

**PLAN DE SENSIBILIZACIÓN Y PERSUASIÓN PARA LA MITIGACIÓN DE LOS
PROBLEMAS DE SALUBRIDAD EXISTENTE EN EL MERCADO DE BAZURTO
DE CARTAGENA DE INDIAS.**

**KATERINE CARRASQUILLA CARDONA
JANIA MARGARITA ZÚÑIGA RAMÍREZ**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2010

**PLAN DE SENSIBILIZACIÓN Y PERSUASIÓN PARA LA MITIGACIÓN DE LOS
PROBLEMAS DE SALUBRIDAD EXISTENTE EN EL MERCADO DE BAZURTO
DE CARTAGENA DE INDIAS.**

KATERINE CARRASQUILLA CARDONA

JANIA MARGARITA ZÚÑIGA RAMÍREZ

Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora Social

Asesor(a) de investigación

ECO. HERNANDO GOMEZBEGAMBRE

Especialista en Gerencia de Proyecto

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2010

Cartagena de Indias, D. T. y C.,

Yo, **Katherine Carrasquilla Cardona Y Jania Margarita Zúñiga Ramírez**, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica de Bolívar los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor, del trabajo final denominado. **Plan De Sensibilización Y Persuasión Para La Mitigación De Los Problemas De Salubridad Existente En El Mercado De Bazurto De Cartagena De Indias**, producto de mi actividad académica para optar el título de **Comunicadora Social** de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

La Universidad Tecnológica de Bolívar, entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos en su actividad ordinaria de investigación, docencia y extensión. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En mencionado y entrego al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Katherine Carrasquilla

c.c 1.128.046.804 c/gera

Janía Zúñiga

c.c 7.128.052.823 c/gera

Firmas



MEMORANDO

Cartagena de Indias, 3 de junio de 2010

PARA: DORA LILIA SEPÚLVEDA
Directora de Biblioteca

DE: PEDRO SEGOVIA CABRALES
Director de Comunicación Social

ASUNTO: Proyecto de Grado - Jania Zúñiga y Katherine Carrasquilla

Estimada Sra. Sepúlveda,

Por medio de la presente me permito informar que las jóvenes **JANIA ZÚÑIGA RAMÍREZ** y **KATHERINE CARRASQUILLA CARDONA**, estudiantes del Programa de Comunicación Social, presentaron la tesis de grado titulada "Plan de sensibilización y persuasión para la mitigación de los problemas de salubridad existentes en el mercado de Bazurto de Cartagena de Indias" como opción de grado, obteniendo como nota final la puntuación de 4.0.

De esta manera, las estudiantes **JANIA ZÚÑIGA RAMÍREZ** y **KATHERINE CARRASQUILLA CARDONA** han completado satisfactoriamente el requisito de trabajo de grado exigido por esta Dirección.

Agradezco de antemano la atención manifestada.

Cordialmente,

PEDRO SEGOVIA CABRALES
Director de Comunicación Social

DEDICATORIA

Todo mi trabajo y esfuerzo ha sido para ti mamá ahora veo que valió la pena cada noche de traspasado que pase en la Universidad, hoy me doy cuenta que sin ti nunca hubiese logrado nada. Siempre hemos sido las dos y tú Alcira Ramírez Guerrero has estado a lo largo del camino apoyándome, dándome fuerzas, deseando que cada día aprenda algo nuevo y valioso en mi vida.

Por eso este trabajo solo puede ir dedicado para ti, tu eres la única que ha trabajado para convertirme en alguien en esta vida y sé que estas muy orgullosa, todos los días me lo dices.

Jania Margarita Zúñiga Ramírez

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera a Dios y a mi familia por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten. Le agradezco a mis padres que gracias a ellos soy quien soy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación, son a ellos a quien les debo todo el amor del mundo, para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgulloso, le agradezco a todos mis profesores, amigos y compañeros que me apoyaron una y otra vez, y a todas aquellas personas que estuvieron apoyándome en mi gran proyecto de vida.

Katherine Carrasquilla Cardona

AGRADECIMIENTO

Gracias a todas las personas que hicieron parte de este trabajos, a los trabajadores de Bazurto que sacaron de su tiempo concedernos las entrevistas y demás trabajos que realizamos con ellos. A los trabajadores de la Alcaldía, al Sr. Amaury Lora Administrador del mercado.

Katherine Carrasquilla además de ser mi amiga, eres una excelente compañera de trabajo de grado después de todo lo que pasamos por las discusiones y por el largo tiempo que nos tomo terminarlo. También le quiero agradecer a mis amigos Erika Suarez, Melisa García, entre otros por estar conmigo en los momentos más estresantes que he pasado hasta ahora y sé que cuento con ustedes en todo momento.

Muchísimas gracias a Edelmira Guerrero de Ramírez siempre me preguntas como va en la Universidad y solo quiero que sepas que este paso no hubiese logrado con la ayuda de todos ustedes y de mi familia, que en todo momento siempre están presentes.

Janía Margarita Zúñiga Ramírez

AGRADECIMIENTO

Al finalizar un trabajo tan duro y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis. Sin embargo, el análisis objetivo te muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

Debo agradecer de manera especial y sincera a mi amiga Jania Zúñiga que estuvimos en las buenas y en las malas y mi Sr. Padre Antonio Carrasquilla que me apoyo de principio a fin con este proyecto para así obtener un buen resultado, y a mis tutores como son; Blanca Espinel de Segura, Hernando Gómez Begambre y Miguel Garcés Prettel por su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un apoyo invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en mi formación como investigadora.

Katherine Carrasquilla Cardona

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1. ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2. OBJETIVOS.....	16
2.1. GENERAL.....	16
2.2. ESPECÍFICOS.....	16
3. JUSTIFICACION.....	17
4. MARCO TEORICO	19
4.1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	19
4.1.1. Salud Pública, Historia, Conceptos, Objetivos, Herramientas e Importancia en la Sociedad.....	19
4.1.2 Salud Pública y Comunicación Social.....	34
4.2. MARCO CONCEPTUAL	40
5. METODOLOGIA.....	44
5.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
5.2. DISEÑO DE MUESTREO.....	45
5.3. MECANISMOS DE RECOLECCIÓN	45
5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	46
5.5. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	48
5.5.1. Presupuesto.....	48
5.5.2 Cronograma	49
6. MERCADO DE BAZURTO, CONTEXTO HISTORICO Y CONDCIONES ACTUALES.....	50
7. DIAGNOSTICO DE LA SALUBRIDAD DEL MERCADO DE BAZURTO DESDE LA ÓPTICA DE LOS ACTORES.....	59
2.1 Perspectiva de los Actores sobre la Problemática.....	85
8. . DEFINICION DE LA ESTRATEGIA COMUNIACIONAL	88
8.1. ENFOQUE COMUNICACIONAL	88
8.1.1. Comunicación Persuasiva y Cambio de Actitudes.....	88
8.1.2 Diferentes enfoques persuasivos.....	89
8.1.3 Medios comunicacionales pedagógicos a servicio de la salud	94
8.1.4Preparación de una estrategia de participación	95
8.2. DEFINICIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO	97
8.2.1 Nombre de Plan	98
8.2.2. Identidad Sociocultural del Plan.....	98
8.2.3. Objetivo del Plan Comunicacional.....	99
8.2.4. Tiempo de Ejecución: 12 Meses.....	99
8.2.5. Vectores Estratégicos	99

8.2.5 Herramientas Comunicacionales del Plan	101
9. . PLAN OPERATIVO.....	104
CONCLUSIONES	105
RECOMENDACIÓN.....	108
BIBLIOGRAFIA.....	111

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1	114
Anexo 2	116
Anexo 3	117
Anexo 4	120
Anexo 5	122

INTRODUCCIÓN

El Mercado de Bazurto es una clara muestra de las difíciles condiciones sociales que atraviesa la ciudad de Cartagena. En el mercado trabajan más de ocho mil personas y diariamente se acercan a él unos 15 mil compradores, ambos, comerciantes y compradores se ven obligados a desarrollar sus actividades en unas instalaciones que violan cualquier protocolo de salubridad, no solo por el hacinamiento, si no también, por un fenómeno cultural de los actores.

Ante esta gran problemática, se desarrollo la presente investigación la cual de acuerdo con la identificación y el análisis del problema, se formuló un plan de sensibilización y persuasión que busca mitigar de los problemas de salubridad existente en el mercado de Bazurto, utilizando estrategias y herramientas comunicacionales que permita generar cultura ciudadana en torno al tema.

En el primer capítulo se realiza un diagnostico desde la óptica de los actores de los principales problemas de salubridad existentes, identificando causas y consecuencias, posteriormente, en el segundo capítulo se crea una estrategia comunicacional que busca sensibilizar y persuadir a los actores involucrados y finalmente, en el capítulo tres, se elabora un plan de acción que permita obtener resultados favorables en la mitigación de la problemática de salubridad del Mercado de Bazurto, a través de la puesta en marcha de una estrategia comunicacional persuasiva.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Durante las últimas décadas, Cartagena de Indias se ha venido transformando y potencializando como una ciudad turística, industrial, comercial y portuaria¹, convirtiéndola en una de las ciudades más importantes de Colombia y con las mejores proyecciones de crecimiento. En el marco de su historia, se han venido desarrollando transformaciones estructurales que propenden por distribuir espacialmente las zonas de desarrollo económico a fines a sus potencialidades, entre estas transformaciones se realizó en el año 1978 el traslado del mercado de Getsemaní al actual mercado de Bazurto, esto se hizo con el fin de solucionar los problemas de salubridad, contaminación e inseguridad que estaban viviendo los habitantes del barrio Getsemaní.

El Mercado de Bazurto abrió sus puertas, como una solución a la problemática presentada en su anterior ubicación y para abrir paso al desarrollo turístico del Centro de la Ciudad y mas adelante, para darle viabilidad a la construcción del Centro de Convenciones de Cartagena de Indias. Este nuevo mercado se concibió para la localización de 2000 comerciantes, los cuales de una forma organizada constituirían un mercado “moderno” de acuerdo con la exigencia de la ciudad, pero el remedio resultó mucho peor que la enfermedad, debido a que el proyecto del nuevo mercado no visionó el crecimiento acelerado de la ciudad, no solo en los aspectos demográficos, si no además, en el crecimiento inmobiliario, empresarial y del parque automotor, convirtiéndose el mercado de Bazurto en una muestra de la mala planificación urbana, económica y social de Cartagena.

¹Perfil definido por el Proyecto Cartagena Puerta de las América, para mayor información visite www.puertadelasamerica.com.co.

“Bazurto es considerado el peor problema urbanístico, de movilidad y de salubridad de la ciudad, en el se encuentra la central de abastos y el principal Mercado de la ciudad, junto con gran parte del comercio, formal y principalmente informal, el problema viene de su ubicación en el ombligo de la ciudad, por donde confluye en una estrecha franja de tierra limitada por el agua y el cerro de la popa, las principales vías de la ciudad, esto se complica con la terrible situación de invasión de espacio público, como en ningún otro sitio de la ciudad, y probablemente del país”²

No obstante a la grave problemática existente en la parte urbanística, vial y de invasión del espacio público, existe una clara muestra de las difíciles condiciones sociales que atraviesa la ciudad. En el mercado trabajan más de ocho mil personas que generan diariamente problemas de salubridad y la contaminación ambiental, generado principalmente por los malos hábitos, practicas y costumbres de sus principales actores, debido a que en esta plaza publica convergen diferentes grupos sociales entre los que se destacan vendedores formales, vendedores informales (ambulantes y estacionarios), clientes, transportadores, proveedores, pasajeros, autoridades administrativas y policivas y habitantes de las comunidades aledañas; y los problemas ambientales que estos generan afectan ostensiblemente la salud publica de la zona.

El Mercado de Bazurto es una mil personas y diariamente se acercan a él unos 15 mil compradores. Ambos, comerciantes y compradores se ven obligados a desarrollar sus actividades en unas instalaciones que violan cualquier protocolo de salubridad, no solo por el hacimiento, si no también, por un fenómeno cultural donde los actores no se concientizan en desarrollar sus prácticas fundamentada en la protección y cuidado del individuo y del medio ambiente.

Ante la imposibilidad a corto plazo de trasladar el mercado de Bazurto, por falta de

²Arévalo Lineros Yuri, “El Mercado de Bazurto y su Influencia en el Turismo de Cartagena de Indias”, Igomeze- Marketing. 2008

voluntad y decisión política de la Administración Distrital y ante la persistencia y crecimiento de los problemas ambientales y de salubridad, es pertinente realizar la siguiente formulación del problema:

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo elaborar un plan con una estrategia comunicacional que sensibilice y persuada en medidas que se deben adoptar para mitigar los problemas de salubridad existentes en el mercado de Bazurto de Cartagena – Bolívar?

2. OBJETIVOS

2.1. GENERAL

Formular un plan comunicacional como estrategia de sensibilización y persuasión para la mitigación de los problemas de salubridad existente en el mercado de Bazurto de la ciudad de Cartagena – Bolívar.

2.2. ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico desde la óptica de los actores en los principales problemas de salubridad existentes en el mercado de Bazurto.
- Crear una estrategia comunicacional donde los actores involucrados se sensibilicen y se persuadan en los problemas de salubridad del mercado de Bazurto y considerar sus percepciones sobre sus responsabilidades y solución a la problemática.
- Elaborar un plan de acción que permita obtener resultados favorables en la mitigación de la problemática de salubridad del Mercado de Bazurto, a través de la puesta en marcha de una estrategia comunicacional persuasiva.

3. JUSTIFICACION

Uno de los temas más controversiales en la Ciudad de Cartagena, es la problemática existente en el Mercado de Bazurto; diferentes administraciones de orden distrital y nacional han manifestado el interés y han intentado solucionar los problemas de movilidad, invasión del espacio público, informalidad, contaminación y salubridad que allí convergen, pero los esfuerzos no han dado los resultados esperados ya que a la fecha la problemática sigue latente y no se perciben a corto plazo las políticas y decisiones requeridas las cuales permitan resolver estructuralmente el problema.

Día a día la problemática se acrecienta en el centro comercial mas importante de la ciudad³, el cual abastece un gran porcentaje de la población, especialmente a las poblaciones provenientes de las zonas más vulnerables de Cartagena, demostrando que los programas y medidas adoptadas por las diferentes autoridades, no han sido lo suficientemente impactante para mejorar los niveles de contaminación ambiental y los problemas de salubridad que persisten en la zona.

Ante la persistencia de la problemática y la ausencia de medidas estructurales que permitan trasladar y reestructurar el Mercado de Bazurto para hacerlo viable desde la óptica económica, social y ambiental, reviste de gran importancia el desarrollo de un plan, que fundamentado con un diagnostico de la situación desde la óptica de los involucrados, permita sensibilizar y persuadir a los actores sobre las acciones que deben adoptar para mitigar los problemas existentes,

³La fortaleza del mercado de Bazurto, la constituye el hecho de que un solo sitio podemos encontrar la mayor comercialización de productos de consumo popular a precios módicos, desde una fruta fresca hasta una prenda de vestir, desde un caldero hasta un escaparate, pero desafortunadamente esta cualidad es opacada por el cúmulo de problemas que afecta a la clientela y a los mismos comerciantes mayoristas y minoristas.

especialmente los referentes a la contaminación ambiental y los problemas de salud público.

Esta investigación se constituye en una herramienta por medio de la cual, diferentes entidades públicas y privadas desarrollen planes de intervención fundamentado en un plan de comunicación persuasiva que conlleve a que los actores sean partícipes de las transformaciones requeridas, especialmente por un cambio de hábitos y costumbres, principal causa de la problemática.

4. MARCO TEORICO

4.1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

4.1.1. Salud Pública, Historia, Conceptos, Objetivos, Herramientas e Importancia en la Sociedad.

Concepto y Evolución

El concepto de salubridad se refiere al estado de la salud pública, la cual se define como una ciencia de objeto multidisciplinario y sin lugar a dudas el objeto primordial y pilar central para garantizar el desarrollo integral de una sociedad, ya que es una actividad eminentemente social, cuyo objetivo es ejercer y mantener la salud de la población, así como de control o erradicación de la enfermedad. La organización mundial de la Salud (O.M.S.) la define como el estado completo de bienestar físico, psíquico y social de un grupo social y no sólo la ausencia de afecciones y enfermedades⁴.

La salud pública como ciencia apenas tiene poco más de un siglo de existencia, pero manifestaciones del instinto de conservación de la salud de los pueblos existe desde los comienzos de la historia de la humanidad. Sin embargo la inclusión de la restauración de la salud es una adquisición relativamente reciente.

- Los egipcios, según Heródoto, eran el más higiénico de los pueblos. Practicaban la higiene personal, conocían gran número de fórmulas farmacéuticas, construían depósitos de arcilla para las aguas de bebida y canales de desagüe para las aguas residuales.

⁴ Concepto extraído de la Organización Mundial de la Salud - OMS, ver www.who.int/es/

- Los indostaníes, según Charaka y Shusruta, padres de la medicina ayurveda, eran los pioneros de la cirugía estética, y de programas de salud pública que se basaban en conformar patrones de alimentación, sexualidad, de descanso, y de trabajo.
- Los hebreos llevaron todavía más lejos las prácticas higiénicas, al incluir en la ley mosaica, considerada como el primer código de higiene escrito, el Levítico datada en 1500 años antes de JC. En este código se describe como debe ser el aseo personal, las letrinas, la higiene de la maternidad, la higiene de los alimentos, la protección del agua.
- La civilización griega presta más atención a la limpieza personal, al ejercicio físico y a las dietas alimenticias que a los problemas del saneamiento del medio.
- El imperio romano es famoso por sus actividades en los campos de la higiene personal con la construcción de baños públicos y de la ingeniería sanitaria con la construcción de acueductos.
- En América Prehispánica, la civilización Tehotihuacana contó con grandes obras que le permitían llevar agua limpia a la ciudad, así como de deshacerse de agua sucia, Lo mismo sucede en la cultura Azteca. Esta última se crea en islotes dentro de un gran lago, por lo cual desarrolla diversas medidas para evitar su contaminación. Se dice que los Aztecas aprendieron a vivir con el lago, mientras que los conquistadores españoles, quisieron vivir contra el lago teniendo que sufrir constantes inundaciones (algunas que duraron años) e hicieron del viejo y limpio Tenochtitlan una de las ciudades más sucias del mundo.
- En la Edad Media, presidida por el cristianismo, se produjo una reacción contraria a todo lo que recordaba al imperio romano y al paganismo. El desprecio de lo mundano y la "mortificación de la carne" pasaron a ser las normas preferidas

de conducta, por lo que el descuido de la higiene personal y del saneamiento público llegó hasta tal punto que junto con los movimientos migratorios bélicos y los bajos niveles socioeconómicos, se produjeron las grandes epidemias de la humanidad. La lepra se consiguió erradicar de Europa con la marginación y el exterminio de los leprosos. Con respecto a la peste bubónica se establecieron medidas de cuarentena en los puertos marítimos y cordones sanitarios en tierra.

- En el siglo XIX hubo un desarrollo considerable de la Salud Pública en Europa y en los Estados Unidos. En Inglaterra Edwin Chadwick impulsó las Leyes de Salud Pública que contemplaban un conjunto de medidas para la sanidad, sobre todo en las ciudades industriales. Con esas medidas se logró reducir la mortandad por algunas de las enfermedades infecciosas que azotaban a la población trabajadora que vivía en pésimas condiciones y de insalubridad. Resaltan también los trabajos de W. Farr, quien en polémica con Chadwick señalaba que las condiciones de salud de los trabajadores se debían al exceso de trabajo que los mataba de inanición. En Alemania Rudolf Virchow, un gran patólogo de la época, al calor de las revoluciones de 1848 señalaba que "la política es medicina en gran escala", mostrando con ello que las transformaciones socio políticas podían generar mejores condiciones para los trabajadores y con ello se lograría mejorar la situación de salud.

Objetivos y Funciones de la Salud Pública

La salud pública es la ciencia y el arte de prevenir las enfermedades, prolongar la vida, fomentar la salud y la eficiencia física y mental, mediante el esfuerzo organizado de la comunidad para:

- 1) El saneamiento del medio ambiente
- 2) El control de las enfermedades transmisibles
- 3) La educación sanitaria
- 4) La organización de los servicios médicos y de enfermería

5) El desarrollo de los mecanismos sociales que aseguren al individuo y a la comunidad un nivel de vida adecuado para la conservación de la salud.

Quizá más importante que definir la salud pública es identificar para qué sirve. En este sentido, parece que la misión de la salud pública es satisfacer el interés de la sociedad en garantizar las condiciones que permiten a las personas tener salud. Las tres misiones fundamentales de la salud pública definidas por el INSTITUTE OF MEDICINE se vieron relacionadas con 10 prácticas fundamentales que debe prestar la salud pública y que fueron definidas y catalogadas por un grupo de trabajo establecido por el PublicHealthPracticeProgram Office de los CDC.

Estas definiciones ofrecen un marco estructural que define las actividades en salud pública:

1. Evaluar y monitorizar la salud: el objetivo es conocer el estado de salud de las comunidades y poblaciones en riesgo para identificar problemas y prioridades de salud. Para ello hay que proceder a la recolección, recopilación, análisis y diseminación de información sobre la salud de las poblaciones.
2. Evaluación de las necesidades de salud de la población.
3. Investigación de la aparición de problemas y riesgos para la salud.
4. Análisis de los determinantes de los riesgos para la salud identificados.
5. Formular programas y políticas públicas: en colaboración con la comunidad y las autoridades, es necesario diseñar planes y programas para resolver los problemas y prioridades de salud identificados a cada nivel, local, regional y nacional. Hay que ejercitar la responsabilidad de atender el interés público desarrollando un conjunto global de políticas públicas en salud, promoviendo el uso del conocimiento científico para la toma de decisiones, estimulando la participación comunitaria y evaluando resultados. Los servicios de la salud pública en este ámbito serían:
 6. Adopción de un papel como mediador y portavoz.
 7. Establecimiento de prioridades entre las necesidades detectadas.

8. Desarrollar programas y planes para dar respuesta a dichas necesidades.
9. Garantizar servicios: que toda la población tenga acceso a servicios que son adecuados y coste-efectivos, incluyendo servicios de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, evaluando la efectividad de dichas intervenciones, garantizando la puesta en marcha de los servicios que son necesarios para conseguir alcanzar los objetivos planteados para dar respuesta a las necesidades puestas de manifiesto, estimulando que se desarrollen las acciones, regulando que se pongan en marcha o proporcionando los servicios directamente. Esto se conseguiría:
 10. Gestionando recursos y desarrollando una estructura organizativa.
 11. Poniendo en marcha los programas.
 12. Evaluando los programas y estableciendo sistemas de garantía y mejora de la calidad.
 13. Informando y educando a la población.

Las funciones esenciales de la salud pública son el conjunto de actuaciones que deben ser realizadas con fines concretos, necesarios para la obtención del objetivo central, que es asimismo la finalidad de la salud pública, es decir, mejorar la salud de las poblaciones.

Las funciones esenciales de la salud pública son:

1. Seguimiento, evaluación y análisis de la situación de salud.
2. Vigilancia de la salud pública, investigación y control de riesgos y daños en salud pública.
3. Promoción de la salud.
4. Participación de los ciudadanos en la salud.
5. Desarrollo de políticas y capacidad institucional de planificación, y gestión en materia de salud pública.

6. Fortalecimiento de la capacidad institucional de regulación, y fiscalización en materia de salud pública.
7. Evaluación y promoción del acceso equitativo a los servicios de salud necesarios.
8. Desarrollo de recursos humanos y capacitación en salud pública.
9. Garantía y mejoramiento de la calidad de los servicios de salud individual y colectiva.
10. Investigación en salud pública.
11. Reducción del impacto de las emergencias y desastres en la salud.

La salud pública va dirigida al control sanitario del medio ambiente en su sentido más amplio, con el control de la contaminación del suelo, agua, aire y de los alimentos y recursos. Además se incluye la seguridad social que detectan factores de riesgo para la población y elaborar programas de salud para la sociedad. Dar alternativas de solución a enfermedades que implican a cualquier población.

Una herramienta fundamental de la salud pública es la promoción sanitaria las cuales son actividades que intentan fomentar la salud de los individuos y colectividades, promoviendo la adopción de estilos de vida saludables, mediante intervenciones de educación sanitaria a través de medios de comunicación de masas, en las escuelas y en atención primaria. Así para toda la comunidad que no tienen los recursos necesarios para la salud. La educación sanitaria debe ser complementada con los cambios necesarios en el medio ambiente y en las condiciones sociales y económicas que permitan a los ciudadanos el ejercicio efectivo de los estilos de vida saludables y la participación en la toma de decisiones que afecten a su salud.

Adicionalmente se deben desarrollar actividades de prevención epidemiopatológica la cual se basa en intervenciones de prevención primaria (vacunaciones), prevención secundaria o detección precoz de enfermedades y de prevención terciaria o de contención y/o rehabilitación de la secuelas dejadas por

el o los daños de las funciones físicas, psíquicas y/o sociales. que debe ser así para todos.

Existen actividades organizadas por la comunidad que influyen sobre la salud pública como son:

1. La educación sanitaria: La enseñanza general básica debe ser gratuita a toda la población.(defensa de la educación publica)
2. Política Microeconómica y Macroeconómica: Producción agrícola y ganadera (de alimentos), de bienes y servicios, de empleo y de salarios.
3. Política de Vivienda Urbana-Rural y Obras Públicas.
4. Justicia Social: De impuestos, de Seguridad Social y de servicios de bienestar y recreativos o de ocio.

Organismos Responsables de la Salud Pública

De acuerdo con el concepto y los objetivos de la salud pública, todos los miembros de la sociedad son responsables de su adopción y promoción y de acuerdo con el nivel de sensibilización que se tenga en una sociedad sobre el tema, depende la consecución de los objetivos de la misma la cual es preservar la salud y la integridad de todas las personas. No obstante, a nivel global, nacional y regional, existen entidades que son las responsables directas de liderar y promover las políticas que garanticen los objetivos de la salud pública estas entidades se detallan a continuación:

Organismos, Entidades e Instituciones Globales

La OMS, instituto internacional centralizado a emprender y desarrollar esfuerzos a nivel mundial sobre salud pública, y quien tiene una mayor organización e infraestructura para la demanda creciente de investigaciones en epidemiología, y

otras ciencias de carácter médico que son mediadores específicos para el buen ejercicio de la salud pública.

La FAO, organismo internacional que conduce las actividades internacionales encaminadas a erradicar el hambre. Brinda sus servicios a países desarrollados, como a países en transición a modernizar y mejorar sus actividades agrícolas, forestales y pesqueras, con el fin de asegurar una buena nutrición para todos.

La UNICEF, o Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, las áreas de acción de UNICEF incluyen el desarrollo de la niñez, de la adolescencia, y la participación en los patrones de vida basándose en la educación. Se centra en atender problemas de salud pública principalmente en zonas de extrema pobreza, en África y otras latitudes del mundo.

La ONU, asociación de gobiernos global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

La UNODC, agencia de las Naciones Unidas que tiene por objetivo asistir a la salud pública por medio de la seguridad pública internacional, luchar contra las drogas y el crimen organizado transnacional. Este objetivo se lleva a cabo a través de tres funciones primarias: investigación, persuasión a los gobiernos para que adopten leyes contra el crimen y las drogas así como los tratados y la asistencia técnica a dichos gobiernos.

La PNUMA, organismo que interviene con la salud pública siendo programa de las Naciones Unidas que coordina las actividades relacionadas con el medio ambiente, asistiendo a los países en la implementación de políticas medioambientales adecuadas así como a fomentar el desarrollo sostenible.

La PNUAH, asiste a la salud pública como agencia de las Naciones Unidas, con sede en Nairobi, con el objetivo de promover ciudades y pueblos social y ecológicamente sostenibles.

La ONUSIDA, es el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (más conocido por el acrónimo ONUSIDA) es un programa de las Naciones Unidas destinado a coordinar las actividades de los distintos organismos especializados de la ONU en su lucha contra el SIDA.

En lo referente al ámbito nacional y regional encontramos las siguientes entidades:

Organismos, Entidades e Instituciones Nacionales

Ministerio de Protección Social

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial

Ministerio de Educación Nacional

Ministerio de Cultura

Ministerio de Defensa Nacional

ICBF

SENA

Organismos, Entidades e Instituciones Regionales y Locales

Secretaria del Interior

Secretaria de Educación Distrital

Secretaria de Participación y Desarrollo Social

Departamento Administrativo de Salud Distrital – Dadis

Distriseguridad

Corvivienda

Establecimiento Público Ambiental – EPA

Cardique

La Salud Pública y las Condiciones de Trabajo

Las condiciones de trabajo⁵ y las continuas modificaciones en el mundo del trabajo (la pérdida el principio de estabilidad y la precarización del empleo, la descentralización empresarial, las nuevas tecnologías, los graves problemas medioambientales, las nuevas formas de organización del trabajo, los nuevos sistemas de organización en la empresa) no se han traducido en una repercusión positiva sobre la situación de las condiciones de trabajo.

Se entiende como condición de trabajo cualquier característica del mismo que puede tener influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud del trabajador, los principales factores se describen a continuación:

- Las características generales de los locales, instalaciones, equipos, productos y demás útiles existentes en el centro de trabajo.
- La naturaleza de los agentes físicos, químicos y biológicos presentes en el ambiente de trabajo y sus correspondientes intensidades, concentraciones o niveles de presencia
- Los procedimientos para la utilización de los agentes citados que influyan en la generación de los riesgos laborales (las posibilidades de sufrir enfermedades o lesiones con motivo u ocasión del trabajo).
- Todas aquellas otras características del trabajo, incluidas las relativas a su organización y ordenación, que influyan en la magnitud de los riesgos a que esté expuesto el trabajador.

En resumen, las condiciones de trabajo afectan a los locales e instalaciones de la empresa, a las materias primas y procedimientos de su utilización, a la maquinaria

⁵Con el trabajo se puede perder la salud, cuando se desarrolla en condiciones que pueden causar accidentes o enfermedades; y también cuando se produce fatiga e insatisfacción, rompiendo el equilibrio mental y social de las personas.

e instrumentos de trabajo y al sistema de organización y ordenación del proceso de producción de bienes o prestación de servicios.

Las condiciones de trabajo van más allá del sueldo y los horarios de trabajo, unas condiciones de trabajo adecuadas facilitan que se haga un buen trabajo y evita la aparición de factores de riesgo.

Prevención de Riesgos Laborales

Se constituye como el conjunto de disposiciones o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de una actividad laboral, con el fin de evitar o disminuir los riesgos profesionales.

Todo elemento (físico. Químico, ambiental) presente en las condiciones de trabajo que por si mismo, o en combinación, puede producir alteraciones negativas en la Salud de los trabajadores recibe el nombre de Factor de Riesgo

Identificar los factores que generan los riesgos para, posteriormente evaluándolos, intentar evitarlos o, si no es posible, disminuirlos, es la primera tarea para mejorar las condiciones de trabajo. Si sabemos que en el almacén del centro de trabajo hay sustancias combustibles no trabajaré en aquella zona con soldadura, fumando o con posibilidad de iniciar un incendio

Podemos agrupar los factores de riesgo en cinco grupos, atendiendo a la procedencia de los mismos

- Los agentes materiales.
- El entorno ambiental.
- La carga del trabajo.
- La organización y ordenación del trabajo.
- Las características personales del trabajador.

b) Los agentes materiales

Los agentes materiales y condiciones de seguridad, que causan la mayoría de los accidentes de trabajo son los siguientes:

- Pasillos y superficies de tránsito.
- Espacios de trabajo. (en su distribución se tiene que asegurar a cada trabajador 2m² de superficie y 10 m³ de espacio.
- Escaleras.
- Máquinas.
- Herramientas manuales.
- Manipulación manual de toda clase de materiales
- Almacenamiento
- Instalación eléctrica
- Aparatos a presión
- Instalación de gases
- Aparatos y equipos de elevación
- Vehículos de transporte
- Posibilidad de incendios
- Sustancias químicas inflamables, explosivas, corrosivas, tóxicas o nocivas.

c) El entorno ambiental

Está constituido por las condiciones medioambientales generadoras de agentes contaminantes, que pueden afectar negativa mente a la salud de los trabajadores, las más significativas son:

- Exposición a contaminantes químicos.
- Exposición a contaminantes biológicos.
- Ventilación industrial.
- Climatización.
- Ruidos.
- Vibraciones.

- Calor y frío.
- Radiaciones
- Iluminación.

c) La Carga de Trabajo

Cualquier actividad laboral exige del trabajador determinadas capacidades físicas y mentales para alcanzar los objetivos establecidos en la planificación de la producción de bienes y servicios⁶. Cuando la carga es excesiva, aparece la fatiga, que es la disminución de la capacidad física y mental de una persona, después de haber realizado un trabajo durante un período determinado. Esta fatiga puede ser física y/o mental.

- La fatiga física está determinada por los esfuerzos físicos, las posturas de trabajo inadecuadas, los movimientos y la manipulación de cargas realizadas de forma incorrecta.
- La fatiga mental o nerviosa obedece a una exigencia excesiva de la capacidad de atención, análisis y control del trabajador, por la cantidad de información que recibe y a la que, tras analizarla e interpretarla, debe dar respuesta. Determinadas tareas administrativas, de control y supervisión, de regulación de procesos automáticos, de introducción de datos en máquinas, la conducción de vehículos..., son causantes de sobrecarga mental, que se traduce en estrés laboral.

d) La organización y ordenación del trabajo

Los contenidos del trabajo o tarea y su organización y ordenación influyen en la

⁶El INSHT (Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo) define la carga de trabajo como el conjunto de requerimientos psicofísicos a los que se ve sometido el trabajador a lo largo de su jornada laboral.

salud del trabajador en la medida que se refieren a la aplicación de sus conocimientos y capacidades y responden a sus expectativas. Los factores más significativos son:

- La valoración que tiene el trabajador de su tarea dentro de todo el proceso productivo.
- El ritmo de trabajo
- La ordenación del tiempo de trabajo: jornada, horarios, descansos, régimen de turnos.
- El estilo de mando y las relaciones jerárquicas.
- Las posibilidades de participar en la elección del método, la determinación del ritmo, la distribución del tiempo de trabajo, y el control del trabajo efectuado.
- La automatización del trabajo, con la consiguiente reducción de la intervención humana a funciones de supervisión y control.
- Las posibilidades de comunicación y de relación en el trabajo.
- La definición de roles, con el objeto de conocer las atribuciones y funciones propias y de los demás, para evitar conflictos.
- La incertidumbre sobre la estabilidad en el empleo.

e) Las características personales del trabajador

La capacidad de reacción ante unas condiciones de trabajo es diferente en cada persona. El estado de salud, carácter, edad, formación, experiencia, expectativas, entorno sociocultural y familiar... determinan la adaptabilidad y tolerancia de cada persona frente a las condiciones de trabajo. Por ello es necesario tener en cuenta las características individuales para planificar la prevención de riesgos.

- En entornos de pleno empleo el debate gira en torno al trabajar menos para vivir más, reducción de jornadas y el desacelerar, bajar la marcha (Downshifting).

- Riesgos Laborales: Se pueden definir como la posibilidad de que un trabajador sufra un determinado daño derivado del trabajo. La gravedad del riesgo se valora en función de la probabilidad de que se produzca el daño y la severidad del mismo. Se entiende por riesgo laboral grave e inminente, al riesgo que es posible que se produzca en un futuro cercano y suponga un daño grave para el trabajador.

Lista de posibles riesgos laborales

- Caídas de personas a distinto nivel
- Caídas de personas a mismo nivel
- Caídas de objetos por desplome o derrumbamiento
- Caídas de objetos en manipulación
- Caídas de objetos desprendidos
- Pisadas sobre objetos
- Choques contra objetos inmóviles
- Choques contra objetos móviles
- Golpes por objetos o herramientas
- Proyección de fragmentos o partículas
- Atrapamiento por o entre objetos
- Atrapamiento por vuelco e máquinas, tractores o vehículos
- Sobreesfuerzos
- Exposición a temperaturas ambientales extremas
- Contactos térmicos
- Exposición a contactos eléctricos
- Exposición a sustancias nocivas
- Contactos sustancias causticas y/o corrosivas
- Exposición a radiaciones
- Explosiones
- Incendios

- Accidentes causados por seres vivos
- Atropellos o golpes con vehículos
- Enfermedad profesional producida por factores químicos
- Enfermedad profesional producida por factores biológicos
- Enfermedad profesional producida por factores físicos
- Enfermedad sistemática
- Trastornos psicológicos

.4.1.2 Salud Pública y Comunicación Social⁷

Las entidades y funcionarios encargados de realizar la promoción en salud, no han recibido formación para la gigantesca tarea de movilización hacia la participación democrática en la lucha por el desarrollo. Por ello, deben asociar sus capacidades y esfuerzos a los de especialistas en comunicación, educación e información y estos tendrán que empeñarse a fondo y sin demora en familiarizarse con la naturaleza del sector para poder servirlo bien. Es una alianza lógica y loable

Numerosos estudios demostraron, a fines de los 50, que existe una correlación estrecha entre la comunicación social y el desarrollo nacional, entendido como la transición de la sociedad tradicional a la moderna, sobre las bases del crecimiento económico y el avance material de un país.

A partir de esa comprobación, se planteó la idea de que el papel de la comunicación, como agente propiciador de desarrollo, podía ser robustecido para ayudar a los países rezagados a alcanzar el pleno desarrollo. De ahí nació la teorización sobre el fenómeno de la "comunicación para el desarrollo", como proceso de intervención para el cambio social y como una nueva especialidad en el campo de la comunicación social, entendida como actividad profesional.

⁷ . Fundamento Teórico Establecido en: BETRAN, Luis Ramiro "Salud pública y comunicación social. Tomado de: Chasqui, vol.51

4.1.2.1. Origen de la comunicación para el desarrollo. Como proceso social y disciplina profesional se originó en los Estados Unidos, al término de la Segunda Guerra Mundial, y comenzó a practicarse en Latinoamérica a partir del último tercio de la década de 1940. La contienda mundial obligó a aquel país a desarrollar técnicas de comunicación, tanto para contrarrestar la propaganda enemiga como para capacitar a reemplazantes de los soldados en el desempeño de puestos de agricultura, industria y servicios civiles.

Luego, ese aprendizaje fue transferido a otras partes del mundo. En América Latina, Estados Unidos instituyó servicios cooperativos con varios gobiernos para programas de desarrollo en agricultura, salud y educación; estos crearon los primeros órganos de comunicación para educación no formal y técnica en la región, o sea, las primeras unidades de comunicación para el desarrollo

Más tarde se establecieron centros de producción audiovisual y programas de capacitación para comunicadores al servicio del desarrollo, además de ofrecer becas de perfeccionamiento en su propio terreno.

Así, surgieron paralelamente tres subdisciplinas: Información de extensión agrícola, Educación audiovisual y **Educación Sanitaria**.

Sustentados por USAID, UNESCO, FAO y UNICE ; programas de las dos primeras se difundieron crecientemente en los años 50, alcanzaron su auge en los 60, fueron declinando en los 70, hasta desaparecer casi del todo en los 80.

4.1.2.2. Comunicación para la salud. La Educación sanitaria, por lo menos en Latinoamérica, no alcanzó avances significativos, pero logró en unos cuantos países, establecerse como una especialización de la carrera de pedagogía e institucionalizarse en algunos de los ministerios de salud. Sin embargo, a pesar de

ser apuntalada por la OMS, esta subdisciplina pareció irse debilitando, desde los 70, debido en parte a su confinamiento a ambientes intramurales.

A principios de los 80, la Educación sanitaria comenzó a ser superada por una nueva subdisciplina similar que cobró importancia en la presente década. Ella es la Comunicación para la salud que muestra por lo menos tres ventajas principales sobre su predecesora:

El mayor y mejor empleo de medios masivos, sin desmedro de los interpersonales.

La tendencia a someter la producción de mensajes a un régimen de continua y rigurosa programación que va desde la investigación del público hasta la evaluación de los efectos de los mensajes en la conducta de este.

La facilidad de acceder a formatos participatorios derivados de la praxis ganada por décadas, en Latinoamérica, en cuanto a la comunicación dialógica y democratizante.

4.1.2.3. Mecanismo de intervención

En un sentido general, la comunicación para la salud consiste en la aplicación planificada y sistemática de medios de comunicación al logro de comportamientos activos de la comunidad, compatible con las aspiraciones expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública.

Vista como proceso social, es un mecanismo de intervención para generar, a escala multitudinaria, influencia social que proporcione conocimientos, forje actitudes y provoque prácticas favorables al cuidado de la salud pública. Como ejercicio profesional, la comunicación para la salud es el empleo sistemático de medios de comunicación individuales, de grupo, masivo y mixto, así como tradicionales y modernos, como herramientas de apoyo al logro de

comportamientos colectivos funcionales al cumplimiento de los objetivos de los programas de salud pública.

Esos objetivos para la acción son enunciados en instrumentos básicos de programación institucional. Ellos son: las políticas, las estrategias y los planes que buscan normar el desempeño de los organismos públicos y privados y, por su intermedio, lograr que la población adopte conductas propicias al cuidado eficaz de su salud. Es evidente, por tanto, que para poder servir instrumentalmente a esos objetivos de salud, el comunicador tiene que familiarizarse con las políticas, las estrategias y los planes de salud pública a que se suscribe la entidad en la que él trabaja.

Políticas de salud

Una política nacional de salud es un conjunto de principios, normas y aspiraciones institucionales sobre el comportamiento de la población, en materia del cuidado de la salud pública.

La promoción: una innovación revolucionaria

La posibilidad de aplicar estas políticas depende, en grado significativo, de la capacidad de los países en materia de comunicación para la salud. Esto es particularmente cierto en el caso de la política de promoción porque ella plantea un complejo cuadro de profundos cambios de comportamiento, tanto del público al que deben llegar los servicios, cuanto de los propios proveedores de estos. Las raíces de la actual política de promoción de la salud se remontan a la primera mitad de la década de 1940. En Estados Unidos, el doctor Henry Sigerist planteó la precursora idea de que, más que depender de la medicina, la salud del pueblo está cifrada en: condiciones decorosas de vida y de trabajo, educación libre y medios adecuados de reposo y recreación.

A la tarea de lograr el acceso de toda la gente a estos tres beneficios básicos, Sigerist llamó "promoción de la salud" y la consideró la misión primordial de la medicina. Por tanto, reconoció a la política de prevención (que implica la educación de la gente para que cuide su salud) el segundo lugar de importancia y situó a la política de curación en el último lugar pues, en su criterio, solo debía aplicarse en el caso de fallar la política de prevención.

Esta filosofía proponía lo contrario de lo que hasta entonces se entendía por salud: la ausencia de enfermedad (la cual era percibido como un problema de orígenes puramente físico-biológicos) y la responsabilidad era solo de los profesionales en medicina y sus auxiliares técnicos, en relación únicamente individual con los enfermos, a quienes se llamaría "pacientes" y de quienes los médicos esperaban solo pasiva obediencia.

Ya en 1947, la OMS pareció recoger el espíritu innovador, arriba anotado, al formular esta definición: "La salud es un bienestar físico, mental y social y no simplemente la ausencia de dolencias o enfermedades. Pero con pocas y modestas excepciones, hasta la fecha esa tendencia parece más tolerada que propiciada.

Anclada en el hábito de muchos años y en la conveniencia mercantil, la política curativa sigue prevaleciendo. La formación profesional médica, la orientación de los funcionarios del sector salud, la asignación de recursos y los programas de servicio siguen obedeciendo a esa mentalidad tradicional. Y ello se refleja en los gastos. En Estados Unidos, por ejemplo, del gasto anual de 300 mil millones de dólares se aplicaba a lo curativo el 98%, hasta hace diez años.

Concepciones innovadoras

Fue en la propia Norteamérica, sin embargo, donde surgieron planteamientos en favor de la prevención que contribuirían y forjarían la Política de promoción como se la conoce hoy.

En 1974, se publicó en Canadá el *Informe Lalonde* que trazó una nueva perspectiva sobre la salud pública en ese país. Abandonando la noción de la medicina como única fuente de protección de la salud, el estudio propuso en su reemplazo al concepto más amplio de "campo de salud" integrado por la biología humana, el medio ambiente, el estilo de vida y la atención médica. Recomendó la promoción de la salud, especialmente por medio de la educación y la recreación.

En 1979, se publicó en Estados Unidos el informe del Director General de Salud sobre la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad. Este documento trasuntó la desusada posición que adoptara, a partir de entonces, el gobierno de ese país en favor de la promoción de la salud, definida principalmente en términos de cambios en los estilos de vida, prevención de enfermedades y protección contra amenazas del medio ambiente.

Pocos años después, este tipo de planteamientos serían albergados también por organismos internacionales. En 1986, se firmó la Carta de Ottawa, mediante la cual se adoptó la política de promoción de la salud que fue descrita en ese año por el Ministro de Salud y Bienestar del Canadá, Jake Epp, en estos términos: "La promoción de la salud implica un compromiso para lidiar con los retos de reducir inequidades, ampliar el alcance de la prevención y ayudar a la gente a enfrentarse a sus circunstancias".

El Director General de la OMS, el Dr. H. Nakajima, corroborando el espíritu de la declaración de Ottawa, sostuvo públicamente, en 1988, la convicción de que "...la salud es el producto de la acción social y no un mero resultado de la atención

médica. Por eso, la política de promoción de la salud demanda el apoyo de la comunicación social para ser aplicada. Y es que, sin recurrir a la comunicación, no pueden lograrse esos cambios.

En 1991, la OPS estableció un programa regional de promoción de la salud para fomentar estilos de vida saludables, estimulando la participación social en el manejo de los programas de salud pública y dando énfasis en estos a la orientación preventiva. Consciente de la importancia instrumental de la comunicación para alcanzar tal propósito, la OPS se propuso también ayudar a fortalecer la capacidad comunicativa de aquellos programas

4.2. MARCO CONCEPTUAL

Las enfermedades profesionales: la ley general de la Seguridad Social define la enfermedad profesional como la enfermedad contraída a consecuencia del trabajo ejecutado por cuenta ajena en las actividades que se especifican en el cuadro legal del Decreto 1995/78 de 12 de Mayo (que se ha ido ampliando con la aparición de nuevas enfermedades profesionales p.e. el síndrome Ardstil) y que esté provocada por la acción de los elementos o sustancias que en dicho cuadro se indiquen para cada enfermedad profesional.

Los accidentes de trabajo: la ley general de la seguridad social define como accidente de trabajo a toda lesión corporal que el trabajador sufra con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecute por cuenta ajena, incluyendo los que se producen en el trayecto habitual entre el domicilio del trabajador y el centro de trabajo y viceversa.

Accidente: Desde el punto de vista técnico, el accidente de trabajo es todo suceso anormal, no querido ni deseado, que se presenta de forma brusca e inesperada, interrumpiendo la normal continuidad del trabajo, y que puede causar

lesiones a las personas y daños a las cosas. Todos los accidentes son consecuencia de situaciones peligrosas que provienen de las condiciones de trabajo y/o actos inseguros derivados de la conducta humana.

Salubridad: El concepto de Salubridad se refiere al estado de la Salud Pública.

Salud Pública: se define como una ciencia de objeto multidisciplinario y sin lugar a dudas el objeto primordial y pilar central para garantizar el desarrollo integral de una sociedad, ya que es una actividad eminentemente social, cuyo objetivo es ejercer y mantener la salud de la población, así como de control o erradicación de la enfermedad. La organización mundial de la Salud (O.M.S.) la define como el estado completo de bienestar físico, psíquico y social de un grupo social y no sólo la ausencia de afecciones y enfermedades⁸.

Sensibilización: Aumento de la capacidad de sentir o experimentar sensaciones. Concienciación e influencia sobre una persona para que recapacite y perciba el valor o la importancia de algo.

Persuasión: Capacidad de convencer a un individuo o un grupo social.

Comunicación Persuasiva: es la intención consciente de un individuo por cambiar la conducta de otro individuo o grupo de estos mediante el uso de algún mensaje. Se considera también como la intención consciente de modificar el pensamiento y la acción, manipulando los móviles de los hombres hacia fines predeterminados.

Comunicación de Desarrollo: es el uso de los medios masivos para crear en el público una atmósfera favorable al cambio de comportamiento, que se considera indispensable para que las sociedades tradicionales y atrasadas se conviertan en

⁸ Concepto extraído de la Organización Mundial de la Salud - OMS, ver www.who.int/es/

modernas y adelantadas, por medio de la innovación tecnológica y del crecimiento económico.

Comunicación en Apoyo al Desarrollo: es el empleo planificado y organizado de medios masivos, interpersonales y mixtos como instrumentos claves para el logro de las metas de programas y proyectos institucionales en favor del desarrollo nacional.

Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático: es la expansión del acceso del pueblo al proceso de comunicación y su participación equitativa en este, no solo como receptor de mensajes, sino también como emisor de ellos por medios masivos y de grupo, y con el fin de lograr, además de la prosperidad material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

Política: Es un conjunto de principios, normas y aspiraciones, es un mandato, es raigal, es doctrinaria, traza objetivos generales, amplios y de largo aliento, tiende a ser más profunda que amplia, se expresa en enunciados cortos, se enuncia por medio de un discurso, una declaración, un acuerdo o una ley.

Plan: Es un conjunto de prescripciones para regir operaciones, es un aparato, es ejecutivo, estipula en detalle metas y métodos, tiende a ser tan profundo como amplio, se expresa en enunciados extensos, se enuncia como documento técnico, administrativo y financiero.

Estrategia: Es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos, es un diseño, es tronca, es metodologías plantea procedimientos específicos, tiende a ser más amplia que profunda, se expresa en enunciados de mediana longitud, Se enuncia por manifestación introductoria al plan o mediante un decreto o resolución institucional.

Comunicación para la salud: La comunicación para la salud se define como "la modificación del comportamiento humano y los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos del daño", o como "un proceso de presentar y evaluar información educativa persuasiva, interesante y atractiva que dé por resultado comportamientos individuales y sociales sanos". Los elementos claves de un programa de comunicación para la salud son el uso de la teoría de la persuasión, la investigación y segmentación de la audiencia, y un proceso sistemático de desarrollo de programas.

Comunicación organizacional: abarca los procedimientos internos de comunicación de una organización para asegurar que su misión, metas, objetivos, prioridades programáticas y estrategias sean entendidos y promovidos por los miembros del personal a todos los niveles y luego transmitidos a la comunidad y a los pacientes. Las buenas estrategias de comunicación en las organizaciones también facilitan las comunicaciones entre los gobiernos para beneficio de la cooperación técnica entre países.

5. METODOLOGIA

La presente investigación es de tipo cualitativa y de carácter descriptiva – explicativa, ya que a través de esta se realizará una descripción de la problemática de salubridad en el mercado de Bazurto y se realizará una explicación de causa – efecto del problema y sus posibles soluciones desde la óptica de los actores involucrados.

5.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.

Para la realización de este estudio se ha identificado como actores claves y como población objeto de estudio los diferentes grupos sociales que convergen en el Mercado de Bazurto. La segmentación de estos grupos se describe a continuación:

- Comerciantes Formales
 - Distribuidores
 - Mayorista
 - Minoristas

- Vendedores Informales
 - Estacionarios
 - Ambulantes
- Usuarios – Clientes
- Proveedores
- Pasajeros
- Comunidades Aledañas

De igual forma se analizará la percepción de la problemática desde la óptica de las autoridades correspondiente entre las que se destacan:

- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias
- Epa
- Dadis
- Espacio Publico
- Secretaria de Planeación Distrital
- Secretaria del Interior
- Secretaria de Infraestructura
- Transcaribe
- Administración del Mercado

5.2. DISEÑO DE MUESTREO

Dada las características del estudio y el de la población objetivo, se ha seleccionado un método de muestreo no probalístico por conveniencia. En consecuencia no aplica utilizar alguna fórmula para la determinación del tamaño muestral.

5.3. MECANISMOS DE RECOLECCIÓN

La información requerida para el presente estudio será obtenida por medio de un reportaje donde a través de entrevistas exhaustivas se determina la percepción de los actores involucrados así:

Fuentes Primarias: Comerciantes formales, vendedores informales (estacionarios y ambulantes), transportadores, usuarios – clientes, proveedores, pasajeros, comunidades aledañas. De igual forma se realizará una galería de fotos que muestre de primera mano la problemática.

Fuentes secundarias: Estudios y proyectos realizados por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Epa, Dadis, Espacio Publico, Secretaria de Planeación Distrital, Secretaria del Interior, Secretaria de Infraestructura, Transcribe, Administración del Mercado, de igual forma se analizarán trabajos de investigación de diferentes universidades y otros centros de formación.

5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Consecuentemente con la línea y el tipo de investigación, se utilizarán técnicas cualitativas de recolección de impresiones tales como entrevistas a involucrados y de expertos a través de un Reportaje y grupos de enfoque⁹. Las características de esta técnica cualitativas son las siguientes:

- Se utilizan muestras pequeñas de conveniencia o por grupos
- La información que se busca se relaciona con las motivaciones, las creencias, los sentimientos y las actitudes de los entrevistados.
- Se utiliza un enfoque intuitivo y subjetivo en la recolección de las impresiones
- El formato de recolección es de respuesta abierta.
- El enfoque no pretende suministrar datos estadísticos o científicos exactos.

De igual forma se desarrollará un reportaje gráfico, en donde a través de una galería de fotos ilustrativas se mostrará la problemática.

Adicionalmente se realizará una investigación de escritorio donde se revisará y analizarán estudios sobre la problemática desarrollados por las fuentes secundarias.

⁹KINNEAR Thomas, TAYLOR James. Investigación de mercados. Editorial McGraw Hill. Bogotá 1998. P 300

ENTREVISTAS TESTIMONIALES:

Actores Involucrados	No. de Entrevista
Comerciantes Formales	6
Gerente de Almacenes	2
Mayorista	2
Minoristas	2
Vendedores Informales	4
- Estacionarios	2
- Ambulantes	2
Transportadores	2
- Transporte Urbano	1
- Transporte de Mercancía	1
Usuarios – Clientes	2
Proveedores	1
Pasajeros	2
Comunidades Aledañas	2
Administración del Mercado	1
Representante de las Asociaciones	1
Total Entrevistado	21

TOMAS DE APOYO

- Conductas inadecuadas de los actores
- Venta y Manipulación de Alimentos y Bebidas
- Cuerpo de Aguas Estancado
- Basuras
- Hacinamiento y conglomeración

- Trancones
- Comunidades circundantes afectadas
- Infraestructura en mal estado
- Plagas
- Actividades de prostitución, Mendicidad.
- Factores de Riesgos
- Malas prácticas laborales
- Contaminación del Aire, Suelo y Cuerpo de Aguas
- Problemas de Inseguridad
- Otros Factores Identificados

5.5. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

5.5.1. Presupuesto

INGRESOS	VALOR	EGRESOS	VALOR
Recursos propios	9.350.000	Gastos de Personal	4.000.000
		Gastos Administrativos	2.000.000
		Gastos de Transportes	1.000.000
		Alquiler de Equipos y Herramientas	500.000
		Edición Reportaje	600.000
		Impresión Informe y material grafico	400.000
		Contingencia	850.000
Total ingresos	9.350.000	Total egresos	9.350.000

5.5.2 Cronograma

TIEMPO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
ACTIVIDAD						
Estudios Previos						
Elaboración de Propuesta						
Aprobación de Propuesta						
Investigación Secundaria						
Preproducción Reportaje						
Desarrollo del Reportaje						
Entrevista a los Actores involucrados						
Entrevista a las Autoridades						
Entrevista a Experto						
Tomas de imágenes de apoyo						
Edición del Reportaje						
Análisis y procesamiento de Información						
Elaboración de Informe Final						
Sustentación Informe						

6. MERCADO DE BAZURTO, CONTEXTO HISTORICO Y CONDCIONES ACTUALES

Uno de los temas más controvertido y de mayor debate en la ciudad es la problemática actual del mercado de Bazurto, cuyos orígenes data desde la misma concepción de su traslado y de su ubicación en un punto neurálgico de la ciudad de Cartagena hasta sus condiciones actuales en donde se evidencia la mala planificación urbana, el descontrol en el espacio público, el taponamiento de la ciudad, el hacinamiento y todos los problemas de salubridad que han existidos por muchos años. Lo que conocemos hoy como mercado de Bazurto se enmarca en muchos hechos históricos de la ciudad de Cartagena de indias que le han dado la connotación que hoy posee.

La plaza de mercado de la ciudad: Bazurto, reúne de manera formal e informal todo el comercio agropecuario de la región, y además recibe productos cultivados y procesados desde el interior del país, este mercado es una fuente de gran importancia para la comercialización y el consumo masivo de todo tipo de alimentos.

La historia del mercado de Bazurto empieza desde la implementación de esta plaza de mercado en lo que hoy conocemos como Getsemaní, ubicado en la zona céntrica de Cartagena, en donde se construyo hace aproximadamente dos tres décadas el centro de convenciones que hoy conocemos, esta plaza de mercado comenzó dando soluciones a las muchas familias que deseaban ofrecer los productos que cultivaban y de esta forma generar ganancias que le permitieran su manutención.

A causa de solucionar la contaminación y la inseguridad que estaban viviendo los habitantes del barrio Getsemaní por la cercanía del mercado se empezaron a

implementar estudios acerca de un posible traslado de esta plaza de mercado hacia otros sitio de la ciudad, es esos momentos la proyección fue llevada a cabo por el arquitecto Gastón Lemaitre a eso del año 1977, se realizo unas proyecciones en las cuales se realizarían unas edificaciones que le diera la solución de higiene, salubridad y seguridad a la zona de Getsemaní, pero este análisis careció de una visión más real, más concreta acerca del crecimiento que venía sufriendo la ciudad de Cartagena, por lo que unos veinte (20) años más tarde nuevamente los mismos problemas salían a flote. Esta estrategia de realizar unas colmenas en las cuales los comerciantes pudieran ejercer su labor en la zona que hoy se conoce como Mercado de Bazurto no dio solución alguna, dado que hoy los males de los cuales tanto huían en la ciudad se están viviendo en los sectores aledaños al Mercado de Bazurto, y lo que inicialmente se construyo como desarrollo comercial en la ciudad nunca ha llegado a ser lo que todos esperaban.

De esta forma el nuevo Mercado, lo que conocemos en este instante como mercado de Bazurto, fue la resultante de la necesidad que había de darle una mejor organización al sistema de comercialización de la ciudad, este Mercado fue concebido según criterios y políticas trazadas por las Empresas Publicas Municipales de Cartagena, de acuerdo al plan de reestructuración de la ciudad, el cual debía tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Separación de las funciones mayoristas y minoristas del comercio.
- Descentralización de los mercados minoristas, distribuidos en cada sector urbano, en unos niveles que garanticen una línea completa de abastecimiento.
- Tratar a los mercados como núcleos generadores de subcentros urbanos, en que se desarrollaban usos comerciales e institucionales.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos e ejecuto un plan de infraestructura que permitiera la puesta en marcha del Mercado de Bazurto, con las siguientes características:

- Urbanización comercial con todos los servicios públicos, principalmente con unas buenas redes de alcantarillado y saneamiento, acueducto, energía, drenajes fluviales, con la pavimentación de las zonas de acceso vehicular y peatonal, zonas verdes y plazoletas.
- Una calzada adicional de servicio exclusivo en la Avenida Pedro de Heredia, construida a lo largo del área del Mercado.
- Una vía marginal a la ciénaga de las quintas, evitando su contaminación.
- Una buena y amplia zona de parqueo.
- Una zona para vendedores ambulantes.
- Construir locales comerciales fuera del Mercado para otro tipo de vendedores.

El traslado definitivo de la antigua plaza de Getsemaní hacia la nueva plaza de Mercado de Bazurto se dio después de varias fechas tentativas un 28 de enero del año 1978, aun sin este haberse terminado, registrándose muchas fallas de funcionamiento y adecuación, con vías de acceso en mal estado, insuficiencia de canales de drenaje, alcantarillado y una carencia enorme de locales comerciales destinados a droguerías, chatarrerías, zapaterías, entre otras¹⁰.

La nueva problemática que traía consigo este traslado consistía en primera instancia que los comerciantes del Getsemaní se negaban a ser trasladados, generándose así situaciones de conflictos entre la administración y estos, los pocos comerciantes que decidieron realizar el traslado hacia el nuevo Mercado de Bazurto no quería utilizar los locales destinados para sus labores de comercio, más bien decidieron colocar sus ventas en lugares más visibles a concepto de estos, aludiendo a que sus productos no se vendería si se quedaban en sus colmenas, es de esta forma como se empezó el problema de la invasión al espacio público.

¹⁰ ÁVILA D., Freddy. Bazurto "Un Arroz Con Mango". Revista Noventaynueve.

La situación descrita anteriormente se prolongo por mucho tiempo, lo cual fue aprovechada por comerciantes foráneos en la ciudad, los cuales decidieron ubicarse en las colmenas o locales comerciales y desplazando paulatinamente a los vendedores nativos de la ciudad, quedándose estos solo con las ventas informales de pescado y otros productos. La nueva plaza de Mercado trajo consigo toda la problemática que se había generado en la zona céntrica de la ciudad en el viejo Mercado de Getsemaní, problemas de higiene, salubridad, prostitución, inseguridad, entre otras. Solo hasta finales de la década de los ochenta, empezaron las preocupaciones por la ubicación de la nueva plaza de Mercado; a finales de esta década se pudo abolir la zona de prostitución de Bazurto conocida como “El Salibón”, ubicada a sus afueras y colindando con el barrio Martínez Martelo.

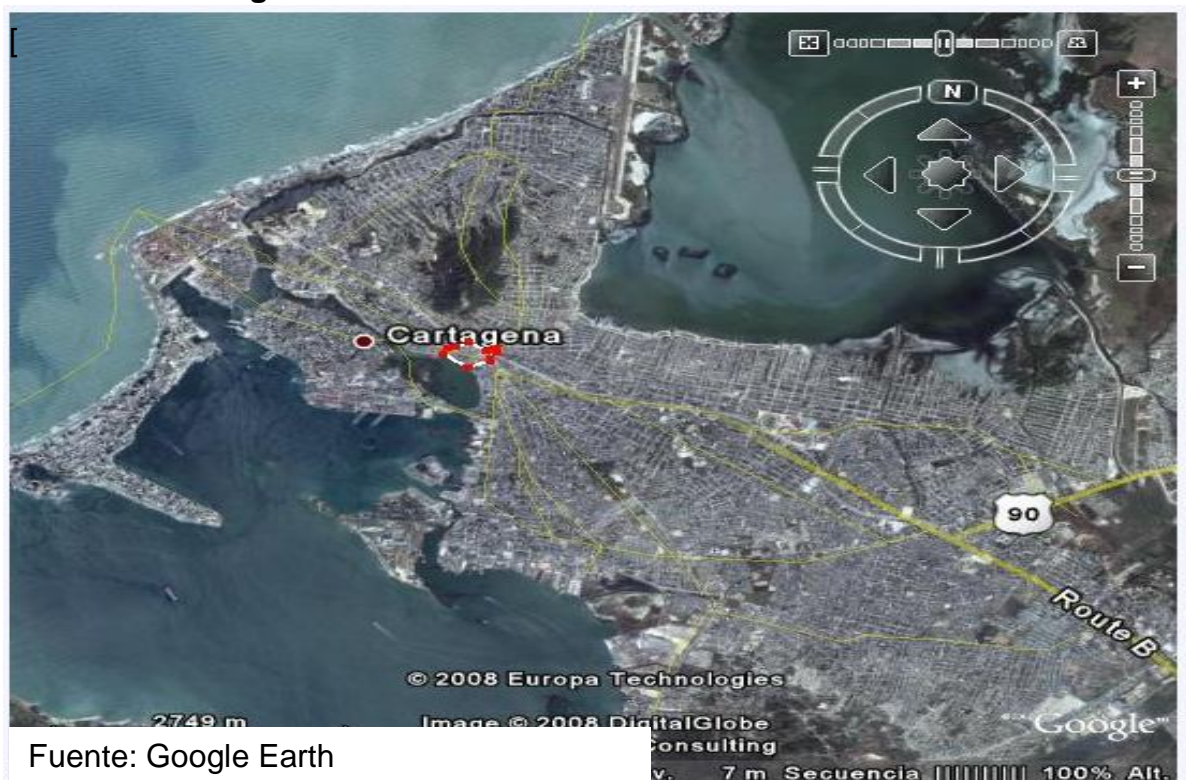
El Mercado de Bazurto se construyo con el fin de ser uno de los 5 mercados sectoriales de la ciudad de Cartagena; por lo cual fue construido con capacidad suficiente para alojar a los antiguos comerciantes de la plaza de Getsemaní, pero debido a la poca planificación, este se ha convertido además de sectorial en una central de abastos de mayoristas, de distribución minorita y de vendedores ambulantes.

Cabe anotar que otro aspecto que influyo en el crecimiento descontrolado y desorganizado de Bazurto fue la falta de la construcción de la central de abastos, la cual debía ser construida en el reten de doña manuela o en el sector de Ceballos. Fue así como el crecimiento acelerado de la ciudad y de los pueblos de la zona norte de bolívar, fueron recayendo poco a poco en el “Mercado sectorial de Bazurto”; convirtiéndose de esta forma en el problema urbanístico, financiero, administrativo, social y ambiental que es hoy para la ciudad de Cartagena.

Características Actuales del Mercado de Bazurto

El Mercado de Bazurto se encuentra ubicado en una zona donde se crea un “cuello de botella” dado que por un lado tiene la bahía y por el otro la ciénaga de las quintas (ver Imagen 1), por lo que ese solo hecho es causante de los muchos problemas que actualmente este posee. Un hecho que cabe la pena resaltar es que por el Mercado de Bazurto deben pasar por lo menos el 60% de las rutas de transporte urbano, lo cual hace ineficaz y congestionado el sistema de transporte de la ciudad.

Imagen 1. Georeferenciación del Mercado de Bazurto



El Mercado de Bazurto fue creado para albergar a los dos mil (2.000) comerciantes que se encontraban en la plaza de Getsemaní, hoy por hoy el Mercado se encuentra sobre utilizado en más de un 400% sobre su capacidad instalada, ya que son más de ocho mil (8.000) los comerciantes que se ubican en

este centro de comercialización¹¹. En este escenario podemos observar la falta de control por los entes territoriales o la falta de una decisión política de solucionar estos problemas.

En este mercado interactúan los miles de compradores y miles de vendedores que hacen de esta actividad su sustento diario, cabe anotar que no solo ofertan sus productos las personas nativas de la ciudad, sino que son las personas de toda la zona norte de Bolívar y muchos comerciantes que han venido desde el interior del país a ofrecer sus productos.

Los principales productos que se comercializan en este centro se relacionan a continuación¹²:

- Frutas
- Legumbres
- Verduras
- Pescados
- Carnes
- Huevos
- Aves
- Quesos
- Víveres
- Plátanos
- Tubérculos y Granos

Este comercio se caracteriza porque es tanto a nivel mayorista como a nivel del comercio detallado, por lo cual se genera un caos en el interior del Mercado en el afán de vender lo mayor posible.

¹¹ ÁVILA D., Freddy. Bazurto "Un Arroz Con Mango". Revista Noventa y Nueve.

¹² VEGA C, Margarita R. Uso del Espacio en el Mercado de Bazurto e Impacto Sobre la Ciénaga de las Quintas. Tesis (1999) universidad de Cartagena.

Los productos que se comercian en el Mercado se distribuyen en varios pabellones que facilitan al consumidor encontrar con mayor rapidez sus productos, algunos de estos son:

- Pabellón de carnes, pescados y quesos. Aquí tenemos las ventas de más alto riesgo de contaminación; ya que el expendio de estos productos no presenta las condiciones adecuadas para la manipulación y venta de estos productos.
- Pabellón de verduras y frutas: en este pabellón se presentan todo lo relacionado con la venta y manipulación de verduras, legumbres, frutas y hortalizas, es de resaltar que existe una sobrepoblación en cuanto a su funcionamiento, lo que ocasiona que en algunos casos las verduras y estos productos sean arrojados al piso, el cual no posee las mayores condiciones de salubridad e higiene.
- Pabellón de descargue de mercancías: las vías de acceso a esta zona son muy precarias, lo cual hace imposible que se utilicen adecuadamente para su objeto, es por ello que las operaciones de descargue se realizan alrededor del Mercado y no donde se deben realizar.
- Pabellón de servicios sanitarios: en toda la zona del Mercado de Bazurto existen 8 baños los cuales se encuentran subutilizados, solo 2 de estos presentan unas condiciones un poco optimas para la utilización del público, los cuales tienen una tarifa de \$200.00.

De acuerdo a las características propias del Mercado, el principal problema que este presenta debido a la poca cultura ciudadana de todos los agentes del Mercado de Bazurto consiste en la falta de higiene a causa de la acumulación excesiva de basuras en descomposición, las cuales generan malos olores, incrementos de insectos y roedores, arrojando como consecuencia una propensión alta a adquirir enfermedades infecciosas por parte de los usuarios y comerciantes, a través de de la contaminación de los alimentos que allí se

distribuyen¹³. Todo lo anterior contribuye a que el Mercado de Bazurto sea considerado un foco de contaminación de la ciudad de Cartagena, por falta de un mayor centro de acopio para el depósito de estas basuras y residuos.

Además de lo anteriormente descrito la falta de un mantenimiento permanente al sistema de alcantarillado y que existen partes en las cuales no existen rejillas que impidan el paso de residuos sólidos a la alcantarilla ocasionan tupaciones, lo cual genera que en la mayoría de los tubos de drenajes o de desagüe estén obstruidos, lo que origina el estancamiento de las aguas negras, aguas servidas y aguas sanguinolentas que facilitan la mala higiene y salubridad del Mercado.

Características y Comportamiento de los Comerciantes del Mercado de Bazurto.

Todos los comerciantes del Mercado de Bazurto, tanto mayoristas como minoristas no cuentan actualmente con una buena organización por lo cual se vislumbra un estado degradante del mismo, existen tantas organizaciones que lo único que han conseguido es una total desorganización, en donde no existen jerarquías y conviven en la “ley de la selva” donde los más fuertes hacen lo que deseen y se ve una completa anarquía lo que hace que los problemas que se presentan el Mercado sean aun mayores¹⁴.

A simple vista se ve que solo priman los intereses personales más que los intereses comunes en relación al Mercado. Es así como día tras día se ven colmenas con ventas que se alejan enormemente del objetivo principal, que es comerciar productos agropecuarios, y en vez de ello las ventas de licores y cervezas es creciente.

¹³ MORENO, Giovanni; SALCEDO, Alex. Auditoría Ambiental al Mercado de Bazurto de Cartagena de Indias. Tesis (2002) Universidad de Cartagena.

¹⁴ VEGA C, Margarita R. Uso del Espacio en el Mercado de Bazurto e Impacto Sobre la Ciénaga de las Quintas. Tesis (1999) universidad de Cartagena.

El desorden es tan abrumador que se puede ofrecer y comprar carne en cualquier pasillo, sin ningún control de higiene o calidad en su manipulación y de igual forma se dan estos descontroles con las verduras, frutas, pescados, y demás alimentos que se comercian, ya que no existen controles reales de las autoridades a problemas como las ventas estacionarias que aparecen como por “arte de magia”, las cuales no cumplen siquiera con las condiciones mínimas de higiene.

En la actualidad los departamentos de medio ambiente no cuentan con programas claves que permitan una disminución considerable de los problemas en los cuales se encuentra inmerso el mayor centro de comercio de la ciudad. De esta forma los funcionarios de estos centros de orientación y control dicen que hacen lo necesario en cuanto a capacitación sobre la manipulación, organización y concientización de los agentes del Mercado, pero los comerciantes se niegan a asistir porque la percepción que tienen de estos eventos es “perder dinero”, por lo que los deseos que se tienen de generar cultura ciudadana entre los principales actores del Mercado queda totalmente nula.

7. DIAGNOSTICO DE LA SALUBRIDAD DEL MERCADO DE BAZURTO DESDE LA ÓPTICA DE LOS ACTORES

El mercado de Bazurto, la principal central de abastos de la ciudad, se constituye hoy día en uno de los lugares en donde predominan los mayores problemas de salubridad en la ciudad de Cartagena, problemas que se generan por la presencia de factores que atentan en contra de la salud de vendedores, usuarios, visitantes y comunidades de influencia, los cuales han sido generado especialmente por deficiencia en su planificación y administración, por condiciones físicas y logísticas inadecuadas y por fenómenos culturales manifestados en malos hábitos y costumbres de los actores que allí confluyen.

Las políticas de salud pública, como herramienta para prevenir las enfermedades, prolongar la vida, fomentar la salud y la eficiencia física y mental, mediante el esfuerzo organizado de la comunidad, debe jugar un papel protagónico para mitigar los problemas existentes en el mercado público de Cartagena y sus acciones deben ir encaminadas al saneamiento del medio ambiente, al control de las enfermedades transmisibles, a la educación sanitaria, al la organización de los servicios médicos y de enfermería y al desarrollo de los mecanismos sociales que aseguren al individuo y a la comunidad un nivel de vida adecuado para la conservación de la salud.

En consecuencia, como primera fase del proceso de investigación, se realizó un diagnóstico de la situación, no desde el enfoque técnico de la teoría de la Salud Pública, si no, desde la identificación de factores y conductas que afectan la salubridad a través de un reportaje grafico y el reconocimiento de la problemática por parte de los actores involucrados a través de entrevistas, insumos esenciales que permitieron generar estrategias comunicacionales que contribuirán a mitigar la problemática.

Uno de los factores que atenta sistemáticamente la salubridad de Bazurto son las inadecuadas condiciones de trabajo y los malos hábitos y conductas de las personas que desarrollan sus labores, los cuales generan una influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud del trabajador, los principales factores se describen a continuación:

- Las características generales de los locales, instalaciones, equipos, productos y demás útiles existentes son inadecuados y presentan grandes deficiencias.
- La naturaleza de los agentes físicos, químicos y biológicos presentes en el ambiente de trabajo y sus correspondientes intensidades generan contaminación ambiental.
- Los procedimientos realizados por vendedores y usuarios generan riesgos laborales, es decir posibilidades de sufrir enfermedades, lesiones o accidentes.
- Otras características del trabajo, incluidas las relativas a su organización y ordenación y sus relaciones interpersonales influyen negativamente en la salud de los individuos.

En resumen, las condiciones de trabajo afectan a los locales e instalaciones del mercado, a las materias primas y procedimientos de su utilización, a la maquinaria e instrumentos de trabajo y al sistema de organización y ordenación del proceso de producción de bienes o prestación de servicios.

El análisis de la salubridad requiere Identificar los factores que generan los riesgos para la salud, posteriormente hay que analizarlos y evaluándolos e intentar evitarlos o, si no es posible, disminuirlos, a través de una estrategia comunicacional orientada a sensibilizar y persuadir para cambios de hábitos y costumbre.

Los factores de riesgo que generan insalubridad se identificaron a través cinco grupos, los cuales se detallan a continuación:

a) Los agentes materiales

Los agentes materiales y condiciones de seguridad, que causan la mayoría de los accidentes y enfermedades de trabajo en el mercado se detalla a continuación:

- Inadecuada manipulación de alimentos
- Inadecuada manipulación manual de toda clase de materiales
- Malas condiciones de pasillos y superficies de tránsito.
- Reducidos espacios de trabajo. (en su distribución se tiene que asegurar a cada trabajador 2m² de superficie y 10 m³ de espacio.
- Deficiencias de herramientas maquinarias y equipos.
- Malas condiciones de almacenamiento
- Deficiencias en las Instalaciones eléctrica
- Deficiencias en los sistemas hidrosanitarios
- Saturación y trancones de vehículos de transporte de pasajero
- Malas condiciones de transporte de carga
- Posibilidad de incendios
- Sustancias químicas inflamables, explosivas, corrosivas, tóxicas o nocivas.

El reportaje grafico de factores de agentes materiales identificado en el mercado de Bazaruto se muestra a continuación:



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.



Hábito y Conductas Relacionada con Agentes Materiales en el Mercado de Bazurto.

b) El entorno ambiental

Las condiciones medioambientales del mercado son críticas, existen agentes contaminantes, que afectan negativamente a la salud de los actores, las más significativas son:

- Mala disposición de residuos sólidos
- Contaminación de cuerpos de agua
- Contaminación auditiva
- Vibraciones.
- Radiaciones solares
- Calor.
- Exposición a contaminantes químicos.
- Exposición a contaminantes biológicos.
- Ventilación industrial.
- Climatización

El reportaje grafico de factores de contaminación ambiental identificado en el mercado de Bazurto se muestra a continuación:



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental



Hábitos y Conductas que afectan el entorno ambiental

c) La Carga de Trabajo

La actividad laboral que se desarrolla en el mercado de Bazurto exige del trabajador grandes esfuerzos físicos y mentales en el día a día, esta carga excesiva de algunas labores como las de carga y transporte de mercancía, cocinar en condiciones adversas o vender en tiempos prolongados en difíciles condiciones climáticas genera fatiga y disminución de la capacidad física y mental de una persona, después de haber realizado un trabajo durante un período determinado.

Esta fatiga puede ser física y/o mental

- La fatiga física está determinada por los esfuerzos físicos, las posturas de trabajo inadecuadas, los movimientos y la manipulación de cargas realizadas de forma incorrecta.
- La fatiga mental o nerviosa obedece a una exigencia excesiva de la capacidad de atención, análisis y control del trabajador. La fuerte competencia, el esfuerzo en promocionar sus productos, las relaciones inadecuadas con clientes y competidores generan estrés a vendedores y compradores.

El reportaje grafico de factores de carga de trabajo identificado en el mercado de Bazurto se muestra a continuación:



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo



Hábitos y Conductas relacionados con la carga de trabajo

d) La organización y ordenación del trabajo

La desorganización y desorden del mercado de Bazurto influyen en la salud de los actores que allí confluyen, especialmente en lo concerniente a la forma de cómo se desarrollan diariamente las actividades de aprovisionamiento, transporte de mercancía, organización de los puntos de ventas y de intercambio comercial con los clientes.

El reportaje gráfico de factores de desorganización y desorden en el trabajo identificado en el mercado de Bazurto se muestra a continuación:



Hábitos y Conductas relacionadas con la organización y ordenación del trabajo



Hábitos y Conductas relacionadas con la organización y ordenación del trabajo



Hábitos y Conductas relacionadas con la organización y ordenación del trabajo

e) Las características personales del individuo

La capacidad de reacción ante unas condiciones de trabajo es diferente en cada persona. El estado de salud, carácter, edad, formación, experiencia, expectativas, entorno sociocultural y familiar... determinan la adaptabilidad y tolerancia de cada persona frente a las condiciones de trabajo. En el mercado de Bazurto se pone de manifiesto conductas, hábitos y costumbres de pone en manifiesto la desadaptación de muchos actores con el entorno, conductas erradas que atentan contra la salubridad y que predominan en diferentes grupos sociales.

El reportaje grafico de conductas, hábitos y costumbres inadecuados, identificados en el mercado de Bazurto se muestra a continuación:



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas



Hábitos y Conductas inadecuadas

Todos estos factores identificados gráficamente generan día a día problemas de salud en el mercado de Bazurto, enfermedades que van de simples virus y alergias hasta enfermedades severas y terminales que incluso pueden causar la muerte. De acuerdo con sondeos y consultas de estudios referentes y consultas técnicas realizadas, las principales enfermedades que se generan en el mercado se detallan a continuación.

FUENTES Y POSIBLES ENFERMEDADES CONSECUENTES:

FACTORES – GRUPOS	ORIGEN	ENFERMEDADES
Gusanos	<ul style="list-style-type: none"> • Carnes en descomposición • Alimentos perecederos en general 	<ul style="list-style-type: none"> • Parasitosis • Alergias severas en ojos y piel • lesiones locales
Insectos	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentos en descomposición • Desaseo en general • Aguas estancadas • Humedad • Desechos sólidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastroenteritis • Dengue hemorrágico • Paludismo • Bacterias y virus
Roedores	<ul style="list-style-type: none"> • Alcantarillas • Techos • Basuras 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiebre tifoidea • Electropilosis
Malos olores	<ul style="list-style-type: none"> • Aguas negras • Desechos orgánicos en descomposición • Alcantarillas averiadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Lesiones directas a nivel pulmonar • Deficiencia pulmonar • Alergias respiratorias severas • Bronco espasmo severo • Afecciones de gargantas
Alimentos en descomposición	<ul style="list-style-type: none"> • Pabellones de verduras, frutas y sección de pollos 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades digestivas • Diarrea • Nauseas • Cólicos • Vómitos
Aguas servidas	<ul style="list-style-type: none"> • Alcantarillado • Pabellón de carnes y pescados • Lluvia 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastroenteritis • Cólera • Infecciones sistémicas
Ruido	<ul style="list-style-type: none"> • Personas • Vehículos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sordera • Intranquilidad e insomnio • Hipertensión arterial secundaria
Polvo	<ul style="list-style-type: none"> • Brisa • Vehículos • Actividades propias 	<ul style="list-style-type: none"> • Asma bronquial • Rinitis alérgica • Conjuntivitis alérgica • Bronquitis
Inundaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Naturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Parasitosis piel

	<ul style="list-style-type: none"> • Hombre 	<ul style="list-style-type: none"> • Fenocelarias • Enfermedades nicóticas
Rayos Solares	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición directa a los rayos solares sin bloqueador 	<ul style="list-style-type: none"> • Quemaduras • Cáncer en la piel
Sexual	<ul style="list-style-type: none"> • Promiscuidad sexual sin protección 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades de transmisión sexual (sida, herpes, vph, sífilis, gonorrea, entre otras)
Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Ingesta de alimentos con deficientes proceso de manipulación. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades de transmisión alimentaria - eta.
Combinación de todos los factores	<ul style="list-style-type: none"> • Convivir con todos los factores de riesgos existentes y malos hábitos 	<ul style="list-style-type: none"> • Bronconeumonía • Infarto al miocardio • Cáncer • Demencia • Derrames cerebrales • Cirrosis hepáticas • Insuficiencia renal • Trombosis <p>Otras enfermedades profesionales producida por factores químicos, por factores biológicos, por factores físicos, enfermedad sistémica y trastornos psicológicos.</p>

Fuente: Investigaciones secundaria y consultas realizadas por los autores, Además de las enfermedades consecuentes encontramos que en el mercado predominan factores de riesgos que generan los siguientes accidentes:

- Caídas de personas a distinto nivel
- Caídas de personas al mismo nivel
- Caídas de objetos por desplome o derrumbamiento
- Caídas de objetos en manipulación
- Caídas de objetos desprendidos
- Pisadas sobre objetos
- Choques contra objetos inmóviles

- Choques contra objetos móviles
- Golpes por objetos o herramientas
- Proyección de fragmentos o partículas
- Atrapamiento por o entre objetos
- Atrapamiento por vuelco e máquinas, tractores o vehículos
- Sobreesfuerzos
- Exposición a temperaturas ambientales extremas
- Contactos térmicos
- Exposición a contactos eléctricos
- Exposición a sustancias nocivas
- Contactos sustancias causticas y/o corrosivas
- Exposición a radiaciones
- Explosiones
- Incendios
- Accidentes causados por seres vivos
- Atropellos o golpes con vehículos

Este diagnóstico de salubridad fue realizado entre los meses de marzo y abril de 2010 por el grupo investigativo del proyecto Plan Estratégico Comunicacional en Sensibilización y Persuasión para la Mitigación de los Problemas de Salubridad Existente en el Mercado de Bazurto de Cartagena de Indias.

En este periodo, además del reportaje grafico y la aplicación y análisis de la entrevista entre los actores, se llevó a cabo un trabajo investigativo en la plaza de mercado de Cartagena con los usuarios como actores principales de la acción. Igualmente con los funcionarios de los entes competentes y lideres de asociaciones de vendedores del mercado. La investigación se realizó a través sondeos y entrevistas dirigidas en la temática de la problemática de salubridad en el Mercado de Bazurto y observaciones sobre el espacio público, la movilidad e infraestructura de la plaza pública.

2.1 Perspectiva de los Actores sobre la Problemática

La Primera apreciación que se obtuvo de las entrevistas sostenidas con los actores (vendedores y usuarios) y funcionarios durante la investigación, se hizo evidente una creencia generalizada según la cual, tanto vendedores como autoridades no tienen concientización de la problemática de salubridad del mercado, de palabras textuales de vendedores de más de 30 años ejerciendo su labor en la plaza pública expresaron que “Nosotros mismo hemos acabado con el mercado y no tenemos amor a lo nuestro”. Adicionalmente hay una alta percepción de falta de compromiso de las administraciones y sus funcionarios para la continuidad de estrategias y proyectos que lleven a un mejor bienestar y desarrollo de Bazurto.

Igualmente se destaca elevadamente La falta de organización gerencial por parte de la administración del mercado y la persuasión hacia los vendedores en la búsqueda de acatamiento de las iniciativas que se toman para contrarrestar problemáticas de diferentes índoles.

A si mismo se percibe la falta de iniciativa en la utilización de apoyo en líderes sectoriales de Bazurto para la consecución de las estrategias realizadas o proyectadas para diferentes las problemáticas.

Cabe destacar de manera preocupante testimonios orales que indican la proliferación de muertes por cáncer en Bazurto, entre varios de los entrevistados se escuchó decir que conocían casos de personas que han trabajado en el mercado y han muerto de esta enfermedad. (Entre 5 personas que testimoniaron hay una cifra aproximada de 15 personas que padecieron o padecen la enfermedad). En casos de la piel, ojos, boca, pies, estómago entre otros. De igual forma los actores identificaron otras problemáticas tales como:

1. falta de cohesión e integración social entre los actores del mercado de Bazurto para liderar y realizar procesos de cambios.
2. No hay Campañas agresivas y de control por parte de la Administración Distrital y sus entes competentes en el Mercado de Bazurto y sus problemáticas.
3. Deficiente control y vigilancia de los organismos de limpiezas en las medidas de aseo y recolección.
4. No se encontró condiciones óptimas de los servicios públicos: agua, luz y alcantarillado.
5. Deterioro de gran parte de la infraestructura de la plaza de mercado.

Hoy día, la situación de ocupación del espacio público, el embotellamiento de las vías, la delincuencia, la contaminación ambiental y todos los otros problemas de salubridad del mercado de Bazurto, esbozado anteriormente, se constituyen en prioridad de gestión para la administración distrital, ya que durante muchos años, el problema ha persistido durante muchas administraciones, a pesar de haberse desarrollado diferentes programas y proyectos orientados a la mitigación de los problemas sin haberse presentado los resultados esperados y de formulación de proyectos estructurales como el traslado del mercado de Bazurto a una gran central de abastos a las afueras de la ciudad, con todas las condiciones locativas, logísticas y ambientales requeridas para su óptimo funcionamiento, no obstante, este proyecto se ha venido dilatando y no se ha percibido en administraciones pasadas una voluntad política real para el traslado del Mercado de Bazurto como una fórmula efectiva para la solución de la problemática.

No obstante, la actual administración parece haber asumido el reto de la solución de la problemática del mercado, a través de la formulación y puesta en marcha del proyecto de la recuperación y revitalización del mercado de Bazurto y la concepción del proyecto la Plaza Mayor del Bicentenario, una mega solución para el Distrito y los Municipios vecinos.

De acuerdo con declaraciones Oscar Brieva Rodríguez, asesor de la alcaldesa Judith Pinedo Flórez, se iniciará la solución al sensible tema del mercado de Bazurto, y se está trabajando en la construcción de la Central de Abastos o Plaza Mayor del Bicentenario y de 15 mercados sectoriales, así como profundos cambios en el Plan de Ordenamiento Territorial que le cambiarán sustancialmente la vida a la ciudad y a sus ciudadanos y el inicio de las obras de revitalización el día 15 de febrero.

Todos estos proyectos son sumamente importantes para la solución estructural de la problemática, pero además, del tema locativo, vial, logístico y de renovación urbana, se debe trabajar simultáneamente en planes de persuasión y sensibilización a través de estrategias de comunicación que permitan la construcción de cultura ciudadana, para lograr un cambio real de hábitos y costumbres orientado al mejoramiento de las condiciones ambientales y de salubridad que históricamente ha enfrentado el mercado, de lo contrario, los problemas persistirán y se podrían trasladar a las otras zonas donde se ubiquen mercados sectoriales o la gran central de abastos.

8. . DEFINICION DE LA ESTRATEGIA COMUNIACIONAL

8.1. ENFOQUE COMUNICACIONAL

8.1.1. Comunicación Persuasiva y Cambio de Actitudes

Para la elaboración de la estrategia se escogió el modelo de Mc Guire (1986) el cual lo planteó sobre la relación entre características del receptor y susceptibilidad de persuasión. Según este autor, el cambio de actitud viene determinado fundamentalmente por dos procesos: la recepción del mensaje y la aceptación. La características del receptor a veces tienen efectos contrarios sobre cada uno de estos dos componentes. Un trabajo reciente indica que el aumento de la inteligencia aparece asociado a la disminución de la persuasión. La autoestima, por su parte, también parece estar relacionada positivamente con la recepción y negativamente con la aceptación.

Así mismo pensamos que con la problemática de salubridad existente en e Mercado de Bazurto hay que plantear la persuasión entre los vendedores buscando un cambio de actitud, involucrando los dos procesos la recepción del mensaje a través de una cartilla pedagógica elaborada con las observaciones y sugerencias entregadas por ellos mismos. De tal manera que la aceptación del mensaje será de mayor probabilidad favorable.

El modelo de la probabilidad de elaboración predice que los argumentos sólidos y de alta calidad afectarán más a los sujetos que están más implicados, en cambio, la credibilidad de una fuente producirá un mayor cambio de actitud en quienes se sientan poco implicados.

La distancia existente entre el contenido del mensaje y la posición que al respecto tiene el receptor es un elemento que mediatiza el impacto del mensaje persuasivo. Las personas tendemos a buscar y recibir mensajes que concuerden con nuestras creencias y actitudes y evitamos exponernos a mensajes que las contradigan (exposición selectiva).

Cuanto mayor es el conocimiento que el receptor tiene del tema y más articulado está este conocimiento, esto es, cuanto más fuerza tiene la actitud, más difícil es persuadirle. La teoría de la inoculación propuesta por Mc Guire (1964), propone que la pre exposición de una persona a una forma debilitada de material que amenace sus actitudes, hará a esa persona más resistente ante tales amenazas. Existe otra forma básica de resistirse ante un mensaje persuasivo, y es lo que se denomina terapia de apoyo.

La distracción influye negativamente sobre el impacto de un mensaje persuasivo; puede predecirse que los niveles de distracción bajos o moderados incrementarán el cambio de actitud, pues reducirán la tendencia a contraargumentar, pero no dañarán seriamente la atención ni la comprensión. En cambio, si la distracción aumenta más allá de este punto, entonces la recepción puede verse afectada y el cambio de actitud disminuir.

8.1.2 Diferentes enfoques persuasivos

Una de las formas más importantes y difundidas de cambiar las actitudes es a través de la comunicación. Las aproximaciones a la persuasión de mayor vigencia en Psicología social¹⁵ son:

¹⁵Modelo Tomado de: MORALES, J. F, Huici, Es una resección de "Psicología Social". C. (2000) Cristina de Haro 2003.

a) El grupo de investigación de la universidad de Yale: La investigación desarrollada en la universidad de Yale se convirtió en el primer abordaje sistemático de la persuasión. Según este enfoque, para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y la conducta, tiene que cambiar previamente los pensamientos o creencias del receptor del mensaje. Así, el proceso de persuasión es concebido como un conjunto de etapas, en las cuales hay una serie de elementos claves. La eficacia de un mensaje persuasivo depende fundamentalmente del efecto que produzcan en el receptor cuatro elementos claves: la fuente, el contenido del mensaje, el canal comunicativo y el contexto. Los efectos de estos cuatro elementos se ven modulados por ciertas características de los receptores, como su grado de susceptibilidad ante la persuasión. Los efectos psicológicos que los mensajes pueden producir en el receptor son cuatro: atención, comprensión, aceptación y retención.

b) La teoría de la respuesta cognitiva: Según la teoría de la respuesta cognitiva, siempre que un receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que la fuente dice con sus conocimientos, sentimientos y actitudes previas respecto al tema en cuestión, generando, de esta manera, unas respuestas cognitivas. Si los pensamientos van en la dirección indicada por el mensaje, la persuasión tendrá lugar; en cambio, si van en dirección opuesta, no habrá persuasión, o incluso puede darse un efecto boomerang. Los receptores no son ya persuadidos por la fuente o el mensaje, sino por sus propias respuestas ante lo que la fuente y el mensaje dicen.

c) El modelo heurístico: En muchas ocasiones somos persuadidos porque seguimos determinadas reglas heurísticas de decisión que hemos aprendido por experiencia u observación. La persuasión no es resultado del análisis realizado sobre la validez del mensaje, sino fruto de alguna señal o característica superficial de éste, de la fuente que lo emite o de las reacciones de otras personas que reciben el mismo mensaje. Algunos de los heurísticos utilizados con mayor

frecuencia se basan en la experiencia de la fuente, en la semejanza, en el consenso, o en el número y longitud de los argumentos. De esta manera, es más probable que las reglas heurísticas sean utilizadas cuando hay baja motivación, hay baja capacidad para comprender el mensaje, se da una alta prominencia de la regla heurística y los elementos externos al propio mensaje son muy llamativos.

d) El modelo de la probabilidad de elaboración: Modelo elaborado por Petty y Cacioppo (1981), el cual se centra en los procesos responsables del cambio de actitud cuando se recibe un mensaje así como en la fuerza de las actitudes que resultan de tales procesos. Según este modelo, cuando recibimos un mensaje, disponemos de dos estrategias para decidir si lo aceptamos o no: la primera estrategia, denominada ruta central, ocurre cuando se realiza una evaluación crítica del mensaje, se trata de llegar a una actitud razonada, bien articulada y basada en la información recibida; la segunda estrategia, denominada ruta periférica, ocurre cuando la gente no tiene la motivación o la capacidad para realizar un proceso tan laborioso de evaluación del mensaje

El cambio de actitud que se produce a través de la ruta central es más duradero, predice mejor la conducta y es más resistente a la persuasión contraria. Las dos estrategias mencionadas constituyen los dos extremos de un continuo, el de probabilidad de elaboración. Cuando la probabilidad de elaboración es muy elevada, el receptor está utilizando la ruta central; cuando es muy baja, está utilizando la ruta periférica.

La probabilidad de elaboración depende de dos factores: motivación y capacidad. Las variables consideradas en la persuasión pueden influir en los juicios de cuatro maneras: sirviendo como argumentos apropiados para dilucidar los méritos de un objeto o posición, sesgando el procesamiento de la información relevante para la actitud, sirviendo como una señal periférica o influyendo en la motivación y capacidad.

Dos son las principales características que se han encontrado asociadas a las fuentes con mayor poder persuasivo: credibilidad y atractivo. La credibilidad de una fuente depende básicamente de la competencia y sinceridad con que es percibida. La competencia se refiere a si el receptor considera que la fuente tiene conocimiento y capacidad para proporcionar información adecuada. La competencia con que una fuente es percibida depende, a su vez, de numerosas características, entre ellas: educación, ocupación y experiencia, fluidez en la transmisión del mensaje, posición defendida por el emisor, etc.

La sinceridad de una fuente depende, entre otros factores, de que sea percibida como carente de afán de lucro, pero, sobre todo, las fuentes son percibidas especialmente como sinceras cuando hablan en contra de su propio interés.

En general, las fuentes más atractivas a los ojos de la audiencia poseen un mayor poder persuasivo, lo cual puede deberse a diversas razones. En primer lugar, una fuente atractiva puede determinar que se le preste atención al mensaje; en segundo lugar, el atractivo de la fuente puede influir en la fase de aceptación; en tercer lugar, el atractivo puede incrementar la credibilidad de la fuente. Sin embargo, credibilidad y atractivo no son las únicas características que influyen en que una fuente tenga mayor o menor capacidad persuasiva. Otras características son el poder de la fuente (capacidad de la fuente para controlar los resultados que el receptor puede obtener); la semejanza que presente con el receptor.

Son numerosos los aspectos del mensaje y de su contenido que se han investigado, los más importantes son:

Mensajes racionales o emotivos: los racionales, en los cuales se presenta evidencia en apoyo de la veracidad de una proposición dada, y los emotivos, en los cuales se indica, simplemente, las consecuencias deseables o indeseables

que pueden derivarse del mensaje y de su aceptación. La investigación más actual sugiere que la superior eficacia de uno u otro tipo de mensaje depende de en qué se base la actitud que se quiere cambiar, si en aspectos cognitivos o afectivos.

Mensajes basados en el miedo y la amenaza. Una de las formas más prácticas para lograr la persuasión, es sensibilizar al individuo sobre las consecuencias de adoptar una actitud o acción, consecuencia que pueden afectar la integridad física o mental de la persona, por lo que las amenazas y los miedos conducen al ser hacia el objetivo requerido.

Mensajes unilaterales o bilaterales: los primeros consisten en expresar sólo las ventajas y aspectos positivos de la propia posición, en los segundos se incluyen además los aspectos débiles o negativos de la posición defendida, o los aspectos positivos de las posiciones alternativas. En general, los mensajes bilaterales parecen ser más efectivos que los unilaterales y esta eficacia es aún mayor cuando la audiencia está familiarizada con el tema del mensaje;

Calidad y cantidad de los argumentos: existe una escasa investigación destinada a la calidad de los argumentos, algunos autores han sugerido que aquellos argumentos que hacen referencia a consecuencias que son probables y deseables resultan más convincentes que aquellos otros referidos a consecuencias menos probables o deseables.

Desde las teorías funcionales de las actitudes, también se ha sugerido que los argumentos que se correspondan con la visión del mundo que tienen los receptores serán más influyentes que aquellos que no coinciden:

Información estadística o basada en ejemplos: en los mensajes persuasivos, el impacto de la información basada en ejemplos, que describe de forma viva y detallada un acontecimiento, es bastante mayor que el de la información basada en porcentajes, promedios y demás estadísticos;

Conclusión explícita o implícita: las investigaciones han demostrado que es más eficaz dejar que sean los propios receptores quienes extraigan sus conclusiones siempre y cuando estos estén lo suficientemente motivados y que el mensaje sea lo suficientemente comprensible;

Efectos de orden: los estudios realizados sobre dónde deberíamos colocar los argumentos de nuestro mensaje, sugieren que si los dos mensajes se presentan seguidos y existe un lapsus de tiempo entre la recepción del segundo mensaje y la medición de la actitud, entonces se dará un efecto de primacía. Si, en cambio, existe un lapsus de tiempo entre los dos mensajes y la actitud se mide inmediatamente después de recibir el segundo, entonces se dará el efecto de presencia.

Un elemento clave en todo proceso persuasivo es el receptor o audiencia. Las primeras investigaciones realizadas se centraron en determinadas variables singulares, como inteligencia, autoestima, género y necesidad de aprobación social.

8.1.3 Medios comunicacionales pedagógicos a servicio de la salud

La educación de los medios: también conocido como educación sobre los medios de comunicación. El ABC de los medios es el proceso de enseñar a niños y adolescentes aptitudes de pensamiento crítico acerca de los medios (televisión, películas, video, radio, impresos, publicidad). Debido al atractivo y al poder de penetración que tienen, los medios se han convertido en un canal fundamental del enriquecimiento cultural; aunque algunos autores indican que el medio ya no se considera como parte de la cultura, sino que es cultura. Los educadores especializados en medios se esfuerzan por enseñar a los jóvenes a que evalúen, descodifiquen, analicen, y critiquen los mensajes mediáticos y comprendan cómo

influyen los medios en las costumbres, las actitudes y los comportamientos sociales.

Periodismo especializado en salud: es la presentación de la información sanitaria en la prensa y los medios electrónicos. Se calcula que cerca de una cuarta parte de todos los artículos de los periódicos en los Estados Unidos incluyen algún aspecto de la salud. En encuestas realizadas en este país se determinó que había 25 veces más probabilidades de que los entrevistados identificaran a los medios como fuente de información sobre el SIDA que a los médicos.

Mercadeo social: se define como la aplicación de las prácticas de mercadeo a actividades sociales y sin fines de lucro. El mercadeo social se basa en cuatro principios de la comercialización: producto, precio, lugar y promoción; utiliza los canales de la amplia gama de medios para persuadir al público a adoptar una idea, un producto, una práctica, o las tres. El mercadeo social también puede aplicar las teorías del comportamiento y de investigación del público, pero generalmente no pone en práctica las estrategias de comunicación interpersonal, Comunicación sobre los riesgos: es definida por el Consejo de Investigación Nacional como "... un proceso interactivo de intercambio de información y opinión entre individuos, grupos e instituciones.

8.1.4 Preparación de una estrategia de participación

Una estrategia (o plan) de participación define los procesos que pueden ser desarrollados durante cada etapa del proyecto y las interrelaciones entre etapas (incluyendo los elementos clave de decisión), estableciendo quien deberá participar, cómo se identificará a los participantes y qué herramientas se aplicarán.

La estrategia debe definir los papeles y responsabilidades de todas las partes y grupos de agentes a involucrar en la toma de decisiones, incluyendo a los miembros del equipo gestor. El plan debe describir claramente el tipo de actividades de participación a desarrollar, incluyendo, por ejemplo, jornadas, encuentros locales o envío de cartas.

La preparación de una estrategia de participación debe comprender, típicamente, los siguientes aspectos recogidos en el “Manual sobre Toma de Decisiones y participación pública” desarrollado en el marco Proyecto Europeo Guidemaps. (2004).

- Definir los objetivos;
- Preparar un comunicado identificando qué se espera de este proceso y cuándo;
- Identificar los agentes más relevantes;
- Preparar un presupuesto para todas las actividades de participación y los recursos necesarios, incluyendo catering y edición;
- Coordinar con los plazos de otras actividades del proyecto y preparar el programa temporal de participación;
- Identificar los mensajes principales a transmitir
- Elegir una combinación adecuada de técnicas y herramientas para involucrar a todos los agentes, de forma que se maximice la participación;
- Incorporar alguna forma de retroalimentación a las actividades de participación, de forma que se identifique cómo y cuándo se debe contactar a los agentes, actividades e hitos principales en relación con esta tarea; y
- Especificar cómo se desarrollará la evaluación de la estrategia durante y después del proceso de participación, considerando tanto el proceso (las técnicas empleadas) como los resultados (la información que se obtiene del proceso).

8.2. DEFINICIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

En esta propuesta cuyo objetivo es la sensibilización y persuasión para la mitigación de los problemas de salubridad existente en el mercado de Bazurto de Cartagena de Indias, se tuvieron en cuenta los actores de la plaza pública entre estos: vendedores, usuarios, líderes, funcionarios administrativos de Bazurto y de los diferentes entes distritales involucrados en la problemática.

Este proceso se inicio con la entrada del grupo investigativo a las instalaciones de la plazoleta del mercado público de la ciudad. En este primer encuentro se identificaron los líderes sectoriales dentro de la plaza y usuarios que mercan en Bazurto a menudo. Se hizo inspección del lugar y registro fotográfico de zonas críticas.

De segunda instancia en una nueva visita se realizó entrevistas dirigidas y sondeos con los líderes contactados y usuarios transeúntes en el momento.

Luego se hizo una retroalimentación de las opiniones de los vendedores con los funcionarios administrativos y de entes distritales. Igualmente a ellos se le realizó entrevistas basadas en las problemáticas del medio ambiente y salubridad en el mercado de Bazurto.

Entre las sugerencias aportadas encontramos las siguientes:

- Lograr más conciencia ciudadana entre los vendedores y usuarios del mercado de Bazurto.
- Organización administrativa para empoderar a líderes
- Capacitaciones permanentes en diferentes temáticas
- Que se le haga seguimientos a los procesos iniciados en el mercados con entes externos a la Administración Distrital

- Más organización y coordinación en las jornadas de limpiezas
- Vigilancia y control en las recolecciones de basuras
- Más canecas que abarquen la totalidad del mercado
- Más condiciones optimas en servicios públicos: agua potable, alcantarillado y luz
- Remodelación y reparación de las infraestructuras de la plaza de mercado

Basado en el enfoque comunicacional seleccionado, en el diagnostico de la situación dese la óptica de los actores y de conceptos técnicos analizado a través de entrevistas con experto y documentación especializada, se presenta a continuación los elementos esenciales del Plan Comunicacional:

8.2.1 Nombre de Plan

Plan de Sensibilización y Persuasión para la Mitigación de los Problemas de Salubridad Existente en el Mercado de Bazurtode Cartagena de Indias.

8.2.2. Identidad Sociocultural del Plan

Don Bazurto Saludable



Fuente: Diseño Realizados por los Autores

Descripción de Identidad: Cartagenero afro descendiente, de 35 años de edad, residente en el barrio Olaya Herrera, vendedor de frutas y verduras desde hace más de 20 años, negocio heredado del Padrastro, con nivel educativo de básica primaria y con deseos de cuidar y proteger el mercado de los malos hábitos y costumbres de vendedores y clientes.

8.2.3. Objetivo del Plan Comunicacional

Sensibilizar a los actores del Mercado de Bazurto sobre el grave problema de salubridad existente y persuadirlos a que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.

8.2.4. Tiempo de Ejecución: 12 Meses

8.2.5. Vectores Estratégicos

Vector 1: Sensibilización

Objetivo del Vector: Sensibilizar a los actores sobre la problemática de salubridad existente en el Mercado de Bazurto.

Actividades:

- Realización de talleres de sensibilización con grupos focales de los diferentes sectores, apoyados con la presentación de un sonoviso.
- Selección y capacitación de vigías de salud los cuales visiten y sensibilicen a los actores sobre la problemática.
- Amplia distribución del Folleto Don Bazurto Saludable a todos los actores.

- Campaña masiva de medios de comunicación a través de cuñas radiales en emisoras locales, aviso en prensa local y propaganda en televisión regional.

Vector 2: Persuasión

Objetivo del Vector: Persuadir a los actores para que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.

Actividades:

- Realización de jornadas de capacitación con grupos focales de los diferentes sectores, para mostrarles causas y consecuencia de conductas que atentan con la salud pública.
- Jornadas de promoción y prevención de los vigías de salud en todo el mercado.
- Amonestación simbólica “Tarjeta Roja – Estas Aut” para llamar la atención a los individuos con conductas inadecuadas.
- Concurso Mi Puesto de Trabajo Impecable para premiar a los puntos de ventas más limpio, ordenado y saludable.
- Alianzas con el Dadis y del Epa para el desarrollo de jornadas de inspección y control de salubridad y el medio ambiente

Vector 3: Seguimiento Evaluación y Control

Objetivo del Vector: Realizar seguimiento y evaluación al desarrollo del Plan y realizar mediciones periódicas a los resultados.

Actividades:

- Realizar periódicamente reuniones de seguimiento, evaluación y control con los responsables del desarrollo del programa.
- Realizar mediciones y monitoreo del impacto del programa y sus respectivos indicadores.
- Desarrollo de los ajustes pertinentes de acuerdo con el seguimiento y las mediciones de los indicadores.

8.2.5 Herramientas Comunicacionales del Plan

8.2.5.1 Sonoviso como representación comunicacional del diagnóstico

El sonoviso es un elemento comunicacional de las nuevas tecnologías, apropiado para mostrar de manera ilustrativa el proceso investigativo y apreciar los testimoniales de los vendedores y usuarios del mercado de Bazurto.

GUIÓN DEL SONOVISO:

1. Breve reseña del Mercado de Bazurto
2. Fotos del antes y después del mercado de Bazurto con imágenes de los testimonios y voz en off.
3. Fotografías de las problemáticas de salubridad del mercado entre estas: (basuras, alimentos expuestos a contaminantes, descomposición de vegetales, hacinamiento, violación del espacio público, ruido, contaminación ambiental, entre otros). Testimonios en voz en off.

4. Fotos testimoniales del grupo investigador dentro de la plaza de mercado, realizando entrevistas e inspección del lugar. Testimonio en voz en off.
5. Imágenes del producto comunicacional como estrategia de persuasión y concientización de la problemática. Voz en Off explicativo.
6. Imágenes de vendedores y voz en off entregando las sugerencias.
7. Propuesta de un Plan de Acción. Imágenes del mercado y voz en off mencionando que se quiere alcanzar con la estrategia.

8.2.5.2 Folleto Don Bazaruto Saludable

Sección Externa

¿Qué debemos hacer para rescatar a Don Bazaruto?

1. **Concientizarnos en:**

- Hay una problemática de salubridad que nos afecta en el mercado de Bazaruto
- Debemos tener siempre limpio nuestra área de trabajo igual que mi casa

2. **Organizarnos cómo?**

- Grupos de compañeros que lideren propuestas por los diferentes sectores para cumplir las campañas
- Organizo mi rutina de trabajo diaria para mi progreso y mis ingresos

3. **Trabajamos PARA**

- Un mejor Bienestar para nuestras familias
- Y lograr el desarrollo de la ciudad y beneficio de todos

Necesitamos el apoyo...

- Lograr un sitio de trabajo limpio, agradable y cómodo
- Información de los procesos adelantados para el bienestar nuestro en el mercado
- Charlas, talleres y brigadas que nos ayuden aprender sobre salubridad y otros temas
- Vigilancia y Control
- Colaboración de toda la comunidad cartagenera

Rescatemos a Don Bazaruto Saludable

¡Cuidemos Lo Nuestro!

NOMBRE DEL PROYECTO
 Plan de Sensibilización y Persuasión para la Mitigación de los Problemas de Salubridad Existente en el Mercado de Bazaruto de Cartagena de Indias
INVESTIGADORA
 Jania Zuñiga
 Katherine Carrasquilla
DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO
 Henry Atención B.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
 15 de Abril de 2010

Sección Interna



Les cuento que cuando llegue a Bazarito era muy limpio y bonito...

Pasaron los años y fuimos destruyéndolo...

y las autoridades nos echaron el cuento de la limpieza muchas veces...

Aguas negras

Plagas y Basura

Deterioro

Hacinamiento

- Con campañas de aseo que no hicimos a menudo
- Lavando el mercado sin nosotros, Limpiando nuestros puestos
- Sin unos servicios públicos óptimos

y seguimos arrojando al piso la basura por falta de canecas

Fueron muchas oportunidades para el desarrollo de nuestras familias

Todo esto afecta nuestra salubridad...

9. . PLAN OPERATIVO

PLAN DE SENSIBILIZACIÓN Y PERSUASIÓN PARA LA MITIGACIÓN DE LOS PROBLEMAS DE SALUBRIDAD EXISTENTE EN EL MERCADO DE BAZURTO DE CARTAGENA DE INDIAS.						
Objetivo General del Plan: Sensibilizar a los actores del Mercado de Bazurto sobre el grave problema de salubridad existente y persuadirlos a que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.						
VECTOR	PROGRAMA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	COSTO TOTAL	RESPONSABLE	META
Vector 1. Sensibilizacion	Sensibilizacion de los Actores	Sensibilizar a los actores sobre la problemática de salubridad existente en el Mercado de Bazurto.	Realización de talleres de sensibilización con grupos focales de los diferentes sectores, apoyados con la presentación de un sonoviso.	Por definir	Por Concertar	Sensibilizacion al 50% de los vendedores del mercado de Bazurto
			Selección y capacitación de vigías de salud los cuales visiten y sensibilicen a los actores sobre la problemática.	Por definir	Por Concertar	
			Amplia distribución del Folleto Don Bazurto Saludable a todos los actores.	Por definir	Por Concertar	
			Campaña masiva de medios de comunicación a través de cuñas radiales en emisoras locales, aviso en prensa local y propaganda en televisión regional.	Por definir	Por Concertar	
Vector 2. Persuacion	Persuacion de los Actores	Persuadir a los actores para que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.	Realización de jornadas de capacitación con grupos focales de los diferentes sectores, para mostrarles causas y consecuencia de conductas que atentan con la salud pública.	Por definir	Por Concertar	25% de los actores de meracad con cambios reales vendedores del mercado de Bazurto
			Jornadas de promoción y prevención de los vigías de salud en todo el mercado.	Por definir	Por Concertar	
			Amonestación simbólica "Tarjeta Roja – Estas Aut" para llamar la atención a los individuos con conductas inadecuadas.	Por definir	Por Concertar	
			Concurso Mi Puesto de Trabajo Impecable para premiar a los puntos de ventas más limpio, ordenado y saludable.	Por definir	Por Concertar	
			Alianzas con el Dadis y del Epa para el desarrollo de jornadas de inspección y control de salubridad y el medio ambiente.	Por definir	Por Concertar	
Vector 3. Control	Seguimiento Evaluacion y Control	Realizar seguimiento y evaluación al desarrollo del Plan y realizar mediciones periódicas a los resultados.	Realizar periódicamente reuniones de seguimiento, evaluación y control con los responsables del desarrollo del programa.	Por definir	Por Concertar	Control y seguimiento permanente de las actividades y los resultados del plan
			Realizar mediciones y monitoreo del impacto del programa y sus respectivos indicadores.	Por definir	Por Concertar	
			Desarrollo de los ajustes pertinentes de acuerdo con el seguimiento y las mediciones de los indicadores.	Por definir	Por Concertar	

CONCLUSIONES

- Uno de los temas más controvertido y de mayor debate en la ciudad es la problemática actual del mercado de Bazurto, cuyos orígenes data desde la misma concepción de su traslado y de su ubicación en un punto neurálgico de la ciudad de Cartagena hasta sus condiciones actuales en donde se evidencia la mala planificación urbana, el descontrol en el espacio público, el taponamiento de la ciudad, el hacinamiento y todos los problemas de salubridad que han existidos por muchos años. Lo que conocemos hoy como mercado de Bazurto se enmarca en muchos hechos históricos de la ciudad de Cartagena de indias que le han dado la connotación que hoy posee.
- El Mercado de Bazurto fue creado para albergar a los dos mil (2.000) comerciantes que se encontraban en la plaza de Getsemaní, hoy por hoy el Mercado se encuentra sobre utilizado en más de un 400% sobre su capacidad instalada, ya que son más de ocho mil (8.000) los comerciantes que se ubican en este centro de comercialización. En este escenario podemos observar la falta de control por los entes territoriales o la falta de una decisión política de solucionar estos problemas.
- De acuerdo a las características propias del Mercado, el principal problema que este presenta debido a la poca cultura ciudadana de todos los agentes del Mercado de Bazurto consiste en la falta de higiene a causa de la acumulación excesiva de basuras en descomposición, las cuales generan malos olores, incrementos de insectos y roedores, arrojando como consecuencia una propensión alta a adquirir enfermedades infecciosas por parte de los usuarios y comerciantes, a través de de la contaminación de los alimentos que allí se distribuyen. Todo lo anterior contribuye a que el Mercado de Bazurto sea considerado un foco de contaminación de la ciudad de Cartagena, por falta de un

mayor centro de acopio para el depósito de estas basuras y residuos.

- Todos los comerciantes del Mercado de Bazurto, tanto mayoristas como minoristas no cuentan actualmente con una buena organización por lo cual se vislumbra un estado degradante del mismo, existen tantas organizaciones que lo único que han conseguido es una total desorganización, en donde no existen jerarquías y conviven en la “ley de la selva” donde los más fuertes hacen lo que deseen y se ve una completa anarquía lo que hace que los problemas que se presentan el Mercado sean aun mayores.

- Uno de los factores que atenta sistemáticamente la salubridad de Bazurto son las inadecuadas condiciones de trabajo y los malos hábitos y conductas de las personas que desarrollan sus labores, los cuales generan una influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud del trabajador.

- Los factores de riesgo que generan insalubridad se identificaron a través cinco grupos, los cuales se detallan a continuación:

a) Los agentes materiales

b) El entorno ambiental

c) La Carga de Trabajo

d) La organización y ordenación del trabajo

e) Las características personales del individuo

- Todos estos factores identificados gráficamente generan día día problemas de salud en el mercado de Bazurto, enfermedades que van de simples virus y alergias hasta enfermedades severas y terminales que incluso pueden causar la muerte.

- De igual forma los actores identificaron otras problemáticas tales como: Falta de cohesión e integración social entre los actores del mercado de Bazurto

para liderar y realizar procesos de cambios, no hay Campañas agresivas y de control por parte de la Administración Distrital y sus entes competentes en el Mercado de Bazurto y sus problemáticas, deficiente control y vigilancia de los organismos de limpiezas en las medidas de aseo y recolección, ausencias de condiciones óptimas de los servicios públicos: agua, luz y alcantarillado y deterioro de gran parte de la infraestructura de la plaza de mercado.

RECOMENDACIÓN

Hoy día, la situación de ocupación del espacio público, el embotellamiento de las vías, la delincuencia, la contaminación ambiental y todos los otros problemas de salubridad del mercado de Bazurto, esbozado anteriormente, se constituyen en prioridad de gestión para la administración distrital, ya que durante muchos años, el problema ha persistido durante muchas administraciones, a pesar de haberse desarrollado diferentes programas y proyecto orientados a la mitigación de los problemas sin haberse presentado los resultados esperados y de formulación de proyectos estructurales, por consiguiente, se debe adoptar una voluntad política real para el traslado del Mercado de Bazurto como una formulas efectivas para la solución de la problemática.

La actual administración debe seguir asumiendo el reto de la solución de la problemática del mercado, a través de la formulación y puesta en marcha del proyecto de la recuperación y revitalización del mercado de Bazurto y la concepción del proyecto la Plaza Mayor del Bicentenario, una mega solución para el Distrito y los Municipios vecinos.

Todos los proyectos son sumamente importantes para la solución estructural de la problemática, pero además, del tema locativo, vial, logístico y de renovación urbana, se debe trabajar simultáneamente en planes de persuasión y sensibilización a través de estrategias comunicaciones que permitan la construcción de cultura ciudadana, para lograr un cambio real de hábitos y costumbres orientado al mejoramiento de las condiciones ambientales y de salubridad que históricamente ha enfrentado el mercado, de lo contrario, los problemas persistirán y se podrían trasladar a las otras zonas donde se ubiquen mercados sectoriales o la gran central de abastos.

Las recomendaciones planteadas desde la óptica de los actores se resumen en las siguientes actividades:

- Lograr más conciencia ciudadana entre los vendedores y usuarios del mercado de Bazurto.
- Organización administrativa para empoderar a líderes
- Capacitaciones permanentes en diferentes temáticas
- Que se le haga seguimientos a los procesos iniciados en el mercados con entes externos a la Administración Distrital
- Más organización y coordinación en las jornadas de limpiezas
- Vigilancia y control en las recolecciones de basuras
- Más canecas que abarquen la totalidad del mercado
- Más condiciones optimas en servicios públicos: agua potable, alcantarillado y luz
- Remodelación y reparación de las infraestructuras de la plaza de mercado

Basado en el enfoque comunicacional seleccionado, en el diagnostico de la situación dese la óptica de los actores y de conceptos técnicos analizado a través de entrevistas con experto y documentación especializada, se recomienda la ejecución del siguiente del Plan Comunicacional el cual se describe a continuación:

Nombre del Plan

Plan de Sensibilización y Persuasión para la Mitigación de los Problemas de Salubridad Existente en el Mercado de Bazurto de Cartagena de Indias.

Objetivo del Plan Comunicacional

Sensibilizar a los actores del Mercado de Bazurto sobre el grave problema de salubridad existente y persuadirlos a que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.

Vectores Estratégicos

Vector 1: Sensibilización

Objetivo del Vector: Sensibilizar a los actores sobre la problemática de salubridad existente en el Mercado de Bazurto.

Vector 2: Persuasión

Objetivo del Vector: Persuadir a los actores para que abandonen hábitos, costumbres y conductas que atentan contra la salud pública de todos.

Vector 3: Seguimiento Evaluación y Control

Objetivo del Vector: Realizar seguimiento y evaluación al desarrollo del Plan y realizar mediciones periódicas a los resultados.

BIBLIOGRAFIA

PARTICIPACIÓN CIUDADANA: elementos conceptuales R Baño, E Correa, M Noé - Nociones de una ciudadanía que crece, 1998 - cronopio.flacso.cl15

RESTREPO J, Echeverri E, Vásquez J, Rodríguez S. El seguro subsidiado y el acceso a los servicios de salud. Teoría, contexto colombiano y experiencia en Antioquia. Medellín: Centro de Investigaciones Económicas, Universidad de Antioquia; 2008.

FRENK J. El concepto y medición de la accesibilidad. Revista de Salud Pública de México 1985;27(5):438-53.

OROZCO Africano, Julio Mario. Evaluación de la aplicación de políticas públicas de salud en la ciudad de Cartagena.

CABRALES, Carmen. Construir a Cartagena desde lo Público. Revista Palobra. Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad de Cartagena. 2002.

CÓDIGO J. Equipo juvenil de comunicación audiovisual grios. Funsarep 2008

COMPILADO: Voces Soberanas, Experiencias de Periodismo Ciudadano. CEDAL Centro de Comunicación Educativa Audiovisual. Bogotá D.C., 2005

TÓRRICO, Eric. “Enfoques y abordajes de la comunicación”. Formar la ciudadanía, sí es posible. Ministerio de educación nacional 2005

PÉREZ, Gerson Javier y SALAZAR MEJÍA, Irene, “La pobreza en Cartagena: Un análisis por Integralrrios”.

José Bernardo Toro A. y Martha C. Rodríguez G., BID "La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos".

MAX-NEEF, M. Desarrollo a escala humana: Una opción para el futuro. Santiago de Chile. - Development Dialogue, Número especial. CEPUR Fundación DagHammaskjöld, 1986. 94p.

MIRALLES, Ana María. La Construcción de lo público desde el periodismo cívico.

E. PICHÓN. Riviere: "El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social" pag.89.

BELTRAN, Luis Ramiro, Salud pública y comunicación social, Chasqui, vol.51, julio 2004.

MORALES, J. F, Huici, C. "Es una reseña de "Psicología Social". (2000) Cristina de Haro 2003.

Amevas

ANEXO 1.

Entrevista a AMAURY LORA. Administrador del Mercado de Bazurto.

1. ¿Qué acciones desarrolla la Administración del Mercado para la recuperación ambiental y en el manejo de la salubridad de Bazurto? ¿Cuáles son sus responsabilidades?

AL: "Contamos con una infraestructura que le faltan muchas mejorías y con las que estamos trabajando para día a día regularizar la operatividad con respecto a la manipulación de alimentos y el manejo de residuos de las basuras. Se han hechos unos esfuerzos significativos en búsqueda de estas mejorías una de ellas ha sido que con las compañías encargadas de aseo hemos tratado de trabajar la cultura de clasificación de residuos sólidos para un mejor manejo e incentivar la cultura ecológica y de reciclaje dentro del mercado evitando así problemas de salubridad por mal manejo de estas".

"Igualmente hemos tenido la responsabilidad de llegar a visitas con los vendedores y jornadas de limpiezas en los sitios que creemos en condiciones extremas, si creemos que vamos bien nos hace falta todavía. Estamos esperando es la Revitalización del mercado nos brinde la posibilidad para llegar a la excelencia".

2. ¿Qué medidas se pueden tomar para concienciar a los vendedores sobre el cuidado del ambiente y la salubridad en Bazurto?

AL. "Con los vendedores es un poco más de idiosincrasia ya que ellos por las condiciones en que históricamente vienen ejerciendo la actividad se han acostumbrado a unas prácticas inadecuadas y de suciedad.

Más que todo estamos estudiando la parte socioeconómica y la idea que ellos

tienen de cómo tienen que ejercer la autoridad. Por esto con el área de bienestar de la Administración del mercado vamos día a día y cambiamos el desorden y este se refleja en todos. Igualmente los que manipulan los alimentos nos preocupa a la salud de los cartageneros”.

3. ¿Qué sugerencias y/o estrategias puede dar la autoridad ambiental del Distrito a las demás autoridades de la Administración para la recuperación integral del Mercado de Bazurto?

AL. “Necesitamos más apoyo del DADIS, El EPA y las dependencias competentes estamos pidiendo el apoyo y avanzando en el tema”.

4. ¿Qué opina al respecto del porqué no hay continuidad en los procesos y no arrojan los resultados esperados en las diferentes problemáticas de Bazurto?

AL. “Por no contar de forma inmediata con la infraestructura adecuada es el principal facto. La idea que manejan los comerciantes que no nos ha dejado trabajar y lo que venimos haciendo de mejorar estas prácticas pienso que vamos arrojar mejores resultados”.

FIN DE LA ENTREVISTA

ANEXO 2.

ENTREVISTA A Ruth Lenes Padilla. Directora del Establecimiento Público Ambiental Distrital. (EPA)

1. ¿Cuál es la responsabilidad que tiene el EPA Cartagena frente al manejo ambiental del mercado de Bazurto?

RL.: “El Establecimiento Público Ambiental EPA. No tiene responsabilidad frente a la administración con el Mercado de Bazurto. El manejo Bazurto va hacer exitoso y repercute en el medio ambiente; pero el medio ambiente no es una cosa aislada del manejo administrativo de Espacio Público, de conexión de alcantarillado y agua potable que necesita el mercado y acciones educativas de acompañamiento se hace; pero la responsabilidad es de la Administración del Mercado de Bazurto”.

2. El papel del EPA específicamente ¿en qué se concentra?

RL.: “En apoyar al Distrito hacer acciones educativas para la consecución de objetivos en el manejo de problemáticas”.

3. ¿Qué sugerencias tiene el EPA para las demás autoridades del Distrito que están relacionadas con el manejo integral de Bazurto?

RL.: “Lo primero es la recuperación del espacio público que tiene que recuperar la Gerencia de este ente distrital con la ayuda de la policía y mantener esta recuperación de lo público, eso significa adecuado manejo de los espacios, de las vías, el DATT también tiene que estar presente y que los vendedores regresen al centro del mercado o sea sus puestos de orígenes y no estén en la avenida ocupando espacios que no les compete. Esta es la primera recomendación y la segunda tiene que ver con la parte administrativa donde se incluya capacitación y organización entre los vendedores”.

FIN DE LA ENTREVISTA

ANEXO 3.

ENTREVISTA

Luis Eduardo Vergel Plata. Nacido en Santander y hace 40 años vino a Cartagena y los mismos años de trabajar en un granero, además de líder en la plaza de mercado.

1. ¿Cómo fue su llegada a Bzurto, luego del traslado desde la plaza de mercado de Getsemaní?

LEV: “Fuimos de los primeros que inauguramos el mercado. Soy del Santander y estoy en Cartagena desde el año 1969. Llegamos a Bzurto trasladados del mercado del Getsemaní. El mercado de Bzurto fue una belleza cuando lo inauguraron, bien planeado pero mal administrado y con la complicidad de los mismos comerciantes para pedir prebendas que nos han llevado al caos.

Somos una comunidad aproximada de 5000 y de aquí de 1000 que trabajemos pueden depender los demás.

El Gobierno nos desplazó con la quitada de la luz hace un par de años. La deuda del mercado era de más de 300 millones y con lo que recauda el mercado se pudo haber cancelado.

Hace 8 o 9 años mucha gente se suicidó por esta situación.

2. ¿Piensa que la inversión que le harán a Bzurto con el Plan de Revitalización podría tener resultados?

LEV: “Si la plata que van a invertir no la proyectan bien igual se va a ir a la charca

que tenemos aquí atrás.

Aquí invierten cantidad de dinero cuando vienen a limpiar y lavar el mercado lo cierran y nos mandan para la casa. Por ejemplo cuando voy a limpiar mi casa estoy allí. El administrador debe exigirnos limpiar nuestro sitio de trabajo.

Cuando llueve esto se convierte en la porquería más grande, entonces traen los líderes y no los llevan donde se encuentra la inmundicia.

Aquí hay venta de comidas donde están las alcantarillas rebosadas y donde está el DADIS?

Hay cosas que se nos salen de las manos de gran magnitud. Me da pena decirlo pero esto es una porquería”.

3. ¿Ha participado de charlas o talleres en temas como salubridad pública desarrollados aquí en el mercado?

LEV: “Charlas si he escuchado que se hacen por allí, pero uno cree que se la sabe toda, pero soy consciente de que debemos aprender, falta de liderazgo la gente llega con interés pero tira la toalla”.

4. ¿Qué sugerencias daría a sus compañeros e igualmente a las administraciones distritales para contrarrestar problemáticas en salubridad, entre otras en Bazurto?

LEV: “Si no se hacen proyectos con un fin planificado y los usuarios no den ideas. No llegamos a ninguna parte”.

Y se debe empezar por el piso que tiene un declive y cuando llueve esto es una porquería, me da pena decirlo pero es la realidad. Si vienen a maquillar estas

platas no servirán de nada, mejor que nos indemnicen”.

No sé leer ni escribir pero la vida me ha enseñado muchas cosas. Para renacer Bazarro tendría que comenzar a hacer de nuevo y estos terrenos valen mucha plata. Aquí no hay parqueaderos, vías de acceso, no tenemos servicios públicos con la plata que vale estos terrenos y la que le van a meter para la revitalización solo para maquillar. Creo que alcanza para indemnizar a todo el mundo para que empiecen en otra parte.

FIN DE LA ENTREVISTA

ANEXO 4.

ENTREVISTA

Silvia Pérez, de más de 30 años. Vendedora de comida en el Mercado de Bazurto.

1. ¿Cómo fue su llegada al Mercado de Bazurto?

SP: “Cuando yo llegué hace más de 30 años esto mejor que ahora y por lo menos había más entrada al mercado, ya no es lo mismo de antes, esto se acabó. Aquí se permanece una soledad única. Lo hemos acabado nosotros mismos por la mala higiene, por mal comportamiento, los locos, los gamines todo ha ayudado que el mercado se deteriore. No lo quieren, nosotros no lo queremos y debemos conservarlo porque de aquí depende nuestro futuro, salario y la vida de uno depende del Mercado”.

2. ¿Qué problemática en salubridad cree usted que se genera en el Mercado?

SP: “Que el mercado esté lleno de cáncer no sé porqué, algo nos está pasando, la mayoría estamos muriendo de cáncer. Este todo en el ambiente.

Murió una tía mía con cáncer en el ojo, si esto me preocupa que estemos muriendo de cáncer no sé de donde viene o que estamos comiendo, o el ambiente, esto es una problemática seria ya que no he conocido de uno si no de varios.

Perdí una tía por cáncer, un primo por cáncer, un señor que trabajaba acá perdió toda la boca y hacían rifas, otra tía mía que trabajo aquí tiene azúcar y ahora le declararon cáncer y otra señora que vendía comida aquí también”

3. ¿Qué sugerencia le hace a la comunidad en general y autoridades competentes?

SP.: “Decirle a mis compañeros que sean más conscientes de que quieran al mercado, esto es un futuro aquí hay mucho.

El mercado tiene ahora tanto problema de que nos van a reubicar y nosotros queremos mejores condiciones que no esté tan abandonado como está actualmente, estos callejones están desolados, pues yo quiero que se haga el mejoramiento pero que se vea, que no quede en el aire”.

FIN DE LA ENTREVISTA

ANEXO 5.

ENTREVISTA

Gilberto Riquer. Vendedor de carnes en el Mercado de Bazurto

1. ¿Qué tiempo tiene en el mercado y a que se dedica?

Tiempo de estar aquí en el mercado toda la eternidad, vendo carne, costilla, hueso y vísceras. El tema crítico de salubridad en el mercado es el desaseo.

2. ¿Por qué lo considera crítico?

Porque no hay organización administrativa y mire como esta todo esto, hacen un solo recorrido en la mañana y ya al día siguiente cuando llegamos ya está todo sucio nuevamente y permanece el día así.

3. ¿No creen ustedes que tienen compromiso en esta situación?

No el compromiso es de la administración porque ellos recaudan un impuesto diario y tienen que estar pendiente, miren el techo y ahora viene el invierno. Y se pone la cosa dura para poder trabajar.

Aquí no hay un tanque donde depositar la basura, nos hace falta el agua potable, nos hace falta las canecas para votar la basura, cosas esenciales que le faltan a uno aquí y que la gente que viene a comprar se lleva la mala impresión.

4. ¿Y una sugerencia para el Distrito y a sus compañeros?

Lo mejor que puedo decir es la reorganización y en la administración poner algo que funcione y aquí se recauda diario y no se ve”.

FIN DE LA ENTREVISTA