</sup>

E-mail: [mdavila@ucf.edu.cu](mailto:mdavila@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5651-9583>

<sup>1</sup>Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez" Cuba.

#### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Martínez Iglesias, M. I., Iglesias Montero, G., & Dávila Lorenzo, M. (2020). Educación Popular y comunicación para la promoción de salud. *Revista Conrado*, 16(77), 87-92

#### RESUMEN

Desde el siglo XIX, la comunicación ha sido vital para el desarrollo social, ahora debe trascender más allá de la comunicación participativa y constituirse en ese nuevo agente de promoción del desarrollo y de la salud como valor social que promueva el cambio social. De igual manera, que contribuya a ampliar la participación social del ciudadano, a asumir la cultura popular y a facilitar la emergencia y uso de las redes sociales. La comunicación para la salud es una estrategia para fomentar que las personas y las comunidades desarrollen conocimientos, actitudes y prácticas para alcanzar un mejor estado de salud. Se apoya fundamentalmente en los medios de comunicación para hacer llegar el mensaje a la población. La información y la comunicación en salud son fundamentales para la adopción de modos de vida sanos. En este trabajo se aborda, la influencia que posee la comunicación para la promoción de la salud ante los condicionamientos actuales de enfrentamiento de una pandemia y sus puntos comunes con la educación popular. Se realiza un recorrido por los presupuestos teóricos de epistemas como comunicación para la promoción de la salud y vínculos con la educación popular.

#### Palabras clave:

Comunicación para el desarrollo, comunicación para la promoción de salud, educación popular.

#### ABSTRACT

Since the 19th century, communication has been essential for social development, now it must go beyond participatory communication and become that new agent for the promotion of development and health as a social value that promotes social change. As well, it contributes to expanding citizen social participation, assuming popular culture and facilitating the emergence and use of social networks. The communication for health is a strategy to encourage people and communities to develop knowledge, behaviors and practices to achieve a better state of health. It support primarily on the media to get the message across to the population. Health information and communication are essential for the adoption of healthy lifestyles. This paper focuses in "the influence of communication for health promotion in the face of current conditions of managing the pandemic and its common points with popular education." A review of the epistemic theoretical premises as communication for the health promotion and it relations with popular education were carry out.

#### Keywords:

Communication for development, communication for health promotion, popular education.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación, en su función de nuevo agente para la generación de un cambio de comportamiento hacia un estado de salud favorable, debe tender a una acción modernizadora que dé cohesión y soporte a los sectores sociales en los grandes cambios que la era digital está posibilitando. También, las acciones comunicativas se orientarán para que esas grandes transformaciones tengan capacidad de generar prosperidad económica, estabilidad política y social.

Precisamente la comunicación representa un eje fundamental en el campo de la salud, constituye el diálogo, el intercambio, la relación de los individuos en la sociedad como base de toda la actividad social. Es una manera de compartir y de hallarse en correspondencia, es el famoso acto de poner en común determinado objetivo.

Para comprender en esencia hay que partir de los presupuestos asumidos por comunicación y profundizar en las nuevas tendencias hacia la amplitud de estos procesos, generados por el alcance que adquiere ante la era de la globalización.

Si se asume la condición de ser social del hombre, resulta obvio que la comunicación es un concepto intrínseco a toda actividad de desarrollo humano. Su comprensión, adecuación e incorporación ha necesitado de un proceso de interiorización que ha ido acercándolo a la definición de su verdadero rol en la difícil tarea de transformación.

La relación entre comunicación y vida cotidiana que históricamente acompañaron a esta integración, hoy a la luz de nuevas miradas, se verán enriquecidos al atribuírsele de entrada a los receptores una actitud más activa: no son agentes pasivos sino activos en la recepción de los mensajes de los medios.

Precisamente Martín-Barbero (1989), citado por Portal (2009), propone entender la comunicación en sus mediaciones, desde la densidad de las relaciones cotidianas. Sus propias reflexiones son ilustrativas: *“Más que de medios, la comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura, y por lo tanto necesitada no sólo de conocimientos, sino de reconocimiento. Un reconocimiento que es, en primer lugar, desplazamiento metodológico para rever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales - clases, etnias, generaciones, sexos - hacen de los medios y los productos masivos”*. (p. 19)

Y a continuación sugiere dejar atrás el paradigma informacional según el cual *“comunicar es hacer circular, con*

*el mínimo de ‘ruido’ y el máximo de rentabilidad informativa, un mensaje de un polo a otro en una sola dirección... confundiendo la comunicación... con la lubricación de los circuitos y la ‘sensibilización’ de los públicos”*. (Martín-Barbero, 1989, citado por Portal, 2009, p. 19)

Estas contribuciones, sin dudas, favorecieron la construcción de una nueva mirada a los procesos comunicativos en general y a los que se desarrollan en los espacios comunitarios, en particular. Permitieron incluso, recapacitar en torno a la llamada comunicación alternativa. Esta se convirtió en el nuevo modo de traducir la comunicación para el desarrollo, tomando especial fuerza a fines de la década de los setenta y en los ochenta.

En el caso latinoamericano hay vastas experiencias que se han desarrollado y se desarrollan, tanto en la radio como la prensa escrita y, en menor medida, la televisión, el video y actualmente la Internet. Las radios mineras de Bolivia, las radios cristianas en Colombia y Chile, los altoparlantes en los barrios populares de Lima, las tiras cómicas en ciudades como Buenos Aires y Ciudad México hasta llegar al uso de la Internet por grupos feministas, ambientalistas e indigenistas en Brasil, México y Nicaragua son entre otros, ejemplo de ello.

La aplicación de este concepto ha estado condicionada al contexto social, al momento histórico, a los actores sociales involucrados, al grado de desarrollo y posibilidades de utilización de las tecnologías, entre otros. Lo alternativo tendrá siempre un carácter relacional por lo que debe analizarse a partir de la función que cumple, entendiéndolo como un modelo abierto de acuerdo a las mediaciones apuntadas.

Otra influencia vendría de los aportes de Paulo Freire. En plena época de la política desarrollista y de la concepción extensionista como forma de transmitir conocimientos rápidos para ser aplicados con la urgencia que los programas demandaban, Freire (1973), citado por Portal (2009), interrogaba: *“¿Será un acto de conocer aquel a través del cual un sujeto, transformado en objeto, recibe pacientemente un contenido de otro? ¿Puede este contenido, que es conocimiento de, ser “tratado” como si fuese algo estático?”*. (p. 27). El educador brasileiro se convierte en el más importante impulsor de una nueva pedagogía que propone la conversión de los seres humanos en sujetos del proceso de transformación de su realidad, a partir de sustentar su acción en el diálogo problematizador.

Es a partir de este punto donde en nuestro contexto latinoamericano ocupa vital significación los presupuestos de la educación popular, donde se entrecruzan a las conexiones utilizadas en la comunicación para el desarrollo como parte del trabajo en las comunidades.

Es preciso comprender que la comunicación constituye un elemento imprescindible en este inmenso proceso de comunicación para la salud que requiere de una serie de factores para poder llegar a lograr comportamientos saludables a través de un cambio de conductas encaminadas a desempeñar acciones concretas con el objetivo de fortalecer las habilidades del ser humano y sus capacidades, que van a estar dirigido también a modificar las condiciones ambientales y sociales con el fin de lograr que los individuos gocen de un ambiente sano en el que puedan recrear todas sus oportunidades.

## DESARROLLO

Su génesis habitualmente data de los orígenes de la propia comunidad (primitiva). A medida que las personas se vinculan en pequeños grupos para el desarrollo de determinadas actividades, se van conociendo más, van aprendiendo a considerar y facilitar el bienestar de los demás, a respetar sus opiniones y puntos de vista: se van ajustando y puliendo sus interrelaciones. De esta manera se va incrementando su eficiencia como sujeto de la actividad social; obtienen mejores resultados en las tareas que se proponen, y esto estimula y desarrolla la autoestima grupal, su identificación como grupo, como comunidad y su diferenciación de otras comunidades.

Existe la propensión a considerar que cuando este sentimiento de pertenencia o bien común, y las actitudes sociales que genera, se aplican y extienden fuera del pequeño grupo, ha nacido realmente la comunidad. De esta manera, es sensato admitir que el grado de participación de los miembros fortalece los rasgos comunitarios en el grupo.

Las comunidades se pueden diferenciar entre sí por el desarrollo de dicho sentimiento de pertenencia emanado de la participación, el cual se manifiesta de manera diferente teniendo en cuenta la antigüedad de la relación entre sus miembros, la intensidad del intercambio con el exterior y la permanencia de los mismos. El desarrollo de tal sentimiento contribuye a lograr una convivencia más próxima y duradera, sobre la base de la organización de determinado número de personas que están en constante interacción.

Ello propicia la coordinación de las actividades encaminadas a la solución de problemas comunes y la satisfacción de necesidades individuales y compartidas, configurando estructuras sociales que respondan a la vida comunitaria. En ello pueden influir los líderes, y los decisores de la comunidad, en dependencia de la forma en que desempeñen su labor.

Una definición de comunidad, -a juicio de los autores- debe contener los cuatro elementos fundamentales de tipo estructural y funcional mencionado por Arias (1995), citado por Iglesias (2008):

1. El elemento geográfico, definido por el espacio geográfico en el cual toman cuerpo una serie de realidades que determinan en parte -y en algunos casos en gran parte- las condiciones de vida y de trabajo de la población.
2. El elemento social, referida al conjunto de personas que ocupan ese espacio geográfico
3. El elemento sociopsicológico, concerniente a los factores subjetivos que aglutinan y cohesionan a sus habitantes, las necesidades, objetivos e intereses.
4. El elemento dirección, referente al papel del líder o líderes, la existencia de determinada estructura, formal o informal.

Lo planteado anteriormente pretende establecer un ras entre la diversidad de nociones, conceptos y referencias a la comunidad, lo cual llevó en su momento a Rezsóhazy (1988), a la reflexión de que *“la palabra ‘comunidad’ está de moda”*, siendo esto de un riesgo mayor, el de dejarla inutilizable, por lo que continúa refiriendo que *“si queremos adoptarlo y emplearlo científicamente, tendremos que definirlo con rigor”*. (p. 49)

Este criterio es afianzado por las investigaciones realizadas por el Centro de Estudios Comunitarios de la Universidad Central de Las Villas quienes demostraron que *“el término comunidad es empleado como noción y no como concepto definido”* (Alonso, et al., 2004, p. 12)

Tal situación les lleva a asumir que el vocablo es utilizado en la operacionalización de variables no esenciales por lo que en disímiles ocasiones cuando se hace referencia al término, no siempre apunta al mismo objeto. Sentencian los autores que, de esta manera, *“la teoría, supuesta sustentadora de la investigación, adquiere el rango de conjetura, de prejuicio”* Alonso, et al., 2004, p. 12)

A tono con el debate existente, los autores coinciden con Iglesias (2008), quien sin pretender enunciar un concepto define la comunidad como *“un grupo social que comparte un espacio geográfico reconocido por sus miembros, donde tiene lugar un sistema de interacciones sociopolíticas y económicas, que dan lugar a un conjunto de relaciones interpersonales (cohesión grupal) basadas en sus necesidades”* (p. 42)

En dicha definición el grupo social ocupa el lugar fundamental, y de esta forma se aparte de aquellas definiciones que ponen en primera instancia el espacio físico, para incluir el resto de componentes. No obstante, es preciso

aclarar que tal posicionamiento científico contiene en sí la condición existencial del espacio geográfico, pues el mismo se constituye a partir de la organización y el sistema de relaciones que establece el grupo social. Es por ello que Iglesias n(2008), acota: *“Concebir el espacio geográfico como simple contenedor de grupos de personas, es negar el papel principal que estos desempeñan en la construcción del mismo; pero un análisis espacial de ese grupo implicaría desligarse de parte de su cotidiano, de su evolución histórica y de su identidad”*.

La comunidad a la que se alude está influenciada por la sociedad, de la cual forma parte, y a su vez funciona como un sistema, más o menos organizado, integrado por otros sistemas de orden inferior -las familias, los individuos, los grupos, las organizaciones e instituciones. Estos interactúan, y con sus características e interacciones definen el carácter subjetivo, psicológico, de la comunidad, y a su vez influyen, de una manera u otra, en el carácter objetivo, material, en dependencia de su organización y su posición (activa o pasiva) respecto a las condiciones materiales donde transcurre su vida y actividad.

El grado de desarrollo comunitario es consecuencia de la integración de todos estos elementos, del grado de organización e interacción entre sus componentes, de la existencia o no de una estructura comunitaria, formada por líderes locales o una cierta dirección, que cumpla la función de coordinación entre sus miembros, que contribuya a la reposición de sus esfuerzos y a su orientación en el mejor sentido posible para la vida en común. De todo ello depende la influencia de la comunidad en la formación y desarrollo de sus integrantes.

Cuando se hace mención a la comunicación, no se refiere únicamente a los medios, aunque se reconoce que estos constituyen aparatos transmisores de cultura muy importantes y que se articulan a la conformación e intercambio de las mismas, a la organización económico-social y a la construcción de consensos y disensos políticos en una sociedad. También la comunicación rescata aquellas prácticas sociales de acción e interrelación de los sujetos, especialmente referidos a los movimientos sociales. Todos lo cual ocurre y se gesta al interior de las comunidades.

La comunicación que informa y promueve el cambio de comportamiento, jugando un rol activo en este modelo de comunicación el proceso de promoción para la salud que no es más que la manera de proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma para alcanzar un estado de bienestar, físico, mental y social, que requiere de la disposición plena para contribuir a la resolución de problemas

relacionados con el mejoramiento de la calidad de vida, la nutrición, la intolerancia la discriminación y el medio ambiente.

La promoción para la salud se define también como el resultado de todas las acciones emprendidas por los diferentes sectores sociales para el desarrollo de mejores condiciones de salud personal y colectiva para toda la población en el contexto de su vida cotidiana. Es una de las estrategias usadas para un desarrollo equitativo de salud, reconociéndosele a la comunicación una importancia decisiva en dicha promoción.

La promoción de la salud debe alcanzar sus fines por consenso. Sólo sobre la base del diálogo entre la administración política, profesionales de la salud y ciudadanos puede aspirarse a conseguir mayor control sobre los determinantes de las enfermedades, nuevas conductas más saludables en los ciudadanos y un mayor desarrollo social, como factores imprescindibles para conseguir una mejor promoción de salud. Ante este nuevo reto, el compromiso que asuman las estrategias de comunicación al servicio de la promoción de salud debe ser articular ese diálogo universal para favorecer la participación de la población, fortalecer los servicios de salud comunitarios y coordinar las políticas de desarrollo del sector público de modo que todas contribuyan al logro de una salud universal y equitativa (Beltrán, 2000).

La promoción de la salud puede llevarse a cabo más eficazmente mediante programas que, por una parte, asistirá a las personas y a la comunidad a adoptar decisiones adecuadas para la protección de su salud y, por otra parte, apoyarán el desarrollo institucional que asegure disponibilidad de los servicios y las tecnologías necesarias para resolver los problemas de la población, contribuyendo de esta manera a lograr la eficacia en cuanto al mantenimiento de un buen estado saludable.

Hacia dónde apunta la comunicación para la promoción de salud:

- Apunta a disminuir los riesgos.
- Apunta a la transformación positiva de las condiciones de vida.
- Apunta a los mecanismos de decisión colectiva y de producción de las decisiones sociales.
- Apunta a mejorar las condiciones de vida de una población.
- Apunta a la transformación de los procesos individuales de toma de decisiones para lograr que sean favorables a la calidad de vida y a la posibilidad de salud.

Estrategias de la comunicación para la promoción de la salud:

- Elaboración de políticas públicas favorables a la salud.
- Fortalecimiento de la acción comunitaria.
- Desarrollo de las habilidades personales.
- Creación de entornos propicios a la salud.
- Reorientación de los servicios de salud.

Condiciones de la promoción de salud:

- Permite avanzar la meta de lograr mayor salud y bienestar.
- Incorporar conceptos de salud positiva.
- Reconocer a la persona como sujeto con derechos y deberes.
- Enfrentar a las patologías prevalentes de sus condiciones básicas.
- Presentar una alternativa organizacional financiera y más que todo de impacto, que viven los sistemas de la salud en la actualidad.

La Educación Popular y su integración con los presupuestos de la comunicación para la salud en Cuba. Etapa de pandemia.

Es un hecho: la Educación Popular está alcanzando una relativa *mayoría de edad* y tiende a desarrollarse y masificarse con todos los problemas y nuevos retos y peligros que esto implica. Al *ponerse de moda*, corre el riesgo de vulgarizarse y atentar contra su propio desarrollo y consistencia teórica y práctica. No por ello, debe renunciar a su proyección e influencia pero se debe hacer con seriedad y responsabilidad. Ir a ella y tomar los presupuestos metodológicos para articular con la comunicación popular y con la investigación acción-participación-transformación (IAPT) para establecer estrategias de comunicación en la promoción de la salud que pueda garantizar que se logre mayor contextualización con la realidad.

Pero, ¿qué es en síntesis la Educación Popular? Hay muchos estudios que profundizan en su propio desarrollo histórico para desde ahí intentar, más que una definición, una conceptualización viva y dinámica, producto siempre de su propia práctica histórica sistematizada.

Si se analizan los antecedentes históricos de la Educación Popular, encontraremos siempre como característica fundamental la relación teórico-práctica. Paulo Freire no inventa especulando; teoriza practicando, y al teorizar, ofrece generalizaciones que impulsan entusiastamente miles y miles de experiencias en todo el continente; muchas de ellas logran importantes niveles de desarrollo y

sistematización; que, al convertirse en teoría, enriquecen su propia práctica y la ofrecida por los autores clásicos, a la vez que impulsan nuevas experiencias y ayudan a mejorar otras.

La Educación Popular es científica porque se basa en principios científicos, hace ciencia verdadera y no se cierra, sino dialoga maduramente, con otras corrientes y con otras propuestas.

En todos los casos donde se utiliza la educación popular como sustento metodológico, ha sido factor decisivo para potenciar desarrollo. Tomando de ella los aspectos potenciadores donde la vinculación teoría y práctica garanticen la acción formadora. Pero es válido incorporar otros elementos desde otras disciplinas para potenciar el desarrollo. Es vital, incorporar elementos como la participación, trabajar con criterios por un objetivo común, utilizar métodos participativos. La práctica común de nuestros eventos y acciones en pos de la comunicación para la promoción de salud en Cuba se sustenta en estos propios principios.

Que no se sepa cómo hacer algo diferente, no invalida el cuestionamiento. Es, al fin de cuentas, entendible y justificable, pues desde que nacemos, estamos rodeados y sometidos a prácticas y “valores” propios de nuestra civilización. Conocer, cuestionar, promocionar buenas prácticas que garantizan la salud y el bienestar de la población como fin mayor de nuestro sistema social, convierte que para el caso Cuba, la articulación de los principios de la comunicación para la promoción de la salud y la articulación con los principios fundamentales de la educación popular garantiza nuevos valores de desarrollo en la comunicación popular.

En el caso Cuba, realizando una mirada crítica desde la teoría de la comunicación ante esta etapa de pandemia y articulando los presupuestos analizados anteriormente. La estrategia de comunicación que se ha llevado a cabo ha estado fundamentada por los principios de la educación popular de alguna manera, la investigación acción participativa- transformación como guía de integración en las comunidades donde los objetivos están centrados en la transformación positiva de las condiciones de vida de la población, la disminución de los riesgos, la transformación de la toma de decisiones que garanticen óptima calidad de vida. Asumiendo una postura de interacción popular-participativa que garantice interacciones positivas que favorezcan la salud, el fortalecimiento de la acción comunitaria, mayor inserción de los servicios de salud con incidencia a los sectores más vulnerables y patologías de riesgo. Todo esto al interior de las comunidades.

Analizando las campañas publicitarias, se utilizan con mayor fuerza los medios de comunicación a todos los niveles y ajustados a todos los públicos tanto internos como externos. Programas participativos para que la población pueda informarse e interactuar para evacuar dudas sobre la problemática, spots televisivos, slogan comunicativo, entre otros que transiten por las etapas de la campaña (informativa, persuasiva y de recordación); el uso de plataformas o canales mediáticos y los géneros periodísticos eficaces. Que contribuya al logro de una campaña que garantice un impacto favorable que minimice los riesgos de la población.

Asumimos que, estableciendo espacios de reflexión, de elaboración teórica y, sobre todo, de práctica consecuente, se logra una interacción y cohesión social en pos de plantearse la búsqueda por conocer, aprehender, comprender y transformar nuestra dramática realidad en beneficio de las mayorías. Es decir, una nueva forma de hacer ciencia, de hacer educación, de hacer promoción para la salud, lo que garantiza establecer una conexión desde el pueblo, con él y a su servicio.

## CONCLUSIONES

La Comunicación para la promoción de salud constituye hoy una necesidad apremiante, dado que las condiciones de vida de muchas personas en el mundo se encuentran por debajo del umbral de pobreza y de información. Esta es una de las vías de llegar a la población y proporcionarle al menos una calidad de vida media de acuerdo a los recursos con los que se cuenta.

La presente investigación devela las herramientas que facilita la promoción de salud para lograr que cada vez sean más las personas y familias saludables (entendida la salud no solamente como la ausencia de enfermedades sino como un estilo de vida positivo y aceptación de las responsabilidades).

Al ser concebida la salud como un bien público, se asume que la información es necesaria para que haya vidas más saludables. Un ciudadano sano requiere ser un ciudadano informado sobre las opciones de salud disponibles. Esto incluye desde sus estilos de vida hasta su constitución genética.

El modelo de salud pública, que entiende la salud como una cuestión fundamentalmente de decisiones individuales, pone el acento en la existencia de información que permita una sociedad más sana. La comunicación permite saber quiénes están expuestos y son proclives a ciertas enfermedades, qué conductas son recomendables y cuáles no son deseables. En este proceso, la comunicación, ya sea en el ámbito masivo (campañas de

información), organizacional e inter-personal (interacción proveedores de servicios y paciente), es crucial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, J., Rivero, R., Pérez, Y., Riera, C., & Romero, E. (2004). El Autodesarrollo Comunitario. Crítica a las mediaciones sociales recurrentes para la emancipación humana. Feijoo.
- Beltrán, L. R. (2000). Promoción de la Salud: una Estrategia Revolucionaria cifrada en la Comunicación. *La iniciativa de comunicación*. <https://www.comminit.com/content/promoci%C3%B3n-de-la-salud-una-estrategia-revolucionaria-cifrada-en-la-comunicaci%C3%B3n>
- Iglesias, G. (2008). La categoría espacio geográfico en la metodología para el autodesarrollo comunitario. (Tesis de Maestría). Universidad Central de Las Villas.
- Portal, R. (2009). Comunicación para el desarrollo. Selección de lecturas. Félix Varela.
- Rezsohazy, R. (1988). El desarrollo comunitario. Narcea.