

4.3 MÉTODOS DE COMUNICACIÓN

Como habrá advertido en la actividad 11, diferentes audiencias requieren diferente información. Es fundamental identificar los distintos estratos de la comunidad, sus características socioeconómicas y culturales, nivel de educación y acceso a otras fuentes de información. Estos parámetros son cruciales para elegir los métodos de comunicación apropiados para promover actitudes positivas. Por ejemplo, el enfoque que motiva a los estudiantes secundarios o universitarios a donar sangre, podría no ser aplicable en el caso de agricultores con escasa instrucción.

En consecuencia, para planificar una actividad educativa es menester responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué nivel de información existe?
- ¿A quiénes queremos educar?
- ¿Qué pretendemos que sepan y comprendan?
- ¿Cómo deseamos que respondan?
- ¿Qué deberíamos decirles?
- ¿Quién puede ayudarnos?
- ¿Cómo determinamos si nuestra comunicación fue efectiva?

Será factible entonces presentar la información adecuada para quienes está destinada. Por ejemplo, para lograr una audiencia receptiva y motivada es esencial respetar el lenguaje y la cultura local. Podría ser necesario decidir si:

- * ¿La información deberá ser oral o escrita?
- * ¿Cómo se presentará? ¿Mediante folletos, carteles, periódicos, conferencias, radio o televisión?
- * ¿Qué lenguaje se usará?
- * ¿Quién preparará el material?
- * ¿Cómo se evaluará?
- * ¿Cuánto costará?
- * ¿Cuándo deberá realizarse?

La figura 2 señala algunas diferencias entre la información oral y escrita.

Como se aprecia, los dos enfoques ofrecen ventajas y desventajas y en la práctica podrían combinarse. Durante una charla el orador podría emplear carteles o similares para ilustrar algunos puntos o entregar folletos a la audiencia para que los lea más tarde.

Analicemos ahora algunos canales de comunicación que pueden utilizarse para educar y motivar al público acerca de la donación de sangre.

Presentación oral	Material escrito
El impacto de la charla no depende del nivel de instrucción de la audiencia	El impacto del material escrito depende del nivel de Instrucción de la audiencia.
El orador puede modificar el estilo y nivel de la exposición de acuerdo con la audiencia	Es posible adecuar el material al nivel de instrucción de la audiencia.
Las preguntas y la discusión posibilitan la Retroalimentación inmediata del mensaje	Los lectores no pueden hacer preguntas acerca de puntos que no comprenden y no se logra retroalimentación inmediata.
El impacto de una disertación depende en parte de la habilidad del orador para hablar con claridad en una secuencia lógica.	Es costoso modificar el material escrito e impreso.
El carisma o el sentido del humor del orador podrían influir más sobre la audiencia que el contenido de la exposición.	El impacto del material depende de la capacidad del escritor.
Las charlas suelen llegar a un número Limitado de personas.	El material escrito puede llegar a muchas personas.
Si la audiencia no recibe ningún material escrito para leer más tarde, podría no recordar todo lo dicho.	Los lectores pueden analizar el material cuando lo desean y reverlo si olvidan algo. También pueden entregarlo a otras personas.

Fig. 2: Características de las presentaciones orales y materiales escritos

Información previa y charlas educativas

Los donantes potenciales casi nunca se acercan a nosotros. En la mayoría de los casos, nosotros debemos iniciar el proceso de educación y motivación para que se conviertan en donantes de repetición. Las charlas previas constituyen un método de comunicación efectivo. A diferencia del material escrito, cuyo impacto a menudo depende del nivel de instrucción del lector, brindan la oportunidad de preguntar y de determinar si la audiencia comprende las palabras del orador.

Una de las funciones más relevantes de las charlas es explicar por qué algunas personas no deben donar sangre, en particular por su estado de salud o conductas de riesgo que podrían exponerlos a infecciones transmisibles por vía transfusional - VIH, hepatitis B o sífilis. De este modo el público aprende a evitar las infecciones, se promueve la autoexclusión de los no aptos y se reafirma la confianza en la seguridad de la sangre.

Las reuniones educativas pueden llevarse a cabo en:

- Universidades, colegios y escuelas.
- Instituciones gubernamentales, fábricas y empresas
- Centros comunitarios
- Encuentros de organizaciones religiosas, femeninas o de voluntarios
- Centros de donación, como parte del proceso de tamizaje de los donantes.

Sin duda existen otros lugares en los que podrían ofrecerse charlas. Es posible instalar un stand cerca de la entrada a un evento deportivo o musical importante y entregar folletos a los asistentes, así como también mantener conversaciones informales con los interesados.

Las charlas educativas deben planificarse con anticipación para que resulten concisas, informativas y estimulantes para la audiencia. Cuando otra persona habla en público, observe qué lo transforma en un buen o mal orador. Si carece de experiencia, podría solicitar a un superior que le enseñe a adquirir más confianza y mejorar su desempeño. Las siguientes pautas podrían ser útiles:

1. Identifique un lugar adecuado para realizar un encuentro educativo y promueva el evento con la debida antelación.
2. Evalúe los conocimientos y actitudes probables de la audiencia y el tipo de información que podría requerir. La actividad 11 le habrá permitido recabar datos valiosos al respecto.
3. Planifique la exposición. Podría escribir lo que quiere decir o por lo menos enunciar los puntos claves. Incluya toda la información pertinente y siga un orden lógico. Recuerde destacar la necesidad de contar con donantes seguros y las conductas que implican riesgo para los donantes y receptores.
4. Si está nervioso, practique hasta adquirir mayor seguridad.
5. Prepare medios auxiliares para ilustrar la exposición.
6. Solicite a un líder de la comunidad u otra figura pública, de preferencia un donante, para que lo acompañe y hable de la importancia de la donación de sangre y relate su experiencia. Los donantes suelen ser efectivos en el reclutamiento, de manera que es conveniente preguntar si algún integrante de la audiencia es donante y desea compartir sus vivencias.
7. Promueva el debate y distribuya el material educativo que haya podido obtener.
8. Al finalizar, analice el grado de recepción logrado e identifique los medios para mejorar su técnica en el futuro.

ACTIVIDAD 15

¿Habla en público? ¿Si es así, cuántas charlas ofrecen por mes usted y sus colegas? ¿De acuerdo con los archivos y el mapa confeccionado en la actividad 8, en qué otros lugares podría organizar reuniones?

Emplee las pautas mencionadas para preparar su próxima charla y evaluar su impacto. ¿Cómo podría mejorar su desempeño como orador? Por ejemplo, ¿Le sería útil capacitarse en esta área? Anote sus ideas en la lista de acción.

La mayoría de los oradores debe aprender a hablar en público. Si piensa que es difícil, recuerde que es esencial planificar y practicar y luego evaluar los resultados para aprender de la propia experiencia.

Material educativo

El material escrito, por ejemplo, folletos y carteles, es fundamental en todo programa educativo, pero es costoso y demanda mucho tiempo, de manera que en lo posible debe estar a cargo de expertos en el tema. Siempre deben emplearse los recursos disponibles, excepto cuando no son apropiados para los destinatarios.

Vale la pena averiguar si existe material adecuado. Como ya se dijo, el Servicio Nacional de Medicina Transfusional, el Ministerio de Salud Pública y la Cruz Roja o Media Luna Roja podrían disponer de publicaciones. En caso contrario, podría ser factible persuadirlos a prepararlas.

Por otra parte, el estudiante podría decidir adaptar el material existente, quizás traducirlo al idioma local o diseñar carteles para publicitar un centro de donación móvil. Siempre es conveniente solicitar ayuda, sobre

todo cuando se carece de experiencia.

Durante la planificación es menester pensar en la forma de distribución y empleo del material. No tiene sentido imprimir miles de carteles si sólo podrán exhibirse unos pocos. Es fundamental encontrar un medio de reproducción accesible y averiguar los costos para saber si el dinero disponible es suficiente. Además, todo el material educativo deberá ser aprobado por las autoridades competentes.

La información incluida en los folletos debe ser clara y simple, seguir una secuencia lógica y acompañarse de ilustraciones atractivas. El apéndice 1 muestra un ejemplo referente al SIDA. El apéndice 2 es una adaptación del folleto "Seamos hermanos de sangre" de la Cruz Roja Hondureña.

Es necesario entregar borradores de los folletos a personas con escasos conocimientos acerca de la donación de sangre y preguntarles si la información es clara y contiene todos los datos imprescindibles a su juicio. Se efectúan entonces las modificaciones requeridas antes de la edición final y distribución masiva. Si es factible se llevan a cabo entrevistas o discusiones para establecer si el material transmite el mensaje deseado.

Los carteles son muy efectivos porque llegan a muchas personas, sobre todo cuando se exhiben en lugares públicos, instituciones, fábricas o colegios. Pueden usarse para destacar la necesidad de donantes y anunciar el lugar, fecha y hora de realización de reuniones o sesiones de recolección de sangre.

Como en el caso de los folletos y otras publicaciones, es preferible utilizar carteles ya existentes. Si el estudiante no es experto en comunicaciones, es aconsejable encargar la creación a profesionales. Los carteles deben ser sencillos porque casi nadie lee la letra pequeña. Por supuesto, deben ser atractivos y llamativos y presentar la información relevante en letras grandes.

ACTIVIDAD 16

¿El material educativo que usa es efectivo? Hable con personas que lo hayan leído (donantes potenciales y colegas) y averigüe si lo consideran:

- Relevante e informativo
- Interesante
- Comprensible

Luego solicíteles que lo califiquen de acuerdo con la siguiente escala:

1. Pésimo
2. Malo
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

Calcule el puntaje promedio para cada categoría y luego sume el total asignado a cada publicación. Si un material obtiene 10-15 puntos, significa que brindará la información necesaria para decidir donar sangre. Si la cifra es de 3-9, es poco probable que tenga éxito en su misión.

Publicación	1	2	3	4	5
Relevante e informativa					
Interesante					
Comprensible					
Puntaje total					

¿Piensa que este material cumple con la finalidad de informar y motivar o se requieren elementos adicionales?

Si considera que es preciso preparar nuevo material o adaptar el existente, discútalo con el supervisor. Anote sus sugerencias en la lista de acción.

Recuerde que esta tarea es difícil y en general es preferible modificar los recursos disponibles. Identifique fuentes locales de asesoramiento, por ejemplo, educadores sanitarios.

Prensa

La prensa local y nacional es importante para señalar al público la necesidad de donar sangre y los lugares a los que debe concurrir si desea hacerlo. Los periódicos siempre buscan historias interesantes y podrían escribir acerca de donantes extraordinarios o de pacientes que salvaron su vida gracias a las transfusiones. Los periódicos locales podrían destacar la contribución invaluable de los donantes publicando artículos referentes a pueblos, colegios, plantas industriales o instituciones con mayor registro de donaciones.

Si el estudiante no tiene acceso a la prensa, podría sugerir al Servicio Nacional de Transfusiones la forma de hacer uso más efectivo de los medios de comunicación masiva.

Radio y Televisión

La radio y la televisión brindan la oportunidad de llegar a muchas personas con poco esfuerzo. En la mayoría de los países se otorga prioridad a la difusión de mensajes humanitarios y en general las emisoras están dispuestas a colaborar, en particular si la noticia es interesante.

Pueden ofrecerse charlas ocasionales por radio o televisión para señalar al público la demanda diaria de sangre y la contribución de los donantes voluntarios a la atención hospitalaria adecuada - además de garantizar la disponibilidad de sangre si alguna vez requiere una transfusión de urgencia. Podrían suplementarse con avisos que recuerden la importancia de la donación de sangre y los lugares que la reciben.

Es fundamental recurrir a la radio o la televisión para solicitar donaciones de sangre cuando las existencias disminuyen, por ejemplo, en época de vacaciones o ante una catástrofe en gran escala.

Cines

Como la televisión, el cine cuenta con una audiencia muy vasta, en especial de gente joven. Los servicios nacionales de medicina transfusional podrían obtener subvenciones o patrocinios para publicitar la necesidad de donantes voluntarios y los lugares a los que deben concurrir.

ACTIVIDAD 17

¿Qué métodos de comunicación emplea su centro para educar y motivar a los donantes?
¿Cuáles son los más efectivos? ¿Logran sus objetivos?

Analice con detenimiento las siguientes preguntas:

- ¿Cómo podría acrecentar la eficiencia de estos métodos?
- ¿Qué medios adicionales podría utilizar para llegar a más donantes potenciales?
- ¿Qué colaboración y apoyo podría lograr de otras organizaciones y voluntarios?
- ¿Qué capacitación se requeriría?

- ¿Qué recursos se necesitarían?

Discuta sus ideas con sus colegas y anote sus sugerencias en la lista de acción.

La campaña efectiva podría alcanzar mayor ímpetu a medida que la comunidad toma más conciencia del valor de la donación de sangre como servicio humanitario y los donantes relatan sus experiencias.

Es indudable que los métodos de comunicación destinados a la educación y motivación dependerán de la tarea que desempeñe el estudiante. Si trabaja en un banco de sangre hospitalario, el reclutamiento será sólo una parte de su labor. No podría planificar el mismo tipo de campaña educativa que el organizador que actúa en un servicio nacional de medicina transfusional. No obstante, lo fundamental es aprovechar al máximo los recursos disponibles.