

**Paquete de materiales de divulgación para la comunidad para ayudar a
criar jóvenes hispanos/latinos sanos y libres de tabaco**

Guía para entrevistas radiales por teléfono



Índice de materias

INTRODUCCIÓN.....	3
EL PROPÓSITO DE ESTA GUÍA.....	4
¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE TEMA?.....	5
LA COMUNIDAD HISPANA/LATINA	6
DISEMINEMOS EL MENSAJE	8
PLANIFICACIÓN Y PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA RADIAL POR TELÉFONO.....	9
EJEMPLOS DE PREGUNTAS.....	10
EXTIENDA SU MENSAJE DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO POR LA RADIO.....	12

INTRODUCCIÓN

En 2007, la Oficina de Tabaquismo y Salud (OSH) de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) lanzó *Sabemos: Por respeto – Aquí no se fuma*, una campaña multimedia con un paquete de materiales de divulgación para la comunidad con el objetivo de criar a los jóvenes hispanos/latinos (de 14 años y menores), libres de tabaco. Dicho paquete está concebido para que los líderes de la comunidad generen una mayor concienciación, entre los padres hispanos/latinos que llevan poco tiempo en Estados Unidos, sobre el humo del tabaco y su efecto en ellos y en sus hijos. El paquete incluye mensajes e imágenes sobre la salud que han sido seleccionados minuciosamente y probados para una comunicación eficaz con los padres.

El paquete *Sabemos* fue creado para que entidades comunitarias clave hagan llegar sus mensajes educativos a través de medios de difusión a grupos hispanos/latinos y a la población en general interesada en mantener a la juventud libre de tabaco. La meta del paquete es brindar una profusión de recursos educacionales que ayudarán a difundir mensajes a los padres y, lo que es más, a sus hijos. Dicho paquete ofrece herramientas para crear una campaña multimedia donde se promueve la importancia de ser padres responsables creando un ambiente libre de tabaco, en el hogar y en el automóvil. Los materiales creativos de la campaña y del paquete reflejan un método multi-generacional que incluye a los abuelos, tías y tíos, así como también a parientes hispanos/latinos.

Para hacerse oír y poder competir eficazmente con una docena de otros temas, los mensajes deben distribuirse mediante las vías de comunicación preferentes de los hispanos/latinos. Los estudios indican que la radio es un medio que cuenta con una popularidad continua entre los hispanos/latinos. Según el informe *Hispanic Radio Today: How America Listens to Radio – 2005 Report* de Arbitron, hay más de 13.800 emisoras de radio en todo el país, de los cuales, 750 son de habla hispana. El año 2004, Arbitron informó de 650 emisoras de radio de habla hispana. Este aumento de 100 emisoras podría interpretarse como un reflejo del rápido crecimiento de la población hispana/latina en EE.UU. Según el Bureau del Censo de EE.UU., los hispanos/latinos son la población que más rápidamente está creciendo en el país (siete veces más que la población en general) y la más joven (una tercera parte tiene menos de 18 años).

La radio tiene la flexibilidad de llegar a los oyentes hispanos/latinos en el hogar, lugar del trabajo y en sus automóviles. El número de hispanos/latinos que escucha la radio cada semana es bastante constante entre los géneros y edades. Mientras más se enfoque en modos adecuados de atraer y motivar al público que se desea dirigir, más eficaz serán las gestiones de divulgación. Por tanto, es importante aprovechar cualquier oportunidad de dirigirse a la comunidad hispana/latina y explicarle la importancia de proteger la salud de su familia contra el humo del tabaco. Un método eficaz de llegar a los padres hispanos/latinos es mediante los programas radiales por teléfono. Un formato de entrevista de radio no solo disemina su mensaje sino que involucra a la comunidad en los esfuerzos de prevención del tabaco y en la reducción del humo del tabaco.

EL PROPÓSITO DE ESTA GUÍA

El instrumento de comunicación de mayor extensión en todo el país y más allá de él es sin duda la radio. Tiene muchos usos, como por ejemplo, entretener a los oyentes; sin embargo, también puede ser un instrumento educacional para elevar la conciencia del público acerca de temas importantes y para promover cambios en el comportamiento de éste. El propósito de esta guía es ayudar a los líderes, otras entidades y personas interesadas de la comunidad a entregar mensajes acerca de la prevención del consumo de tabaco y los peligros del humo del tabaco a los padres hispanos/latinos, especialmente a sus hijos.

En ella le ofrecemos sugerencias sobre cómo llevar a cabo entrevistas eficaces, así como ejemplos de preguntas que se pueden hacer cuando usted esté coordinando las entrevistas con sus emisoras locales de radio. También le será especialmente útil a las personas responsables de comunicar acerca de la prevención del tabaquismo y las enfermedades graves causadas por el humo del tabaco, como el cáncer de pulmón y, en última instancia, salvar vidas.

Además de esta guía de entrevistas, el paquete *Sabemos* incluye un disco CD-ROM que contiene anuncios de servicio público (PSAs, por sus siglas en inglés) para la radio en español, con testimonios de los padres acerca de la importancia de ser padres responsables y proteger a sus hijos contra la exposición al humo del tabaco. Los PSAs son mensajes acerca de una preocupación pública (por ej., el humo del tabaco causa alrededor de 3.000 muertes por cáncer de pulmón y más de 35.000 muertes por enfermedades del corazón entre las personas no fumadoras en EE.UU. cada año). Son una forma poderosa y económica de llevar al público mensajes de prevención. Dependiendo de los fondos con que disponga, usted puede complementar estos PSAs con otros formatos por la radio.

Las entrevistas radiales por teléfono o el diálogo entre dos personas son formatos que se recomiendan para difundir su mensaje y atraer la atención de la comunidad. Para que las entrevistas sean más persuasivas, éstas normalmente incluyen a una persona que conoce bien las gestiones locales y/o nacionales para la prevención del tabaquismo, o bien alguien que haya tenido experiencias personales sobre el tema. Lo ideal sería entrevistar a una persona que ya practica los comportamientos positivos que se promueven en la campaña *Sabemos*. Por ejemplo, si su objetivo es aumentar el número de hogares hispanos/latinos libres de humo del tabaco, querrá entrevistar a padres que hayan implementado recientemente reglas de no fumar en su hogar y en el automóvil. También puede entrevistar a propietarios de empresas locales que respaldan las normas contra el consumo de tabaco. El objetivo es reforzar este comportamiento y alentar a que otros también lo hagan.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE TEMA?

¿Sabía que el humo del tabaco causa la muerte de 3.000 personas por cáncer de pulmón y más de 35.000 muertes por enfermedades del corazón en personas no fumadoras en EE.UU. cada año? Además, el humo del tabaco está costando unos 10 mil millones de dólares a la economía de EE.UU. cada año; 5 mil millones de dólares son los costos médicos estimados causados por la exposición al humo de tabaco; los salarios perdidos representan 4.5 mil millones de dólares. Las investigaciones señalan que los hispanos/latinos están manteniendo un índice de tabaquismo menor que la mayoría de otros grupos raciales/étnicos en EE.UU. Por ejemplo, los adultos hispanos/latinos han sostenido un índice inferior de tabaquismo que las personas de raza blanca y negra entre 1983 y 2002 y se calcula que dicho índice continuará reduciéndose en los años venideros. Ahora, más que nunca, es el momento idóneo para promover los beneficios en la salud de crear un ambiente libre del humo del tabaco en el hogar y en el automóvil, dentro de la comunidad creciente de hispanos/latinos y comunicarles los efectos perjudiciales del consumo de tabaco y la exposición al humo del tabaco.

Dado que los CDC están promoviendo la concienciación de la población hispana/latina en torno a las normas sociales positivas que ya existen, sobre la protección dentro del hogar contra el humo del tabaco. La campaña *Sabemos* es una llamada a la acción para que las familias hispanas/latinas reduzcan la exposición al humo del tabaco en sus hogares, lugares de trabajo y espacios públicos y se distribuirá a las entidades y personas clave de la comunidad brindándoles los instrumentos necesarios, para llevar a cabo una campaña multimedia para reforzar las prácticas continuas de salud y extender la protección a la comunidad en general.

El paquete tiene como objetivo entregar a los padres hispanos/latinos menos adaptados culturalmente mensajes acerca del humo del tabaco y cómo éste puede afectarle a sus hijos. El humo del tabaco es un peligro para la salud de los niños. Los bebés y niños pequeño cuyos padres fuman son los que están afectados más seriamente por la exposición al humo del tabaco, y tienen mayor riesgo de contraer problemas respiratorios como la neumonía, bronquitis, asma y el Síndrome de Muerte Súbita Infantil.

La meta es que los líderes de la comunidad, así como las organizaciones comunitarias o de base, diseminen los mensajes clave y materiales a los padres hispanos/latinos que están menos adaptados culturalmente. El término ‘menos adaptados culturalmente’ se refiere a aquellas personas que llevan poco tiempo en Estados Unidos y que enfrentan una cultura nueva con estilos de vida, costumbres y valores distintos a los suyos. A medida que se familiarizan con su nuevo entorno, los hispanos/latinos desarrollan nuevas maneras de interactuar y vivir, lo cual, a su vez, constituye el comienzo del proceso de adaptación cultural. Es fundamental comprender este proceso para descubrir la forma más eficaz de comunicarse con esta comunidad.

Un programa radial por teléfono puede difundir mensajes de salud clave a los padres hispanos/latinos, así como a los líderes de la comunidad. El locutor o presentador del programa y los invitados pueden alentar a los padres e hijos a colaborar para proteger a su

comunidad contra el humo del tabaco. Cada vez más, las familias hispanas/latinas están conociendo los peligros del humo del tabaco y del tabaquismo en general. Muchas familias hispanas/latinas ya están brindando ambientes libres de humo del tabaco para sus hijos en su hogar y automóvil. Las encuestas sugieren que la mayoría de los miembros de la comunidad apoyan las normas relacionadas con el tabaco y desean proteger a sus familias contra el peligro del humo de tabaco y del tabaquismo en general. Las comunidades hispanas/latinas, incluyendo las empresas cuyos propietarios son hispanos/latinos, están tomando pasos para proteger a las familias y a los niños contra el consumo de tabaco y la exposición al humo del tabaco. El programa de radio puede también diseñarse para orientar a los padres hispanos/latinos y líderes comunitarios acerca de los pasos que pueden tomarse para lograr ambientes libres de tabaco en sus hogares, lugares de trabajo y la comunidad.

En esta guía encontrará un listado de preguntas e información clave que recalca la importancia de crear un ambiente libre de humo de tabaco en el hogar y el automóvil además de reforzar los comportamientos de salud positivos.

LA COMUNIDAD HISPANA/LATINA

La comunidad hispana/latina está compuesta de una variedad de grupos que representan distintos países latinoamericanos. Un factor que diferencia a los hispanos/latinos unos de los otros en EE.UU. es el lugar que ocupan en el proceso de adaptación cultural. Es fundamental comprender este proceso para descubrir la forma más eficaz de comunicarse con esta población.

Los esfuerzos de prevención del tabaquismo deben hacerse relevantes y sensibles a las necesidades de esta población diversa y cada vez más creciente. Ya que es desafiante comunicar los comportamientos de promoción de la salud al mercado hispano/latino en general, los mensajes deben ajustarse a cada público dentro de la comunidad hispana/latina al que se desea entregar. Ello incluye los mensajes, hechos a la medida, a distintas sub-poblaciones y generaciones. Los jóvenes hispanos/latinos pueden preferir hablar español en casa y seguir vinculados a sus raíces, intercambiando fácilmente sus conversaciones entre el inglés y el español y disfrutando de su familiaridad con ambas culturas y sus respectivas normas sociales. Por lo tanto, si fuera apropiado, puede usar el idioma local de preferencia y la “jerga” con el público a quien desea dirigirse mediante este programa de radio.

Como parte de sus objetivos de comunicación, debería identificar por los menos a un público específico a quien desea dirigir su mensaje. Normalmente, hacemos una distinción entre el público primario y secundario. El público primario incluye a aquellas personas a quienes afecta directamente el mensaje que se ha concebido, es decir, aquellas cuyos comportamientos desea influenciar (por ej., los padres, cabeza de familia). El público secundario se refiere a aquellas personas que influyen al público primario (por ej., los líderes de la comunidad y entidades o personas con interés en el tema).

Una audiencia meta puede ser descrita de muchas maneras. Se utilizan a menudo características demográficas como el nivel de ingresos, edad, localidad geográfica, género, idioma hablado y/o nivel de adaptación cultural. Se pueden también describir según otros factores, tales como los comportamientos, valores y conocimientos. Las personas más importante para los mensajes de prevención del tabaquismo hacia las comunidades hispanas/latinas son los miembros de la familia que toman decisiones acerca de su hogar. El público secundario pueden ser los líderes de la comunidad u otros que pueden influenciar a las familias.

En este caso, estamos centrándonos en los padres hispanos/latinos recién llegados a este país o que están menos adaptados culturalmente. Estos padres están arreglándose para adaptarse a una cultura nueva, con estilos de vida y costumbres diferentes a las suyas. A medida que se familiarizan con su nuevo ambiente, los hispanos/latinos desarrollan nuevas maneras de interactuar y vivir, lo cual, a su vez, comienza del proceso de adaptación cultural. Estos padres enfrentan dos mundos (el viejo y el nuevo) que han de equilibrarse. Están siendo desafiados constantemente por las muchas fuerzas que moldean su nuevo ambiente, incluyendo los roles cambiantes de los hombres, mujeres y niños; la mayor movilidad de las familias y la influencia cada vez mayor de los medios de difusión masiva.

Ser padres hoy en día supone desafíos distintos de los de las generaciones anteriores. Esto es todavía más magnificado entre los padres inmigrantes que han llegado a los EE.UU. recientemente. La familia (amplia y multi-generacional) desempeña un papel formativo clave en todo lo que hace; compruebe que se respete y tenga en consideración cómo las diferencias generacionales pueden repercutir en el idioma, actitudes y comportamientos. Los estudios de investigación señalan que cuánto más tiempo viva un niño inmigrante en Estados Unidos, tanto mayor es la probabilidad de que éste adopte los comportamientos y valores de su nuevo entorno. Dado esto, las generaciones más jóvenes de inmigrantes pueden consumir más alcohol, tabaco y drogas. Además de enfrentar estos desafíos, los padres hispanos/latinos mantienen sus responsabilidades de protección de sus hijos.

Los especialistas en prevención del consumo de tabaco, junto con los líderes de la comunidad hispana/latina pueden facultar a los inmigrantes, aportándoles los hechos acerca de fumar cigarrillos mientras se están adaptando a la nueva cultura.

DISEMINEMOS EL MENSAJE

La radio es un instrumento muy poderoso porque no hay ningún medio que llegue mejor a las masas y sea más fácil y económico. La radio puede reforzar los consejos de los líderes de confianza de la comunidad y de los trabajadores de salud, y entregar información a las familias que no han recibido recientemente mensajes educativos de prevención del tabaquismo.

La radio es un canal de comunicación con influencia, puesto que puede*

- Informar a las personas y elevar la conciencia acerca del peligro del humo del tabaco y los beneficios de criar a una juventud libre de tabaco
- Crear demanda de servicios o impulsar a que las personas busquen información sobre los esfuerzos de prevención del tabaquismo en sus comunidades locales
- Reforzar los consejos de los trabajadores de salud y los líderes de confianza de la comunidad
- Recordar a las personas lo que hayan aprendido
- Exponer comportamientos modelo o explicar los beneficios de adoptar comportamientos positivos
- Motivar a que las personas tomen medidas presentando beneficios de un modo personalmente persuasivo o relevante
- Alentar comentarios del público (es decir, por medio de un programa en directo), invitando a que éste discuta los mensajes y los oyentes llamen a las emisoras de radio
- Fomentar el compromiso de la comunidad acerca del tema involucrándola en el diseño del mensaje y seguir el curso de su respuesta
- Darle la oportunidad a los oyentes de tomar decisiones informadas acerca de su salud y obtener mayor autodeterminación en su vida.
- Complementar un programa nacional a un nivel local o de distrito

* * Adaptado de *Spot On Malaria: A Guide to Adapting, Developing, and Producing Effective Radio Spots*, p. 4. Washington, DC: CHANGE Project, 2005.

PLANIFICACIÓN Y PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA RADIAL POR TELÉFONO

Como coordinador de la entrevista:

Antes de comenzar a planificar su entrevista por radio, decida lo que logrará concretamente con ella. Se pueden abordar una serie de temas acerca de la prevención del tabaquismo mediante la comunicación por radio. Si no está seguro cuáles son las áreas a cubrir durante la entrevista por tener poco tiempo, consulte con sus líderes de confianza de la comunidad, acerca de la prevención del tabaquismo, y/o con el funcionario encargado de este tópico en su departamento local de salud. Él podrá ayudarle a repasar la información y los mensajes clave, identificar recursos disponibles, e incluso determinar cuál de las preguntas se usarán para hablar con el invitado o con los oyentes. Una vez que tenga programado a su invitado y a sus expertos locales, estudie los siguientes consejos para el programa.

- Familiarícese con el formato del programa.
- Antes del programa:
 - Practique con alguna persona como anfitrión o invitado;
 - Anote las preguntas que anticipe y las respuestas (vea algunos ejemplos más abajo);
 - Anote tres puntos clave que desea que la gente recuerde (vea algunos ejemplos más abajo); y
 - Prepare anécdotas, ejemplos o investigaciones que refuercen sus mensajes.
- Tenga confianza en sí mismo, sea agradable y sincero. Si desconoce la respuesta a alguna pregunta, dígalos.
- Hable más despacio de lo habitual.
- Siempre asuma que el micrófono está encendido. Nunca diga nada en la cercanía de un micrófono que no desearía que se transmitiera.

Como invitado o persona entrevistada:

Antes de participar en la entrevista, es conveniente considerar algunas sugerencias importantes que facilitarán un diálogo interesante, lo cual, a su vez, interesará a los oyentes sobre la prevención del tabaquismo. Además, considere llevar a cabo una reunión para motivar/informar al personal de la emisora antes del programa. Esperamos que ello sirva para obtener mayor apoyo por parte de las personalidades locales de radio, lo cual puede contribuir en gran medida a distribuir sus mensajes clave al público deseado, antes y después del programa.

He aquí algunas sugerencias útiles para la entrevista:

- Sea veraz y sincero
- Siempre haga declaraciones claras
- Tome apuntes durante la entrevista
- Asuma que todo lo que diga será tomado como algo oficial
- Controle la entrevista y esté centrado en los mensajes clave
- No dé sus opiniones personales si está representado un grupo o entidad

Ejemplos de mensajes clave y temas de conversación:

- Cada año, el humo del tabaco causa alrededor de 3.000 muertes por cáncer de pulmón y más de 35.000 muertes por enfermedades del corazón entre las personas no fumadoras en EE.UU.
- El humo del tabaco cuesta a la economía de EE.UU. cerca de 10 mil millones de dólares al año; 5 mil millones de costos médicos estimados asociados con la exposición al humo del tabaco, y otros 4.5 mil millones en salarios perdidos.

Ahora que cuenta con algunas sugerencias útiles, mensajes clave y temas de conversación, está listo para crear sus propias preguntas para la entrevista. A continuación vea algunas preguntas frecuentes acerca de la prevención del tabaquismo y del humo del tabaco.

Ejemplos de preguntas

1. ¿Puede describir brevemente su relación con la prevención del tabaquismo?
2. ¿Está su enfoque principalmente en la comunidad hispana/latina y en las entidades basadas en la comunidad que les entrega servicios?
3. ¿En qué otros comités o actividades afines ha participado?
4. ¿Cómo describiría el humo del tabaco ambiental?
5. ¿Cree que el humo del tabaco es un riesgo importante para la salud?
6. ¿Cuáles son los riesgos del humo del tabaco?
7. ¿Quién tiene mayor probabilidad de ser afectado por el humo del tabaco?
8. ¿Por qué tienden los niños a ser más afectados por el humo del tabaco?
9. ¿Hay alguna manera de determinar cuánto tiempo tendría una persona que estar expuesta al humo del tabaco antes de experimentar sus efectos dañinos?
10. ¿Es suficiente fumar en un cuarto distinto o cuando el niño no se encuentre en casa para evitar los efectos perjudiciales del humo del tabaco?

11. ¿Qué posición ocupa el tabaquismo y la exposición del humo del tabaco en las cuestiones críticas que enfrenta la comunidad hispana/latina en EE.UU? ¿Por qué?
12. ¿Es el fumar en la casa más común en las familias hispanas/latinas?
13. ¿Qué saben los hispanos/latinos acerca del humo del tabaco?
14. ¿Cree que los padres hispanos/latinos saben del humo del tabaco y sus efectos?
15. En su opinión, ¿creen los padres hispanos/latinos que el humo del tabaco es una amenaza para la salud de su familia?
16. ¿Cree que los niños hispanos/latinos están más expuestos al humo del tabaco que los niños no hispanos/latinos?
17. ¿Qué medidas pueden tomar los padres que fuman para proteger a sus hijos del humo del tabaco?
18. ¿A dónde pueden ir las personas de la comunidad para obtener más información/recursos?

Acción: Atraer a los oyentes

1. En su opinión, ¿cuál es el porcentaje de hispanos/latinos de esta comunidad que fuma?
2. ¿Cuál es el punto de vista de los hispanos/latinos de esta comunidad acerca del tabaco?

EXPLORAR: ¿Cree que los hispanos/latinos que llevan poco tiempo en EE.UU., y que no fuman, tengan alguna opinión al respecto?

3. ¿Qué medidas ha tomado usted para alentar el control de tabaco y disuadir su consumo en su comunidad?
4. ¿Por qué cree que es (o podría ser) difícil para personas como usted fomentar actividades, empresas, eventos deportivos, etc., libres del humo del tabaco en su comunidad?
5. ¿Qué es lo que haría más fácil fomentar los eventos y actividades libres del humo del tabaco para personas como usted?
6. ¿Quién en su comunidad cree que aprobaría o apoyaría sus esfuerzos de alentar actividades y eventos libres del humo del tabaco?

EXPLORAR: ¿Quién de su comunidad cree que lo desaprobaba?

7. ¿Cree que al aumentar los ambientes libres del humo del tabaco en esta comunidad, reduciría el consumo de tabaco?
8. ¿Cuáles serían algunos de los resultados positivos de promover un estilo de vida o actividades en su comunidad, libres del humo del tabaco?
9. ¿Cuál de las siguientes actividades probablemente haga usted para apoyar a una comunidad libre del humo del tabaco y por qué?
 - a.) escribir un artículo/carta a su periódico local acerca de los peligros del humo de tabaco
 - b.) hacer de su hogar o empresa un espacio libre del humo del tabaco y colocar una calcomanía (pegatina) en la ventana indicando esa condición
 - c.) dar una charla o presentación sobre los peligros del humo del tabaco en su comunidad (p.ej., en la escuela o iglesia)
 - d.) distribuir folletos u otros materiales sobre el tabaco
 - e.) presentarse en TV o radio para hablar del impacto del tabaco en la comunidad hispana/latina de su área

EXPLORAR: ¿Qué otro tipo de cosas estaría dispuesto a hacer?

Gracias por su atención. Si desea saber más acerca de cómo puede mantener un ambiente libre del humo del tabaco y reducir la exposición del humo del tabaco, llame por favor al CDC: 1-800-CDC-INFO (1-800-232-4636). Hay más datos y consejos disponibles en los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades en www.cdc.gov/tobacco.

EXTIENDA SU MENSAJE DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO POR LA RADIO

Aproveche la oportunidad de extender la duración de los mensajes de prevención del tabaquismo, estableciendo una asociación con las personalidades y los directores de los programas de radio locales. Establecer una buena relación con el personal de la emisora le permitirá extender el alcance y la frecuencia de sus mensajes. Ello puede facilitar la repetición de los anuncios PSA (que se incluyen en el paquete *Sabemos*) en otras transmisiones. Hay un factor de mayor retención entre el público deseado si los mensajes se transmiten por lo menos dos veces al día por un mínimo de cuatro meses. Otra sugerencia es considerar que el personal de la emisora forme parte de su equipo de prevención contra el tabaquismo. Estas sugerencias pueden ayudar a que sus mensajes tengan mayor impacto en sus comunidades locales.