

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES: IMAGEN CORPORAL Y HáBITOS ALIMENTARIOS

Norma Delia Gómez Jiménez

La comunicación educativa plantea retos importantes para las instituciones públicas y privadas interesadas en incorporar estrategias efectivas para mejorar la salud de la población. Si bien, en diversas campañas de salud se utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), es primordial al mismo tiempo fomentar la educación para generar cambios sustantivos en la prevención de enfermedades, y en este sentido, las TIC son una base constitutiva de una sociedad informada.

Sin embargo, el acceso a grandes volúmenes de información no asegura mayor conocimiento, ni educación, pues para que la información se torne conocimiento es necesario distinguir la información de mayor interés y luego deconstruir el mensaje para construirlo y apropiarlo a la realidad en la que se vive.

De esta manera, los adelantos técnicos han incidido notablemente en el campo educativo debido a las transformaciones que la tecnología ha engendrado en el sistema social. Así, las TIC funcionan desde la perspectiva de la comunicación de diversas formas, por ejemplo, como fuentes de información multimedia, canales de comunicación interpersonal, medios interactivos para impulsar el trabajo colaborativo, entre otras funciones.

Internet es una posibilidad -tomando en cuenta la especificidad del medio con sus ventajas y limitaciones- de acceder a la información global de manera rápida y eficaz, ya que elimina la exigencia de coincidir en el espacio y tiempo; y bajo un esquema educativo sustentado en el aprendizaje y la construcción de conocimiento a distancia puede ser un medio para democratizar campañas y

programas de salud porque el ciberespacio es un escenario interactivo y comunicativo que posibilita la creación de un nuevo contexto en el que se generen propuestas a través de la escritura.

El blog, por ejemplo, es un entorno virtual que posibilita la comunicación al focalizar los intereses y contenidos que se transfiguran en el uso de la palabra y la imagen, y casi cualquiera lo puede explorar y ocupar. Los usos del blog son diversos por lo que pueden escribirse desde artículos de opinión hasta diarios personales.

Debido a las posibilidades que ofrece el blog (gratuito, abierto, público y sin restricciones) para la población adolescente, en el presente estudio se proyecta utilizarlo con el propósito de dilucidar una propuesta de comunicación educativa respecto a los hábitos alimentarios de mujeres adolescentes cuyas edades oscilen entre los 15 y 18 años y que estudien en el Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) plantel sur y naucalpan, con el fin de comprender la imagen corporal que tienen de sí mismas.

¿Qué implica realizar una campaña de salud o un programa? Si bien, la tendencia se dirige al desarrollo de campañas y no programas de comunicación es porque se prepondera la comunicación unidireccional a través de ofertar el producto de forma más inmediata, es decir, han funcionado como campañas publicitarias las cuales no necesariamente generan cambios en la conducta. De acuerdo con Manuel Calvo (2006):

“en la mayoría de programas de promoción de la salud se ha usado el enfoque masivo de la comunicación pues han entendido a [ésta] como un instrumento mediante el cual se transmiten y divulgan mensajes al público que interese, de forma masiva y principalmente a través de los grandes medios de comunicación social. El proceso de producción ha estado centrado, por tanto, en el recurso tecnológico que es capaz de transmitir información y contenidos masivamente –simultáneamente a un gran

número de personas- para que tengan un mayor conocimiento sobre temas y recursos de salud”.

Sin embargo, recibir la información no es requisito suficiente para generar cambios en la conducta de los receptores, y tampoco es idóneo tratarlos de seducir con información atractiva sin educarlos. En este sentido, cabe mencionar que en la actualidad México se caracteriza por ser el primer país con obesidad infantil y el segundo lugar mundial en índices de obesidad. Es difícil conocer el impacto de las campañas -para combatir los trastornos de la alimentación- realizadas por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) e Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para Trabajadores del Estado (ISSSTE), puesto que no se tienen datos precisos acerca de cómo han funcionado.

No obstante, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha realizado esfuerzos al respecto, pues a través de la Dirección General de Servicios Médicos se efectúan programas de educación y promoción de la salud¹, los cuales junto con otras instituciones de educación superior y organismos gubernamentales, se han aplicado campañas para incorporar en la dieta diaria los alimentos tradicionales y otras se han realizado para combatir el sobrepeso y la obesidad, tal es el caso de PREVEIMSS.

Así, una estrategia para generar un programa de comunicación educativo debe ocuparse de vehicular la información para capacitar a las personas respecto a los procesos de salud, por lo cual es necesario dialogar con la gente para analizar y resolver los problemas de la salud. No obstante, comunicar y educar para la salud es un proceso sistemático que requiere el estudio particular de las diferentes comunidades con el fin de llevar a cabo estrategias efectivas de acuerdo a cada una de ellas. Por lo tanto, desde la perspectiva comunicativa la intervención en

¹ La Dirección General de Servicios Médicos entiende que “la educación para la salud es un proceso que aborda no solamente la transmisión de la información en salud, sino también el fomento de la motivación, las habilidades personales y el autoestima necesarios para adoptar medidas destinadas a mejorar la salud, en ello se incluye la información que se refiere a los factores de riesgo y comportamientos de riesgo, así como su contraparte”.

salud requiere promover la construcción colectiva, favorecer el diálogo entre la comunidad y desarrollar intervenciones que favorezcan la adopción individual y colectiva de conductas saludables.

En este sentido, los adolescentes enfrentan problemas que amenazan su salud en la vida adulta, y más aún en un ambiente académico, ya que estos jóvenes al ingresar a la licenciatura requieren estar muchas horas sentados, y el ritmo de vida cada vez más sedentario puede acarrear problemas en la salud.

De acuerdo con estadísticas oficiales, las mujeres presentan mayor obesidad que los hombres, lo cual atrae un problema grave de imagen para ellas, las cuales convencionalmente han requerido cubrir ciertos patrones de belleza, y éstos lejos de promover una vida saludable fomentan los trastornos alimentarios.

Es un hecho que todos necesitan de los alimentos no sólo para nutrirse sino también representa formas de interacción, de pertenencia a un grupo, y puesto que la alimentación revela un estilo de vida, también representa la imagen corporal que se ha adquirido. Los alimentos que se consumen son una vía de intervención del cuerpo, por lo cual la imagen corporal y la alimentación se encuentran imbricados entre sí.

La etapa adolescente es un período de cambios en la que permanece o se modifican las prácticas y hábitos hasta los momentos impuestos o dirigidos por la institución familiar, escolar, entre otras. Así, pueden surgir nuevas formas de pensar la alimentación respecto a su salud y a la imagen que quieren proyectar, puesto que al racionalizar y explicitar los hábitos alimentarios es posible comprender cómo se reinterpreta la construcción del cuerpo, pues cabe señalar que en esta etapa, principalmente, la familia deja de tener una influencia decisiva, por lo que los círculos de amigos y otras referencias sociales son elementos clave para comprender la estructuración de la imagen corporal.

De esta manera, la generación de redes a través de una propuesta de comunicación educativa puede propiciar cambios e incidir en el comportamiento de las adolescentes, tomando en cuenta que la preocupación por la imagen corporal es un factor que incide tanto en el comportamiento alimentario como en

interacción diaria. Es por ello, que la pretensión de indagar la relación entre hábitos alimentarios e imagen corporal da cuenta de los procesos de alimentación e interacción de las adolescentes con respecto a su entorno. Saber comer no sólo implica cubrir necesidades nutricionales, pues además tiene diversos sentidos y funciones que resultan de la interacción de las adolescentes con prácticas cotidianas que estructuran las instituciones ubicadas en su entorno social, cultural, político, económico, etcétera.

De esta forma, el cuerpo se estructura de tal manera que proyecta una imagen corporal frente al otro, y lo que se ingiere se modela objetivamente en el cuerpo, por lo que a partir de esta dimensión nutrimental de alimentación del cuerpo se despliega la dimensión simbólica, bajo la cual se construye o modela un cuerpo conceptualmente y físicamente para generar la identidad, la autopercepción y el atractivo. Respecto a este último, no es casualidad que la publicidad el negocio de la imagen corporal mueva grandes cantidades de dinero y de intereses.

Así, la relación que el sujeto mantiene con su cuerpo es compleja, y en ocasiones conflictiva, por ejemplo, los estados de ánimo, la percepción corporal, sensorial, la valoración o el rechazo al cuerpo son elementos inmersos de la construcción de la imagen. Cabe resaltar, que la imagen no es esencialmente una construcción interna sino que también corresponde a la manera cómo perciben los otros.

La imagen corporal en México ha adquirido una gran relevancia porque ante las problemáticas de salud que enfrenta nuestro país, es urgente determinar hacia dónde nos lleva la transición del mexicano desnutrido al obeso. Las implicaciones en la salud son variadas porque la ingesta inadecuada de alimentos no sólo afecta al organismo sino también las relaciones interpersonales.

Existen dos tendencias respecto a la construcción del cuerpo en los trastornos de la conducta alimentaria: la del cuerpo ancho (consumo excesivo) y la del cuerpo encogido (privación de alimentos). En esta sociedad la vía para expresar poder o riqueza, contrario a épocas anteriores, se expresa, en el caso de las mujeres, en la restricción de alimentos y cuerpos delgados, pues a los hombres, no sólo se les exige estar delgados, sino también musculosos, aunque también se admite la

presencia excesiva de grasa, pero en las mujeres no. De esta manera, la desvalorización se encuentra más recargada en el aspecto de la obesidad y el sobrepeso que al de la delgadez, ya que al cuerpo delgado se le atribuyen una serie de valorizaciones que van desde la agilidad hasta la aceptación estética. Así, el interés por construir el cuerpo no es un problema en sí, sin embargo, cuando se vincula con algunas manifestaciones que coadyuvan a la configuración del cuerpo en lo social y lo cultural, pueden constituir un problema como se ha planteado. Por ello, la construcción teórica, del presente trabajo estará sustentada en principio, en el desarrollo del concepto imagen a partir de los presupuestos teóricos de autores como Rudolf Arnheim, Roland Barthes, Jacques Aumont, Santos Zunzunegui, Justo Villafañe y Jonh Berger.

En este sentido, es imprescindible comprender cómo se construye la imagen, identificar los elementos que la constituyen, vislumbrar la estrategia o configuración discursiva, y de esta manera, advertir su orientación persuasiva en los medios de comunicación, con el fin de establecer los arquetipos y símbolos que intervienen en la construcción de la imagen corporal.

Ésta se configura a partir de un proceso en el que se construyen significados, es por ello, que no sólo se le puede considerar como un registro visual, ya que está imbricada en la experiencia cotidiana, es decir, se erige de manera cognoscitiva, perceptiva y emocional. Dado que la imagen corporal parte de la experiencia subjetiva nunca está aislada, y es fundamental, comprenderla en relación a los elementos que la estructuran. Es por ello, que se retomarán algunos conceptos de Jean Baudrillard y John Berger que caractericen a la imagen en relación con otros procesos que se desarrollan de manera análoga en los medios de comunicación, en las instituciones de vida, gubernamentales, etcétera.

Dicha revisión de teorías permitirá construir las categorías de trabajo, las cuales se deberán retomar en la construcción metodológica, partiendo de la perspectiva de comunicación educativa, así el aspecto comunicativo se abordará a partir de las posibilidades que ofrecen las TIC para la elaboración de un programa interactivo. De esta manera, el internet a través de la herramienta blog, posibilita

intercambios de información y postula formas de interacción entre los usuarios. La decisión de utilizar el blog para desarrollar el programa, parte de los usos y prácticas que las adolescentes hacen del internet.

Así, para construir el programa de comunicación educativo se realizarán sesiones de grupo² con mujeres jóvenes adolescentes de dos grupos: uno de CCH Sur y otro de Naucalpan. El propósito de realizar estas sesiones -en ambos planteles- parte del interés de que este programa pueda ser aplicado en todos los planteles del CCH. Cabe mencionar, que no se pretende obtener una muestra representativa de mujeres, el estudio de caso intenta conocer la diversidad, sustento y formas de articular los argumentos de las adolescentes en un ambiente permisivo, aunque previamente planeado y organizado:

Se trabaja sobre la reducción crítica de los contenidos, mismos que se producen en un discurso grupal, que reproducen y rebordean el sentido, poniendo en juego toda su extensión, el nivel del habla, a fin de permitir que la presión semántica configure el tema del que en cada caso se trate, como campo semántico (como campo, por tanto, de sentido) (Galindo, 1998: 77).

De esta forma, las sesiones de grupo se fundamentan en la conversación, por lo que se pretende trabajar acerca de lo que el grupo dice y no lo que deben decir. Las opiniones que emerjan pueden estar confrontadas, contrastadas, no obstante, es prioritario llegar a consensos. Por otra parte, para que el grupo se conforme como tal, el moderador debe evitar las preguntas directas, puesto que interesa la conversación que se genera y no los enunciados fragmentados. De acuerdo con Jesús Galindo, en las sesiones de grupo es posible manejar tres niveles: el tecnológico, metodológico y epistemológico. En este estudio se trabajará bajo el nivel epistemológico porque se pretenden describir las relaciones entre las estructuras que conforman y han conformado la imagen corporal.

² Término acuñado por Jesús Galindo Cáceres, en el que pretende dar cuenta del grupo de discusión desarrollado por la sociología española.

Asimismo, dirimir lo que se dice y lo que se hace, para alcanzar una imagen corporal ideal, y así determinar si las adolescentes son concientes o no de la imagen que han construido.

La información que se obtendrá es producida en una situación grupal en la que las adolescentes hablarán de lo que creen, saben, perciben y sienten, no obstante, esta técnica se cruzará con algunas entrevistas a profundidad, para recabar más información de algunos participantes, con lo cual se pretende acercarse aún más a los contextos de vida que los construye para opinar lo que afirman en la sesión grupal. De esta manera, “la interpretación de la información que produce cada técnica cruzará la mirada del observador, y le permitirá crear un mayor rango de relaciones que producen nuevas configuraciones para seguir explicando al objeto” (Galindo, 1998: 101).

De esta forma, con los grupos de discusión se puede obtener una amplia gama de significados pertinentes a los objetivos de la investigación, por lo que el diseño de la técnica debe ser abierto. Los grupos deberán estar conformados por un mínimo de cinco integrantes y un máximo de nueve. Se tomará un grupo de CCH Sur y uno de Naucalpan, cuya población aproximada de mujeres –de entre 15 y 18 años- en el salón de clase es de 25 o 30, por lo que se realizarán de 5 a 6 grupos de discusión, y sólo se efectuarán algunas entrevistas a profundidad para recabar información imprecisa. Además, se propone trabajar en un periodo de cuatro meses correspondientes al semestre 2011-1. Este periodo comprende desarrollar de manera simultánea, el levantamiento de información, transcripción y análisis de datos.

Respecto al análisis de los discursos se plantea el diseño de una matriz que permita clasificar los temas que se abordaron, establecer relaciones binarias y ordenar las relaciones conclusivas para cada tema.