

## **Propuesta de prevención contra el VIH/SIDA**

Yurany Salazar Montoya.

Santiago León Velásquez.

Lina Marcela Cardona Hincapié.

Dahiana Morales Sierra.

María Camila Montoya González.

Diplomado de profundización Comunicación en salud 151517165A\_1392

Grupo 12

Universidad Nacional Abierta Y A distancia UNAD

Escuela De Ciencias De La Salud

Tecnología En Regencia De Farmacia

2023

## **Propuesta de prevención contra el VIH/SIDA**

Yurany Salazar Montoya.

Santiago León Velásquez.

Lina Marcela Cardona Hincapié.

Dahiana Morales Sierra.

María Camila Montoya González.

Diplomado de profundización Comunicación en salud 151517165A\_1392

Grupo 12

Asesor

Anyely Eliana Cruz

Universidad Nacional Abierta Y A distancia UNAD

Escuela De Ciencias De La Salud

Tecnología En Regencia De Farmacia

2023

## Tabla de contenido

Introducción .....	5
Justificación .....	6
Objetivos .....	7
Objetivo general .....	7
Objetivos específicos.....	7
Contextualización del VIH SIDA .....	8
Municipio seleccionado.....	8
El modelo de comunicación de salud seleccionado es etapas de cambio .....	8
Actores involucrados.....	9
Estudiantes de tecnología en regencia de farmacia que cursan el diplomado de comunicación en salud.....	9
Población.....	9
Profesionales de la salud.....	9
Propuesta de intervención para fortalecer la comunicación en salud en VIH SIDA .....	10
Estrategia: Implementación del cambio del comportamiento .....	10
Pre contemplación.....	10
Contemplación .....	10
Preparación .....	10
Acción.....	10
Mantenimiento .....	11

Metodología .....	12
Actividades a realizar .....	12
Enlace de la campaña publicitaria.....	16
Preguntas campaña de prevención .....	16
Desafíos de la comunicación en el VIH-SIDA. ....	17
Resultados esperados .....	18
Conclusión .....	19
Referencias bibliográficas.....	21

## Introducción

El Virus de la Inmunodeficiencia Humana (VIH), es un virus que ataca el sistema inmunitario debilitando las células y anulando su función. La infección deteriora progresivamente el sistema inmune del cuerpo, que ataca principalmente las células T CD4+ (glóbulos blancos), lo cual le permite evadir la resolución de la infección.

En relación con los estudios reportados, Gobernación de Antioquia (2022) señala que entre 01-02-2021 y 31-01-2022 en Antioquia se reportaron 26.658 personas con diagnóstico de VIH reportadas en el periodo (01 febrero 2021 al 31 de enero de 2022), es decir 0.39 casos de VIH por 100 habitantes, lo anterior significa un incremento del 10% con respecto al periodo anterior. Por grupo de edad, la mayor frecuencia se encuentra entre 30 y 39 años.

En la actualidad, no se tiene una cura eficaz que permita erradicar la enfermedad en su totalidad, lo que la convierte en una de las problemáticas de salud pública de gran magnitud. Sus repercusiones a causa de la infección afectan negativamente no solo en la salud, sino también a nivel social, el estigma que todavía existe en torno al VIH, así como la desigualdad de acceso a los servicios de salud, también impiden el progreso hacia la erradicación de la enfermedad. En el presente documento se realiza una propuesta de intervención con la cual se busca mitigar el impacto de los efectos negativos alrededor de la problemática VIH SIDA.

### **Justificación**

El presente trabajo se realiza con la intención de dar a conocer y concientizar a los jóvenes sobre el tema del VIH, que tengan conocimiento del tema, dejar a un lado los estigmas y tabus y sobre la importancia de hacerse una prueba a tiempo y detectar la enfermedad a tiempo ya que uno de cada seis personas que tienen VIH no tienen conocimiento que tienen esta enfermedad ni en qué estado están. Esta falta de información conduce a un aumento en la morbilidad y en el riesgo de transmisión de VIH a otras personas sanas.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Realizar una concientización sobre la problemática del VIH (SIDA) en Antioquia, dirigida a jóvenes entre los 13 y 24 años de edad, transmitiendo así una oportuna información sobre el control y la prevención de esta enfermedad.

### **Objetivos específicos**

Informar sobre los aspectos negativos en salud que conlleva contraer esta enfermedad.

Promover una actividad sexual responsable.

Educar por medio de una campaña de prevención a las personas sobre la importancia de practicar una vida sexual responsable.

## **Contextualización del VIH SIDA**

El virus de la inmunodeficiencia humana VIH es catalogado como un lenti-virus que infecta las células del sistema inmunológico lo que causa la alteración o anulación de su función lo que conlleva a un deterioro gradual de dicho sistema, esto tienen como fin la inmunodeficiencia lo que quiere decir que el sistema inmunológico es deficiente debido a que dejó de cumplir con su función de defensa contra las infecciones y enfermedades.

El síndrome de inmunodeficiencia adquirido SIDA es un término que se da a los estados más avanzados de la infección por VIH y se define por la presencia de alguna de las más de 20 infecciones oportunistas o de cánceres relacionados con el VIH (OMS).

### **Municipio seleccionado**

Debido a los numerosos contagios es el municipio donde se presenta mayor prevalencia de VIH es Medellín ubicado en el departamento de Antioquia este departamento entre 01-02-2021 y 31-01-2022 reportó 26.658 personas con diagnóstico de VIH lo que indica un incremento del 10% con respecto al periodo inmediatamente anterior, la mayor frecuencia se encuentra entre los 30 y 39 años de edad y los municipios donde se presenta mayor prevalencia de VIH son Medellín y Armenia según indica el análisis de situación de salud ASIS del departamento. (Gobernación de Antioquia, 2022)

### **El modelo de comunicación de salud seleccionado es etapas de cambio**

Este consiste en planear adopciones de conductas saludables, el paciente progresa a través de varias etapas hasta que un nuevo y apto comportamiento forma parte de sus hábitos diarios este modelo de comunicación en salud solo se puede desarrollar individualmente y es el paciente quien debe tomar la decisión y posterior iniciativa para notar cambios valiosos en su salud.

**Actores involucrados*****Estudiantes de tecnología en regencia de farmacia que cursan el diplomado de comunicación en salud***

Son los encargados de diseñar la propuesta de comunicación en salud con el fin de minimizar los riesgos de contraer VIH.

***Población***

Son los encargados de captar la información que se va a brindar.

***Profesionales de la salud***

Son los médicos y enfermeras que atenderán en los centros asistenciales y/o hospitales a las personas que consideran necesitan ser evaluadas por un profesional para saber si están infectados o no y el tratamiento a seguir en caso tal de que sean portadores de VIH.

## **Propuesta de intervención para fortalecer la comunicación en salud en VIH SIDA**

### **Estrategia: Implementación del cambio del comportamiento**

El virus VIH SIDA es una enfermedad “sin cura”, pero con tratamiento que requiere de atención e intervenciones para prevenirla por medio de estrategias que buscan mejorar comportamientos y actitudes eficaces para prevenir esta enfermedad.

El cambio del comportamiento tiene diferentes fases o etapas:

#### ***Pre contemplación***

En esta etapa, la persona puede no estar consciente de que está en riesgo de contraer VIH o puede no estar interesada en cambiar su comportamiento para prevenir la infección.

#### ***Contemplación***

En esta etapa, la persona es consciente de que está en riesgo de contraer VIH y está considerando seriamente cambiar su comportamiento para prevenir la infección. Puede estar buscando información sobre cómo prevenir la infección y los recursos disponibles para hacerlo

#### ***Preparación***

En esta etapa, la persona está lista para tomar medidas concretas para prevenir la infección por VIH. Puede estar buscando recursos para hacerse la prueba de VIH, obtener preservativos o aprender sobre la terapia antirretroviral.

#### ***Acción***

En esta etapa, la persona está tomando medidas concretas para prevenir la infección por VIH, como, por ejemplo, usar preservativos, hacerse la prueba de VIH regularmente, tomar medicamentos para prevenir la infección o reducir el riesgo de transmisión, o abstenerse de tener relaciones sexuales sin protección.

### ***Mantenimiento***

En esta etapa, la persona ha logrado cambiar su comportamiento y está trabajando para mantenerlo a largo plazo. Puede estar asistiendo a citas médicas regulares, tomando medicamentos según lo prescrito, o manteniendo prácticas sexuales seguras.

Para crear factores favorables se busca promover una comunicación que sea eficaz, y que se cree un entorno donde prevalezcan los valores de la comunidad, así como también los derechos humanos, además de proporcionar servicios que sean accesibles.

## **Metodología**

La comunicación en salud es necesaria para fomentar el cambio del comportamiento donde se realiza un proceso de manera interactiva con la comunidad desarrollando actividades que tengan mensajes apropiados y adecuados por medio de canales de comunicación, que promuevan comportamientos positivos y de esta forma crear la capacidad en la comunidad de sostener un buen comportamiento buscando principalmente influir de forma positiva en las creencias y actitudes a través de campañas de información, con las cuales se pueda ofrecer un apoyo real en el proceso del cambio de comportamiento y de igual forma ayudar a mantenerlos.

La propuesta de intervención se realiza a través de los medios de comunicación, en redes sociales, donde se distribuye a gran magnitud información teniendo la posibilidad de llegar a un mayor grupo de personas. A través de la campaña en redes sociales se realiza una campaña de prevención por medio de anuncios y post con información educativa acerca del VIH SIDA.

### **Actividades a realizar**

Para dar inicio con la campaña publicitaria en redes sociales, principalmente escogemos el segmento o la audiencia, en este caso jóvenes de 13 a 24 años de edad, los cuales según estudios han sido mayormente afectados por el VIH SIDA, teniendo un mayor riesgo en contraerlo.

La campaña publicitaria se realizará por medio de la plataforma de Facebook, ya que por medio de esta se puede realizar un seguimiento del rendimiento y se actualiza dando a conocer datos relevantes como a cuantas personas llego y cuantas personas visualizaron la campaña de prevención.

Se crea la campaña publicitaria de prevención que sea de calidad con información relevante y educativa, con un lenguaje claro, diseñando un anuncio creativo y llamativo para causar mayor impacto.

Principalmente para medir y detectar el problema en la comunidad se realiza un análisis por medio de preguntas que nos ayudara a identificar con mayor certeza los factores y las casusas del problema con el fin de buscar los métodos necesarios y las soluciones requeridas en la comunidad, realizando una encuesta virtual; las preguntas son:

1. ¿Usa usted algún método de protección como condón cuando tiene relaciones sexuales?
2. ¿Has utilizado el mismo implemento de inyección de otra persona?
3. ¿Consume usted algún tipo de droga ilícita inyectable?
4. ¿Conoce usted alguna persona contagiada con VIH?

Si su respuesta anterior es si conteste la última pregunta.

5. ¿Está expuesto a tener contacto con algún fluido de dicha persona?

La campaña educativa tendrá información de sensibilización, presentara la población afectada y el impacto en porcentaje que se ha diagnosticado en el departamento de Antioquia, se definirá la prevención y medidas preventivas de contraer la enfermedad, y por último se expondrán cuales son los medios de acceso a la atención y asesoramiento por parte de los profesionales en salud.

Por último, para medir el impacto de la propuesta de intervención contra el VIH SIDA, se realiza una serie de preguntas que nos ayudaran a diagnosticar si la propuesta fue adecuada, si genero el impacto social esperado y se cumplió con los objetivos esperados, las preguntas son:

¿Es usted consiente de como se puede contraer VIH? 2. ¿Es prudente tener relaciones sexuales sin condón? ¿sí o no y Por qué?

3. ¿Estaría usted dispuesto a compartir algún implemento de inyección como agujas con alguien más? ¿sí o no y por qué?

4. ¿Considera usted que tener relaciones sexuales sin condón es una buena manera de prevenir el contagio de VIH?

5. ¿Mencione 2 situaciones que lo pueden poner en riesgo de contraer VIH?

Para realizar la campaña publicitaria se tienen en cuenta los siguientes elementos:

Se comunica a la comunidad datos relevantes e información educativa sobre la enfermedad de VIH SIDA por medio de un medio visual que sea fácil de entender, usando un lenguaje apropiado con el fin de que se puedan relacionar fácilmente con la información.

Se promueve un dialogo en la comunidad sobre factores relevantes y los principales datos del VIH SIDA, se exponen los comportamientos que generan el riesgo de contraer esta enfermedad.

Crear una línea telefónica o un chat en línea donde las personas puedan hacer preguntas y recibir información sobre el VIH de manera confidencial y sin temor a ser juzgados.

Concientizar el cambio de comportamiento y actitud, que genere una mayor responsabilidad de las practicas sanas y de igual forma fomentar un servicio de apoyo sin críticas y prejuicios de las personas más vulneradas y que han sido más afectadas por esta enfermedad.

Promover las aptitudes y comportamientos, del uso adecuado del preservativo y una actividad sexual sana, lo que contribuye a tomar decisiones adecuadas.

Realizar evaluaciones en la comunidad, permite reconocer y entender cuáles son las principales necesidades de la población, cuales son también las barreras y el apoyo necesarios para trabajar en el comportamiento de la comunidad.

Informar a la comunidad acerca de los pasos a seguir para las personas que padecen la enfermedad con el fin de lograr que estas tengan acceso a la terapia antirretroviral (tratamiento indicado para tratar la infección por VIH)

La promoción y creación de una propuesta de intervención educativa es una herramienta útil y necesaria de comunicación en salud que enfrenta obstáculos que existen con frecuencia para permitir un cambio de comportamiento, sin embargo, es importante disminuir las dificultades y obstáculos que no permiten tener un comportamiento positivo en las personas.

**Enlace de la campaña publicitaria**

[https://drive.google.com/file/d/1CrSYq\\_IWewyTqtsB1tCy8uKtLYluUeYD/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1CrSYq_IWewyTqtsB1tCy8uKtLYluUeYD/view?usp=sharing)

**Preguntas campaña de prevención**

[https://drive.google.com/file/d/1VuWUy5sC6AisnVZuHOJUys5QF7fwSl40/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1VuWUy5sC6AisnVZuHOJUys5QF7fwSl40/view?usp=drive_link)

### **Desafíos de la comunicación en el VIH-SIDA.**

Algunos de los desafíos que se pueden presentar a la hora de difundir comunicación relacionada con esta temática pueden ser:

El acceso a la información que se pretende socializar con el fin de prevenir el posible contagio y mejorar la calidad de vida de las personas que ya padecen la enfermedad, ya que un grupo de menor de personas no siempre tendrán acceso a redes sociales.

La disminución del estigma que se tiene con las personas que padecen esta enfermedad ya que en muchas ocasiones estas personas son discriminadas.

El acceso a la terapia antirretroviral a lo largo y ancho del territorio tanto departamental como nacional pue si bien nuestra campaña de comunicación en salud pretende dar información acerca de esta terapia, depende de las autoridades gubernamentales y de salud garantizar que todas las personas que padecen esta enfermedad tengan acceso a la terapia antirretroviral ya que es el único tratamiento indicado para las personas infectadas con el VIH en busca de reducir la mortalidad y morbilidad en estos pacientes.

### **Resultados esperados**

Se espera obtener resultados a corto mediano y largo plazo en aspectos tales como: menos contagios del virus, menos morbilidad, menos mortalidad en los pacientes, mas acceso a la terapia antirretroviral, así como la reducción de los contagios generando consciencia en la comunidad a fin de que tomen las decisiones aptas a la hora de evitar un posible contagio.

## Conclusión

Se aborda la importancia de la comunicación para el cambio de comportamiento direccionado a la prevención del VIH/SIDA. Se presentan diferentes estrategias y enfoques para promover conductas beneficiosas para la salud en las personas, desde la pre-contemplación hasta el mantenimiento de comportamientos saludables. Además, se destaca la importancia de la educación y el entretenimiento como herramientas para promover la prevención del VIH/SIDA.

También se hace referencia a la necesidad de promover un diálogo en la comunidad sobre los factores relevantes y los principales datos del VIH/SIDA, así como fomentar la conciencia sobre el cambio de conducta que genere una mayor responsabilidad de las prácticas sanas y de igual forma fomentar un servicio de apoyo sin críticas y prejuicios de las personas más vulneradas y que han sido más afectadas por esta enfermedad.

En general, se proporciona información valiosa sobre cómo la comunicación puede ser utilizada como una herramienta efectiva para promover la prevención del VIH/SIDA. Además, se presentan diferentes estrategias y enfoques que pueden ser útiles para los profesionales de la salud y otros actores involucrados en la prevención de la misma. Se conoce además que las campañas de prevención son destacadas por los medios de comunicación que buscan generar un impacto en la sociedad, sin embargo en los medios de comunicación en salud se presentan diferentes desafíos y dificultades que no han permitido que se tengan los resultados esperados, uno de ellos es que no se dirige los mensajes de forma clara y no se expone cuales son los factores que generan el riesgo en las personas, además no se expone la información adecuada según el grupo o segmentos de personas a quienes van a ir dirigido el mensaje, la información es repetitiva y no se realiza acciones de forma individual que sean evaluadas. El VIH SIDA es una enfermedad que está afectando a muchas personas trayendo consecuencias negativas en la salud,

pues es considerado como un virus mortal, existe mucho desconocimiento acerca de la enfermedad, y muchos medios de comunicaciones exponen información que genera prejuicios y discriminación, teniendo esto en cuenta es necesario fomentar una mayor inclusión realizando campañas de prevención con información incluyente y educativa para las personas.

### Referencias bibliográficas

Gobernación de Antioquia. (2022) *ASIS análisis de situación de salud*. Pag 232-235. Recuperado de:

[https://www.dssa.gov.co/images/asis/Analisis\\_de\\_Situacion\\_en\\_Salud\\_ASIS\\_Antioquia\\_2022\\_V1.pdf](https://www.dssa.gov.co/images/asis/Analisis_de_Situacion_en_Salud_ASIS_Antioquia_2022_V1.pdf)

Gobernación de Antioquia. (2019). *VIH / SIDA en Antioquia*. Recuperado de:

[https://dssa.gov.co/images/documentos/eventos\\_salud/INFOGRAFICO\\_VIH.pdf](https://dssa.gov.co/images/documentos/eventos_salud/INFOGRAFICO_VIH.pdf)

González, G. (2019). *Comunicación en salud: conceptos y herramientas. Cuaderno de trabajo*.

Recuperado de: <https://ediciones.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2019/09/9789876304139-completo.pdf>

Humanidades médicas. (2018). *Scielo*. Recuperado de:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-81202018000200384](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202018000200384)

IT Digital Media Group. (2017). *Salud 4.0: La sanidad personalizada y centrada en el paciente*.

Recuperado de: [Salud 4.0: la Sanidad personalizada y centrada en el paciente. https://www.ituser.es/content-marketing/2017/09/salud-40-la-sanidad-personalizada-y-centrada-en-el-paciente](https://www.ituser.es/content-marketing/2017/09/salud-40-la-sanidad-personalizada-y-centrada-en-el-paciente)

Instituto nacional de Salud. (2022). *Protocolo de vigilancia de VIH / SIDA*. Recuperado de:

[https://www.ins.gov.co/buscador-eventos/Lineamientos/Pro\\_VIH%202022.pdf](https://www.ins.gov.co/buscador-eventos/Lineamientos/Pro_VIH%202022.pdf)

Igartua, J. (s. f). *Comunicación para la salud y sida: la aproximación educación-*

*entretenimiento*. Recuperado de: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ComunicacionParaLaSaludYSida-1985766%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ComunicacionParaLaSaludYSida-1985766%20(1).pdf)

León, J. C. (2019). *Impacto de las tecnologías disruptivas en la percepción remota: big data, internet de las cosas e inteligencia artificial*. (Spanish). *UD y La GEOMÁTICA*, 14, 1–20.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aci&AN=140440247&lang=es&site=eds-live&scope=site>

La promoción de la salud y los medios de comunicación. (2018). *Blog*. Recuperado de:

<https://www.easp.es/web/blogps/2018/05/15/la-promocion-de-la-salud-y-los-medios-de-comunicacion/>

Mesias Hidalgo-Cajo, I; Hidalgo-Cajo, B; Hernández-Batista,S; Hidalgo-Cajo,D; & Latorre-Benalcázar, N. (2020). *Uso y análisis estadístico de las tecnologías de la información y comunicación en salud*. *Revista Boletín Redipe*, 9(3), 181–189. [https://doi-](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.36260/rbr.v9i3.944)

[org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.36260/rbr.v9i3.944](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.36260/rbr.v9i3.944)

Ministerio de salud. (2018). *Estrategias de información, educación y comunicación en salud, incluyente y accesible*. Oficina de Promoción Social. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/documento-estrategias-de-iec.pdf>

Organización mundial de la salud. (2020). *Los 13 desafíos de la salud mundial en esta década*.

Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2020/01/1467872>