

GRANADA

La campaña más efectiva para prevenir el sida se hizo en 1997

Una investigadora de [la UGR](#) analiza por primera vez el impacto de la publicidad entre la población adolescente

07.05.08 - ANDREA G. PARRA

¿Por qué los jóvenes toman droga si saben los efectos negativos que tiene? ¿Por qué se emborrachan todos los fines de semana? ¿Por qué practican sexo sin preservativo si saben que pueden ser contagiados? ¿Son efectivas las campañas que se hacen para prevenir? Una investigación realizada en la [Universidad de Granada](#) (UGR) ha contestado a una de estas cuestiones.

Una investigadora de la [Universidad granadina](#) ha analizado por primera vez el impacto de la publicidad preventiva del VIH/sida en la población adolescente, estudiando detalladamente la influencia que en los últimos 15 años han tenido las campañas impulsadas por el Gobierno español. Su trabajo ha demostrado que la campaña 'Prevenir el Sida está en tus manos', puesta en marcha por el Ministerio de Sanidad en el año 1997, ha sido la que más impacto ha tenido entre los jóvenes de cuantas se han realizado hasta la fecha.

Este trabajo «pionero», según [la UGR](#) ha sido llevado a cabo por la doctora Juana María Bretón López, y dirigido por el profesor Gualberto Buela Casal, del departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológico de la institución universitaria granadina. Con esta investigación se ha pretendido ver la utilidad y la eficacia alcanzada por estas campañas para la prevención de nuevas infecciones por VIH, según determinadas variables de la publicidad y de la audiencia de los mensajes.

Para llegar a esta conclusión, los autores de la investigación evaluaron el impacto de la publicidad preventiva del VIH/Sida en una muestra de 913 adolescentes, empleando los instrumentos necesarios a partir de las teorías de la persuasión y de la comunicación, así como con fundamento en los modelos psicológicos de adopción de conductas preventivas y de salud.

Los objetivos de un primer estudio de la investigación se centraron en el análisis de diferentes canales de comunicación preventiva (televisión, radio y prensa escrita) y en su eficacia diferencial. Además, se estudió el impacto diferencial de los mensajes según el grado de persuasión valorado por un grupo de 19 expertos en la materia. Los principales resultados de este primer estudio reflejaron diferencias en el impacto de acuerdo con el canal de comunicación (siendo este impacto ligeramente mayor para el canal de televisión entre los adolescentes). Adicionalmente, se recogieron diferencias en el impacto según el grado de persuasión de las campañas, en concordancia con la clasificación realizada por el grupo de expertos, de manera que, generalmente, a mayor grado de persuasión mayor impacto logrado en los adolescentes.

Consejos

En esta línea, Juana María Bretón López destaca que la utilidad final de su estudio «está en proporcionar directrices para la elaboración futura de campañas exitosas y que alcancen mayor impacto persuasivo». Además, invita a la reflexión «sobre la necesidad de llevar a cabo más labores de evaluación de la eficacia lograda por las intervenciones preventivas, junto con una colaboración que desde la Medicina, la Salud Pública, las Ciencias Sociales o los servicios sociales y comunitarios han de ofrecer el marco interdisciplinar idóneo para el abordaje del VIH/Sida y su prevención».



Algunas campañas preventivas tuvieron el impacto deseado. / IDEAL