



Translation by Alejandro Xicotencatl, Universidad del Pedregal

The Condom Pledge es una red formada de organizaciones y una campaña de marketing social que trata de normalizar el uso del condón en poblaciones jóvenes alrededor del mundo. Dado el teorema de la salud pública (impacto = alcance x eficacia), extendemos nuestro alcance y magnificamos nuestra eficacia trabajando con países en donde el acceso a redes sociales es alto pero la aprobación social del condón es baja. En consecuencia, hemos traducido nuestros esfuerzos a nueve idiomas para diseminarlos en el Lejano Oriente, el Sudeste Asiático y América Latina.

Nuestro plan de acción está fuertemente basado en tres de las teorías de comportamiento más conocidas: la teoría de relaciones interorganizativas (IOR), el modelo transteorético (TTM) y la teoría cognitiva social (SCT). Con respecto a la IOR, intentamos forjar redes promocionales con organizaciones mundiales dedicadas a la prevención de VIH. La meta de estas redes es recíproca: primero, alentar a que las organizaciones adopten nuestra campaña y segundo, asistirles en aumentar su visibilidad. Con varias organizaciones apoyando una misión compartida, podemos lograr acción conjunta en la promoción mundial del uso del condón.

Puesto el TTM, también reconocemos que la adopción del uso del condón ocurre en etapas y que la progresión entre éstas debe ser guiada por variables de proceso de cambio. Por lo tanto utilizamos la variable de liberación personal, construyendo nuestro mensaje central en forma de un contrato de comportamiento conocido como “The Condom Pledge.” Este contrato también representa una estrategia óptima con respecto a la SCT, la cual considera autorregulación, aprendizaje observacional y determinación ambiental como conceptos claves en la formación del comportamiento relacionado con la salud. En particular, el contrato alienta estos conceptos ayudando a establecer metas entre los individuos, crear modelos de conducta para sus colegas y facilitar estas dos estrategias entre las organizaciones. Por lo tanto esperamos que la interacción entre estos factores de nivel personal, interpersonal y organizacional, contribuya en turno, a la variable final del TTM, la liberación social, cambiando positivamente las normas del uso del condón.

