

Impacto de los estilos de negociación (flexible- rígidos) sobre la recepción de mensajes de prevención de VIH/SIDA

Iliana Guadalupe Ramos Prado

Heidi paola Romero hernández

Carlos César Contreras Ibáñez

Alicia Saldivar Garduño

Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

La transmisión de SIDA sigue constituyendo un grave problema en México, cuyas repercusiones sobrepasan el nivel individual y afectan a sectores sociales cada vez mayores. Nuestro país actualmente ocupa el tercer lugar de casos de SIDA registrados en Latinoamérica (CONASIDA, 1998), constituyendo así un grave problema presente y futuro. Por ello resulta apremiante la necesidad de reforzar , los programas preventivos con el fin de controlar la difusión de la enfermedad por esa vía.

Lamentablemente, aunque existe mucha información sobre el tema, las estadísticas muestran que mas del 70% de los jóvenes mexicanos no utilizan el condón como una medida de protección para prevenir la transmisión y porcentajes parecidos o mayores se encuentran en el resto de las medidas de reducción de riesgo de contagio de VIH/ SIDA. En este contexto, importa generar vías alternativas para estudiar la forma en que se debe comunicar la información a los jóvenes para que produzca efecto en sus conductas. En muchos casos, la información no es incorporada a las practicas sexuales, sino que u efecto sólo se verifica en las mediciones inmediatas, quedando olvidada al cabo de poco tiempo. Una de las posibles vías que puede ayudarnos a explicar el fenómeno del cambio duradero del cambio de actitudes, opiniones y valores relacionados con las conductas preventivas son los estilos de comportamiento y negociación

mencionados por Moscovici (1981) en la teoría de las minorías activas.

Nuestro estudio analiza los estilos de negociación (rigidez vs. Flexibilidad) que pueden caracterizar a una fuente de influencia como una señal de certeza. Bajo esta teoría una fuente sin recursos (materiales, económicos, de poder) puede influir en una comunidad o sociedad con base en su estilo consistente. Empleando estas ideas, consideramos posible encontrar una mejor manera de presentar los mensajes de prevención para que influyan en la población más expuesta a la transmisión de VIH/ SIDA.

Así, se considera que la forma como la fuente transmite la información es importante en la formulación de programas de multiplicación de hábitos y estilo de vida riesgosos, por parte de sus pares y de otras fuentes que no necesariamente son percibidos como expertos en los temas. Se realizó un experimento bajo la hipótesis que una fuente percibida como consistente, pero cuyo estilo de negociación es flexible, tendrá una mayor influencia sobre las actitudes si se miden de forma inmediata.

En el estudio participaron 30 estudiantes de ambos sexos de la UAM-I, los cuales fueron asignados en el orden de su llegada a los grupos de la siguiente manera: los diez primeros integraron el grupo con estilo de negociación rígido de la fuente, los diez siguientes al del estilo de negociación flexible, y los diez últimos al grupo control.

En la primera situación experimental la cómplice se presentó como médico adoptando un estilo de negociación rígido ante el grupo; al dar el mensaje ésta utilizó un tono de voz fuerte, hizo preguntas en forma sarcástica e irónica sobre medidas de prevención hacia el SIDA, y no admitió preguntas de los participantes; trató de imponerse creando un ambiente de ansiedad y miedo.

En el segundo la misma cómplice se presentó como médico y mostró un estilo de negociación flexible ante el grupo: aquí dirigió el mismo mensaje a los participantes con un tono de voz agradable, la cómplice accedió a ser cuestionada y la respuesta a las preguntas que solicitó el grupo, fue amable; además durante el transcurso del mensaje ésta permitió la participación de los sujetos con las preguntas.

En ambas condiciones la escala fue administrada a los tres grupos antes del tratamiento, e inmediatamente al finalizar el mismo, se realizó el postest, empleando la misma escala. Al grupo control sólo le fueron realizadas las dos aplicaciones de la escala, sin el tratamiento experimental.

observación	Estilos de negociación	Grupos	Observación inmediata
Escala tipo likert (pretest)	Rígido	Primer grupo con tratamiento	Escala tipo Likert (postest)
Escala tipo likert (pretest)	Flexible	Segundo grupo con tratamiento	Escala tipo Likert (postest)
Escala tipo likert (pretest)		Sin tratamiento (control)	Escala tipo Likert (postest)

En la tabla 1 mostramos el efecto de los tratamientos sobre los promedios grupales en la aplicación previa y en la subsecuente. En el pretest no hay diferencias significativas entre los tres grupos. Lo que indica una actitud inicial relativamente favorable a la prevención del contagio del SIDA, en todos los grupos antes del tratamiento.

TABLA 1. PRETEST Y EFECTO DE LOS TRATAMIENTOS EN POSTEST (PROMEDIO DE LA ESCALA DE ACTITUDES).

ESTILO (tratamiento)	Pretest		Postest		N
	Media	D.E.	Media	D.E.	

Rígido	119.10	9.134	121.90	10.66	10
Flexible	114.60	17.11	122.50	5.02	10
Control	116.30	14.90	113.70	11.03	10
Total	116.67	13.75	119.37	9.87	30

Los resultados de esta hipótesis fueron que en el pretest no hay diferencias significativas en los tres grupos.

Considerando las disposiciones actitudinales iniciales se efectuó un análisis de varianza para comparar la actitud final entre los grupos experimentales, con la actitud inicial como covariable. En este caso encontramos que el cambio de actitud inmediato depende de los estilos de negociación.

Así se observa una interacción entre los dos grupos, dado que las líneas de los grupos se cruzan y aumentan de forma diferencial: mientras el grupo rígido cambia tres puntos de la escala, el flexible lo hace ocho puntos, casi tres veces más. Además las actitudes de este último grupo se concentran alrededor de la media.



PRETEST

POSTEST

De esta manera la hipótesis se comprueba según lo esperado porque el tratamiento que tienen más efecto inmediatamente después de ser medido es el del estilo de negociación flexible. Sin embargo las diferencias netas son pequeñas, dado que la diferencia de medias en el posttest no es significativa, y el cambio depende de las posiciones iniciales.

Discusión

Los resultados pueden interpretarse en el sentido de que los mensajes que tienen como origen fuentes de influencia consistentes y flexibles tendrán un mayor efecto a corto plazo sobre las actitudes de la audiencia que los de carácter rígido. El cambio que encontramos en el presente estudio es de magnitud considerable, sobrepasando tanto el declive observado en el grupo control que no recibió mensaje, alguno, como el obtenido con una comunicación que no permite el establecimiento de un vínculo entre emisor y receptor de la información.

Esta situación está de acuerdo con lo predicho por la teoría de las minorías activas, en el sentido de que los experimentos reportados muestran un efecto semejante en la medición inmediata del cambio de actitud. Queda abierta la pregunta acerca de si la teoría también se verifica en los cambios a mediano y largo plazo, donde la fuente rígida según esta aproximación, mostraría un efecto de recuperación que puede sobrepasar a lo observado con la fuente flexible, una especie de influencia diferida semejante al famoso "efecto durmiente" de las teorías de actitud.

En resumen, este estudio muestra el papel de una fuente que adopta un estilo de negociación flexible, la cual obtiene mejores efectos sobre el cambio actitudinal hacia las medidas

de prevención contra el SIDA. Tal hallazgo debe considerarse como un elemento importante en la elaboración de tácticas que persiguen este fin a corto plazo. Por ejemplo, en las campañas de adopción de medidas de prevención que se basan en la multiplicación de pares, es de fundamental importancia comprender la manera como estas fuentes sin recursos pueden llevar adelante el cambio social.

De la línea de investigación aquí iniciada, podemos recuperar enseñanzas sobre los distintos momentos de la interacción social entre la fuente del mensaje y el destinatario de la misma. Esta aproximación descansa en el concepto de estilos de negociación, que como hemos visto, parte de la premisa que en cualquier episodio de comunicación los participantes en ella rediseñan la definición personal de lo que son y lo que pueden hacer, con lo cual la teoría de la influencia minoritaria abre la puerta hacia modos de comprensión de la persona más sociales, en el sentido de que no se parte únicamente de un determinado conjunto de antecedentes más o menos individuales (personalidad, estilos cognoscitivos, motivaciones, etc.), sino que permite considerar a cada individuo como un nodo en un entramado social siempre en construcción.