

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Facultad de Ciencias de la Educación, Enfermería y Fisioterapia
División de Enfermería y Fisioterapia



GRADO EN ENFERMERÍA

Curso Académico: 2012/2013

Trabajo Fin de Grado

-Titulo-

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN
DE LA SALUD

- Autor/a –

JACINTO MARTÍNEZ MARTÍNEZ

- Tutor/a –

M^a TERESA DAZA GONZALEZ

INDICE

	Pagina
1.INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	3
3. METODOLOGÍA	4
4. DESARROLLO. PROMOCIÓN DE LA SALUD Y PSICOLOGÍA	
4.1 EL PROCESO DE PROMOCION DE LA SALUD	4
4.1.1. ¿CÓMO SURGE EL CONCEPTO DE PROMOCIÓN DE LA SALUD?	5
4.1.2. PROMOCIÓN DE LA SALUD DENTRO DE LA SOCIEDAD	6
4.1.3 DIFUSIÓN DE LA PROMOCIÓN DE LA SALUD	8
4.2 RECURSOS DE LA PSICOLOGÍA EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD	10
4.2.1.APRENDIZAJE (CONDUCTISMO Y CGNITIVISMO)	10
4.2.2. MOTIVACIÓN	11
4.3. ANÁLISIS DE LA CAMPAÑAN DE PROMOCIÓN DE LA SALUD: “DESPIERTA, DESAYUNA, COME SANO Y MUÉVETE!”	13
5.DISCUSIÓN	15
6. CONCLUSIONES	15
BIBLIOGRAFÍA	18
ANEXOS	20

RESUMEN:

Desarrollo de como dos campos de estudio como la psicología y la promoción de la salud son capaces de trabajar conjuntamente para el desarrollo de hábitos saludables en los individuos. Se revisan las principales partes que componen la promoción de salud, como de donde proviene, donde se desarrolla sus actividades y los métodos de difusión, para hacer llegar su mensaje a la población diana. Que puede aportar la psicología al campo de la promoción y las herramientas, de las cuales dispone y que pueden ser útiles para el desarrollo de campañas de salud. Se centra en la importancia del aprendizaje y la motivación, y cómo influyen en la comprensión de las campañas de promoción de la salud. El objetivo final es comprender que la psicología ayuda a la promoción de la salud, comprendiendo al sujeto y como estos pueden reaccionar ante diferentes estímulos o situaciones. Buscando la respuesta saludable.

Análisis de la campaña de promoción de la salud “¡Despierta, desayuna, come sano y muévete!”. Enumerando las diferentes estrategias que utiliza para que el mensaje cause impacto en la población, y como conciencia a la población de la necesidad de unos buenos hábitos saludables, como son una buena alimentación y el ejercicio moderad. Se Resalta el problema de la obesidad infantil, y como es necesario tomar medidas correctoras para evitar problemas de salud potenciales.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. ¿Por qué es importante la relación entre Promoción de la Salud y Psicología?

La psicología y la promoción de la salud son dos campos de estudio que se entrelazan y acoplan para fomentar los buenos hábitos dentro de las distintas sociedades. El apoyo psicológico es una estrategia más de promoción de la salud, gracias a este el paciente encuentra instrumentos más eficaces para el correcto afrontamiento de la enfermedad y la recuperación de la Salud. En el proceso de atención al paciente, las medidas de apoyo psicológico se acompañan de otras medidas complementarias que potencian hábitos saludables, ya que oportunamente, las primeras configuran la clave para la adopción e integración de las segundas. Así pues, la unión entre psicología y promoción de la salud no solo es complementaria sino inseparable.

La psicología de la salud se encarga de promover comportamientos y estilos de vida saludables que ayuden a las personas a prevenir enfermedades y contribuir a su curación, y enseñar estrategias para motivarles a hacer esos cambios en sus vidas. Con todos estas

Hace tiempo que la enfermedad dejó de ser puramente física. En su aparición, mantenimiento o evolución, influyen otros muchos factores, como las emociones, los pensamientos, el estrés, el comportamiento, el apoyo familiar o incluso la influencia de la sociedad en la que vives. Todo ello influye en como el sujeto entiende su enfermedad, y todo lo que ella conlleva. La psicología de la salud ayuda a comprender todos los variables que el sujeto experimenta.

2. OBJETIVOS

Realización de una revisión bibliográfica sobre la implicación de la psicología en el campo de la promoción de la salud, y como las herramientas que esta ciencia utiliza ayudan al desarrollo de las campañas de promoción de la salud, afianzando también el concepto y la amplitud de la promoción de la salud. Además del análisis de la campaña de promoción de la salud “¡Despierta, desayuna, come sano y muévete!”, y una crítica de los recursos que utiliza para implantar el mensaje.

3. METODOLOGÍA

En primer lugar se ha realizado una revisión bibliográfica del tema de estudio. Para ello se realizó una búsqueda bibliográfica en las bases de datos como PubMed, phicodoc, CuidenPlus, Cochrane plus, entre otras. Recursos web en revistas digitales, foros de opinión, páginas de libre uso y foros de opinión, además de búsquedas bibliógrafas en la biblioteca de la universidad de Almería.

Las palabras clave para mi búsqueda han sido: “psicología”, “promoción salud”, “salud”, “campana”, ”aprendizaje”, “educación”, ”motivación”, “personalidad”, “salud comunitaria”, “psicología comunitaria”, “health promotion”, y “psychology”. Con los boléanos “and” y “or”.

El criterio de selección ha sido la relevancia con el tema que se trataba en el trabajo, intentando seleccionar artículos que contengan relación entre las dos conceptos o una visión de cuidado y desarrollo de la salud.

En segundo lugar, se realizó una búsqueda y selección de un programa de promoción de la salud ya implementada, y basándose en la revisión bibliográfica, se llevó a cabo un análisis de este programa, atendiendo a los conceptos más relevantes desarrollados en este trabajo y realizando una opinión personal sobre el tema de la campaña.

4. DESARROLLO: PROMOCIÓN DE LA SALUD Y PSICOLOGÍA.

4.1. El proceso de Promoción de la Salud

La promoción de la salud constituye un proceso político y social global que abarca no solamente las acciones dirigidas directamente a fortalecer las habilidades y capacidades de los individuos, sino también las dirigidas a modificar las condiciones sociales, ambientales y económicas, con el fin de mitigar su impacto en la salud pública e individual.^{1,2}

La promoción de la salud es el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud para mejorarla.¹ Es un concepto relativamente nuevo, pero con

una mensaje bastante claro. Para ello necesita una serie de mecanismos con los cuales llegar a la sociedad.

4.1.1. ¿Cómo surge el concepto de Promoción de la Salud?

En 1986 durante la Conferencia de Ottawa en Promoción de la Salud con el antecedente directo de la definición oficial de salud en 1946 (OMS) y del reconocimiento de la promoción de la salud como una práctica fundamental de la atención primaria en Alma Alta en 1979. Esta conferencia reunió a trabajadores y políticos de la salud, entre los que se encontraban profesionales no-médicos, para discutir la necesidad de cambiar el enfoque de las políticas nacionales e internacionales, hacia la atención a la salud, hasta la promoción de la salud en la sociedad moderna. La Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud es un documento elaborado en dicha conferencia.³

En esta carta, se identifican tres estrategias básicas para la promoción de la salud. Éstas son la abogacía por la salud con el fin de crear las condiciones sanitarias esenciales; facilitar que todas las personas puedan desarrollar su completo potencial de salud; y mediar a favor de la salud entre los distintos intereses encontrados en la sociedad.³

Estas estrategias se apoyan en cinco áreas de acción prioritarias, contempladas en la Carta de Ottawa para la promoción de la salud:

- Establecer una política pública saludable
- Crear entornos que apoyen la salud
- Fortalecer la acción comunitaria para la salud
- Desarrollar las habilidades personales
- Reorientar los servicios sanitarios

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD

La perspectiva de Ottawa se mantuvo en subsecuentes conferencias internacionales entre las que se encuentran la de Adelaide en 1988; Sundsvall 199; Jakarta 1997; Puerto Rico, 1998; México, 2000; París, 2001; Melbourne, 2004 y Bangkok 2005.²³

4.1.2. Promoción de la salud dentro de la sociedad.

Para detectar dónde es útil la promoción de salud se han descrito unos factores de riesgo para salud, refiriéndose a un conjunto de prácticas, hábitos de vida o trastornos físicos o psíquicos que predisponen o favorecen la aparición de ciertas enfermedades.¹⁴

5

Tradicionalmente, a aquel grupo de individuos que incurría característicamente en determinados factores de riesgo se les denominaba grupo de riesgo. En dicho grupo las campañas estaban más centradas en los hábitos comunes de todos los integrantes del grupo. Pero hoy en día se ha demostrado que la tipificación de ciertos colectivos como grupo de riesgo resulta inadecuada, ya que puede implicar cierta discriminación hacia individuos aislados dentro del grupo de riesgo. Es más adecuado el uso del concepto de práctica de riesgo, mucho más amplio y sin connotaciones discriminatorias, con el que se advierte a la población en general que el riesgo lo tiene cualquier persona que realice prácticas de riesgo.¹⁴

Podemos decir que las actividades de promoción de la salud, dentro de la sociedad, pueden ir encaminadas a: prevenir, cuidar y educar.¹⁴

- Prevenir: Busca una respuesta hacia la enfermedad o pérdida de salud ya sea anteponiéndose a la enfermedad, detectándola, o tratándola según la etapa en la que se encuentre. Por lo tanto, podemos distinguir entre:
 - PreVENCIÓN Primaria: Es la prevención propiamente dicha. Comprende el conjunto de medidas encaminadas a evitar que se produzcan las enfermedades y otros trastornos de la salud.
 - PreVENCIÓN Secundaria: Es el conjunto de medidas encaminadas a realizar una detección precoz de los trastornos de la salud. La medida más útil en este sentido es la prueba de cribado, que consisten en

procedimientos diagnósticos que permiten detectar el estado inicial de algunas afecciones. Para que una prueba se considere de cribado, debe ser rápida, cómoda, barata y sensible.

- **Prevención Terciaria:** Es el conjunto de medidas encaminadas a mejorar la calidad de vida del enfermo. Se aplican sobre personas que han sufrido la fase aguda de la enfermedad y que a consecuencia de esta padecen deterioro o secuelas, ya sean físicas, psíquicas o sociales. Se trata pues de medidas de rehabilitación.
- **Cuidar:** Necesitamos proporcionar una serie de actividades con las cuales el paciente pueda mantener su salud. Actividades relacionadas con el seguimiento de hábitos y conductas, que fomentan una postura de control ante la enfermedad.
- **Educar:** Es uno de los instrumentos esenciales para la consolidación de los hábitos de vida saludables. La educación para la salud consta de tres estrategias necesarias: detectar problemas de salud, motivar e instruir.
 - **Detectar problemas de salud:** Es una tarea primordial e imprescindible antes de promover modificaciones de los estilos de vida. Existen muchos procedimientos para determinar los problemas y las necesidades de salud: encuestas, debates, medios de comunicación etc.
 - **Motivar:** Intenta modificar conductas perjudiciales, por parte del ciudadano, planteándole unas necesidades, que se deben alcanzar para su salud. En este proceso influyen diferentes aspectos como: la capacidad de decisión del paciente, su autoestima o el deseo de modificar la conducta.
 - **Instruirlos:** Se trata de procurar todas las instrucciones necesarias para corregir los hábitos no saludables y sustituirlos por los saludables.

4.1.3. Difusión de la Promoción de la salud.

La promoción de la salud debe llegar a la población en general, para ello disponemos de diferentes áreas de desarrollo de la educación en salud. La promoción de la salud se sirve de varios medios para llevar a cabo su labor: ¹

- La escuela, en la cual se imparten programas de educación para la salud. Se basan en que las pautas de comportamiento, crecimiento y estilos de vida relacionados con la salud se adquieren a una edad relativamente temprana.
- Los centros sanitarios, especialmente los de salud comunitaria, y que actúa en dos contextos: Contexto familiar y contexto comunitario.
- Los medios de comunicación, que son la mayor herramienta para la difusión de información a gran escala.

Existen diversas estrategias didácticas para la difusión del mensaje que intenta implantar la promoción de la salud, pudiendo clasificarlos en métodos unidireccionales o bidireccionales según la naturaleza con la que se realiza la comunicación.⁴

Métodos unidireccionales o indirectos: El mensaje es enviado a la población pero no existe una respuesta, es decir, el mensaje llega a un gran número de personas, en poco tiempo, pero no asegura si la persona ha entendido correctamente el fin del mensaje. Suelen ser visuales, sonoros o audiovisuales, los más comunes:^{4 5}

- Radio, televisión, cine, videos: Son medios audiovisuales, en los cuales el mensaje es resaltado con imágenes y sonidos.
- Proyecciones, conferencias: Difunden un mensaje a un aforo limitado de personas, normalmente sobre un tema único.
- Carteles, folletos, cartas/circulares, revistas, periódicos, libros: Suelen ser en formato papel o digital, aseguran una distribución amplia y rápida del mensaje.

Métodos bidireccionales o directos. El mensaje es enviado por el emisor y el receptor puede expresar sus impresiones, y opiniones sobre el mensaje. La comunicación es más fluida y se puede asegurar un entendimiento y acercamiento entre ambas partes. Este método es el idóneo para el desarrollo de la educación para la salud ya que es uno de los más directos, pero tiene el inconveniente de llegar a un número más reducido de público comparándolos con los unidireccionales. Los más empleados: ⁴⁵

- Entrevistas: Está indicada en educación individual o con dos tres personas. Permiten detectar factores de riesgo en el individuo.
- Debates: Permite a los receptores plantear todas las dudas que tiene en torno a un tema.
- Clases, sesiones, demostraciones: Son destinados a grupos pequeños de personas, desarrollando una información por el emisor pero haciendo participe al receptor del concepto.

Como se puede comprobar uno de los conceptos más importantes para la promoción de la salud es el mensaje. La calidad del mensaje es clave para las campañas, un mensaje que dé pie a dudas o no quede claro, puede desencadenar conductas no deseadas. Existen unas series de normas generales para elaborar un mensaje de salud, de forma que sea comprendido, recordado y cumplido: ¹

1. Emplear lenguaje sencilla y que conecte con el receptor.
2. Se educativo: que transmita una información concreta y útil.
3. Emplear palabras significativas y frases cortas.
4. Repetir palabras
5. Trasmitir un mensaje concreto en lugar de varios.
6. Mostrar un talante simpático y amistoso.
7. Mostrar un espíritu positivo y esperanzador.
8. Emplear canales de gran uso general

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD

9. Mantener la vigencia del mensaje durante un tiempo prolongado.
10. Posibilitar que el público pueda obtener información más precisa.
11. Posibilitar que la audiencia participe.
12. Promover conductas saludables realistas y asequibles.
13. Secuenciar las instrucciones de los mensajes de salud.
14. Hacer llamativo el mensaje, de manera que motive a la audiencia.
15. Incluir imágenes significativas.

4.2. Recursos de la psicología en la Promoción de la Salud

En la psicología como campo de estudio existen diversidad de variables o recursos a tener en cuenta que nos ayudan a entender al individuo y la población, de tal manera que podemos aprovechar^{6 7 8}. Dichos conocimientos se pueden utilizar para realizar campañas de promoción de la salud. Existen gran variedad de conocimientos que resultarían útiles entre ambos campos, A continuación se repasarán las teorías clásicas del aprendizaje (conductismo y cognitivismo), y las teorías sobre la motivación.

4.2.1. Aprendizaje (conductismo y cognitivismo)

El aprendizaje ha sido definido de varias maneras por numerosos teóricos. Aunque no existe una definición universalmente aceptada, muchas de ellas presentan elementos comunes. El aprendizaje es un cambio perdurable en la conducta o en la capacidad de comportarse de una determinada manera, la cual resulta de la práctica o de alguna otra forma de experiencia. Las teorías del aprendizaje están típicamente divididas en dos categorías: conductismo y cognitivismo.^{5 9}

El conductismo, iguala el aprendizaje con los cambios en la conducta observable, bien sea respecto a la forma o a la frecuencia de las conductas. El aprendizaje se logra cuando se demuestra una respuesta apropiada a continuación de la presentación de un estímulo ambiental específico.^{4 9 10}

La relación es el estímulo y la contestación apropiada es lo que se llama la respuesta asociada a aquel estímulo. Los elementos claves son, entonces, el estímulo, la respuesta, y la asociación entre ambos.

El conductismo focaliza en la importancia de las consecuencias de estas conductas y mantiene que las respuestas a las que se les sigue con un refuerzo tienen mayor probabilidad de volver a sucederse en el futuro.⁶

El aprendizaje conductista intenta crear estrategias que son muy útiles para construir y reforzar relaciones estímulo-respuesta, incluyendo el uso de pistas o indicios determinados. Estas respuestas, generalmente, son efectivas en el desarrollo del aprendizaje que tiene que ver con discriminaciones, generalizaciones, asociaciones, y encadenamiento (desempeño automático de un procedimiento especificado). Aunque las respuestas iniciales podrían no ser las deseadas, la práctica y el refuerzo repetido moldean la respuesta hasta que llega a ejecutarse correctamente.^{9 11}

Las teorías cognitivas enfatizan la adquisición del conocimiento y estructuras mentales internas. El aprendizaje se equipara a cambios discretos entre los estados del conocimiento más que con los cambios en la probabilidad de respuesta. Las teorías cognitivas se dedican a la conceptualización de los procesos del aprendizaje del individuo y se ocupa como la información es recibida, organizada, almacenada y localizada. El aprendizaje se vincula, no tanto con lo que el individuo hace, sino con que es lo que sabe y cómo lo adquiere.^{11 12}

El cognitivismo, como el conductismo enfatiza el papel que juegan las condiciones ambientales en la facilitación del aprendizaje. Las explicaciones, instrucciones, las demostraciones, los ejemplos demostrativos y la selección de contraejemplos correspondientes, se consideran instrumentos para guiar el aprendizaje.^{5 9 11}

4.2.2. Motivación

La motivación es algo que activa y orienta la conducta. La motivación se puede explicar de varios puntos de vista. Desde un punto de vista conductista, se explica por

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD

estímulos del entorno o internos que provocan una determinada respuesta. Desde concepciones cognitivistas su fundamento está en suponer que las personas no responden de forma mecánica a los estímulos, sino a las percepciones de ellos, de forma que la motivación se basa en decisiones e intereses. Existen diferentes teorías que intentan definir este concepto: ^{4 13 14}

-Teoría de Maslow. Maslow describe cinco necesidades básicas que se representan clásicamente mediante una pirámide en cuya base están las necesidades fisiológicas más elementales, ligadas al mantenimiento físico de la vida y comunes a todos los seres humanos, y en la cima las necesidades intelectuales de la autorrealización. Entre ambas están la necesidad de seguridad, de amor y estima. ^{13 15}

-Teoría de Murray. Nuestra forma de comportarnos, en un momento dado, se encuentra determinada por las características del contexto y las propias personales o internas. Está basada básicamente en medir los motivos humanos en contraste con otros aspectos de la personalidad. Describe una lista de motivaciones humanas, resultando de especial interés la necesidad de logro, de afiliación y de poder. ^{13 15}

-Teoría del aprendizaje social aplicada a la motivación. Bandura señala que existen dos fuentes básicas de motivación: una son los pensamientos respecto a los posibles resultados de la conducta y otra es la fijación resuelta de objetivos, es decir valorar el trabajo realizado, de manera que tenemos que seguir avanzando hasta alcanzar lo que nos hemos propuesto. ^{13 15}

Todas las teorías anteriores ofrecen explicaciones sobre la conducta de las personas en cualquier circunstancia de la vida. En el campo específico de la promoción de la salud también son aplicables, ya que ayudan a comprender la implicación del sujeto pueda tener hacia el mensaje. ^{3 7 10 14}

4.3. Análisis de la campaña de promoción de la Salud: “¡Despierta, desayuna, come sano y muévete!”

La campaña “¡Despierta desayuna, come sano y muévete!” es una campaña promovida por El Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en los años 2006-2007.¹⁶ Su objetivo es promover hábitos alimenticios saludables desde la infancia y, para ello, se ha elegido el desayuno, ya que todos los expertos coinciden en la importancia de la primera comida del día.

Esta campaña tiene una doble finalidad, En primer lugar tratan de enseñar a la población la importancia de buen desayuno. El 6,2% de la población infantil no desayuna habitualmente y sólo el 7,5% de los niños toman un desayuno equilibrado, compuesto de leche, frutas e hidratos de carbono. Por otra para se trata la importancia de la primera comida del día para prevenir la obesidad infantil. El 8,5% de los españoles de entre 2 a 17 años presenta obesidad y el 18,2% obesidad.¹⁷

La campaña tiene una población diana, la campaña está dirigida a niños menores de 13 años, los padres y los profesionales de la educación. A este sector de la sociedad se les intenta informar para que sean responsables de una buena alimentación.¹⁶

Esta campaña se ha ayudado de diferentes medios de comunicación para conseguir hacer llegar su mensaje la población diana. Esta campaña uso métodos unidireccionales en su mayoría compuestos por cartelera (anexo 1), folletos (anexo 2), anuncios de televisión y radio.¹⁶ Todos ellos están constituidos con una imagen y un sonido fácil de reconocer, el reloj despertador. La campaña hace uso de estímulos visuales (y sonoros en los formatos audiovisuales), destacando “el despertador” es fácil reconocer dicho objeto, con el hecho del “despertar por la mañana”, y como tal “desayunar”. Además la alarma tiene otro significado, es un toque de atención al incremento de los casos de obesidad infantil en la actualidad. Además la imagen se acompaña de imágenes de desayunos saludables que ayudan a reforzar el mensaje, dando claros ejemplos de que elementos deben formar parte del desayuno equilibrado. Este hecho se ve más en el formato de anuncio televisión¹⁶, en él se observan a una familia que desayuna junta, en una mesa con todo lo necesario para un buen desayuno y equilibrado. Muestra como debe ser un desayuno, y por lo cual el público lo imite. Además el hecho de que la

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD

mayoría del tiempo aparezcan niños de unos 10-12 años, ayuda a que los niños de dicha edad se sientan más identificados con el mensaje, también no se acota en niños menores de edad, si no que aparen adultos que también realizan el desayuno.

Los carteles (anexo 1), como ya había añadido, son simples y claros, para no dejar duda del mensaje. Usan palabras con exclamaciones, para enfocar más la atención “¡DESPIERTA DESAYUNA!”, “POR LA MAÑANA, ¡UN BUEN DESAYUNO!”, “HAZ QUE SE MUEBAN”, “CON UN BUEN SESAYUNO ¡DA EL PRIMER PASO PARA LA ALIMENTACION SALUDABLE DE TUS HIJOS”]; Con esto buscan una lectura rápida y que causen impacto. Van dirigidos tanto a los propios niños, como a los padres, ya que son ellos quién proporciona el desayuno a sus hijos, con esto buscan la implicación de los mismos. Además proporcionan información más detallada en el panfleto (anexo 2) y la página web ¹⁶, para que los ciudadanos puedan indagar más sobre y el tema y el porqué de su importancia.

La campaña busca un seguimiento, que el público se sienta motivado en hacer uso de su mensaje. Consigue captar la atención en el hecho que una mala alimentación, puede conllevar repercusiones en el futuro, y como tal afectar nuestra calidad de vida. Juega con la necesidad básica de alimentarse y como debemos realizarla correctamente.

No olvidan el hecho de que una buena alimentación se debe acompañar de una actividad física moderada, por eso también se hace hincapié en que los niños jueguen y así ya estén practicando ejercicios. Este hecho evita que los niños entiendan el comer equilibrado y hacer ejercicio como una obligación, sino que es una recomendación. Si comes bien y además haces deporte te sentirás bien, con lo cual los niños, y también sus padres, son motivados a realizarlo simplemente para que comprueben que su calidad de vida puede mejorar.

La mayor de las barreras que debe superar una campaña de promoción de la salud es la persona, es decir, que aquel que escucha, lee, observa la campaña se sienta aludido y por lo cual piense por sí mismo si debe adherirse a ella o no. La campaña “¡Despierta, desayuna, come sano y muévete!” con un lenguaje claro, directo y sencillo, intenta que el niño se sienta parte de él, y personalmente cree una crítica constructiva hacia sus hábitos saludables.

5. DISCUSIÓN

La psicología y la promoción de la salud, como ya se ha visto comparten un campo de actuación conjunta muy entrelazado. Ambas se preocupan por el individuo y por la salud de la población, con la lectura de los artículos y la manuales seleccionados queda de manifiesto, que la psicología ayuda a entender al individuo. La promoción para la salud como eje central, coloca al individuo y su salud, y como si fueran engranajes de la misma maquina. La psicología y la promoción de la salud funcionan entre sí para conseguir un resultado, dicho resultado es el seguimiento de hábitos saludables por la persona.

Tenemos que tener en cuenta que la sociedad como tal, es un crisol de pensamientos e ideas diferentes, por ello es imposible crear campañas de promoción que lleguen de la misma manera a cada persona. Las iniciativas que se desarrollan cubren un campo mayor, y son dirigidas a conductas o hábitos que se quieran corregir. Así consiguen llegar más rápidamente con el mensaje que desean al público en general.

En la actualidad, existe diversidad de medios de comunicación que ayudan a poder transmitir el mensaje y que éste sea asimilado y puesto en marcha.

6. CONCLUSIONES

La salud es un concepto que las personas debemos cuidar, mantener y fomentar. Con las campañas de promoción de la salud los expertos intentan guiar a la población con estas ideas. Una de las ideas principales es que la salud debe instruirse, es decir, utilizar una serie de recursos mediante los cuales seamos capaces de ayudar a la salud de las personas, pero no actuar desde una curación de la patología, si no desde la salud del propio paciente, delegando en él el cuidado de su salud. El paciente es dueño de su salud, como tal puede empeorarla o mejorarla. Con las campañas de promoción de la salud, informamos a los pacientes de las riendas que debe tomar para tratar su salud, y con ello que él se sienta participe del sistema de salud. Los profesionales de la salud,

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA EN LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD

con nuestros conocimientos, debemos aconsejar a los ciudadanos de cómo pueden tratar su salud.

La sociedad hoy en día vive en un mundo de la información, resulta difícil en la actualidad estar completamente desinformado de lo que ocurre a nuestro alrededor. Somos bombardeados, metafóricamente, con información constante de desde diferentes medios. No sabemos la cantidad de información que recibimos consciente o inconscientemente del exterior. Las ciencias de la salud no pueden aprovechar estos canales por los cuales difundirse, y así llegar a la mayoría del público, deben adaptarse a esta sociedad cambiante y transformar el mensaje para hacerlo entendible y animar a la gente a unos hábitos saludables en su vida diaria. Una mala educación de la salud sale poco rentable a los gobiernos, ya que muchas enfermedades crónicas son evitables con pequeñas adaptaciones del comportamiento en la sociedad, ahorrando gastos a los sistemas sanitarios públicos con su tratamiento clínico.

Como ejemplo de una campaña de salud, he seleccionado la campaña “¡Despierta, desayuna, come sano y muévete!”, por ser cercana a la población en general, ya que todo el mundo debe seguir unos hábitos saludables respecto a la comida. Los malos hábitos alimenticios acarean una serie de problemas en la vida diaria que pueden afectar considerablemente la calidad de vida de las personas. Esta campaña hace alusión a la obesidad infantil, intentando que los padres sean conscientes y así corrigen desde pequeños las malas conductas. La obesidad infantil es bastante preocupante ya que se relacionan con patología en el adulto que puede mermar drásticamente su calidad de vida, ya que muchas de esas complicaciones son enfermedades crónicas.

En opinión personal, la campaña abarca un problema bastante interesante. La obesidad infantil se está convirtiendo en una epidemia entre los países desarrollados, y las cifras cada vez son más elevadas. El mayor problema es que la obesidad está relacionada con un gran número de factores de riesgo respecto a otras enfermedades, como son la hipertensión o la diabetes tipo II. Una buena alimentación es un factor protector contra gran número de patologías, alimentarse bien es la base para tener una buena salud, ya que al alimentarnos estamos proporcionando los nutrientes a nuestro cuerpo para que pueda funcionar adecuadamente.

Cambiar hábitos es muy difícil como hemos comprobado, sobretodo en personas adultas, pero los niños al encontrarse en edad de aprendizaje, las conductas se les puede enseñar a realizarla no modificarla. Por estos motivos, queda recalcado que el ámbito escolar es primordial, en campañas de promoción de salud. Debería existir mayor conexión entre profesionales sanitarios y profesionales de la educación, para asegurarnos que los niños crecen desarrollando conductas saludables. La salud debería estar más presente en los centros de enseñanzas, no de forma intermitente, como en la actualidad, que solo llegan las campañas procedentes de organismos oficiales, si no que existieran personas, que realmente hagan llegar al promoción de la salud dentro de las aulas, trabajando en los centros, directamente con los niños. Y así prevenir, evaluar y modificar, conductas de riesgo que pueden afectar a la salud de la población.

BIBLIOGRAFÍA

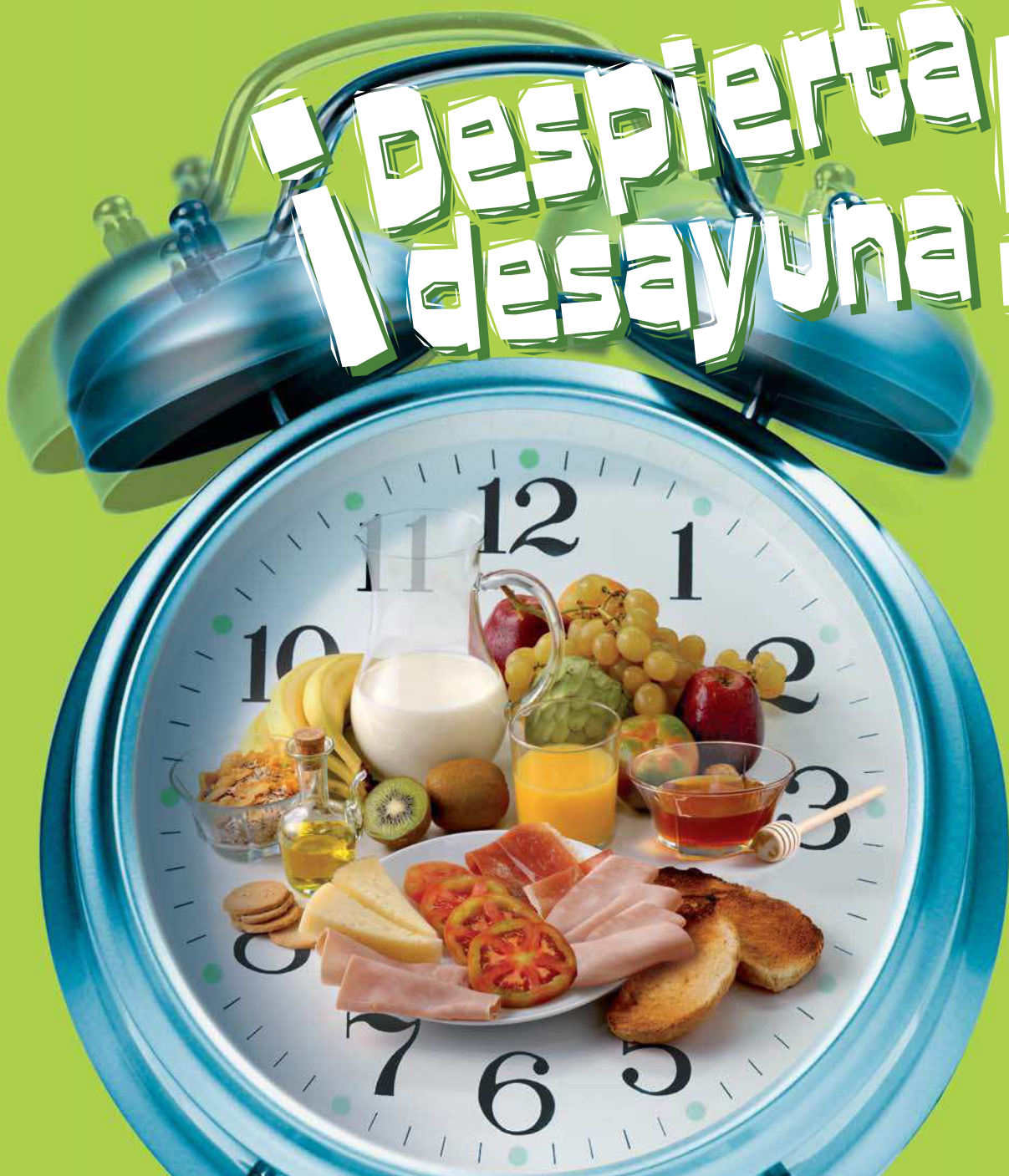
1. Gallar, M. Promoción de la salud y apoyo psicológico al paciente. 4a. ed. Madrid: Thomson parainfo; 2006.
2. World Health Organization. Promoción de la Salud Glosario. Ginebra: WHO; 1998.
3. Carta de Ottawa para la promoción de la salud. Educ Salud.2001;1(1):19-22.
4. Frías, A. Salud pública y educación para la salud. 1a. ed. Barcelona: Elsevier masson; 2000.
5. Mazarrasa AL, GERMAN BC, Sánchez MA, Sánchez GAM, Merelles TT, Aparicio RV. Salud pública y enfermería comunitaria. 1a. ed. Madrid: McGraw-Hill-interamericana; 1996.
6. Pascual OLM, Ballester AR. La práctica de la psicología de la salud programas de intervención. 1a. ed. Valencia: Promolibro; 1997.
7. Resnicow K, Dilorio C, Soet JE, Erns D, Borrelli B, Hecht J. Motivational Interviewing in Health Promotion: It Sounds Like Something Is Changing. Health Psychology. 2002;21(5):444-451.
8. Sebastini RW, Pelivioni MCF, Chiatton HBC. La psicología de la salud latinoamericana: hacia la promoción de la salud. RIPCS/IJCHP. 2002;2(1): 153-172.
9. A. Ertmer PA, Newby TJ. conductismo, cognitivismo y constructivismo: una comparación de los aspectos críticos desde la perspectiva del diseño de instrucción. Performance Improvement Quarterly, 1993;6(4):50-72
10. Martín AL. Aplicaciones de la psicología en el proceso salud enfermedad. Rev Cubana salud pública. 2003;29(3):275-281.
11. . Zumalabe Z. La transición del conductismo al cognitivismo. EduPsykhé, 2012;11(1):89-111
12. Piper SM, Brown PA. Psychology as a theoretical foundation for health education in nursing: empowerment or social control. Nurse education today. 1998; 18: 637-641

13. Barberá E. Modelos explicativos en psicología de la motivación. REME. 1997;5(10):1-22
14. Martín L. Aplicaciones de la psicología en el proceso de salud enfermedad. Rev cubana salud público. 2003;23(3).
15. Palmero F, Gómez C, Carpo A, Guerrero C, Diez JL. Motivacion y biología: desarrollos teóricos. REME. 1997;8(20).
16. Msc.es [homepage on the internet]. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; Available from:
<http://www.msc.es/campannas/campanas07/obesidad.htm>
17. . Msc.es [homepage on the internet]. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; Available from:
<http://www.msc.es/campannas/campanas06/obesidadInfant2.htm>

ANEXO 1:

Cartel publicitario de la campaña “¡Despierta, desayuna,
come sano y muévete!”

¡Despierta! ¡Desayuna!



POR LA MAÑANA, ¡UN BUEN DESAYUNO!

Procura desayunar todas las mañanas con tus hijos. Rendirán mejor durante el día y les ayudarás a prevenir la obesidad. Un buen desayuno debe incluir un lácteo (leche, yogur, queso), un cereal (pan, galletas...), un poco de aceite, mermelada o miel, frutas o zumo y, en ocasiones, jamón o fiambre.

¡HAZ QUE SE MUEVAN!

Fomenta en ellos la actividad física dentro de sus hábitos como un juego más y participa con ellos en actividades al aire libre.

CON UN BUEN DESAYUNO ¡DA EL PRIMER PASO PARA LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE DE TUS HIJOS!

Prevención de la obesidad infantil

ANEXO 2:

Folleto informativo de la campaña “¡Despierta, desayuna,
come sano y muévete!”

¿SABIAS QUE LA OBESIDAD ES UNA ENFERMEDAD CRÓNICA?

¿Sabías que altera la salud de quien la padece y predispone a la aparición de otras enfermedades crónicas como la hipertensión, la diabetes tipo II o las enfermedades cardiovasculares? La obesidad es una enfermedad seria, y cuando se da entre los niños, éstos sufren desde pequeños y durante muchos años sus consecuencias físicas, metabólicas, psicológicas y sociales. Una situación que se ve reflejada no solo en su salud sino también en su estado de ánimo.

En España un 12,4% de los niños presentan sobrepeso y un 13,9% son obesos.

Tú puedes dar el primer paso para evitar la obesidad en tus hijos: educándoles en buenos hábitos alimentarios desde pequeños y estimulándoles en la práctica de actividad física o deporte.

Los cambios que se están dando en la alimentación y los nuevos estilos de vida son los principales desencadenantes de la obesidad y de su aumento en los últimos años.

La infancia es la etapa de la vida en la que comienzan a establecerse los hábitos alimentarios y a partir de la adolescencia, estos hábitos adquiridos se hacen más resistentes al cambio.

Es esencial actuar durante este periodo, la infancia, sobre la conducta alimentaria de los niños, ya que las costumbres que adquieren en esta etapa van a ser determinantes de su estado de salud cuando sean adultos.

¡Tú, como padre o madre, eres una pieza clave en la educación de sus hábitos alimentarios!

UNA PROPUESTA SALUDABLE PARA PREVENIR LA OBESIDAD INFANTIL:

- Comer de todo. Una alimentación variada y equilibrada es una alimentación sana.
- Desayunar siempre y de la forma más completa posible.
- Cereales (pan, pasta, arroz...), patatas y legumbres son alimentos básicos y tienen que formar parte de nuestra dieta diaria.
- Moderar el consumo de grasas, especialmente las de origen animal.
- Tomar todos los días frutas, verduras y hortalizas.
- Moderar el consumo de productos ricos en azúcar como las golosinas, los dulces y los refrescos.
- Reducir la sal en las comidas y utilizar, preferentemente, sal yodada.
- El agua es la mejor bebida.
- Hacer todos los días ejercicio físico. Caminar siempre que sea posible.
- Involucrar a todos los miembros de la familia en los distintos aspectos relacionados con la alimentación: comprar, decidir el menú y cocinar.



CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL



[WWW.MSC.ES](http://www.msc.es)

[WWW.MSC.ES](http://www.msc.es)

IMPRESINDIBLE: UN BUEN DESAYUNO



Desayunar es una buena costumbre que sólo requiere que organices tu tiempo. Tans sólo necesitas 15-20 minutos para disfrutar con tus hijos de un estimulante y sabroso desayuno. Su organismo lo agradecerá y su mente y su cuerpo rendirán más.

Beneficios para la salud de tus hijos con un desayuno equilibrado:

- **Mejora el estado nutricional.** Ayuda a mejorar el balance de energía y nutrientes (calcio, hierro, magnesio, vitaminas...) que el cuerpo necesita durante el día, ya que están en pleno crecimiento y desarrollo.
- **Aumenta el rendimiento físico.** Si tus hijos realizan actividades físicas sin tomar desayuno pueden tener una fatiga o un desmayo por falta de energía. Recuerda que el cuerpo necesita energía para poder moverse.
- **Ayuda a controlar el peso.** Desayunar ayuda a mantener el peso dentro de límites saludables en mayor medida que si se omite esta comida tan importante del día. Cuando tus hijos desayunan no tienen tanta hambre a lo largo de la mañana y es más fácil que no piquen, lo que les ayuda a evitar que ganen peso en exceso.
- **Es un buen hábito.** Si acostumbras a tus hijos desde pequeños a levantarse con tiempo suficiente para tomar un buen desayuno, les transmites buenos hábitos y esto es positivo para la salud de todos.

¿CÓMO ES UN BUEN DESAYUNO?

Un buen desayuno debe incluir:

- Lácteos: leche, yogur, cuajada, quesos, etc. O alternativas no lácteas como el batido de soja. Cualquiera que sea la elección, su consumo le aporta a los niños calcio, fósforo, proteínas y vitaminas B2, A y D.
 - Cereales: incluye pan en todas sus versiones (normal, integral, tostado, de molde, de soja...), cereales de desayuno y galletas, ya que son alimentos ricos en hidratos de carbono que nos ayudan a controlar el azúcar en la sangre y a mantenernos hidratados y todos los orgáns. Mejor que sean integrales por su contenido en fibra. La bollería (bollo, croissant, dulce de leche, suizo o magdalenas) también tiene cabida, pero consumida con moderación y no todos los días.
 - Frutas: las frutas (enteras, en macedonia, en compota...) y también en zumo, enriquecen nuestro desayuno en vitaminas, minerales y fibra.
 - Otros alimentos: un poco de aceite de oliva, mantequilla, margarina, mermelada... azúcar, miel, frutos secos, frutas desecadas, jamón cocido y otros derivados cárnicos... Son alimentos que enriquecen el desayuno en nutrientes y lo pueden hacer más variado y apetecible.
- Combinando estos alimentos se consiguen decenas de desayunos variados, nutritivos, sabrosos, apetecibles y sanos.
- Estos consejos son válidos para toda la familia, especialmente para los más pequeños y los adolescentes; si bien, las cantidades de alimentos, así como su forma de presentación (tan acordes con las necesidades de cada uno, con su apetito y sus preferencias).

EN LA VARIEDAD ESTÁ EL GUSTO

Por ejemplo:

- LUNES: Leche, pan integral con miel o mermelada y zumo de naranja.
- MARTES: Leche, pan con tomate, aceite de oliva y jamón serrano/york.
- MIÉRCOLES: Queso, galletas integrales y zumo de frutas.
- JUEVES: Yogur, tostadas de pan con miel o mermelada y mantequilla y fruta.
- VIERNES: Leche, copos de cereales y zumo de frutas.
- SÁBADO: Leche, tostadas de pan con aceite de oliva y fruta.
- DOMINGO: Leche, bizcocho o magdalenas y zumo de naranja.

MUÉVETE CON ELLOS, SANOS Y ACTIVOS

La sociedad en la que vivimos fomenta estilos de vida poco activos y sedentarios. Ya no es tan frecuente, como hace algunos años, ver a niños jugando en la calle. La tele, el ordenador o las consolas, son pasatiempos sedentarios y se han convertido en una de las principales causas de la obesidad infantil, ya que su uso implica un bajo gasto de energía.

Es importante que introduzcas el ejercicio dentro de sus hábitos como un juego más. Para ello, puede resultar útil que realicen una actividad física en grupo. Hazles ver que es algo divertido, que les ayuda a sentirse sanos, fuertes y llenos de energía y que, además, les ayuda a controlar su peso. Si ves que no se animan, propónles hacer ejercicio juntos o realiza actividades con ellos que no relacionen con el deporte puro y duro. Intenta utilizar menos el coche y sube a casa por las escaleras en vez de coque el ascensor para darte un buen ejemplo.

¡Despierta a tus hijos! La vida será!

