



Las relaciones públicas como herramienta de promoción de la salud

Selene Céspedes del Fierro
Erica Briones Vozmediano
Moncerrat Arango Morales
(coordinadoras)

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Las Relaciones Públicas como herramienta de promoción de la salud

Coordinadoras

Selene Céspedes del Fierro
Erica Briones Vozmediano
Moncerrat Arango Morales

Prólogo: Heberto R. Priego Álvarez

Autores:

Selene Céspedes del Fierro, Erica Briones Vozmediano, Arturo González López, Janet García González, Norma Leticia Serna Saucedo, María Elena Ramos Tovar, Marta Ausona i Bieto, María del Mar Pastor Bravo.

Rogelio G. Garza Rivera

Rector

Santos Guzmán López

Secretario General

Celso José Garza Acuña

Secretario de Extensión y Cultura

Antonio Ramos Revillas

Director de Editorial Universitaria

Padre Mier No. 909 poniente, esquina con Vallarta Monterrey, Nuevo León, México, C.P. 64000 Teléfono: (5281) 8329 4111 / Fax:

(5281) 8329 4095 e-mail: editorial.uanl@uanl.mx

Página web: editorialuniversitaria.uanl.mx

Primera edición, 2019

© Universidad Autónoma de Nuevo León

© Selene Céspedes del Fierro, Erica Briones Vozmediano, Moncerrat Arango Morales

Reservados todos los derechos conforme a la ley.

Prohibida la reproducción total y parcial de este texto sin previa autorización por escrito del editor

ISBN: 978-607-27-1191-4

Impreso en Monterrey, México

Printed in Monterrey, Mexico



Tabla de Contenidos

[Resumen](#)

[Prólogo](#)

[Presentación](#)

[1.- Los prestadores de servicios de salud, y la utilización de las relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo adolescente](#)

[2.- Las relaciones públicas a través de los medios de comunicación: la difusión de información sobre fibromialgia en la prensa escrita española](#)

[3.- El uso de las TICs como parte del proceso de relaciones públicas en el sector salud gubernamental](#)

[4.- Lo mental de la salud. Salud de migrantes Centroamericanos en su tránsito por México](#)

[5.- La imagen personal en redes sociales: ¿una forma de atentar contra la salud mental?](#)

[6.- ¿Se contradicen las relaciones públicas con la promoción de la lactancia materna?](#)

[7.- Las relaciones públicas para la prevención de la ablación/ mutilación genital femenina entre las mujeres subsaharianas residentes en España](#)

Resumen

La compilación de investigaciones que se presentan en este libro, ofrece al lector una visión de las relaciones públicas como una disciplina omnipresente en el abordaje y solución de diversas problemáticas sociales y en distintos sectores, siendo en esta ocasión el sector salud.

En este entorno, se ha trabajado de manera colaborativa con investigadores de las áreas de Comunicación y Trabajo Social de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) en México, de Educación Social y Trabajo Social de la Universidad Ramón Llull de Barcelona, de Enfermería de la Universidad de Lleida (UdL) y de la Universidad de Murcia (UM) en España. De forma fructífera se ha logrado conjuntar las líneas de dominio de cada una de las partes para proponer, a través de la aplicación de las relaciones públicas, soluciones y medidas comunicativas para diversas problemáticas de salud, de forma estratégica y estructurada para que lleguen a los públicos de interés y logren comprender, atender y prevenir dichos problemas de salud.

El papel que juegan las relaciones públicas en el ámbito de la salud es fundamental, principalmente porque las estrategias y métodos que se emplean para desarrollarlas o llevarlas a cabo, permiten analizar e investigar las necesidades para atender, proteger y cuidar de forma ética y responsable a la sociedad.

A través de los diversos capítulos de este libro, se consigue plasmar el uso de las relaciones públicas como una herramienta importante de comunicación, para abordar temas de interés social como lo es la salud, —tema esencial para cualquier población—, mediante la construcción de mensajes planificados que sean aproximados de manera correcta a los públicos para lograr los resultados esperados.

Las relaciones públicas pueden darse de diversas formas: cara a cara, mediante mensajes en medios tradicionales, impresos y en redes sociales, expresadas a través de imágenes, discursos, campañas, etc., y buscan, a partir de ello, generar lazos con las audiencias, compartir y socializar mensajes de forma confiable, con el fin de ayudar a la comunidad. Por ello, ser congruente entre lo que se ofrece, se informa o se proyecta y lo que recibe el usuario final, determinará la confianza y el éxito en el cumplimiento de los objetivos, y ello se verá reflejado en la propia opinión pública de los receptores del servicio de salud.

Palabras clave: *Relaciones públicas, comunicación, educación, salud, salud pública.*

Prólogo

Las Relaciones Públicas (RRPP) o acciones de prensa tienen a su cargo el manejo estratégico de la información, no solo para comunicar un mensaje social, sino para influenciar a un segmento poblacional sobre un tema, producto o servicio determinado.

En el ámbito de la salud, es fundamental que la relación entre los organismos que la procuran y la proveen y las poblaciones que la reciben o deben recibirla, se base en principios éticos como condición *sine qua non* para que en la práctica se proteja la reputación de las instituciones y la integridad de las audiencias.

Bajo esta óptica, el libro de *Las Relaciones públicas como herramienta de promoción de la salud*, brinda una perspectiva objetiva sobre la relevancia del uso de las RRPP, encaminada a promover e informar de forma eficiente y mediante los canales adecuados, las medidas para la prevención y/o atención de problemas de salud de las poblaciones. De igual manera, coadyuva al diseño de estrategias y campañas de comunicación, sustentándose en datos científicos que permitan conocer mejor el sector de interés y lograr los resultados deseados.

En esta obra se patentiza el trabajo colaborativo de investigadores de universidades iberoamericanas, en el que la promoción de la salud con un enfoque aplicativo de las RRPP se nutre de las áreas de comunicación, trabajo social y de la salud, de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) en México, de la Universidad de Lleida (UDL), de la Universidad de Murcia (UM) y de la Universidad Ramón Llull de Barcelona en España.

Temáticas variadas y de mucha actualidad son abordadas por estos autores. Mis felicitaciones sinceras por hacer evidente el papel que juegan las RRPP en el sector salud como ciencia, arte y técnica capaz de gestionarla.

Heberto R. Priego Álvarez



Doctor en Medicina y Doctor en Ciencias de la Salud. Profesor Investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y
Presidente de
la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud (RIMS).

Presentación

Las relaciones públicas (RRPP) contribuyen a la gestión de la comunicación de las organizaciones con sus públicos y se ejercen para estrechar lazos que beneficien a ambas partes mediante prácticas éticas que protejan la reputación de las instituciones y la integridad de las audiencias.

A nivel mundial, la salud de las personas, es un tema prioritario para los gobiernos, y estos integran políticas y mensajes dirigidos a erradicar problemas de salud con mayor incidencia y que afectan a las comunidades, en la mayoría de los casos a las más vulnerables.

En este tenor, el libro de *Las Relaciones públicas como herramienta de promoción de la salud*, brinda un panorama distinto sobre la relevancia del uso de las relaciones públicas en sectores como el de la salud, para coadyuvar a los objetivos de comunicación de las instituciones de sanidad, encaminados a promover e informar de forma eficiente y mediante los canales adecuados, las medidas para la prevención y/o atención de padecimientos de las poblaciones, a través del diseño de estrategias y campañas de comunicación, sustentándose en datos científicos que permitan conocer mejor el sector de interés, y lograr los resultados deseados.

Los temas que podrán leer en este trabajo son: “Los prestadores del servicio de salud y la utilización de las relaciones públicas para la atención y prevención del embarazo adolescente”, “Las relaciones públicas a través de los medios de comunicación: la difusión de información sobre la fibromialgia en la prensa escrita española”, “El uso de las TIC como parte del proceso de relaciones públicas en el sector salud gubernamental”, “Lo mental de la salud. Salud de migrantes centroamericanos en su tránsito por México”, “La imagen personal en redes sociales: ¿Una forma atentar contra la salud mental?”, “¿Se contradicen las relaciones públicas con la promoción de la lactancia materna?”, y “Las relaciones públicas para la prevención de la ablación/mutilación genital femenina entre las mujeres subsaharianas residentes en España”.

Capítulo 1

Los prestadores de servicios de salud, y la utilización de las relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo adolescente

Selene Céspedes del Fierro ¹,
Moncerrat Arango Morales ¹

(1) Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen

Esta investigación presenta una descripción de los procesos de atención médica y las estrategias de relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo adolescente, brindados por los prestadores de servicios de salud del Estado de Nuevo León (México), en el periodo noviembre 2018 - enero 2019. La metodología utilizada es de carácter exploratorio y descriptivo, a través de una investigación documental y de campo, con la aplicación de un cuestionario a la muestra de estudio. Se hizo un procesamiento de información cuantitativa y cualitativa, a través del instrumento de trabajo debidamente probado en una fase piloto. Los resultados exponen los procesos comunicativos interinstitucionales e interpersonales presentes en los centros de salud y detectan tres áreas de oportunidad a fortalecer: la accesibilidad informativa a servicios de prevención y salud reproductiva, los servicios personales específicos de atención médica, y los instrumentos de medición de eficacia de las campañas de comunicación. Estas áreas deben reforzarse mediante la creación de una campaña integral de relaciones públicas que permita una persuasión eficaz para la prevención y atención del embarazo adolescente.

Palabras Clave: *relaciones públicas, comunicación, embarazo adolescente, prevención, prestadores de salud*

Introducción

Las relaciones públicas en el ámbito de la salud, con su compromiso ético y social, contribuyen a crear redes de información fuertes alineadas a los objetivos de salud nacionales para la erradicación de problemas de salud como el embarazo adolescente. Frente a las condiciones en los sectores vulnerables de la sociedad mexicana, es necesario analizar, evaluar e implementar estrategias comunicativas por medio de las relaciones públicas para gestionar una transmisión de mensajes claros, veraces y concisos dentro de los programas específicos de salud para la prevención y atención del embarazo adolescente vigentes en los centros de salud. Abordado desde el proceso fundamental de las relaciones públicas y el sustento teórico sobre la problemática, la presente investigación presenta una descripción de los procesos de atención médica y las estrategias de las campañas de relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo en la adolescencia en Nuevo León, brindados por los prestadores de servicios de salud en el área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre 2018-enero 2019. Esto, con el fin de investigar los procesos, los canales y las estrategias en medios de comunicación y centros de salud estudiados para detectar áreas de oportunidad a fortalecer mediante el uso de las relaciones públicas en los programas específicos de salud para el embarazo adolescente.

Objetivos de la investigación

El objetivo general consiste en describir los procesos de atención médica y las estrategias de las campañas de relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo adolescente en Nuevo León.

El objetivo general se articula en los siguientes objetivos específicos:

- O1. Determinar los procesos y canales de atención médica brindada a los adolescentes de comunidades vulnerables, para prevenir y atender el embarazo en este segmento.
- O2. Evaluar la calidad de atención ofrecida en los centros de salud para la prevención y atención del embarazo en los adolescentes.
- O3. Describir las estrategias y los medios de comunicación utilizados en las campañas para la prevención y atención del embarazo adolescente.
- O4. Detectar áreas de oportunidad en los procesos, estrategias y campañas de socialización y concienciación en temas de prevención de embarazo adolescente en comunidades en situación de pobreza.

Marco teórico

Las relaciones públicas y su papel en las organizaciones del sector salud

Las relaciones públicas juegan un papel convergente en diversos sectores de la sociedad puesto que, mediante sus estrategias, brindan mensajes claros, veraces y concisos que unifican los procesos de comunicación acorde a las necesidades de los públicos involucrados. En el ámbito de la salud, las instituciones de atención médica se encuentran en constante interacción con distintos públicos, entre ellos: los pacientes, el personal médico y administrativo, los medios de comunicación y la ciudadanía. El reto de las relaciones públicas, como lo menciona Kovács (2017), es “brindarles a estos públicos un trato sumamente cuidadoso y de respeto a la dignidad del

paciente y de sus familiares”, así como, específicamente, gestionar los programas de desarrollo para la prevención y atención de problemas de salud en las zonas vulnerables.

De este modo, las organizaciones de salud se pueden valer de las relaciones públicas para comunicar los procesos de atención y la cultura de prevención sobre un problema de salud como el embarazo adolescente; esto, a través de sus cuatro fases de acción: investigación, planeación, comunicación y evaluación (Wilcox, Cameron y Xifra, 2012), y alineándose a los objetivos del centro de salud para lograr un cambio en los grupos sociales o económicos en desventaja (La Sociedad de Relaciones Públicas de América, 2017). Mediante esta disciplina, la comunicación puede “permitir a los ciudadanos que, a través de la información y el acceso al conocimiento, puedan diferenciar conductas saludables de aquellas de riesgo” (Hornik, 2012), y cumplir con los objetivos a nivel nacional sobre el derecho a la salud y la provisión de una red de protección social accesible a todos los mexicanos (Gobierno de la República, 2013).

Por lo tanto, las relaciones públicas en la salud se enfocan en las acciones de prevención y atención a través de un sistema de comunicación personalizado a las necesidades únicas de los individuos (Kreps, 2008), para “no sólo atender a la población enferma, sino actuar de forma preventiva en el comportamiento y hábitos de los usuarios, con el fin de garantizar su calidad de vida y evitar enfermedades futuras.” (Redondo, Galdó y García, 2008). Para una implementación acorde a estos objetivos, se debe investigar y analizar principalmente los ámbitos de acción público, cultural y sectorial, señalados por Rodríguez (2005), como son las disposiciones administrativas y legales limitadas, la disonancia entre los mensajes sobre la sexualidad adolescente, y los servicios de salud específicos para adolescentes.

En conclusión, el estudio de las relaciones públicas como gestor de la comunicación en el ámbito de la salud proporcionan una metodología pertinente, desde la fase de investigación, para conocer el manejo de los mensajes hacia el adolescente; y, asimismo, respaldan la imprescindible aplicación de esta disciplina en un ámbito poco estudiado y creciente (Silva, 2001). Con el análisis de los estudios en esta materia, se puede lograr la coordinación de los centros de salud con las organizaciones comunitarias enfocadas a los jóvenes y el sector educativo (Redondo et al., 2008), la mejora en servicios de salud de forma humanística y no sólo técnica (Barco, Pérez y Barquero, 2010) y el establecimiento de un análisis de efectividad en los procesos a través del método de percepción de las acciones comunicativas y su papel en hospitales o instituciones de salud en general (Wise, 2001). Así, finalmente, las relaciones públicas contribuirán a la misión de mejorar los sistemas de salud y bienestar en la sociedad.

El embarazo adolescente y su repercusión en los grupos sociales más vulnerables

El embarazo adolescente es un problema de salud creciente presentado con mayor frecuencia en grupos sociales de menor grado cultural y con una escasa educación sexual. Existe una relación estrecha entre esta problemática y los grupos sociales vulnerables, ya que las condiciones desfavorables del sector propician la aparición de casos de embarazos entre jóvenes y, paralelamente, los casos influyen al crecimiento de una brecha social y económica entre este grupo con la sociedad. De esta manera, existe una incidencia baja en países donde existen programas de educación sexual y servicios especiales de anticoncepción, como en Suecia o los Países Bajos (Redondo *et. al.*, 2008); mientras que, en otros casos, donde existen factores culturales como marginalidad, marcos normativos desfavorables y mensajes altamente sexuales en los medios de comunicación, la incidencia va en aumento (Villaseñor y Alfaro, 1996).

Por lo tanto, como lo señala Rodríguez (2005), “el principal factor de diferencia entre los grupos socioeconómicos estriba en su conducta sexual y anticonceptiva”. A nivel nacional, 75% de los jóvenes mexicanos viven en zonas urbanas, donde el 35% de ellos se enfrentan con factores marginales como la falta de servicios de salud (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010). Asimismo, existe una falta de salud sexual y cultura de prevención, pues 17.6% de los

nacimientos en México fueron por madres menores de edad y, del 23.5% de los jóvenes sexualmente activos, casi la mitad de ellos no consideró algún método anticonceptivo en su primera relación sexual. (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2012). Por último, en Nuevo León, el Grupo Estatal para la Prevención del Embarazo Adolescente (GEPEA), en su informe 2017, posiciona al Estado en el décimo lugar en el número de embarazos prematuros.

Esta relación entre las condiciones del sector social y el embarazo adolescente no sólo es responsabilidad del sector de salud o del joven, sino también de las políticas económicas y sociales implementadas (Villaseñor y Alfaro, 1996). En México, algunas normas como la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (2017) basado en el uso de medios masivos y mercadeo social, los ejes de trabajo sobre sexualidad en el Plan de Estudios (Secretaría de Educación Pública, 2016) y el aumento de la cobertura del 56% de servicios de atención adolescente en Nuevo León (GEPEA, 2017), son utilizadas para la erradicación del embarazo adolescente en el país. Sin embargo, las estadísticas brindadas muestran un panorama aún desfavorable en la erradicación del embarazo prematuro, por lo que es necesario revisar estrategias desde un enfoque distinto y reforzar el contenido teórico.

El proceso comunicativo para la prevención y atención del embarazo adolescente.

Desde un análisis teórico, el proceso de prevención y atención del embarazo adolescente aborda una serie de características específicas para tratar con el perfil del adolescente y el grupo social donde se encuentra, ya que si no se realiza de manera correcta se puede dificultar la comunicación con el joven. Basado en la clasificación de Redondo (*et. al.*, 2008), las medidas para la prevención de esta problemática se encuentran en tres niveles: primario, secundario y terciario, donde se abarcan aspectos como prevención, detección a tiempo, tratamiento y rehabilitación en los agentes involucrados, es decir, los jóvenes, los padres y el recién nacido.

El nivel de prevención primario se basa en la transmisión de información, es decir, en el trato de los mensajes sobre sexualidad y su inserción en los medios de comunicación, la estimulación de los jóvenes a la reflexión grupal, la comunicación familiar, la capacitación de personal para la atención de los jóvenes en situaciones de riesgo y reinserción laboral o educativa. (Redondo *et. al.*, 2008), de la misma manera, se pueden incluir “servicios de conserjería, de apoyo especializado y de distribución de anticonceptivos” (Rodríguez, 2005).

Por otro lado, la prevención secundaria está basada en la continuidad, en el periodo cuando el embarazo adolescente existe, y busca proporcionar asistencia en el embarazo, parto y post parto, asistencia al padre, información y apoyo psicológico al joven. Algunos requisitos en este trato, de acuerdo con el Grupo de Trabajo sobre Ginecología de la Infancia y Adolescencia en España, mencionado por Redondo (*et. al.*, 2008), son una cita personal y privada separada de los adultos, una buena relación médico-adolescente, continuidad, responsabilidad y comodidad, evitando la burocratización en los procesos, que impide la confidencialidad, y sin “una postura pedagógica de imposición y dominación” que sólo logra reflejar una realidad que no lo es para el adolescente (Villaseñor y Alfaro, 1996).

Por último, la prevención terciaria se realiza para propiciar la evolución adecuada del niño y sus jóvenes padres. Consiste en proporcionar vigilancia del vínculo familiar, detectando signos de alarma, apoyo de reinserción laboral, seguimiento médico integral, asesoramiento de fertilidad, creación de pequeños hogares maternos a quienes tienen apoyo, entre otros (Redondo *et. al.*, 2008). En este tipo de nivel, algunos programas como “La Consulta Joven”, aplicada en la comunidad europea de Cantabria, han nacido con el objetivo de abrir espacios para fomentar el diálogo del adolescente y modelar los comportamientos del joven (Redondo *et al.*, 2008). Con estos niveles de prevención, se pueden identificar las principales actividades a considerar al momento de implementar y evaluar acciones comunicativas en los procesos dentro de los centros

de salud y los públicos involucrados, en beneficio de los pacientes y para la disminución de los problemas de salud.

Metodología

Esta investigación representa una segunda fase en el estudio de los procesos comunicativos y de relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo en México, anteriormente realizado por Céspedes-Del Fierro, Garza-Sepúlveda, y González-López (2018), abordado desde la perspectiva de los adolescentes. La metodología utilizada es de carácter exploratorio y descriptivo, a través de una investigación documental y de campo, con en el análisis del sustento teórico presentado en la bibliografía. El instrumento de trabajo fue aplicado en forma de cuestionario dentro de las entrevistas a los prestadores de servicios de salud en las zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre 2018-enero 2019.

Para el diseño de la investigación de campo, se localizaron diferentes zonas del área metropolitana de Monterrey con una población correspondiente al nivel socioeconómico referido como D+ y D (clase social baja) para identificar a las instituciones y centros que brindan servicios o campañas de salud sobre la problemática, es decir, a los servidores públicos, autoridades y promotores para la prevención y atención del embarazo adolescente dentro de los centros de salud dependientes de las jurisdicciones sanitarias de la Secretaría de Salud en el periodo correspondiente. Se aplicó un tipo de muestreo por conveniencia, comprendidas dentro del área geográfica de bajo nivel socioeconómico, se logró entrevistar a 17 representantes de organismos que reunieron el perfil de sujeto referido.

Asimismo, se llevó a cabo un procesamiento de información cuantitativa y cualitativa, a través del instrumento de investigación probado en una fase piloto, haciéndose las adecuaciones necesarias para mejorar su tiempo de aplicación, congruencia y grado de comprensión de la población entrevistada. El cuestionario estuvo compuesto por 24 preguntas abiertas y de opción múltiple, evaluando factores estipulados en los objetivos específicos, primordialmente los procesos y canales de comunicación y atención médica, su calidad, y las estrategias en los medios de comunicación para la prevención y atención del embarazo adolescente.

Resultados

Procesos de atención médica para la prevención y atención del embarazo adolescente

De acuerdo con los procesos de atención médica dirigidos al trato del embarazo adolescente en las zonas marginadas del área metropolitana de Monterrey, más de la mitad de los entrevistados manifestaron utilizar técnicas de conferencias y pláticas grupales (64%), y en menor proporción, técnicas de atención y consulta individualizada (36%).

En materia de prevención del embarazo adolescente en las zonas marginadas de la ciudad, casi dos tercios de los entrevistados mencionaron aplicar asesorías directas a los grupos de jóvenes (65%), lo cual coincide con el resultado anterior relacionado a la atención grupal de esta población. Asimismo, sólo una décima parte de la muestra manifestó realizar técnicas de prevención directa a través de la proporción de algún método anticonceptivo a los usuarios (12%).

Por otro lado, respecto a los casos de embarazo adolescente de alto riesgo, más de la mitad de los entrevistados declararon realizar una canalización a alguna clínica u hospital de la Secretaría de Salud (60%), mientras que el resto de la muestra manifestó enviar al menor a dependencias que no atienden directamente problemas de salud, como el DIF o la Secretaría de Educación (40%).

Calidad de atención en los centros de salud para la prevención y atención del embarazo adolescente

De acuerdo con las encuestas de evaluación realizadas, se expone que la mayoría de las técnicas que se utilizan para la mejora en calidad de atención en los centros de salud para la prevención y atención del embarazo adolescente son a través capacitaciones específicas al personal, tendientes a un trato oportuno de calidad y humano para los usuarios (93%). Estas capacitaciones se llevan a cabo, por una parte, abordando temas sobre la atención proporcionada al usuario (50%) y, en menor proporción, sobre los aspectos técnicos de la salud reproductiva (38%).

Por otro lado, la mayoría de los entrevistados mencionaron que no existen estrategias para el seguimiento y evaluación de la calidad de atención que el personal médico brinda a estos grupos de población vulnerable (69%). En los pocos casos donde sí existe algún seguimiento, los encuestados manifestaron realizar una supervisión del servicio por parte de los coordinadores o directivos del centro de salud (80%) y, en menor proporción, con la aplicación de encuestas de satisfacción a los usuarios (20%).

Por último, de acuerdo con la percepción de la calidad del servicio de atención al embarazo adolescente por parte de los encuestados, la mayoría considera brindar al usuario un trato digno y de calidad (91%), así como una atención rápida y eficaz (82%). Del mismo modo, una parte de la muestra declaró sustentar su opinión con los resultados brindados en sus encuestas de evaluación de atención aplicadas a la población vulnerable (77%).

Medios y campañas de comunicación utilizados para la prevención y atención del embarazo adolescente

Respecto a los medios de comunicación utilizados en la difusión de mensajes para la prevención del embarazo adolescente, más de la mitad de los encuestados manifestaron utilizar las redes sociales (53%) y, en menor medida, los medios electrónicos (20%), y los medios impresos (20%). De esta manera, se puede destacar la presencia de medios que no necesariamente son del uso frecuente de los jóvenes, como lo son la radio y televisión abierta, así como los periódicos y revistas.

De acuerdo con las campañas de comunicación realizadas para la prevención y atención del embarazo adolescente, los resultados exponen una aplicación de estrategias y formatos sumamente variados, pues los encuestados mencionaron realizar, en proporciones diversas: spots de televisión (25%), conferencias o asesorías (25%), campañas escolares (16.67%), contenido en redes sociales (16.67%) y folletos impresos (16.67%). Esto manifiesta una variedad en tipos de contenidos, sin embargo, pueden no estar centrados en estrategias accesibles o efectivas para la población adolescente en zonas vulnerables.

De acuerdo con las encuestas realizadas, más de la mitad de estas campañas de prevención del embarazo adolescente se enfocan en la mejora en la calidad de vida del adolescente (60%) y, en menor medida, en su prevención (33%). Mínimamente, se le da un enfoque basado en la reducción de la tasa de mortalidad materno infantil (7%). Adicionalmente, la mayoría de los encuestados declararon aplicar sus campañas de manera permanente (85%), y mencionaron presentar, en su mayoría, una evidencia fotográfica sobre su aplicación (71%). Por último, de acuerdo con lo declarado por casi dos tercios de la muestra encuestada, un aspecto importante es que no se cuenta con un instrumento o indicador para medir el éxito de las campañas (62%).

Por otro lado, sobre la efectividad de los medios de comunicación utilizados para la prevención y atención del embarazo adolescente, más de la mitad de los encuestados manifestaron no realizar estrategias para detectar los medios de consumo habitual de los jóvenes (60%). Este resultado se complementa con el anterior sobre la aplicación de las campañas a través de medios tradicionales, como los electrónicos e impresos, pues se admite que no hay una idea clara del comportamiento de

la población adolescente. Finalmente, de los que declaran conocer los hábitos de consumo mediático de esta población, la mayoría de ellos menciona realizarlo a través de las respuestas obtenidas por el monitoreo a sus redes sociales (67%).

Respecto a las estrategias específicas sustentadas en las relaciones públicas, solamente poco más de la mitad de los encuestados manifestaron diseñarlas para socializar el mensaje de prevención para el embarazo adolescente (56%). De estas campañas de relaciones públicas, los encuestados mencionaron, en proporciones iguales, utilizar estrategias como el establecimiento de consejos y campañas interinstitucionales (43%), así como el manejo de las redes sociales (43%). En estos resultados, se vislumbra una necesidad de ampliar las estrategias de relaciones públicas para la atención y prevención de esta problemática.

Finalmente, respecto a la percepción de los encuestados sobre la efectividad del mensaje en la población vulnerable, más de la mitad manifestó que no ha disminuido la incidencia del embarazo adolescente a pesar de las campañas de prevención que se han llevado a cabo (62%); y, dentro de esta parte de la muestra encuestada, más de la mitad desconoce los motivos (60%). Por lo tanto, en este rubro se enfatiza que las campañas no han sido relativamente efectivas, además de la carencia de instrumentos para poder obtener información que permita diagnosticar las fallas presentes en dichas campañas. Adicionalmente, la mayoría de la muestra encuestada considera que la falta de educación y de valores son factores adicionales que no permiten disminuir la problemática, lo que reconoce la existencia de una conciencia sobre la influencia del entorno familiar y del sector educativo en la prevención y atención del embarazo adolescente (77%).

Conclusiones

En esta investigación se logra describir, desde la perspectiva de los prestadores de servicios y campañas de salud encuestados, los procesos de atención médica y las estrategias de campañas de comunicación para la prevención y atención del embarazo adolescente en las zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey. Como primera fase del proceso de las relaciones públicas, se han logrado detectar áreas de oportunidad en los procesos de comunicación a mejorar: una mayor accesibilidad informativa a servicios de prevención y salud reproductiva, el fortalecimiento de servicios comunicativos de atención médica, y la creación de instrumentos de medición de eficacia de las campañas de comunicación.

Primeramente, a pesar de que se detectan múltiples estrategias comunicativas de atención médica grupales enfocadas a mejorar la calidad de vida del adolescente, los servicios de prevención de forma individual son poco tratados. Por lo tanto, es necesario reforzar estos servicios a través de una comunicación personal e íntima, considerando principalmente los servicios de conserjería y distribución de anticonceptivos, como lo señala Rodríguez (2005). Por ello, a través de las relaciones públicas, se debe planear una red de información interinstitucional entre el centro de salud y las organizaciones gubernamentales, donde se encuentran registrados los adolescentes, que facilite el personal y los horarios para una comunicación interpersonal médico-adolescente a través de citas privadas y de herramientas anticonceptivas físicas y morales que permitan la construcción de una cultura de prevención.

Por otro lado, los entrevistados consideran que la calidad del servicio de atención médica es buena, humana y digna, y es respaldada por encuestas de satisfacción aplicadas a la población vulnerable. Del mismo modo, esta calidad de servicio concuerda con el estudio realizado por Céspedes et al. (2018) desde la perspectiva de los adolescentes. Sin embargo, en ambos estudios se vislumbra una atención general y con pocos programas específicos dirigidos al embarazo adolescente. Por lo tanto, las relaciones públicas deben fortalecer la comunicación entre los centros de salud para, específicamente, crear programas de atención en técnicas de salud reproductiva, embarazos adolescentes de alto riesgo y continuidad dentro del nivel secundario

mencionado por Redondo (*et. al.* 2008), ya que los procesos de filtración de estos casos no se encuentran fácilmente presentes.

Respecto a las estrategias y los medios de comunicación utilizados en las campañas para la prevención y atención del embarazo adolescente, muchas de ellas son realizadas de manera permanente en canales de comunicación como redes sociales, medios convencionales y medios impresos, dirigidos a mejorar la calidad de vida del adolescente. No obstante, no existe un instrumento de medición de eficacia de campañas predominante en los centros de salud, por lo que no se pueden establecer estadísticas certeras de la penetración de los mensajes en los jóvenes. Algunos datos, de acuerdo con el estudio realizado por Céspedes *et al.* (2018), mencionan que los adolescentes en este contexto, en su mayoría, no recuerdan haber recibido mensajes sobre embarazo adolescente o no retuvieron su contenido, por lo que no han concientizado sobre repercusiones físicas, emocionales, económicas y protocolos de ayuda.

Asimismo, los prestadores de salud mencionan poco conocimiento del comportamiento del adolescente en los medios de comunicación, utilizando ocasionalmente las redes sociales para detectar estadísticas sobre la población activa y consciente sobre el tema. En consecuencia, frente a este panorama, es imprescindible un instrumento de medición establecido en las campañas para la prevención y atención del embarazo adolescente, ya que los registros permiten encaminar las estrategias de una manera más efectiva. Las relaciones públicas deben abrir paso, mediante estudios, a protocolos que permitan conocer mejor al adolescente y crear un proceso de retroalimentación con los prestadores de salud encargados de la transmisión de mensajes, así se podrá detectar y reforzar los distintos canales de comunicación.

En conclusión, las relaciones públicas deben fortalecer las redes de comunicación entre los centros de salud y organismos que promueven la prevención y atención del embarazo adolescente, utilizando como apoyo a las organizaciones gubernamentales o las no lucrativas, como escuelas y centros enfocados a los jóvenes. De esta manera, esta cooperación puede llegar a desencadenar los protocolos necesarios en las áreas de oportunidad detectadas en el estudio, los cuales son: la relación médico-adolescente de forma personal y creativa enfocada a la prevención y métodos anticonceptivos, los procesos de seguimiento a los casos de jóvenes con embarazo prematuro, y la generación y retroalimentación de mensajes en medios de comunicación sobre esta problemática. Una propuesta catalizadora para los procesos de comunicación, desde las relaciones públicas, puede ser la generación de una aplicación digital vinculada a las redes sociales de los centros de salud y el joven, donde se comparta información sobre el tema, se realicen citas de prevención y atención con los médicos responsables de los programas sobre embarazo adolescente y, asimismo, la aplicación funcione como instrumento de medición sobre el recibimiento de la información y grado de concientización por parte del joven.

Finalmente, la información brindada en esta investigación abre las puertas a las fases de planificación y constante evaluación de las estrategias que se apliquen desde las relaciones públicas, así como las existentes en los programas de prevención y atención de embarazo adolescente. Se sugiere que estos estudios se realicen periódicamente, desde la perspectiva de los adolescentes y prestadores de salud, para continuar evaluando la comunicación entre estos dos agentes, con instrumentos actualizados que, eventualmente, permitan conocer a mayor profundidad los cambios generados en los canales institucionales, interpersonales y familiares. Este análisis y evaluación de los procesos comunicativos en el estudio permite implementar estrategias desencadenantes en la generación de una cultura para la prevención y atención del embarazo adolescente y, asimismo, afirma la importancia de las relaciones públicas en los procesos de comunicación en el ámbito de la salud, como señala Wise (2001), para la constante mejora de la calidad y el acceso a la salud en México.

Referencias bibliográficas

- Barco, J., Pérez, R. Y Barquero, M. (2010). *Cómo Utilizar la Información en la Empresa: Dirección Estratégica de Relaciones Públicas*. Barcelona, España: PROFIT editorial.
- Céspedes-Del Fierro, S., Garza-Sepúlveda, J. y González-López, A. (2018). Las relaciones públicas como herramienta de comunicación para la prevención y atención del embarazo adolescente. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Migratorios*, 4 (12).
- Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. (2012). *Informe 2012*. México: ENSANUT. Disponible en: <https://ensanut.insp.mx/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>
- Estrategia Nacional Para la Prevención del Embarazo en Adolescentes. (2017). *Informe de marzo*. México: Gobierno de la República. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/98138/ENAPEA_Marzo.pdf
- Gobierno de la República. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de la República 2013-2018*. México: Gobierno de la República. Disponible en: <http://pnd.gob.mx>
- Grupo Estatal para la Prevención del Embarazo Adolescente del Estado de Nuevo León. (2017). *Informe Ejecutivo*. México: Gobierno de la República. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/317699/Nuevo_Le_n_Informe_GEPEA_2017.pdf
- Hornik, D. (2012). *Las Relaciones Públicas y un desafío en el campo salud (Caso de la Red Aconcagua Salud)*. Argentina: Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=543
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. México: INEGI.org. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010/>
- Kovács, I. (2017). *El rol de las relaciones públicas en el sector salud*. Perú: Negocios & Management: Revista Digital Empresarial. Disponible en: <https://negociosymangement.com.ar/?p=8935>
- Kreps, G. (2008). Strategic use of communication to market cancer prevention and control to vulnerable populations. *Health Marketing Quarterly*, 25 (1): 204-216. Reino Unido: Editorial Routledge.
- La Sociedad de Relaciones Públicas de América. (2017). *Todo sobre las relaciones públicas*. Estados Unidos: prsa-org. Disponible en: <https://www.prsa.org/all-about-pr/>
- Redondo, C., Galdó, G., y García M. (2008). *Atención al adolescente*. España: Universidad de Cantabria.
- Rodríguez, J. (2005). Reproducción en la Adolescencia: el caso de Chile y sus implicaciones de política. *Revista de la CEPAL*, 86.
- Secretaría de Educación Pública. (2016). *Agenda sectorial para la educación integral en sexualidad con énfasis en la prevención del embarazo en adolescentes*. México: Gobierno de la República. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/230821/8_Acciones_SEP_Dra_Silvia_Ramirez.pdf
- Silva, V. (2001). Comunicación y Salud. *Inmediaciones de la comunicación*, 3(3): 120-136. Uruguay: Escuela de Comunicación de la Universidad ORT. Disponible en: <https://www.ort.edu.uy/fcd/pdf/revista-inmediaciones-de-la-comunicacion-3.pdf#page=118>
- Villaseñor, M. y Alfaro, N. (1996). Factores socioculturales que intervienen en la determinación del deseo o no deseo del embarazo en la adolescente. *Sexualidad y Reproducción Humana en México*, 1.
- Wilcox, D., Cameron, G., y Xifra, J. (2012). *Relaciones públicas: estrategias y tácticas (10ªed.)*. Madrid: Pearson.
- Wise, K. (2001). Áreas de oportunidad para la investigación de las relaciones públicas en la salud pública. *Revista de Relaciones Públicas*, 25(4): 475-487.

AUTORES



SELENE CÉSPEDES DEL FIERRO

<http://orcid.org/0000-0003-3988-3640>

selene.cespedesf@uanl.mx

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Doctora en Educación, Sociedad y Calidad de Vida con mención internacional por la Universidad de Lleida, España. Profesora de Relaciones públicas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL. Ha participado en diversos congresos con temas sobre el perfil axiológico del comunicador y ha publicado artículos y capítulos de libros acerca del desarrollo moral del comunicador y el marketing holístico para el desempeño individual y profesional (branding axiológico). Es miembro del Cuerpo Académico de Investigación *Marketing desde la perspectiva de la comunicación*, bajo la línea de investigación *Las relaciones públicas axiológicas*.