

# Estudio Cualitativo sobre lavado de manos Resumen Ejecutivo

---

## Qualitative Study on Handwashing (Executive Summary)

Producido por  
IMASEN Comunicación y Desarrollo

Diciembre, 2007





---

## Resumen Ejecutivo

---

# Estudio Cualitativo sobre lavado de manos

---

**Ciente:** PROGRAMA DE AGUA Y SANEAMIENTO  
BANCO MUNDIAL  
Diciembre 2007



## Sección 1

# Objetivos

### 1. OBJETIVO GENERAL

Proporcionar información a profundidad para el diseño de un programa de comunicación, destinado a reforzar o cambiar las costumbres de los niños para incrementar el hábito del lavado de manos con jabón en los momentos críticos (después de ir al baño y antes de comer especialmente) y para que ellos mismos sean agentes de cambio de las prácticas de lavado de manos en su núcleo familiar.

### 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Producir un análisis de los comportamientos vinculados al lavado de manos entre niños y niñas de 5 a 12 años de zonas periurbanas y rurales del país, en sus escuelas y en sus hogares.
2. Proporcionar información relevante y a profundidad sobre las creencias y actitudes que facilitan o dificultan las prácticas del lavado de manos en los niños y niñas, así como de las barreras contextuales existentes tanto en sus colegios como en sus hogares.
3. Acercarse al mundo imaginario en que se desenvuelven los niños y niñas, a sus aspiraciones y modelos de referencia, buscando reconocer ahí aquellos *insights* que puedan darle soporte a una campaña de comunicación destinada a promover el lavado de manos con jabón.
4. Conocer la trama de relaciones intrafamiliares, particularmente en la relación niños-madres y niños-cuidadoras, registrando aquellas condiciones que pueden facilitar o dificultar el rol de los niños y niñas como agentes de cambio de los comportamientos del lavado de manos en el hogar.
5. Conocer las condiciones de saneamiento y prácticas de lavado de manos en algunos centros escolares típicos de zonas periurbanas y rurales de las 3 regiones del país, estableciendo su influencia en la adopción o no de la práctica del lavado de manos y recogiendo de parte de maestros, directivos y personal de apoyo, sugerencias e iniciativas a favor de un programa que las promueva.

6. Someter a prueba y verificar el efecto de materiales de comunicación y juegos infantiles de la campaña de lavado de manos, los mismos que serán proporcionados por la institución solicitante del estudio.
7. Establecer cuáles son los canales de comunicación, interpersonales, en redes o masivos, que pueden ser el mejor medio para la disseminación y difusión de la campaña.



## Sección 2

# Metodología

El público primario de este estudio fueron los niños y niñas de 5 a 12 años de edad. El público secundario establecido fueron las madres y cuidadoras, así como el personal clave de las escuelas.

Para la realización del estudio se escogieron dos colegios (uno urbano y uno rural) en las siguientes zonas (haciendo un total de seis centros educativos)

- Departamento de San Martín: ciudades de Tarapoto y Shatoja.
- Departamento de Junín: ciudades de Huancayo y Apata.
- Departamento de Piura: ciudades de Piura y Chulucanas.

Las actividades realizadas como parte de la investigación fueron las siguientes:

En cada Centro Escolar	Descripción	Total en C.E zona periurbana	Total en C.E zona rural	Total General
6 observaciones estructuradas de entrada hogares	Observación de las prácticas de lavado de manos y relaciones madres-niños en hogares de los niños del CE.	18	18	36
6 entrevistas a profundidad a madres/cuidadoras de hogares observados	Entrevistas post-observaciones en cada hogar	18	18	36
5 Focus Groups con niños	Un grupo de niñas y niños de 5 a 7 años, dos de 8 a 10 años segmentados por sexo y dos de 11-12 años segmentados por sexo	15	15	30
2 Focus Groups madres/cuidadoras	Sesiones con madres/cuidadoras segmentados por edad: hasta 35 años y más de 35 años.	6	6	12
5 Entrevistas a profundidad personal escolar en los centros escolares	Entrevistas a una autoridad, profesores y eventualmente personal de apoyo.	15	15	30
2 Talleres educativos y motivacionales sobre Lavado de Manos	Talleres en dos aulas del colegio, seleccionando una de niños menores y otra de niños de más edad	6	6	12

En cada Centro Escolar	Descripción	Total en C.E zona peri-urbana	Total en C.E zona rural	Total General
Observación estructurada en cada uno de los centros escolares (pre y post Talleres de Lavado de Manos)	Observación vinculada a las pruebas de comportamiento: dos observaciones, una antes del estímulo y otra posterior, para evaluar sus efectos.	3	3	6
2 Talleres de post evaluación	Con las mismas aulas que participaron de los talleres previos.	6	6	12
12 entrevistas semiestructuradas a mamás	Entrevistas personales a madres de niños que participaron en los talleres.	36	36	72



## Sección 3

# Desarrollo de la Información

---

La información obtenida ha sido estructurada en torno a una serie de ejes temáticos en los que se aborda el análisis de la familia, el mundo infantil, la percepción sobre la limpieza y el lavado de manos, terminando con el análisis de lo que ocurre en los centros educativos.

### **1. La familia**

El perfil de las familias que viven en los lugares investigados es el siguiente:

- Pertenecen mayoritariamente al nivel socioeconómico D (bajo inferior) y E (marginal).
- El promedio de personas por hogar es de 5 personas a nivel general.
- Bajo nivel de instrucción de la cuidadora (la mayoría no llegó a la educación secundaria).
- Las viviendas no son de material noble.
- Menos del 40% cuenta con agua potable dentro de la vivienda. Alrededor de un 25% más cuenta con agua potable pero fuera de la vivienda.
- Se debe diferenciar entre: familias integradas pese a la pobreza, familias que permanecen unidas pero son disfuncionales (violencia familiar / alcoholismo), familias desintegradas.

Más allá de las limitaciones que deben enfrentar las personas que formaron parte de esta investigación, la familia es descrita como algo importante. Para las madres de familia, los hijos le dan sentido a su existencia. Para los niños es muy importante el sentirse queridos, protegidos (ideal).

Tanto las mujeres como los niños esperan que la familia sea fuente de felicidad y tranquilidad. Sin embargo, aparecen menciones a problemas de alcoholismo, violencia familiar, abandonos e incluso hijos rebeldes. En ese sentido, el ideal contrasta con los problemas que se deben afrontar. Al momento de diseñar la estrategia de comunicación debe tenerse en cuenta que las personas idealizan a la familia, se identifican con familias armoniosas y unidas.

Las madres se ven a sí mismas como capaces de realizar cualquier sacrificio por sus hijos, lo que las hace sentirse bien consigo mismas. El ideal para ellas es de una madre sacrificada, que antepone la necesidad de sus hijos por sobre todas las cosas.

*“C: ¿Y para usted Paola?*

- Para mí la familia, es lo más grande que me ha dado Dios. Porque como yo no me he criado con mis padres, me he criado con mis hermanos, yo soy feliz porque veo que mis hijos se están criando juntos. Yo me he criado separada de mis hermanos, no he tenido una familia unida de papá y mamá.*
- Claro, porque a veces uno se deja de poner algo, por darle a ellos.*
- Porque a veces, cuando ellos piden algo, yo aunque no tenga, no sé qué hacer porque ellos me piden y a veces no tengo.”*

**Madre - Piura**

Si bien las madres mencionan que sus hijos son su razón de ser, debe tenerse en cuenta que sus múltiples obligaciones hacen que dediquen poco tiempo a interrelacionarse con ellos. Las consultadas declaran jugar eventualmente con los niños pequeños (menores de cinco años), situación que cambia en la medida que crecen y “hay que introducirlos en las responsabilidades”.

Las madres son evaluadas y se sienten evaluadas por las características de sus hijos. Esta situación puede ser usada para ayudar a difundir las prácticas del lavado de manos. El problema es lograr que las personas puedan claramente identificar quién cumple con el comportamiento y quién no.

Es importante tener en cuenta que la figura materna es mucho más importante para el niño. El padre es alguien distante, con el que se suele tener poco contacto, especialmente cuando las familias son más pobres y los padres tienen un menor nivel de educación. En algunos casos incluso sienten miedo hacia el padre.

El varón es el proveedor, centrándose las expectativas de la familia en torno a su capacidad para ganar dinero. En ese sentido, se considera normal que pase poco tiempo con su familia. Sin embargo, los niños que provienen de hogares donde el padre participa más activamente de la vida familiar se muestran mucho más activos en las dinámicas y mucho más cuidadosos. La distancia entre los niños y sus padres muchas veces se explica en los problemas de alcoholismo y violencia doméstica.

Las madres y los niños forman un binomio en el que el padre difícilmente tiene un lugar. Pese a que ésta pueda ser la realidad predominante, debe tenerse en cuenta que lo ideal es un ambiente armonioso donde cada uno cumpla su rol (el cual está definido por patrones sumamente tradicionales).

El esquema de familia que tiene el niño es bastante tradicional, aunque no corresponda a la realidad. El niño piensa en un núcleo familiar compuesto de padre, madre y hermanos. La forma en que valore a sus padres depende de la forma en que cada uno de los sexos cumple su rol. La madre es la encargada de realizar las tareas del hogar y el padre es percibido como el proveedor. Estas imágenes todavía están fuertemente arraigadas en la mente de los niños que asistieron a las dinámicas.

Los niños son conscientes de las múltiples carencias que se sufren en el hogar, pero priorizan las que tienen que ver con la falta de uno de los padres, la violencia o el alcoholismo. En un segundo orden aparecen las demandas económicas, en ocasiones referidas a que si ellas estuvieran resueltas sus familias estarían más tranquilas.

Si bien las madres suelen usar métodos de disciplina bastante violentos, los niños suelen tener en ellas a sus confidentes o por lo menos a la persona mayor con la que más se comunican. Existe una visión dual frente a la madre: se le percibe fuerte frente al niño y débil frente a la madre.

La relación entre hermanos es muy importante. Los niños son puestos a cargo de los hermanos mayores. Éstos muchas veces son los que les enseñan y/o refuerzan lo aprendido en el colegio.

Si nos referimos a la forma como se interrelacionan los miembros de una familia, debemos señalar que existen tres patrones básicos:

- a. Las familias donde predominan las relaciones verticales. En ellas el padre tiene la última palabra y se le ubica como quien da órdenes a la madre. Esta reproduce el patrón hacia los hijos y ellos a su vez reeditan la misma relación con sus hermanos.
- b. Las familias donde predomina un esquema de transición. En ellas la madre puede ser más receptiva, propiciando que entre los hijos también se dé una relación más horizontal independientemente de su edad.
- c. Las familias donde predomina un estilo de relación horizontal. Este tipo de familia suele predominar cuando el padre tiene un mayor nivel educativo. Este estilo de comunicación se da más en las zonas urbanas de la costa y de la selva.

El tener un estilo de comunicación horizontal es indispensable para que se dé la influencia del niño en el comportamiento de la familia. En ese sentido, es importante que la campaña muestre prototipos de familia donde el padre / la madre reaccionan favorablemente a los comentarios de los niños, a que ellos puedan indicarles a sus padres otras formas de actuar.

## **2. El mundo de los niños**

Los niños manifiestan jugar poco con sus padres o tener pocas oportunidades de relacionarse con ellos en espacios de distensión. Esto es mucho más marcado en los niños pequeños con relación al padre, mientras que los mayores por lo menos comparten las labores del campo o algunos entretenimientos (incluso se puede observar como los varones se van incorporando al mundo masculino conforme crecen).

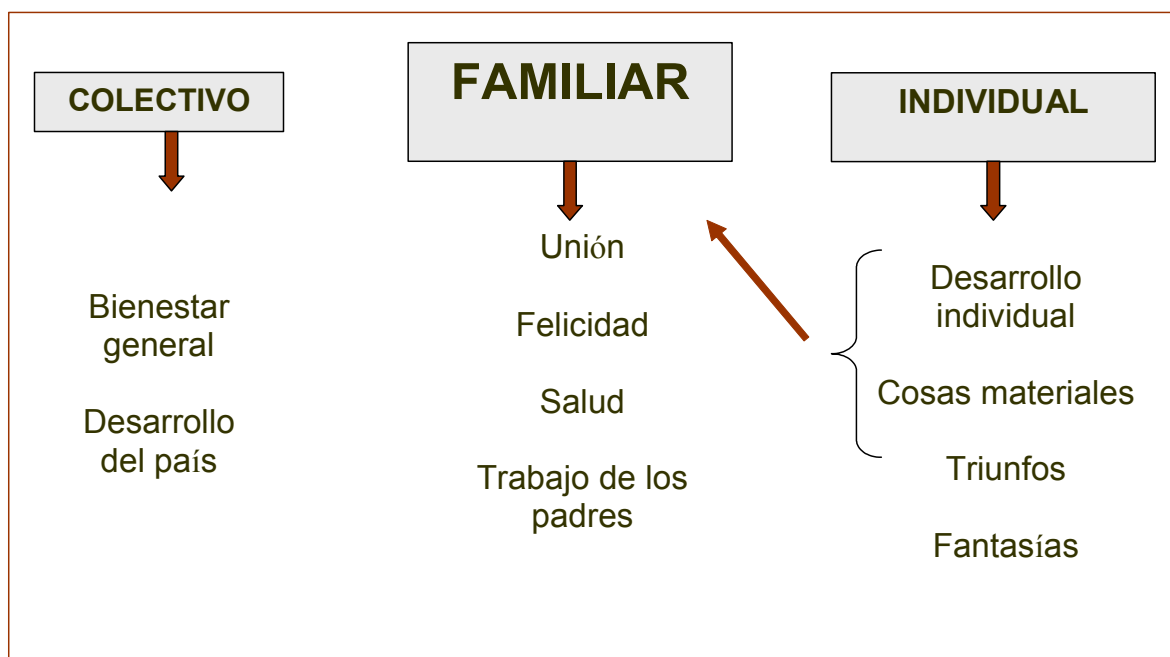
Los niños tienen asignadas tareas en el hogar y a veces en el negocio familiar. Estas obligaciones se ven reducidas durante los días de colegio y aumentan los fines de semana. Es importante tener en cuenta que los niños no rechazan el realizar las tareas, sino ser castigados como resultado de errores cometidos en la realización de las mismas. Inclusive se debe subrayar que los niños valoran la ejecución de estas tareas en la medida que les permite tener contacto con los padres.

En este contexto de responsabilidades tempranas, el colegio puede ser un espacio de entretenimiento, de juego. Esta situación se da con mayor fuerza en la zona urbana, donde los niños no cuentan con espacios adecuados para jugar.

Los sueños y deseos de los niños son, como corresponde al desarrollo evolutivo, más fantasiosos entre los más pequeños y más apegados a la realidad en la medida que crecen. Ser princesas o superhéroes es una constante en los más pequeños. Sus fantasías se nutren de los medios de comunicación más que del entorno o las costumbres locales.

Cuando se habla de que les gustaría ser cuando fueran grandes, la mayoría señala el ser profesional. En contadas ocasiones se menciona la profesión o actividad realizada por el padre. Nunca se menciona seguir los pasos de la madre (por más que se la considere una mujer ejemplar). Los referentes de los niños suelen ser personas de fuera de su círculo familiar (un doctor que los atendió alguna vez) o personas que pertenecen a la familia ampliada (una tía lejana, etc.). Al profundizar en lo que los niños quisieran ser de grandes, aparece una preocupación por el bienestar social, la misma que es más marcada en las zonas rurales y en la Sierra (quizás por su tradición colectivista).

La misma situación aparece cuando se pregunta por qué deseos le pediría a un genio. Las respuestas obtenidas siguieron el siguiente esquema:



Los deseos están relacionados con arreglar el mundo, pero también con solucionar los problemas de sus familias. En este segundo rubro los niños hablan de lograr la reunión de la familia o, lo que es lo mismo, acercarla al ideal que manejan.

Los niños aspiran a ser buenos. Los modelos de conducta tienen que poder ser descritos de esa forma. Ser bueno significa preocuparse por los demás, poder darles cosas a los más pobres. Aunque existe una preocupación por tener una fuente de ingresos y ganar plata, generalmente ese deseo no aparece muy explícito (al parecer no se le asigna legitimidad). Los niños perciben el mundo entre buenos y malos, visión en la que es fácil inscribir la lucha de la limpieza contra la suciedad.

Los niños quieren ser aceptados y queridos, situación que los motiva a adoptar ciertos comportamientos percibidos como positivos. En la identificación de estos comportamientos tienen un rol importante sus padres, sus maestros y los medios de comunicación. Con respecto a la posibilidad de influencia de sus pares, debe tomarse en cuenta que la característica de líder tiene distintas connotaciones según nos encontremos en la costa o en la sierra. En esta última zona, el grupo es la fuente de poder y el líder no impone sino busca consensos. En la zona urbana, el líder ocupa este lugar por sus características personales (visión más individualista), aunque también se le ve de forma positiva cuando responde al bien común. También se reconoce que puede tener una faceta oscura (búsqueda de beneficio personal). La información recogida sobre este tema nos lleva a concluir que no es adecuado usar el término líder (por tener connotaciones ambiguas) aunque sí tiene mucha legitimidad la búsqueda del bien común (aspecto que también puede ser resaltado en la campaña de lavado de manos).

Los amigos juegan un rol muy importante para los niños. Si bien es importante tener muchos amigos, los mejores amigos tienen un lugar especial. El mejor amigo es “alguien bueno”, lo que implica ser alguien que no cause problemas, que no sea agresivo, que sea divertido, que comparta sus cosas, que se preocupe por el otro, que sepa guardar secretos. Se rechaza principalmente a los niños que son violentos, a los que dicen lisuras, a quienes ponen apodos (mención espontánea), pero también se rechaza a los que son sucios y descuidados (tema en el que se profundiza en el punto dedicado a la limpieza).

### **3. La limpieza**

El objetivo de esta parte fue confirmar si el tema del lavado de manos puede o no ligarse al concepto de limpieza. Los resultados obtenidos, tanto a nivel de madres como de niños, ponen de manifiesto que el ser limpio no es asociado principal ni exclusivamente con el lavado de manos, lo cual plantea dificultades para la estrategia de comunicación.

La limpieza es algo deseable, asociado a connotaciones positivas y en clara oposición al concepto suciedad. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que los patrones existentes para considerar a alguien limpio o no varían de una zona a otra, son estándares afectados por factores climáticos y culturales. Una primera

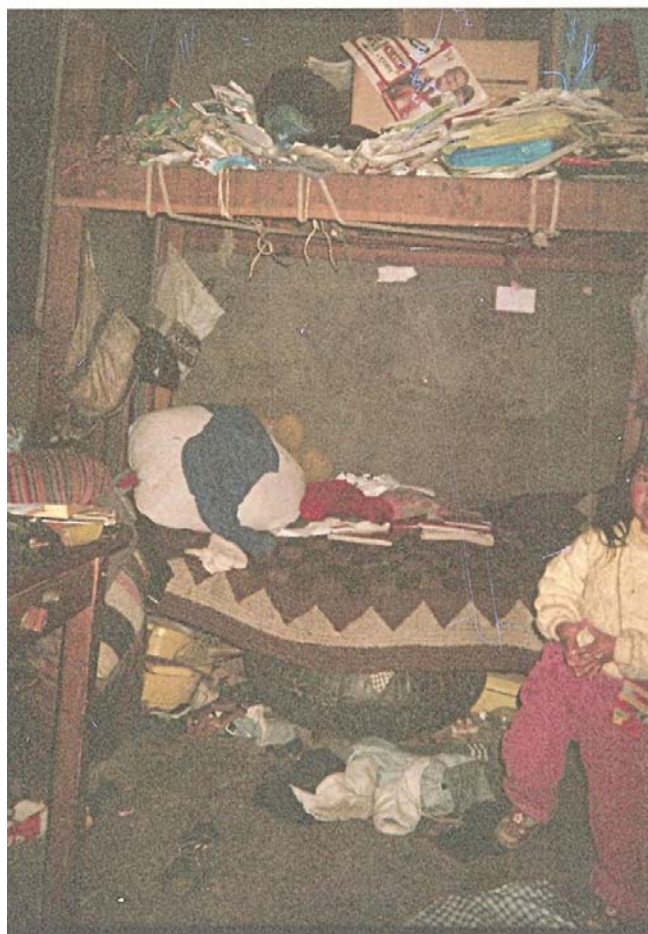
tarea parecería ser entonces estandarizar el concepto de limpieza, por lo menos en lo que se refiere al lavado de manos.

La limpieza es asociada con una serie de atributos perceptibles como el olor, el color o la apariencia. En lo que respecta al comportamiento de lavado de manos, resulta muy limitado trabajar con esta visión de limpieza, pudiéndose incluso considerar riesgoso el hacerlo. Existen muchas ocasiones en que las personas no se lavan las manos, precisamente porque para ellas no es obvio (perceptible) que requieren hacerlo. También es importante tener en cuenta que la dificultad para establecer si una persona se ha lavado o no las manos es lo que dificulta la sanción social.

Un aspecto positivo es que la conciencia sobre la necesidad de lavarse las manos para eliminar los gérmenes o microbios se encontró en todas las dinámicas efectuadas, tanto en la de madres como en la de niños. El no usar esta asociación podría implicar romper una cadena de cambio de comportamiento en la que ya se habría avanzado con el transcurrir del tiempo. El usar esta asociación permite que se pueda vincular el lavado de manos con evitar enfermedades.

Como se mencionó anteriormente, cuando se habla de limpieza personal no siempre se piensa en lavado de manos. Existe una tendencia a relacionarlo con aspectos como el ducharse o el mantener limpia la ropa, situaciones ambas difíciles de vincular al lavado de manos.

El estar limpio o sucio pasa a ser algo que se determina socialmente, se establece en función de los otros. El problema, como lo mencionáramos anteriormente es que no existen patrones claros. Es importante tener en cuenta que los hábitos de limpieza no han sido muy interiorizados por las madres consultadas ni por los niños. El que las madres manifiesten preocupación por este tema implica que se está produciendo una evolución positiva pero el proceso aún no ha terminado. En el estudio aparecieron frecuentemente contradicciones entre lo que se dice y lo que se hace. La importancia de la limpieza se subraya aunque se viva en una zona que no se caracteriza por estas cualidades, o cuando las propias características de la vivienda hacen pensar que la limpieza no es un hábito en el hogar:



La fotografía muestra claramente un hogar que no cumple con las condiciones de higiene mínimas a pesar que la madre sostiene valorar la limpieza.

Si bien la limpieza es un ideal, algo que se quiere alcanzar, en la ruta de cambio de comportamiento, el objetivo se aleja en la medida que las familias no saben cómo lograr el contar con un ambiente limpio o no cuentan con las facilidades para llevar a cabo el comportamiento. De otro lado, debe tenerse en cuenta que las madres de familia, suelen vivir una realidad abrumadora, frustrante, en la cual la lucha contra la suciedad puede constituirse en otra batalla perdida (es allí que se necesita elementos de refuerzo y reconocimiento que no siempre se dan).

Desde el punto de vista de las madres, la limpieza es algo claramente deseable cuando se refiere al hogar y a sus hijos. El ser ellas excesivamente preocupadas por la higiene personal puede ser un demérito. Las consultadas cuestionan aquellas que sólo se preocupan por arreglarse o por su apariencia, en lugar de hacer sus quehaceres o mantener limpia su casa. Aquí se produce una contraposición peligrosa.

Los niños asocian la limpieza con sentirse bien, ser aceptados y evitar enfermedades. Si bien todas ellas son asociaciones positivas, no llegan a ser beneficios lo suficientemente fuertes como para llevar a la práctica lo que se sabe.

El sentirse bien es un aspecto totalmente coyuntural que no siempre es apoyado por la familia (los padres no privilegian el placer, sino el deber). El ser aceptado depende de los patrones predominantes en la zona y éstos pueden ser poco exigentes. En este aspecto los maestros pudieran elevar la varilla, pero ello requiere realizar un esfuerzo comunicacional ad-hoc. En lo que respecta a evitar enfermedades, resulta obvio que los niños no desean contraer algún mal, sin embargo, también es cierto que esto es visto como un peligro poco probable, lejano. Puede concluirse que los beneficios de la limpieza requieren ser reforzados.

Si tratamos de identificar modelos de comportamiento de limpieza adecuados, llegamos a la conclusión que éstos se encuentran por construir. Ello se debe a que los entornos son poco saludables, incluyendo en ello a las escuelas e incluso a los centros de salud.

#### **4. El lavado de manos**

El nivel de conocimiento encontrado en las dinámicas (especialmente en la de madres) sobre la forma correcta de lavarse las manos<sup>1</sup> es heterogéneo. De los requisitos que debe tener un lavado de manos adecuado, el aspecto menos tomado en cuenta es el usar agua que corra. La importancia de tener jabón es reconocida con frecuencia, aspecto en el que ha incidido incluso la publicidad de jabones antibacteriales. Ello, aunado a las campañas realizadas en algunas zonas, hace que exista un terreno fértil para asegurar la presencia y el uso de jabón. Pese a que no todos los consultados reconocen la importancia de usar jabón, el problema no parece ser la falta de información. Existen una serie de circunstancias que evitan que el comportamiento deseado (lavado de manos adecuado) se lleve a cabo.

En el caso de las madres, el estar en permanente contacto con el agua y el detergente les hace pensar que sus manos están limpias. En el caso de los niños, la falta de un recordatorio permanente, así como el no tener el agua o el jabón al alcance, hacen que el comportamiento no se repita constantemente. Las madres de familia recuerdan a los niños el lavarse, pero pocas veces supervisan que tal situación se dé. En algunos casos, encomiendan a los niños de edad intermedia lavar a los más pequeños, situación en la que por lo general el lavado de manos tampoco se cumple satisfactoriamente. Es necesario tomar en cuenta que, de acuerdo a las observaciones efectuadas, las madres no toman en cuenta que algunas de sus decisiones, como no dejar el jabón a la mano de los niños, dificultan que ellos lleven a la práctica el comportamiento y que lo interioricen adecuadamente (la comunicación podría incidir sobre estos aspectos).

Las personas que no relacionan el lavado de manos con la eliminación de bacterias o gérmenes suelen ser menos propensas a considerar indispensable la presencia del jabón.

---

<sup>1</sup> Para efectos del estudio se estableció como lavarse con jabón o detergente ambas manos y con agua que corra.

El lavarse las manos puede ser un momento placentero para los niños en la medida que no les quite tiempo para jugar o hacer otras cosas más divertidas, en la medida que tengan agua abundante y un jabón que haga espuma. El problema radica en que las madres reprenden a los niños cuando desperdician el agua o cuando malgastan el jabón (lo remojan demasiado, se dedican a hacer espuma). De otro lado, el aspecto placentero del jabón está asociado a la calidad del producto. Inclusive parecería que el oler bien o la suavidad se pierden cuando se usa detergente (lo cual en términos estrictamente funcionales sí sería adecuado).

En el terreno del lavado de manos existe una importante brecha entre lo que se dice y lo que se hace. Las madres dicen lavarse en forma permanente, lo que hacen es suponer que sus madres están limpias porque están todo el día limpiando. Aunque las madres dicen que el lavado de manos evita las enfermedades en sus hijos, ellas insisten en limitar su acceso al jabón, situación que impide la formación de un hábito.

Podemos concluir que las amenazas al lavado de manos son:

- a. Usar detergente o jabón de mala calidad.
- b. Las enfermedades están relacionadas con distintas causas, lo que debilita su asociación con la falta de un lavado de manos adecuado.
- c. Para conseguir buenos resultados es necesario mantener el comportamiento en todas las ocasiones.
- d. Que uno se lave o no las manos no es necesariamente percibido por los otros.

## **5. La influencia de los niños**

Las madres de familia dieron cuenta -en las dinámicas y durante las entrevistas- de casos donde la presión de sus hijos había dado como consecuencia un cambio de comportamiento o, por lo menos, una toma de conciencia de la necesidad de cambio. Para que estas situaciones se den, se requiere de una serie de condicionamientos, entre las cuales destacan:

- a. Los padres deben haber recibido información por otros canales. En ese sentido, el niño es un activador de la información o alguien que recuerda.
- b. Debe existir un hogar que tenga un tipo comunicación horizontal o de transición.
- c. El niño debe estar adecuada y permanentemente motivado.

Como parte de la investigación se realizaron talleres motivacionales con el objetivo de recordar a los niños la importancia del lavado de manos, las situaciones de riesgo (tanto de ellos como de las madres) y entregarles un jabón. A continuación se observó su cambio de comportamiento en el salón y se realizó entrevistas estructuradas a las madres de estos niños. De la aplicación de las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

- 32% de las madres reconocieron espontáneamente que los niños les hablaron sobre el taller y el jabón.
- 89% de las madres mencionó en forma apoyada que el niño le había hablado sobre la charla.
- 37,3% recibió el cartel que llevaba el mensaje de lavarse las manos antes de preparar los alimentos.
- 60,7% de las que lo recibieron tuvieron una evaluación positiva del cartel. 42,9% dijo que el cartel suscitó el comentario de otros miembros de la familia.
- 44% mencionó que el niño había llevado jabón.
- 58,7% dice haber notado cambios en el comportamiento de lavado de manos.

De la información obtenida de las madres, de los comentarios recogidos de los niños en el taller de evaluación y de la realización del propio taller motivacional, se puede desprender que:

- Los niños cumplieron con contarles a las madres sobre su experiencia en los talleres y en entregarles los carteles donde se les pedía que se lavaran las manos antes de preparar alimentos.
- Los niños participan animadamente de estos talleres y reaccionan muy bien ante el diseño de mensajes. Les agrada sobremanera el recibir un obsequio, en este caso el jabón.
- Se cumplió con el objetivo de hacer que la limpieza sea un tema de conversación entre madres e hijos.
- Las madres recibieron el mensaje con bastante detalle y declaran valorarlo positivamente pese a que no identifican claramente al emisor. Es de esperar que si éste estuviera claramente identificado, funcionaría mejor.
- Las madres perciben un cambio de conducta en los hijos, cambio que está alineado con una queja de las madres en las entrevistas en profundidad y en las dinámicas: el niño no se lava por su propia voluntad, hay que mandarlo. Con el estímulo, el niño está más dispuesto a lavarse.
- La entrega del jabón y su uso para el lavado de manos pone de manifiesto la importancia que puede tener el acceso al producto (se ha visto que el jabón no siempre está disponible o al alcance de los niños).

## **6. Los colegios**

Una parte importante de la estrategia de comunicación es incorporar a los colegios como agentes de difusión de las buenas prácticas de lavado de manos. La investigación realizada confirma la necesidad de incorporar a los colegios en esta labor. Para los niños la opinión de los profesores suele ser importante, ya sea porque desarrollan afecto hacia ellos o porque tienen el poder de avergonzarlos ante sus compañeros. Para las madres, la opinión del profesor es valiosa no sólo porque tiene más conocimientos, sino porque tiene información que ellos no poseen sobre sus hijos (las madres no saben cómo se comportan en el centro educativo). Desde el punto de vista de las madres, es importante tener en cuenta que la forma en que el profesor valore a sus hijos les hace quedar a ellas como buenas o malas madres.

Los frenos más importantes para el cumplimiento de este rol de difusión se encuentra en la falta de homogeneidad en el interés de los profesores acerca del lavado de manos (muchas veces se fijan en otros aspectos más visibles), así como la carencia de infraestructura adecuada para llevar a cabo la práctica del lavado de manos.

## **7. La comunicación**

Tanto las madres como los niños valoran los canales de comunicación personal. Cuando hablan de medios de comunicación suelen remitirse fundamentalmente a la radio, aunque en las zonas más urbanas se menciona la televisión.

Los niños demandan el uso de personajes que sean reconocidos. Es importante tener en cuenta que los conceptos de limpieza y suciedad, así como la presencia de bacterias, permite que a los niños (especialmente a los más pequeños) se les plantee el escenario de una batalla, un enfrentamiento, donde hay buenos (con los cuales va a querer identificarse) y malos. En la medida que los niños crecen van demandando mensajes en los que quede claro cuál es el comportamiento incorrecto y que es lo que se espera de ellos:

- *Podría ser o se trataría, por ejemplo, de un niño y pondría así: "Pablito, niño descuidado, nunca se lava las manos"; entonces pasa: "Pablito, hijito, ven a comer". "Ya, mamá", y va; y su madre siempre lo para regañando: "Pablito, lávate las manos", y Pablito nunca le quiere hacer caso. Un día Pablito se enfermó..."*
- C: *¿Qué más?*
- *Pero Pablito nunca le hacía caso a su mamá. Un día Pablito se enfermó de diarrea y su mamá le decía: "¿Ya ves, hijito? Yo te decía lávate las manos y tú nunca me hacías caso. Vamos para llevarte al médico, al policlínico, porque los hospitales son para atender casos urgentes", y se lo lleva. Desde ese momento, Pablito empieza a lavarse las manos siempre y nunca se olvida; lo primero que hace, antes de comer o ingerir algún alimento, es lavarse las manos y lavar el alimento. Lávate siempre las manos, nunca las descuides, porque eso es muy importante para tu salud y para tu cuerpo."*

**Grupo mujeres 11-12 años-Batanes**

Las madres también le dan mucho énfasis a la comunicación interpersonal, ello debido a que sienten que esto les da mayor posibilidad de participar. Debe tenerse en cuenta que hasta el momento la información que se tiene del lavado de manos proviene del centro de salud, de la escuela de padres. En el caso de los niños, la información puede provenir tanto del hogar como de la escuela.

## **8. Aspectos relevantes**

La información recogida nos permite señalar que en el diseño de la estrategia de comunicación se debe tener en cuenta que:

- Se debe lograr que el lavarse las manos sea un tema visible, sobre el cual se ejerza un control social.
- Al no ser perceptible la limpieza de las manos hay menos incentivo a practicar el comportamiento.
- Es necesario reforzar beneficios del lavado de manos. Hoy se mencionan varios pero ninguno es aplicable a todos ni es muy fuerte. .
- Si la campaña se basa en la influencia del niño, debe considerarse que los padres deben recibir información sobre el tema por otros conductos.
- Se requiere modelos de conducta a seguir. Para ello, el colegio debe ser un lugar donde el comportamiento pueda ser llevado a cabo adecuadamente.