

ISSN 2395-8456

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

REVISTA DE LA FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO,
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

AÑO 3, NO. 3
AGOSTO 2016-JULIO 2017



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN®



•Visión•
2020
UANL

"Educación de clase mundial,
un compromiso social!"



FTSyDH

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Dr. Rogelio Garza Rivera
Rector

M.A. Carmen del Rosario de la Fuente García
Secretario General

Dr. Juan Manuel Alcocer González
Secretario Académico

Dr. Celso José Garza Acuña
Secretario de Extensión y Cultura

Lic. Antonio Ramos Revillas
Director de Publicaciones

M.T.S. María Teresa Obregón Morales
**Directora de la Facultad de Trabajo Social
y Desarrollo Humano.**

DIRECTORIO DE LA REVISTA Y CONSEJO EDITORIAL

M.C. María Eugenia Lobo Hinojosa
Editor Responsable

Consejo Editorial 2016

Dr. Manuel Ribeiro Ferreira
Dr. Raúl Eduardo López Estrada
M.T.S. María Teresa Obregón Morales
Dr. Luis Manuel Otero Rodríguez
M.C. María Eugenia Lobo Hinojosa
M.T.S. Lydia del Carmen Ávila Zarate
M.T.S. Laura Gonzalez García
M.T.S. Ana María Contreras Ramírez
M.T.S. María Francisca García Ramos
M.T.S. Reina Hernández Hernández
M.T.S. Adolfo José Aldrete Valencia
M.C. Tabita Balderas Rodríguez

Editor Responsable: M.C. María Eugenia Lobo Hinojosa

Políticas Sociales Sectoriales, Año 3, N° 3, Agosto 2016-Julio 2017. Es una publicación anual, editada por la Universidad Autónoma de Nuevo León, a través de la Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano. Domicilio de la publicación: Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano, Avenida Universidad s/n Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, C.P. 66451. Teléfono: +528183521309.Fax:+528183521309.<http://www.ftsydh.uanl.mx>. Editor Responsable: M.C. María Eugenia Lobo Hinojosa. Reserva de derechos al uso exclusivo No. 04-2014-102114402600-203. ISSN 2395-8456 ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor, Registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial: en trámite. Responsable de la última actualización de este Número, Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano, M.C. María Eugenia Lobo Hinojosa. AV. Universidad s/n C.P. 66451, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México. Fecha de la última modificación: 11 de Agosto de 2016.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Prohibida su reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Editor.

Todos los derechos reservados

© Copyright 2016

dirección.fts@uanl.mx



PRESENTACIÓN

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES publica en esta edición 73 interesantes artículos que se complace en poner a consideración de la comunidad académica, científica y del público en general.

Todos los trabajos que configuran este número fueron presentados en el marco de un importante evento internacional que conjuga las políticas sociales sectoriales, la investigación e intervención en trabajo social *–el cual constituye un hito trascendental en el aporte al desarrollo social y bienestar de la población–*, y escogidos para su publicación por su calidad científica y/o académica, a través del escrutinio y dictaminación de un Comité Editorial Científico que se configuró para tal efecto.

Los artículos están realizados por investigadores, docentes y profesionales interesados en la investigación, las políticas sociales y la construcción del bienestar social, así como en difundir el conocimiento.

Para su mejor comprensión, el contenido se divide en ocho ejes estructurales: Familia y Género, Grupos Vulnerables, Envejecimiento, Educación, Salud, Vivienda y Desarrollo Urbano, Pobreza y Desarrollo Social, Empleo y Crecimiento Económico, Trabajo Social y Políticas Sociales, Intervención Social.

Esperamos que la lectura de estos documentos estimule la reflexión y el debate, a fin de favorecer el desarrollo y aplicación del conocimiento científico-social. Así mismo, agradecemos y felicitamos a los autores por su invaluable contribución y los invitamos a seguir participando, pues la publicación es uno de los medios más importantes para la difusión del saber.

ÍNDICE

ARTÍCULOS Y AUTORES		
No.	Eje 1: FAMILIA Y GÉNERO	Pág.
1	La violencia infantil dentro del seno familiar y su impacto en el desarrollo escolar del niño. <i>Jamie Korina Álvarez Chávez, Ana María Urzua Salas (Universidad Autónoma de Aguascalientes).</i>	14
2	Relaciones humanas familiares mediante red social. <i>Ma. Martha Rincón Escobedo, Ana Luisa Guzmán Enríquez, Jorge Enrique Bracamontes Grajeda, Reyna Castañeda López (Universidad Autónoma de Coahuila).</i>	32
3	Experiencias violentas vinculadas al narcotráfico y sus efectos sobre la reconfiguración de las familias en Nuevo León. <i>Karla Salazar Serna, Manuel Ribeiro Ferreira, Héctor Augusto Mendoza Cárdenas (Universidad Autónoma de Nuevo León).</i>	45
4	Estructura y dinámica en familias atendidas del CAM Hellen Keller de Cosoleacaque Ver., en el ciclo escolar 2014-2015. <i>Cornelio de la Cruz Martínez (Universidad Veracruzana; Campus Minatitlán).</i>	63
5	Análisis del significado de amor de pareja en jóvenes de Coahuila. <i>Alicia Hernández Montaña, José González Tovar, Dariela Janet Regino Rico (Universidad Autónoma de Coahuila).</i>	86
6	Análisis de las construcciones de los roles de género en preescolares a través del dibujo. <i>Diana Isabel López Rodríguez, Rosa Maribel Lugo Saucedo (Universidad Autónoma de Coahuila).</i>	100
7	Prácticas violentas que ejecutan los progenitores para sancionar la conducta en niños(as) de 6 a 9 años de edad en la dinámica familiar. <i>Laura Guadalupe Zaragoza Contreras, Alfonso Godínez Pérez (Universidad Nacional Autónoma de México).</i>	116
8	Causas del suicidio familiar en la Colonia Ampliación Echeverría de Ciudad Victoria, Tamaulipas, México: Caso atípico. <i>Jorge Martín Trujillo Bautista, Guillermina de la Cruz Jiménez Godínez, Porfiria Calixto Juárez (Universidad Autónoma de Tamaulipas).</i>	136
9	La dinámica familiar en parejas homomaterнаles. <i>Ma. Gregoria Carvajal Santillán, Cesar Alfredo González González, Mireya Patricia Arias Soto, Susana Aurelia Preciado Jiménez, (Universidad de Colima).</i>	149

- 10 **Efectos psicosociales en la mujer con mastectomía.** *Mireya Patricia Arias Soto, César Alfredo González González, Claudia Angélica Alcaraz Mungía, Ma. Gregoria Carvajal Santillán (Universidad de Colima).* 168

EJE 2: GRUPOS VULNERABLES

- 11 **Adolescentes institucionalizados: un grupo vulnerable con problemas en su desarrollo humano-social. Resultados de investigación diagnóstica en una casa hogar.** *Imelda Sarai Retana Hernández, María Eugenia Lobo Hinojosa (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 187
- 12 **El estudio de la víctima y la ineficiencia de las políticas públicas.** *Raúl Horacio Arenas Valdés, Claudia Elena Robles Cardoso (Universidad Autónoma del Estado de México).* 216
- 13 **Mujer mexicana... ¿sinónimo de violencia, discriminación y desigualdad? Problema estructural para el gobierno y para la sociedad.** *María Eugenia Lobo Hinojosa, Nélida Davis Moncada, María Teresa Obregón Morales (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 232
- 14 **Ideología de género, situación laboral, reacción ante el conflicto con los hijos y la autoridad como elementos centrales en la dinámica en los hogares monoparentales con jefatura femenina.** *Luis Alberto Mendoza Rivas, Manuel Ribeiro Ferreira, Blanca Mirthala Támez Valdéz (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 250
- 15 **Resiliencia: un proceso para afrontar la adversidad ante las familias expuestas a escenarios violentos.** *Karla Salazar Serna, Manuel Ribeiro Ferreira, Héctor Augusto Mendoza Cárdenas (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 272
- 16 **Recomendaciones para la prevención del embarazo en la adolescencia.** *Rosalva del Carmen Barbosa- Martínez, Raquel Alicia Benavides-Torres, José Manuel Ramírez-Aranda, María Guadalupe Moreno-Monsiváis (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 284
- 17 **Estudio comparativo por sexo de un Diagnóstico Social en una población al Oriente de la ciudad de Saltillo.** *Rosa Isabel Garza Sánchez, José González Tovar, Laura Fabiola Núñez Udave (Universidad Autónoma de Coahuila).* 296
- 18 **Entre la enfermedad y los autoestereotipos en la vejez: estructuras factoriales comparadas de la calidad de vida en adultos mayores.** *José González Tovar, Rosa Isabel Garza Sánchez, Alicia Hernández Montaña, Dariela Regino Rico (Universidad Autónoma de Coahuila).* 310

- 19 **El tráfico sexual de migrantes centroamericanas hasta California.** *Simón Pedro Izcara Palacios, Karla Lorena Andrade Rubio (Universidad Autónoma de Tamaulipas).* 327
- 20 **Los sujetos de la seguridad social en el Estado de México y la necesidad de la intervención profesional. Diferenciación por sexo y espacio de la población envejecida.** *Zoraida Ronzón Hernández, Norma Baca Tavira, América Luna Martínez (Universidad Autónoma del Estado de México).* 338
- 21 **Discriminación, exclusión y discapacidad.** *Alicia Rivas Montaña, Laura Elena López Rentería, Ara Monserrat González Rivas (Universidad de Sinaloa).* 362
- 22 **La migración en México sus repercusiones sociales, en el ámbito del quehacer del trabajador social ante la globalización.** *Fernando René Rodríguez Santoyo, Martha Sandra Hernández Saucedo, María Irene Cervantes Guerrero (Universidad Autónoma de Coahuila).* 383
- 23 **Diagnóstico situacional: Violencia en niños como factor de riesgo en una escuela primaria del Área Metropolitana de Monterrey.** *Juanita Josefina Rodríguez Cerda, Tabita Balderas Rodríguez, Elida María Cerda Pequeño (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 401

EJE 3: ENVEJECIMIENTO

- 24 **El papel de la familia ante la dependencia en la vejez y la manifestación de violencia.** *Rosa María Flores Martínez, Blanca Mirthala Támez Valdéz (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 417
- 25 **Diagnóstico e intervención con adultos mayores del comedor comunitario “la mesa del señor”, Cd. Victoria, Tamaulipas.** *Lucia Cecilia Cano Martínez, Julio César González Vázquez, Norma Alicia Nieto Reyes, Lexy Michellel Ramírez Trujillo (Universidad Autónoma de Tamaulipas).* 432
- 26 **Análisis de la vejez en contextos de vulnerabilidad** *Felipe Roboam Vázquez Palacios (Ciesas-Golfo).* 450
- 27 **Envejecimiento, género y comunidad.** *Otilia Aurora Ramírez-Arellano, Martha Itzzel Martínez-Rodríguez, Kitzia Paola Ortega-Damián, Jaime Javier Romo-Bravo (Universidad Autónoma de México).* 464
- 28 **Desigualdad en la cobertura de la política pública para los adultos mayores del Estado de México. Un estudio bajo el enfoque de la vulnerabilidad social.** *Yuliana Gabriela Román Sánchez, Bernardino Jaciel Montoya Arce, Sergio Cuauhtémoc Gaxiola Robles Linares, Hugo Montes de Oca Vargas (Universidad Autónoma del Estado de México).* 480

EJE 4: EDUCACIÓN

- 29 **Propuesta de evaluación inicial para el trabajo preventivo del ausentismo escolar.** *Victoria Marisol Barrón Ontiveros, Elizabeth Mendoza Cárdenas* 499
(Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 30 **Construcción de un Nuevo Paradigma en el Proceso de Enseñanza-Aprendizaje: Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación.** *Miguel Ángel Iglesias Cantú, Lydía del Carmen Ávila Zárate, Liliana Mercedes Aguilar Alemán* 516
(Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 31 **Diagnóstico sobre la deserción escolar en la Universidad Emiliano Zapata.** *Pablo Armijo García, Tabita Balderas Rodríguez* 529
(Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 32 **El perfil profesional del Trabajador Social, Reflexiones en el Servicio Social del Modelo UANL.** *Laura González García, Juanita Josefina Rodríguez Cerda, Imelda Saraí Retana Hernández* 542
(Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 33 **Educación sexual, sexualidad, derechos humanos y aprendizaje esperados en educación básica (secundaria).** *Angélica Saucedo Quiñones* 556
(Universidad Nacional Autónoma de México).
- 34 **Política pública, educación, derechos humanos y multiculturalidad en el mundo indígena. Una visión socio antropológica.** *Guillermo Campos y Covarrubias* 570
(Universidad Nacional Autónoma de México).
- 35 **Los profesores y las tecnologías educativas en el Tecnológico Nacional de México-TecNM-. La licenciatura de Contaduría Pública.** *Carlos Martínez Padilla, Mireya Hernández Ramírez* 585
(Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 36 **Análisis de la práctica comunitaria e institucional en Trabajo Social de diez Universidades Mexicanas y propuesta modelo.** *María Eugenia Perea Velázquez, Ma. Teresa Ortiz Rodríguez, Ana Helene Sandoval González, Miriam Guadalupe Castillo Martínez* 600
(Universidad Autónoma de Aguascalientes).
- 37 **Habilidad de apertura en el aprendizaje multi-integracional.** *Ma. Martha Rincón Escobedo, Rubén Jaurégui Estrada* 623
(Universidad Autónoma de Coahuila).
- 38 **“El juego” como estrategia de cohesión social para el desarrollo integral de la primera infancia: Proyecto de Intervención Educativa Política pública sobre la infancia en Nuevo León.** *Julieta Tamayo Garza* 636
(Universidad Pedagógica Nacional).

EJE 5. SALUD

- 39 **Conductas de riesgo y relevancia social de los problemas relacionados a la alimentación de los adolescentes: sobrepeso, obesidad, enfermedades crónicas no transmisibles y trastornos de la conducta alimentaria.** *Sandra Rubí Amador Corral, Martha Leticia Cabello Garza* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 658
- 40 **Aprendiendo en el hospital: Estrategias de vinculación en salud y educación para atención a niños con vulnerabilidad en salud.** *Blanca Guadalupe Cid de León Bujanos, Carlos David Santamaría Ochoa* (Universidad Autónoma de Tamaulipas). 672
- 41 **Determinantes sociales de la salud en los adultos mayores. Análisis de la acción intersectorial en dos estudios de caso.** *Bárbara Lizeth Cuevas Muñiz, Sandra Emma Carmona Valdés, Raúl Eduardo López Estrada* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 691
- 42 **Evaluación de campañas de Promoción de la Salud: Caso proyecto “salvando vidas”.** *Janet García González, Kabáh Silva Aguilar, Lourdes Huerta Pérez, Jorge Chiu García* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 709
- 43 **Factores asociados con la omisión en la atención a pacientes hospitalizados.** *María Guadalupe Moreno Monsiváis, Ma. Guadalupe Interrial Guzmán, Leticia Vázquez Arreola, Sofía Cheverría Rivera* (Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de San Luis Potosí). 729
- 44 **Competencias de Cuidado en la Relación Interpersonal del Profesional de Enfermería en un Hospital Privado.** *Ma. Guadalupe Interrial Guzmán, María Guadalupe Moreno Monsiváis, Sofía Guadalupe Medina Ortiz, Sofía Cheverría Rivera* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 750
- 45 **Conocimiento de anticonceptivos y uso del condón en varones adolescentes de escuelas secundarias y preparatorias públicas de Nuevo León.** *Dante Octavio Isau Garza Fabela, David De Jesús-Reyes, Lydia del Carmen Ávila Zarate* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 766
- 46 **Desafíos de la intervención del Trabajo Social en los procesos de salud mental en las familias.** *Samantha de la Cruz Castro, Dora Alicia Daza Ponce, Jennifer Domilith Cerecedo Sandoval, Noelia Pacheco Arenas* (Universidad Veracruzana). 781

EJE 6. VIVIENDA Y DESARROLLO URBANO

- 47 **El miedo como mensaje. La percepción femenina de seguridad en el espacio público.** *Ana Victoria Casillas Zapata, Carmen Aida Escobar Ramírez, Gerardo Vázquez Rodríguez* (Universidad Autónoma de Nuevo León). 794

- León).
- 48 **Los atributos de las áreas verdes urbanas y sus beneficios a la población.** *Amanda Melissa Casillas Zapata, María Teresa Ledezma Elizondo, Carlos Estuardo Aparicio Moreno (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 812
- 49 **El civismo en los espacios públicos y dominios públicos efímeros.** *Karen Hinojosa Hinojosa, Carlos Estuardo Aparicio Moreno, María Teresa Ledezma Elizondo (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 825
- 50 **Un recorrido histórico hacia la comprensión de la dualidad de la vivienda como un derecho y mercancía, el caso de la Vivienda de Interés Social Costarricense.** *Edwin Jesús Chacón Muñoz (Universidad de Costa Rica).* 842
- 51 **Análisis de las conexiones entre los objetos, sus atributos y el espacio respecto a la percepción del individuo o el “YO”.** *Marta Nydia Molina González, Liliana Beatriz Sosa Compeán (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 866
- 52 **Los Subcentros Rurales en la Región Norte de Nuevo León: Propuesta de un Instrumento para su Integración.** *Eduardo Sousa González, Alfonso de Jesús Guerrero Fernández (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 878
- 53 **La caminabilidad urbana desde un enfoque sistémico: una realidad compleja.** *Sonia Guadalupe Rivera Castillo, Carmen Aida Escobar Ramírez, Liliana Beatriz Sosa Compeán (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 893
- 54 **La subregión periférica norte de Monterrey en el marco de sus procesos expansivos: retos y posibilidades.** *Eduardo Sousa González, Jesús Humberto Montemayor Bosque (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 905

EJE 7. POBREZA Y DESARROLLO SOCIAL

- 55 **Percepción de los pobladores respecto a la existencia de la problemática social que presenta su comunidad: el caso de una colonia del municipio de Apodaca Nuevo León.** *María Margarita Ramírez González, Hortencia Margarita Sánchez Guerrero, María Francisca García Ramos, María Teresa Obregón Morales (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 922
- 56 **El papel del tercer sector, en el impulso de la reproducción étnica y construcción de ciudadanía en grupos de jornaleros indígenas migrantes de Oaxaca, México, al Valle Central de California en Estados Unidos.** *Beatriz Delia Cota Elizalde (Universidad Autónoma de Sinaloa).* 941
- 57 **San Bernabé: apropiación de la tierra, tácticas sociales y la construcción de un sitio propio.** *Magdalena Moreno Ortiz (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 962

- 58 **Determinantes de la pobreza en México: una aproximación teórico-empírica.** Aldo Josafat Torres García, Myriam Hernández-Cantú 987
(Universidad Autónoma de Coahuila).
- 59 **Algunos resultados del estudio de caso: Adultos Mayores Indígenas Jornaleros (AMIJ), en contexto agrícola en Sinaloa en relación a sus derechos y calidad de vida.** Matilde Miguel Domínguez, Beatriz Delia Cota Elizalde (Universidad Autónoma de Sinaloa). 1001

EJE 8. EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

- 60 **El empleo juvenil y la economía en México, 2005-2015.** Yuliana Gabriela Román Sánchez, Rosa Azalea Canales García, Juvenal Rojas Merced, Claudia Yolanda Albarrán Olvera (Universidad Autónoma del Estado de México). 1016
- 61 **La estructura a nivel municipal de la desigualdad económica y política social en Tamaulipas a partir de los índices de GINI; IEG y Atkinson.** Adolfo Rogelio Cogco Calderón, Jorge Alberto Pérez Cruz, Guadalupe Isabel Ceballos Álvarez (Universidad Autónoma de Tamaulipas). 1033

EJE 9. TRABAJO SOCIAL Y POLÍTICAS SOCIALES

- 62 **La política pública de primera infancia en Cartagena de indias-Colombia: ¿ventana abierta de oportunidades?** Rosaura Arrieta Flórez, Lina Luz Córdoba Girado (Universidad de Cartagena, Colombia). 1056
- 63 **A participação social e os desafios dos conselhos na perspectiva de consolidação da gestão democrática das políticas sociais.** Valdir Anhucci, Vera Lucia Tiekko Sugihiro (Universidade Estadual do Paraná-UNESPAR, Universidade Estadual de Londrina-UEL). 1077
- 64 **Necesidades de capacitación en Trabajadores Sociales que laboran en escuelas de educación especial estatal, en la región sur de Veracruz.** Cornelio De la Cruz Martínez, Georgina Hernández Ríos, Nohemí Macedonio Toledo (Universidad Veracruzana). 1091
- 65 **Efectos colaterales de la drogadicción al interior de la familia e implicaciones en el bienestar subjetivo.** Humberto Armando Charles-Leija, Gilberto Aboites Manrique, Ignacio Llamas Huitrón (Universidad Autónoma de Coahuila, Universidad Autónoma Metropolitana). 1103
- 66 **Experiencias significativas en la aplicación del Método Constelaciones Familiares como herramienta en el desarrollo del trabajo social.** Guillermina de la Cruz Jiménez Godínez, Jorge Martín Trujillo Bautista, Norma Alicia Nieto Reyes, Paula Natalia Juárez Salazar (Universidad Autónoma de Tamaulipas). 1118

EJE 10. INTERVENCIÓN SOCIAL

- 67 **Subjetividades y Desarrollo. Mujeres en el área Metropolitana de Guadalajara (AMG) hacia una visión integral de la intervención social.** 1133
Macarena Orozco Martínez (Universidad de Guanajuato).
- 68 **Potencialización en la intervención comunitaria: caso de cuatro colonias del municipio de San Nicolás de los Garza, Nuevo León.** 1154
María Francisca García Ramos, María Margarita Ramírez González, Hortencia Margarita Sánchez Guerrero, Reina Hernández Hernández (Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 69 **Diagnóstico del Proyecto de Intervención Pre-jubilatoria para Profesores de la Preparatoria #15 de la Universidad Autónoma de Nuevo León.** 1177
Mauricio Villa Amezcua, Héctor Augusto Mendoza Cárdenas, Martha Leticia Cabello Garza (Universidad Autónoma de Nuevo León).
- 70 **Motivación y Estrategias de aprendizaje consngnitivas.** *Rocío Paloma Diamantina Reyes Pérez, Claudia Campillo Toledano (Universidad Autónoma de Nuevo León).* 1195
- 71 **La intervención del trabajador social en la educación ambiental en Barrio Pajaritos de Cd. Victoria, Tamaulipas.** 1219
Guillermina de la Cruz Jiménez Godínez, Norma Alicia Nieto Reyes, Michel Josefina Ríos Rodríguez, Alba Selene Norato Báez (Universidad Autónoma de Tamaulipas).
- 72 **La investigación social como base para el constructo de nuevos métodos para el abordaje del fenómeno de acoso escolar o bullying a nivel primaria.** 1233
Gonzalo Hernández Flores, Ma. Guadalupe Carrizalez Olvera, Irma Esperanza Ibarra Flores, J. Amparo Vargas Martínez (Universidad Autónoma de Tamaulipas).
- 73 **Intervención en la problemática de la deserción escolar en educación superior. Un análisis desde el Trabajo Social.** 1248
Rubí Asunción Chablé Valencia, María Ermila Moo Mezeta, Martín Castro Guzmán, Shantal Anahy Sánchez Enríquez (Universidad Autónoma de Yucatán).

Evaluación de campañas de Promoción de la Salud: Caso proyecto “Salvando Vidas”.

Janet García González¹⁵⁰
Kabáh Silva Aguilar¹⁵¹
Lourdes Huerta Pérez¹⁵²
Jorge Chiu García¹⁵³

Resumen

La evaluación en las campañas de salud, pueden mejorar los indicadores de salud, la realidad es que existe una escasa cultura en este ámbito. El **objetivo** de este proyecto es evaluar el impacto de la campaña “salvando vidas”. **Metodología** descriptiva mixta, con población intervenida y sin intervención. Post-test cuantitativo (encuesta) aplicado a 517 estudiantes de secundaria y preparatoria de 8 jurisdicciones sanitarias del Estado de Nuevo León, México. Pre-test cualitativo (Grupos de discusión) aplicado a 6 grupos de estudiantes; para obtener el comportamiento efectivo atribuible a una campaña. **Resultados** cuantitativos: Actitudes adquiridas: el 30% fue positiva, y el 8% reacciona a la prevención respecto a manejar en estado de ebriedad; ante el cinturón de seguridad se vuelve preventiva con un 40%. Se necesita refuerzo en la actitud de que los individuos inviten a todos los pasajeros a usar el cinturón de seguridad. Resultados cualitativos: muestran actitudes positivas y preventivas respecto al uso del cinturón de seguridad. Los que no fueron intervenidos, refieren una actitud negativa respecto a esta medida de seguridad. En general, califican la campaña con agrado, favorable y que las actividades fueron de su gusto. Muestran una actitud preocupada hacia la responsabilidad vial. **Conclusiones:** Proponer la comunicación persuasiva, así como especificar más el tipo de comunicación, una opción sería la comunicación persuasiva emocional: “La persuasión emotiva se basa en que la conducta humana es emocional, trata de dotar al producto de valores afines a sus públicos y de contenido simbólico. El esfuerzo mental para su comprensión asegura la memorización y el recuerdo”.

Palabras Clave: Evaluación, impacto, programa, promoción de la salud.

Abstract

The evaluation in public health campaigns, can improve health indicators, the reality is that there is a little culture in this field. The objective of this project is to evaluate the impact of the campaign “saving lives”. Mixed descriptive methodology, with population intervened and without intervention. Post-quantitative test (survey) applied to 517 students of secondary and preparatory 8 sanitary jurisdictions of the State of Nuevo Leon, Mexico. Pre-test qualitative (discussion groups) applied to 6 groups of students; to obtain the actual behavior attributable to a campaign. Quantitative results: attitudes acquired: 30% was positive, and 8 per cent reacts to the prevention with regard to handle in a state of drunkenness; before the seat belt becomes preventive with 40%. Reinforcement is needed in the attitude that individuals to invite all passengers to wear a seat belt. Qualitative results: show

¹⁵⁰ Universidad Autónoma de Nuevo León.

¹⁵¹ Universidad Autónoma de Nuevo León.

¹⁵² Secretaría de Salud del Estado de Nuevo León.

¹⁵³ Secretaría de Salud del Estado de Nuevo León.

positive attitudes and preventive measures with respect to the use of the seat belt. Those who were not operated, refer a negative attitude with regard to this measure of security. In general, qualify the campaign with pleasure, favorable and that the activities were of its taste. Show an attitude concerned toward the responsibility vial. Conclusions: propose the persuasive communication, as well as specify more the type of communication, one option would be the persuasive communication emotional: "The emotional persuasion is based on the fact that human behavior is emotional, is to give the product of values related to their public and symbolic content. The mental effort to their compression ensures the memorization and remembrance".

Keywords: *evaluation, impact, program, promotion of health.*

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1982) define a la cultura vial como el comportamiento de la persona, de acuerdo a sus principios morales y éticos que les permiten desarrollarse en ese espacio con las demás personas que transitan.

México ocupa el séptimo lugar en accidentes automovilísticos a nivel mundial y estos accidentes generan la primera causa de muerte en la población mexicana entre 5 y 29 años de edad. En el Estado de Nuevo León se registran en promedio 200 percances viales diarios, además, estos son la quinta causa de muerte de la población en el estado. El periodo con mayor accidentes viales y que puso a Nuevo León como la entidad federativa que más accidentes viales reporta, fue entre los años 2004 y 21, con un total de 511,880 percances, lo que equivale a más del 16% de los accidentes a nivel nacional. (SSA. Programa Salvando Vidas, 2013). Han fallecido en el estado 2,669 por esta causa, es decir, 381 muertes al año, casi una persona fallecida diario en un accidente vial. Por otra parte, se presentaron más de 100 mil personas lesionadas.

Dentro de estas estadísticas, los jóvenes son los más afectados ya que en este grupo, los accidentes viales ocupan el primer lugar en causa de muerte.

A pesar de que organismos gubernamentales y privados han iniciado campañas que pretenden la reducción de estos índices, no se ha disminuido la mortalidad por causas de accidentes viales, lo que empuja a una necesidad de evaluación y diagnóstico de los proyectos que se están trabajando, para identificar las necesidades y oportunidades de mejoramiento en sus técnicas de promoción de la salud.

Los Servicios de Salud de Nuevo León, es el órgano responsable de establecer las normas, procedimientos y metodología general para el cumplimiento de los objetivos educativos de los diferentes programas del Sistema de Salud Nacional en México. El programa "Salvando vidas" tiene como objetivo institucional el contribuir con el propósito del decenio de reducir un 50% la mortalidad por accidentes de tráfico; a partir de sensibilizar

a la población sobre cultura vial (actitudes), proporcionar información educativa a la población sobre los factores de riesgo en seguridad vial (información- educativa), y contar con herramientas lúdicas innovadoras que contribuyan de manera integral a que la población aplique medidas preventivas en seguridad vial (Conductas).

Está compuesto con diversas actividades interactivas, orientadas a grupos de estudiantes de educación básica, intermedia y superior, sin embargo se aplicó a público de cualquier edad. A continuación se describen las actividades a evaluar del programa, acorde a los objetivos institucionales propuestos:

Conferencias y talleres. Se les proporciona información teórica y técnica sobre factores de riesgo de seguridad vial, apoyado por videos, actividades interactivas, dinámicas, etc.

“¿Ebrio yo?”. Dinámica donde se utilizaron lentes especiales que simulan los efectos del alcohol, con ellos se hicieron ejercicios como caminar sobre la raya, patear el balón, entre otros.

Simulador de impacto de choque. Reproduce la fuerza y efecto de un impacto frontal de un vehículo, con el uso de un cinturón de seguridad el usuario experimenta la función de este mecanismo de seguridad.

Carritos antipedales. El ejercicio consiste en que el participante recorra un circuito usando los lentes simuladores del alcohol con el propósito de experimentar las consecuencias de manejar bajo esas circunstancias.

Con la velocidad no se juega. Uso de videojuegos que tratan de la conducción de vehículos en la ciudad, el participante debe jugar con los lentes simuladores del efecto del alcohol.

Ante este escenario se determina como objetivo evaluar el impacto de la campaña “salvando vidas” a través de un diagnóstico de la comunicación persuasiva y los efectos psicológicos de los mensajes del Programa.

Evaluación

Cualquier tipo de evaluación en el hábito de la comunicación o información (llámese campañas de medios, *marketing*, publicidad, etc.) permitirá una identificación de los elementos comunicativos que deben impulsarse, eliminarse o modificarse. En el área de la salud es poco desarrollado este tipo de diagnóstico, auditoría o evaluación. Sin embargo, aunque un diagnóstico de este tipo puede mejorar los indicadores de salud, la realidad es que existe una escasa cultura de evaluación, entendida como una parte imprescindible de toda iniciativa que tiene que rendir cuentas ante la sociedad. Como consecuencia, hay una escasa implicación y una limitada formación de los profesionales, en un marco general de ausencia de pautas metodológicas y guías de buena práctica (Nebot, 2007).

Históricamente la evaluación de los programas de salud ha presentado dificultades en una serie de aspectos políticos, económicos, metodológicos y sociales para medir el resultado de las acciones realizadas (Zanini, 2009).

Una de las acepciones de la evaluación en el campo de la promoción de la salud, es que proporciona información y argumentos tanto para comprender los cambios ocasionados por la acción emprendida como para determinar en qué grado las actividades desarrolladas han sido eficaces y eficientes y mediante qué procesos se han producido estos cambios (Díez, 2012); pero la evaluación no solo debe verse como un momento posterior a la implementación, sino que debe ser parte integral del diseño y desarrollo de cualquier programa o intervención que pretenda aliviar o solucionar problemas asociados con la calidad de vida de las personas.

La evaluación de una campaña puede evaluarse desde dos tipos de investigaciones estandarizadas: el post-test cuantitativo, cuyo objeto es obtener una medida del cambio de comportamiento efectivo atribuible a una campaña; y el post-test cualitativo, cuyo objeto es determinar el grado de persuasión de una campaña de cara a la modificación de los comportamientos que se pretendían corregir (Seoane, 2002).

Un post-test cuantitativo ofrece resultados "objetivos" que pueden ser útiles para evaluar la eficacia real de la campaña. Sin embargo, queda como resto la respuesta a preguntas vitales para orientar la estrategia comunicativa global: ¿Por qué la campaña ha funcionado o no ha funcionado? ¿Qué elementos han sido decisivos en una u otra dirección? La posibilidad de establecer correcciones tácticas o estratégicas en una campaña de comunicación de cara a optimizar sus resultados es lo que justifica prácticamente el recurso a técnicas cualitativas de investigación.

Proceso persuasivo

La persuasión es definida por Petty y Cacioppo (1986) como cualquier cambio que ocurra en las actitudes de las personas a consecuencia de su exposición a una comunicación; y la comunicación persuasiva, se refiere al cambio de actitud que se produce a través de la ruta central es más duradero, predice mejor la conducta y es más resistente a la persuasión contraria, que el cambio de actitud (ver figura No. 1).

Estímulos de comunicación, elementos que determinan el fenómeno persuasivo:

A) Fuente. ¿quién es el emisor del mensaje? (Berros, 2013).

Experiencias y competencia: el mensaje tiene mayor impacto cuando proviene de una fuente percibida como superior en conocimientos, en

instrucción, en inteligencia, en éxito profesional, en definitiva, cuando tiene una experiencia y competencia suficiente con el producto.

Imparcialidad: el receptor sólo otorga su confianza al contenido del mensaje si la fuente le parece objetiva, desinteresada y sin intención de manipular o engañar. Es percibida como objetiva aquella fuente que no parece privilegiar, intencional o involuntariamente, uno de los aspectos del problema a expensas del otro y que no despierta sospechas de modificar su discurso en función de lo que su público espera de ella.

Atractiva: cuando el receptor es sensible a esta propuesta es porque tiene lugar un proceso de identificación. La atracción que el receptor puede sentir por la fuente es de orden afectivo: esta atracción se expresa a través de una reacción emocional y un juicio de valor favorable.

Prestigio: atribuido a la fuente proviene fundamentalmente de los logros pasados de ésta (su reputación, su riqueza, etc.). Es el caso, por ejemplo, de personajes públicos de reconocido prestigio en sus campos profesionales.

Presentación: una fuente con atractivo físico puede generar identificación a través del mecanismo de seducción.

Poder: Este concepto designa la capacidad de la fuente para controlar los resultados que el receptor puede obtener, o dicho más directamente, para administrar recompensas y castigos. El impacto persuasivo a partir de este tipo de fuente sobre el receptor se denomina conformidad o condescendencia.

B) Contenido del mensaje (Berros, 2013).

Calidad de los argumentos: el mensaje privilegia la presentación de unos argumentos que apelan a la razón y la lógica: la conclusión se deduce forzosamente de las premisas.

Incentivos que promete: Es aquel que insiste sobre los beneficios que tiene.

Claridad y de contacto: Mediante esta función fática (en el sentido que le atribuye Román Jakobson) se genera participación del receptor, lo que conduce a la simulación de una comunicación bidireccional que propicia la empatía.

Énfasis en los aspectos racionales o emocionales: la argumentación que apela a las emociones y sentimientos. Son mensajes que se concentran en generar una reacción emocional del receptor trasladándole a una atmósfera placentera que intensifique su ego, o al contrario, su miedo, el humor, etc.

C) Canal comunicativo: medio por el cual se transmite el mensaje, el cual puede ser visual o auditivo y Directo o indirecto

D) Contexto: situación donde se produce la comunicación: Relajado o serio, agradable o desagradable y distracciones.

Enfoques teóricos de la persuasión

Algunos enfoques teóricos que se han centrado en la investigación experimental del proceso persuasivo es la teorías del aprendizaje¹⁵⁴ y el enfoque de la respuesta cognitiva. En la primera se determinan los efectos psicológicos que los mensajes pueden producir en el receptor (atención, comprensión, aceptación y retención), necesarios para que el mensaje persuasivo sea efectivo; y el segundo, el enfoque de la respuesta cognitiva, a diferencia del primero, lo importante no es la información persuasiva que reciben las personas, sino el como se interpreta y responde a dicha información (Pretty y Cacioppo, 1981).

Atención. No todos los mensajes que se emiten con la intención de persuadir llegan a los receptores. Por muy bueno que sea un mensaje y mucho que prometa, si no es atendido, no tendrá efecto alguno.

Comprensión. No basta con recibir el mensaje para que éste surta efecto. Mensajes demasiado complejos o ambiguos pueden perderse sin influir sobre los receptores, o lo que es peor, influyendo en un sentido contrario al deseado.

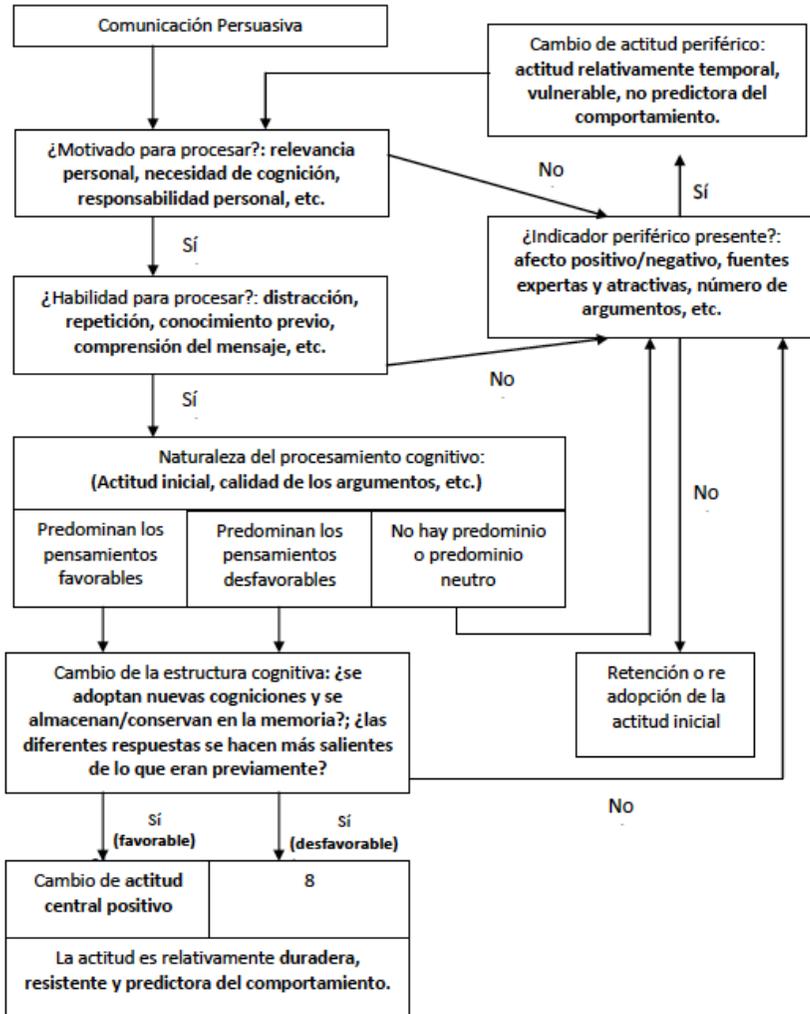
Aceptación. Los receptores llegan a estar de acuerdo con el mensaje persuasivo. El grado de aceptación de un mensaje depende fundamentalmente de los incentivos que ofrezca para el receptor.

Retención. La retención es una etapa necesaria si se pretende que la comunicación persuasiva tenga un efecto a largo plazo (Morales, 1996)

El postulado fundamental de esta perspectiva es que el aprendizaje del mensaje es un determinante fundamental del cambio de actitudes o persuasión, es decir depende que el si el mensaje es aprendido o no es aprendido.

¹⁵⁴ Este enfoque surge en la Universidad de Yale, entre sus principales exponentes Hovland y Janis; quienes plantean que para que un mensaje persuasivo cambie actitud y conducta, las personas deben aprenderlo.

Figura No. 1 Descripción esquemática de las dos rutas hacia la persuasión



Fuente: Fuente: Trenholm, 1989, Persuasión and Social Influence, Prentice Hall, Englewood Cliffs.)

Metodología

La investigación es un estudio descriptivo observacional con metodología mixta, cuyos sujetos de estudio son con población intervenida y sin intervención. Esta realizada en dos momentos:

Primero a partir de un post-test cuantitativo para obtener una medida del cambio de comportamiento efectivo atribuible a una campaña. La técnica de investigación fue la encuesta, aplicada a 517 estudiantes de secundaria y preparatoria de 8 jurisdicciones sanitarias, rurales y urbanas, del Estado de Nuevo León.

Para la captura y procesamiento de la información se utilizó el paquete SPSS (*Statistical Package for de Social Service*) Versión 23. Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos se utilizó la estadística descriptiva, donde se incluyó: frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central, dispersión.

Y el segundo, pre-test cualitativo para determinar el grado de persuasión de una campaña de cara a la modificación de los comportamientos que se pretendían corregir. La técnica de investigación fue la de grupos de discusión; se aplicaron a 6 grupos de estudiantes de secundaria y preparatoria de las jurisdicciones sanitarias, rurales y urbanas, del Estado de Nuevo León.

El análisis cualitativo fue el análisis del discurso, el cual se lleva a cabo en dos planos complementarios: uno sintagmático y otro paradigmático. En el primero se trata de reconstruir analíticamente el proceso de esquematización de la realidad operado por el discurso. En el segundo se intenta identificar y explicitar el esquema o paradigma ideológico latente a partir del cual se produce el proceso argumentativo” (Giménez; 1981). Este discurso fue construido por cierto número de posiciones con respecto al saber y a lo real, de lo que estos grupos tienen acerca del programa y sus actitudes y conductas, a través de la argumentación.

Los detonadores que se utilizaron en los grupos de discusión, fueron:

- a. Vamos a hablar sobre cultura vial
- b. Vamos a hablar sobre...
 - Lo que provoca un accidentes automovilísticos
 - Efectos del alcohol
 - La importancia del cinturón de seguridad
 - Los límites de velocidad
 - Estadísticas de accidentes
- c. Vamos a hablar de lo que quiere saber la gente sobre seguridad vial
 - Usar el cinturón de seguridad
 - Manejar alcoholizado
 - Manejar a altas velocidades
- d. Vamos a hablar de la responsabilidad sobre seguridad vial
 - Usar el cinturón de seguridad
 - Manejar alcoholizado
 - Manejar a altas velocidades
 - Conductor
 - Con los que comparten mi auto

- Los otros conductores
- Copiloto
- e. Vamos a hablar de por qué la gente va al taller de Salvando Vidas
- f. Vamos a hablar de las actitudes y comportamientos que cambia el talle

Resultados Cuantitativos

En la descripción general de la percepción de los jóvenes estudiantes sobre riesgos y consecuencias de seguridad vial, se describen a continuación:

Para la percepción de la responsabilidad que conlleva ser el conductor en diversas situaciones; las respuestas sugieren que el conductor es el responsable de que todos usen el cinturón de seguridad (54%), los otros opinan lo contrario, que son todos responsables (34%), mientras que el resto no lo sabe (12%).

Sobre la importancia de no manejar alcoholizado ni a altas velocidades, en su mayoría, consideran importante estos factores para evitar accidentes (97%). Los conductores aseguran que si han tomado en una fiesta: prefieren no tomar si no hay quien maneje (53%), algunos designan a un conductor que no beba (14%), varios optan por pedir un taxi (28) y la minoría toman el riesgo de manejar (5%).

Les interesa mucho saber acerca de los índices de muertes por accidentes, sobre accidentes en jóvenes y relacionados con el alcohol; pero no les interesa información sobre el número de vidas que ha salvado el uso del cinturón de seguridad.

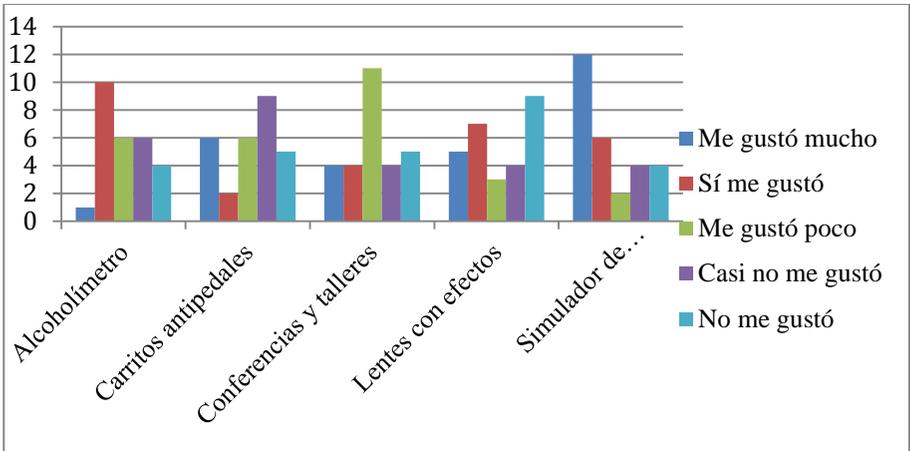
Fuente: La percepción de la población en relación a los estímulos de comunicación en relación a la fuente; es decir, el análisis del emisor del mensaje, se encontró que los instructores (emisor) obtuvieron en la mayoría de los cuestionamientos una actitud positiva (respuestas muy de acuerdo y de acuerdo) del universo estudiado. Este resultado indica que se eligió a personas capaces de transmitir su experiencia y competencia (91%), sinceridad (98%), credibilidad (90%) y poder de comunicación lograron emitir información capaz de digerirse y entendible para su receptor (86%).

Contenido del mensaje: Según las respuestas sobre el estudio de los mensajes, es que estos contienen información importante para ellos, son claros, mencionan riesgos de manejar sin cinturón de seguridad, alcoholizado y altas velocidades. Dan ejemplos de los riesgos mencionados (96%), sin embargo esta información no los hizo sentir preocupado (42%). Se logró el entendimiento de los mensajes, sin embargo un 37% se perdió entre tanta información. El 65% de los sujetos hubieran preferido que el taller fuese en un espacio abierto. En conclusión es indispensable seguir trabajando en mensajes

cortos, con más dinamismo y separados entre actividades para evitar la sobre información.

Contexto: Se indagó la preferencia en de las pláticas y las dinámicas, es importante señalar que las actividades realizadas durante la campaña fueron: el alcoholímetro, carritos antipedales, conferencias y talleres, lentes con efectos y simulador de impacto de choque. A la mayor parte de los encuestados, les agradaron las dinámicas. El ambiente les pareció agradable, se divertieron tanto con las pláticas como con las dinámicas. Respecto a las personas a las que no les agradaron las dinámicas, indicaron que la razón fue que había mucha gente y como consecuencia mucho ruido, motivo por lo cual pusieron atención. La siguiente gráfica muestra la afinidad que tuvieron los estudiantes con cada una de las actividades mencionadas:

Gráfica No. 1 Afinidad de los estudiantes con las actividades (Dinámicas / talleres)



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis del proceso persuasivo se analizaron las cuatro respuestas psicológicas básicas: atención, comprensión, aceptación y retención.

Atención: Definitivamente lo que más les llamó la atención de los participantes fueron las dinámicas (47%), seguido de las pláticas (11%) y otros factores con menores porcentajes mencionados en el siguiente cuadro:

Tabla No. 1 Atención a las dinámicas/talleres a los estudiantes

Lo que más me llamó la atención fue:	Porcentaje
Sin respuesta	25
Accidentes	2.8
El maestro	5.6
Las dinámicas	47.2
Las pláticas	11.1
Los ejemplos que pasaban de los accidentes	2.8
Que nos previenen de accidentes automovilísticos	5.6
Total	100

Fuente: Elaboración propia

Comprensión: Durante la plática se les mostró un par de videos y en el cuestionario se les preguntó cuál les había llamado la atención y por qué. Esto ayudará a medir qué fue lo que se captó del mensaje y si ellos pueden llegar a entender lo que se pretende mostrar. En este caso, el video que más les gustó fue el que hablaba del alcohol (30%), pero los motivos variaron, les ayuda a tener consciencia, a prevenir accidentes, a no manejar bajo los efectos de alguna sustancia (fueron los menores porcentajes) y el 36.1% no contestó.

Para poder evaluar la comprensión se les solicito determinar los motivos de aceptación a las dinámicas y/o talleres, el 11% respondió que les conciencia de lo que les puede pasar a estos los jóvenes, y el resto variaban entre la importancia de las medidas de seguridad, por que simplemente les gusto. Es significativo que de estos el 44.5% no contestó y/o no supo la respuesta.

Tabla No. 2 Comprensión de los motivos de aceptación de las dinámicas/tallres a los estudiantes

Motivo de aceptación	Porcentaje
Sin respuesta	41.7
En un accidente ese joven se salvó por usarlo	2.8
Es lo que los humanos tomamos menos en cuenta	2.8
Es violencia pero si logra transmitir lo que da a conocer	2.8
Estaba entretenido	8.3
No sé	2.8
Nos previene	8.3
Porque es realidad	2.8
Porque le entendí más	2.8
Porque me gusta ese tema	5.6
Porque me gustó	2.8
Porque nos da consciencia de lo que nos puede pasar a nosotros los jóvenes	11.1

Tiene un mensaje importante	2.8
Tiene un mensaje muy claro	2.8
Total	100

Fuente: Elaboración propia

Aceptación: Se les preguntó cuál fue la frase que más repitieron donde un 47.2% no contestó, otros apuntaron que no se debe manejar alcoholizado (22.2%), tener consciencia (5%), utilizar el cinturón de seguridad (5.6) y otros factores enlistados en la tabla siguiente:

Tabla No. 3 Frase que más repitieron durante la campaña

La frase que más repitieron fue	Porcentaje
Sin respuesta	47.2
Como prevenir accidentes	2.8
Consciencia	5.6
Evita el exceso	2.8
Hay que manejar descansado	2.8
Manejar cuando uno esté en sus sentidos	2.8
No se debe manejar alcoholizado	22.2
Prevenir accidentes automovilísticos	2.8
Responsabilidad	2.8
Salvando vidas	2.8
Usar el cinturón	5.6
Total	100

Fuente: Elaboración propia

Retención: Respecto al último paso del proceso de persuasión, la mejor manera de evaluarlo es cómo han cambiado la actitud los jóvenes encuestados después de haber tomado el taller. Aunque se presentó una notable mejoría en la actitud de los participantes respecto a las medidas de seguridad que deben tomar en cuenta para prevenir accidentes, no se logró el cometido al 100%.

Entre las respuestas hacia sus actitudes están: consideran que tomando con moderación contribuyen a la prevención de accidentes, nombrar a un conductor que se comprometa a no beber para que todos lleguen a sus casas a salvo, siguen considerando que sólo el conductor debe portar el cinturón de seguridad, e incluso hay quienes aún están dispuestos a competir con otros conductores para ver quién es más rápido, sin tomar en cuenta la importancia de los límites de velocidad y poniendo en riesgo sus vidas.

Antes de la plática el 65.67% de los encuestados no sabía que los accidentes eran la causa número uno de muertes en jóvenes, y después de la plática el 47.76% consideran aconsejar a los demás para prevenir accidentes.

Conclusiones de los resultados cuantitativos

La campaña de la Secretaría de Salud del Estado de Nuevo León “Salvando Vidas” ha tenido efectos positivos en la población juvenil. Después de las conferencias y talleres impartidos, la mayor parte de la población encuestada expresó estar consciente de que no se debe manejar si se ha ingerido alcohol, respetar los límites de velocidad y una parte solamente reconoce que el cinturón de seguridad puede salvarte la vida en caso de un accidente.

Si bien los accidentes automovilísticos son la causa número uno de muertes en jóvenes, la estadística no ha llegado a ellos por lo que ignoran que por no estar bien informados pueden llegar a perder la vida. Los sujetos no intervenidos por la campaña, muestran menor conocimiento en datos, como que, manejar bajo la influencia de estimulantes puede provocar un percance, también el ir distraído mientras se maneja, no tomar las medidas de precaución necesarias (como el uso del cinturón de seguridad) y por supuesto no respetar ni señalamientos ni límites de velocidad.

Las actividades realizadas fueron bien recibidas, les parecieron agradables y divertidas pero probablemente informar sobre las consecuencias de una manera más drástica o que los ejercicios que experimentaron tuvieran más impacto, hubiera ayudado a tener un porcentaje más alto en las personas que cambiaron su actitud a partir de esta campaña.

Según los resultados de las encuestas a los estudiantes no hacen distinción entre edad o género para determinar el grado de consciencia al manejar.

En lo que respecta a los instructores, estos si resultaron aptos para desempeñar su papel ya que lograron empatía con los adolescentes y transmitieron de una manera clara, creíble y convincente los mensajes y ejemplos de la importancia de tomar medidas de seguridad al conducir.

Resultados cualitativos

Comparando los grupos de discusión, entre los que fueron intervenidos por la campaña y por los que no tomaron ningún taller de Salvando Vidas, se pueden observar las siguientes diferencias:

Respecto a la cultura vial, se observa un cambio en la definición de esta, pues para los intervenidos engloba más elementos, como responsabilidad, accidentes y causas, mientras que los no intervenidos limitan su respuesta, tal como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 4. Comparativo de grupos en el detonador de Cultura Vial.

CULTURA VIAL	Intervención	Sin intervención
Discurso	En la cultura, no es solo manejar, si no, comprender a los demás, tomar precauciones y responsabilidades al manejar.	Implica conocimiento y prevención.
Objeto discursivo	Responsabilidad personal	Responsabilidad personal
Ejemplo	"Cuando vamos manejando no vayas concentrado en ti sino que cuando vas manejando tener precaución de no atropellarlos porque a veces que hay dos carros atravesados y salen niños de repente"	"Te enseña cómo prevenir accidentes, pueden ser mortales "
Discurso	Se entiende la cultura vial como todo lo relacionado a los accidentes y los causantes de estos.	Consideran que la cultura vial es todo lo que conlleva a un accidente.
Objeto discursivo	Conocimiento previo	Conocimiento previo
Ejemplo	"Para mí la cultura vial es, lo que abarca todo los accidentes, y el alcoholismo, y la velocidad."	"pues todo lo que lleva a un accidente"

Fuente: Elaboración propia

Conductas: Respecto a las conductas, los resultados muestran que los individuos intervenidos, muestran actitudes positivas y preventivas respecto al uso del cinturón de seguridad. Los que no fueron intervenidos, refieren una actitud negativa respecto a esta medida de seguridad.

Tabla 5. Comparativo de grupos en el detonador de Cinturón de Seguridad.

USO DEL CINTURÓN DE SEGURIDAD	Intervención	Sin intervención
Discurso	Hay que tomar precauciones especiales con bebés, además de revisar si el coche no tiene fallas mecánicas para evitar accidentes ocasionados por esto.	Cuando tienes distracciones al conducir como el celular, o se maneja a exceso de velocidad se puede causar accidente, además al manejar ebrio se causan efectos de mala visión, mareos y percepciones diferentes.
Objeto discursivo	Conocimiento previo	Responsabilidad personal
Ejemplo	"observar si tiene fallas mecánicas tu automóvil, checar lo que son llantas y todas las condiciones, porque eso puede ocasionar un accidente también"	"van en el face y no van poniendo atención al conducir"
Discurso	Se mencionan los beneficios del uso del cinturón de seguridad, agregando la simplicidad que tiene hacer uso de él.	A veces se usa el cinturón porque los coches tienen una alarma que te avisa que lo debes de usar, aunque no siempre se usa por flojera o porque es molesto.
Objeto discursivo	Actitud preventiva	Actitudes negativas
Ejemplo	"Solo basta ponerse un cinturón de velocidad para no causar accidentes más fuertes, a en cinco segundos se pueden poner el cinturón de seguridad"	"por flojera"

Fuente: Elaboración propia

Se habló sobre el límite de velocidad y aquellos que tomaron algún taller de Salvando Vidas, muestran un criterio preventivo en comparación con aquellos que no tomaron ningún taller.

Tabla 6. Comparativo de grupos en el detonador de Límite de velocidad.

LÍMITE DE VELOCIDAD	Intervención	Sin intervención
Discurso	Indica zonas donde es importante que se sigan los límites de velocidad, se conoce las consecuencias que provocaría no respetarlos e indica la importancia de que los menores ocupen su lugar adecuado.	En la carretera se maneja alrededor de 80 km/hr, y se sabe que en zona escolar se debe de ir máximo a 20 km/hr

Objeto discursivo	Actitudes preventivas	Conocimiento previo
Ejemplo	"Que depende de la velocidad que lleve el conductor. En una escuela, en una curva, hay que bajar la velocidad"	"Yo manejo alrededor de 80 k/hr"

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se compararon los resultados sobre el discurso de las precauciones al manejar y arrojó que los intervenidos presentan mayor grado de conocimiento respecto a las causas que provocan distracciones al manejar.

Tabla 7. Comparativo de grupos en el detonador de Precauciones al Manejar.

PRECAUCIONES AL MANEJAR	Intervención	Sin intervención
Discurso	Al manejar tenemos muchas distracciones que tenemos que evitar.	Cuando no se toman las precauciones necesarias al conducir se puede chochar, aunque el cinturón de seguridad te ayuda a disminuir el golpe.
Objeto discursivo	Causas	Conocimiento previo
Ejemplo	"las distracciones, el exceso de velocidad, el estrés, fumar, las llamadas por teléfono"	"el cinturón disminuye el golpe, ¿no?"

Fuente: Elaboración propia

Cuando se tocó el detonante de los efectos de manejar alcoholizado, se obtuvieron respuestas similares en ambos grupos, sin embargo, los intervenidos hacen más énfasis en que aquél público con mayor riesgo de tener problemas al manejar alcoholizado, son los jóvenes.

Tabla 8. Comparativo de grupos en el detonador de Efectos del Alcohol.

EFFECTOS DEL ALCOHOL	Intervención	Sin intervención
Discurso	Se centra en la idea de que el alcoholismo se da principalmente en la juventud, es la causa de accidentes y estos son dados en horarios nocturnos principalmente.	Habla sobre el riesgo que pueden pasar terceras personas, no solo el que está consumiendo alcohol.
Objeto	Actitudes negativas	Responsabilidad personal

discursivo Ejemplo	"Mmm a temprana edad, mmm, empiezan con el alcohol... y pues pueden causar un accidente."	"Y también así podría no tener el accidente el que bebió también lo llevan otras persona que no que ni siquiera bebieron eso"
-----------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia

En el grupo de sujetos intervenidos, uno de los detonadores que se manejó, fue respecto a la percepción de Salvando Vidas, para identificar la aceptación de la campaña, así como ciertos elementos importantes y de alto impacto. Se obtuvo que la campaña tiene un alto grado de aceptación y aquello que más retuvieron los individuos fue sobre el uso del cinturón de seguridad, la importancia del conductor designado y los peligros de manejar a altas velocidades.

Tabla 9. Percepción sobre Salvando Vidas.

Conferencia	Intervención
Discurso	La apreciación de la campaña se puede notar ya que aprendieron lo relacionado con tomar el cinturón de seguridad y la velocidad
Objeto discursivo Ejemplo	Aceptación de la campaña "No pues estuvo bien padre, ósea aprendimos bastante de eso, para nosotros eh hacerlo cuando hay, hay un problema se están... se están, como se llama... de tomar del, del cinturón de seguridad la velocidad y muchas cosas"
Discurso	Combinar el alcohol y el manejo de un auto, es mejor tener un conductor designado para evitar un accidente.
Objeto discursivo Ejemplo	Responsabilidad personal "una de las recomendaciones es que cuando vas a tomar, es que tengas a un conductor designado"

Fuente: Elaboración propia

La percepción de los instructores de Salvando Vidas es positiva. Se reconocen como sujetos que transmiten credibilidad y confianza. Muy pocos refieren percepciones negativas, y estas van encaminadas a debilidades de oratoria por parte del instructor.

Gráfica No. 10 Proceso de comunicación e información

Instructores	Intervención
Discurso	El instructor transmitió confianza y credibilidad a algunos pero a otros les transmitió miedo y nervios.
Objeto discursivo	Actitud
Ejemplo	"me acuerdo de él... como dio el taller, transmitió confianza, credibilidad" "se veía muy raro, como que sentía miedo todavía"

Fuente: Elaboración propia

Conclusión de los resultados Cualitativos

Comparando los grupos de discusión, entre los que fueron intervenidos por la campaña y por los que no tomaron ningún taller de Salvando Vidas, se pueden observar las siguientes diferencias: Respecto a la cultura vial, se observa un cambio en la definición de esta, pues para los intervenidos engloba más elementos, como responsabilidad, accidentes y causas, mientras que los no intervenidos limitan su respuesta en su discurso social. Respecto a las conductas, los resultados muestran que los individuos intervenidos, muestran actitudes positivas y preventivas respecto al uso del cinturón de seguridad. Los que no fueron intervenidos, refieren una actitud negativa respecto a esta medida de seguridad.

En general, califican la campaña con agrado, favorable y que las actividades fueron de su gusto. Los intervenidos muestran una percepción de México, donde no existe una cultura vial. Muestran una actitud preocupada porque debe de existir una responsabilidad vial. Sobre las causas que pueden provocar un accidente automovilístico, dicen que gracias al taller, les ha quedado muy claro; esto quiere decir que el mensaje dirigido por las instrucciones fue exitoso.

Discusión

La UNESCO (1982) define a la cultura vial como el comportamiento de la persona, de acuerdo a sus principios morales y éticos que les permiten desarrollarse en ese espacio con las demás personas que transitan.

Los resultados indican que para los sujetos que no fueron intervenidos por Salvando Vidas, indican que la cultura vial es todo lo que conlleva a un accidente, así como respetar los señalamientos que hay en la ciudad. Los individuos que fueron intervenidos, refieren a la cultura vial, en el sentido de las necesidades de entender a los demás y no estar concentrados en

lo particular, si no, en lo colectivo. Encuentran importante poner atención al entorno para manejar de una forma preventiva. También refieren inmediatamente la cultura vial el exceso de velocidad como causante de accidentes y el no utilizar el cinturón de seguridad, este último mencionado en menor cantidad.

Al proponer la comunicación persuasiva como sustento teórico para que la campaña, dentro de las actividades lúdicas e interactivas para la comprensión del tema de los accidentes viales, el énfasis que debe otorgarse es cómo el mensaje se lleva a cabo, por ende, se propone especificar más el tipo de comunicación, una opción sería la comunicación persuasiva emocional por su manera de marcar a la gente: “La persuasión emotiva se basa en que la conducta humana es emocional. Trata de dotar al producto de valores afines a sus públicos y de contenido simbólico. El esfuerzo mental para su comprensión asegura la memorización y el recuerdo”.

En cuanto la forma de evaluación, es necesario poner atención en la manera en la cual se llevó a cabo el mensaje, esto es en referencia a tres aspectos: los instructores, las actividades y el nivel de aplicación en la vida real. Ya que se basa en los tres objetivos de la campaña: la sensibilización ante el tema, la información educativa y la acción que estos generan en beneficio a la reducción de accidentes viales. Generando ante estas necesidades indicadores adecuados para su evaluación tanto basal, de proceso, resultados e impacto.

Referencias Bibliográficas

- Berros, J. B. (2013). Nuevas estrategias retóricas en la sociedad de la neopublicidad. *Icono14*, 11(1), 99-124.
- Díez, E. (2012). Evaluación de los programas de educación y promoción de la salud. *Revista Española de Sanidad Penitenciaria*, 6(3).
- García-Uceda, M. (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid, España: 7ESIC Editorial.
- Guerrero, R., Prada, S. I., & Chernichovsky, D. (2014). *La doble descentralización en el sector salud: evaluación y alternativas de política pública*. Colombia: Universidad Icesi.
- Mella, O. (1998). Naturaleza y orientaciones teórico – metodológicas de la investigación cualitativa. Recuperado de http://www.reduc.cl/wp-content/uploads/2014/08/NATURALEZA_Y-ORIENTACIONES.pdf
- Morales J. y Olza, M. (1996). *Psicología social y trabajo social*. Madrid: McGraw-Hill.

- Nebot, M. (2007). Evaluación en salud pública: ¿ todo vale?. *Gaceta Sanitaria*, 21(2), 95-96.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The elaboration likelihood model of persuasion* (1- 24). Springer New York.
- Rodríguez, M. A. (2010). *Métodos de investigación: diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Seoane Pascual, L. (2002). Evaluación cualitativa de una campaña de promoción del uso del preservativo en la población adolescente y juvenil de la comunidad de Madrid. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 509-516.
- SSA Secretaría de Salud (2013) .Programa Salvando Vidas, Nuevo León.
- Zanini, A. (2009). Evaluación de programas de promoción de salud: Propuesta de un instrumento para la evaluación y auditorias de programas de promoción de salud. RMSP [serie en internet]. Recuperado de : <http://msp.rec.uba.ar/revista/docs/014zanini14.pdf>