

**Propuesta de Comunicación en Salud basada en el Modelo PRECEDES para actuar desde la Promoción y la Prevención en la creciente problemática de la Obesidad en Adultos en el departamento de Antioquia, Colombia**

José Rafael Vergara Arroyo

José Aldemar Zuluaga Guzmán

Asesor

Martha Lucía Ospina Gómez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias de la Salud ECISA

Tecnología en Radiología en Imágenes Diagnósticas

2023

## Resumen

Se presenta una propuesta de comunicación asertiva enfocada en la Promoción y Prevención como un mecanismo para contrarrestar el impacto de la obesidad en el departamento de Antioquia en el grupo poblacional cuyas edades están comprendidas en el rango de 18 69 años de edad que, según los reportes oficiales de las autoridades de salud, es el sector demográfico con más propensión a sufrir de obesidad. La estrategia de comunicación planeada se basa en el modelo PRECDE de Green, Kreuter, Deeds y Partridge enfocado en identificar la correlación entre los antecedentes comportamentales y la aparición de los problemas de salud para luego desde la perspectiva de la modificabilidad, ejecutar intervenciones sobre dichos comportamientos que lo cual se constituye en el principal desafío de esta intervención teniendo en cuenta el arraigo personal y cultural que estos antecedentes en forma de hábitos tienen entre el grupo poblacional descrito.

La propuesta de intervención se base en tres pilares: la planificación (con el objetivo meta propuesto como medición de la eficacia de la estrategia), la sensibilización (la educación contextualizada con información veraz a los grupos poblacionales), y el sostenimiento (la permanencia en la práctica de los nuevos hábitos difundidos y promovidos por la estrategia de comunicación) de modo que cada etapa pueda ser revisada y ajustada de acuerdo con la meta propuesta en la planificación en términos de alcance o factibilidad.

En resumen, se aborda la creciente problemática de la obesidad en adultos en el departamento de Antioquia a través de la propuesta de comunicación eficaz que contrarreste antecedentes correlacionados con la aparición de enfermedades y que genere la creación de hábitos de estilo de vida saludables.

***Palabras clave:*** obesidad, intervención en comunicación en salud, modelo PRECEDE, estilo de vida saludable

## Abstract

We present a proposal for assertive communication focused on Promotion and Prevention as a mechanism to counteract the impact of obesity in the department of Antioquia in the population group whose ages are included in the range of 18 to 69 years of age that, according to the official reports of the health authorities, it is the demographic group most likely to suffer from obesity. The planned communication strategy is based on the PRECEDE model of Green, Kreuter, Deeds and Partridge whose focus is on identifying the correlation between the behavioral background and the appearance of health problems and then from the perspective of modifiability, execute interventions on these behaviors that clearly constitutes the main challenge of this intervention taking into account the personal and cultural roots that these antecedents in the form of habits have among the population group described.

The intervention proposal is based on three pillars: planning (with the proposed target objective as a measure of the effectiveness of the strategy), awareness (contextualized education with truthful information to population groups), and sustainability (the permanence in practice of the new habits disseminated and promoted by the communication strategy) so that each of these stages can be reviewed and adjusted according to the proposed goal. in planning in terms of scope or feasibility.

In summary, the growing problem of obesity in adults in the department of Antioquia is addressed through the proposal of effective communication that counteracts antecedents correlated with the appearance of diseases and that generates the creation of healthy lifestyle habits.

**Keywords:** obesity, health communication intervention, PRECEDE model, healthy lifestyle

## Tabla de Contenido

Introducción .....	7
Justificación .....	8
Objetivos .....	10
Objetivo General .....	10
Objetivos Específicos .....	10
Conclusiones .....	17
Recomendaciones .....	18
Referencias Bibliográficas .....	19

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Infografía sobre la obesidad</i> .....	17
-----------------------------------------------------------	----

## **Introducción**

Durante décadas, distintas entidades del área de la salud a nivel mundial (OMS, la Organización Panamericana de la Salud, el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia) se han esforzado y han enfocado sus estrategias en contrarrestar problemas sociales de gran escala: pobreza y la desigualdad, siendo indispensables lineamientos transversales para mejorar las condiciones sociales de la población.

El objetivo de este trabajo es analizar estrategias de Comunicación en Salud que contribuyan a contrarrestar un problema determinado en el plan territorial de salud del departamento de Antioquia, basado en los estudios realizados en este espacio de conocimiento.

Se espera que la estrategia ayude a prevenir el aumento y permanencia de la obesidad en personas de 18 a 69 años de territorio en mención. Este se puede considerar un esfuerzo por formar, concientizar y sensibilizar a la población en las actitudes necesarias para garantizar la calidad de su estado de salud, desde la comunicación.

## **Justificación**

La obesidad, especialmente entre el grupo poblacional adulto, se constituye en un reto mayúscula en el campo de la salud pública en el departamento de Antioquia. Si bien desde los programas de Promoción y Prevención se diseñan y ejecutan programas para detener el avance de este problema, los resultados podrían ser más efectivos en cuanto a alcance y adherencia a las sugerencias de hábitos saludables. Con base en lo anterior, es necesario desarrollar una propuesta efectiva de comunicación en salud orientada a la promoción y prevención de este problema en el departamento de Antioquia.

Quizás uno de los factores con mayor incidencia es el de tipo cultural donde el arraigo por una abundante dieta con alimentos hipercalóricos es la constante entre el grupo poblacional. En ese sentido, la dieta se ubica en dos frentes principales: por un lado, la comida tradicional rica en carbohidratos y alimentos ricos en grasas saturadas, y por otro lado, el consumo de comidas rápidas ricas en conservantes junto con el consumo de bebidas azucaradas. El consumo habitual de este tipo de alimentos es inicialmente disminuido cuando los pacientes son remitidos a consulta por problemas asociados con la obesidad; sin embargo, los resultados iniciales de progreso hacia estilos de vida saludables paulatinamente se diluyen y las personas recaen en sus hábitos tradicionales por lo cual se justifica el diseño e implementación de una propuesta de comunicación en salud efectiva y asertiva que promueva y perdure en la construcción de hábitos de vida saludables.

Aparte de lo anteriormente mencionado, es importante resaltar que la obesidad en el grupo poblacional adulto es la puerta de entrada a otro tipo de patologías asociadas con problemas de metabolismo donde se destacan la diabetes tipo I y tipo II; los problemas cardiovasculares donde los infartos al miocardio y los ACV son las muestras más evidentes;

problemas de movilidad por el deterioro del sistema óseo por cuenta del sobrepeso que resiste el cuerpo, a nivel oftalmológico por cuenta de las consecuencias de la diabetes, sin dejar por fuera el deterioro de la salud mental por cuenta de aspectos de la vida familiar, social, sexual, laboral que se opacan por la pérdida de agilidad e interacción.

Se destaca además que culturalmente las personas no consultan los servicios de salud de manera preventiva, sino cuando sienten que su salud no está en óptimas condiciones, por lo cual es indispensable que las estrategias de comunicación que se utilicen desde los programas P y P sean efectivos, asertivos y de alto impacto.

Desde un punto de vista económico, la obesidad entre la población adulta representa una encrucijada de gastos derivados desde la adaptación de los estilos de vida (por ejemplo, ropa, mobiliario, movilidad), así como por razones de consumo de medicamentos y exámenes diagnósticos no POS necesarios para el control y manejo de algunas patologías.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer una estrategia de comunicación en salud asertiva desde la Promoción y Prevención contra la obesidad en el grupo poblacional adulto del departamento de Antioquia.

### **Objetivos Específicos**

Identificar los factores que inciden en la prevalencia de la obesidad en el grupo poblacional adulto en el departamento de Antioquia.

Diseñar, desde el modelo PRECEDES, una estrategia asertiva de comunicación en salud en contra de la obesidad en el grupo poblacional adulto del departamento de Antioquia.

### **Análisis de la Problemática**

De acuerdo con el Plan Territorial en Salud (2020 – 2023) del departamento de Antioquia: En la población de 18 a 69 años, se observó exceso de peso (sobrepeso y Obesidad) en el 58,7% con una mayor proporción en las subregiones del Occidente y Nordeste para el Sobrepeso y para la Obesidad Urabá y Bajo Cauca. En los adultos mayores, el 38,5% presentó exceso de peso, con mayor proporción de sobrepeso en la subregión de Suroeste, Magdalena Medio y Valle de Aburrá y para obesidad, las mayores proporciones fueron en Valle de Aburrá Oriente”. (P. 103)

Como lo hemos revisado durante el estudio del tema, la comunicación es el principal proceso por el que los individuos se relacionan con los sujetos, objetos y situaciones del entorno, favoreciendo la apropiación de comportamientos, incluyendo aquellos que permiten crear hábitos de vida saludable. Mosquera (2003) argumenta que son numerosos los estudios que han demostrado que:

(...) la comunicación en todos los niveles - masiva, comunitaria e interpersonal- juega un papel importante en la difusión de conocimientos, en la modificación o reforzamiento de conductas, valores y normas sociales y en el estímulo a procesos de cambio social que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida (...)

Para el problema identificado, desarrollaremos tres etapas claves en Comunicación en Salud teniendo en cuenta la teoría de Modelo PRECEDE de Green, Kreuter, Deeds y Partridge que “permite identificar aquellos factores que actúan como antecedentes comportamentales de los problemas de salud, de forma que tras valorar su grado de importancia y su modificabilidad, pueda intervenir eficazmente sobre ellos” y además tiene en cuenta las tendencias de los individuos ante ciertas conductas, el cual es una guía imprescindible a la hora de planificar

actividades de intervención, en este caso, para bajar el índice de prevalencia de sobrepeso y obesidad para la población de 18 años, ya que las acciones iniciales del plan lograron que más de la mitad de los adultos se presente un peso adecuado.

### **La planificación de la Comunicación**

Planificar y organizar las actividades, garantiza que estas se desarrollen de forma exitosa, además que la información a difundir a la población sea efectiva y de acuerdo con las necesidades. Por otro lado, permite establecer una línea guía que al final, como meta, en este caso, es lograr cambios de actitud ante los riesgos de padecer obesidad y sobrepeso. Antes de dar el primer paso, es importante tener en cuenta un diagnóstico del entorno y comprender inicialmente los factores sociales que influyen en la adopción de comportamientos poco saludables.

### **Sensibilización**

Educar, es pieza fundamental en el proceso de adopción de comportamientos. Como acción, permite promover, apropiar, sensibilizar y fortalecer la capacidad del individuo de mejorar y tomar decisiones saludables que influyen en su salud y la del entorno. En esta etapa, es indispensable incentivar en la población y fomentar las habilidades personales, autoestima y auto motivación, ayudando a que las medidas sean afectivas para el mejoramiento de la salud: plan de alimentación, terapias, conocimiento de la enfermedad, contar experiencias de un antes y después.

### **Sostenimiento**

Ser constante con estas acciones es valioso y primordial. Un acompañamiento clave, adecuado y continuo permite que la adopción de comportamientos repetitivos sea adquirida eficazmente. En este sentido, el Plan Territorial de Salud establece que:

(...) como contexto favorecedor, el Departamento cuenta con varias gerencias, instituciones o secretarías que intervienen la Seguridad Alimentaria y Nutricional de los hogares, con un fortalecimiento continuo al personal de la red de prestadores en protocolos de vigilancia y atención de la malnutrición y desde el ente nacional, se ha connotado las alteraciones nutricionales como enfermedad lo cual permite la consideración en los tomadores de decisiones (...)

Con base en lo anteriormente expuesto, éste juega un papel importante el fortalecimiento continuo de las instituciones prestadoras de servicios de salud en la implementación de protocolos de vigilancia y atención para esta población.

Difundir por los diferentes canales de comunicación de las entidades involucradas, las redes sociales, actividades presenciales dinámicas y puntuales, llevarlos o acercarlos con casos reales: serán acciones fundamentales para crear conciencia y lograr nuestro objetivo.

## **Estrategia de Comunicación en Salud 4.0**

El concepto Salud 4.0 engloba el concepto de la transformación digital que está viviendo el sector sanitario, transformación que pone al paciente en el centro del sistema.

Este concepto va a transformar la forma en que entendemos la salud, los productos y servicios que las empresas del sector desarrollan, ahora más centrados en solucionar las necesidades del paciente y de los usuarios, más personalizados, sus modelos de negocio y las nuevas capacidades que van a ser necesarias conforme la tecnología se combine con la salud. Las empresas ya han empezado a responder a este cambio, no hay más que ver el crecimiento de nuevas empresas en el sector en los últimos años.

La tecnología es el medio para que esta transformación se produzca, pero la base de la misma son los datos, las empresas que desarrollan productos y servicios relacionados con la salud son ya empresas de datos y, por lo tanto, empresas con un marcado carácter tecnológico.

Teniendo en cuenta las tres etapas claves de la comunicación en salud (planificación, sensibilización y sostenimiento), y por delante el desafío de la digitalización de los elementos necesarios para que se lleve a cabo la estrategia, pasa por innovar con el foco en el desarrollo de nuevas herramientas, tecnologías y soluciones digitales, y ser capaces de integrar esta innovación en el ámbito de la salud y la atención sanitaria para la problemática que queremos combatir.

En la **planificación** y por el hecho de ser una estrategia digital, se requiere de acceso a internet, por lo que se debe alcanzar la máxima cobertura para lograr la mayor área de impacto social. El departamento de Antioquia cuenta con dichas redes, por lo que es una ventaja importante y un gran paso para lograr el éxito. También con el uso de aplicaciones y páginas web con interfaces amigables, dinámicas y llamativas, podcasts y otros medios digitales que permitan que la información llegue a gran parte de la población objeto.

En la etapa de **sensibilización** se pretende motivar la participación y el compromiso de las autoridades locales y de la población, en las acciones de promoción de la salud, a fin de contribuir a la mejora de su calidad de vida. En este caso, cambios en los hábitos y en la rutina, Elegir alimentos bajos en grasas y en calorías. Comer porciones más pequeñas. Beber agua en lugar de bebidas azucaradas. Ser físicamente activo, así como disminuir el consumo de alcohol y tabaco.

Durante la etapa de **sostenimiento** se pretende afrontar y detener el aumento de las tasas de obesidad, promoviendo y apoyando políticas que permitan a las personas mejorar la alimentación, la actividad física y la salud en la Región de Antioquia. Vigilando también las visitas a los sitios web y la interacción con las aplicaciones, para poder medir el éxito de la estrategia digital, invitando a la población a registrar sus logros obtenidos después de aplicar las recomendaciones para su cuidado.

Figura 1

Infografía sobre la obesidad

**LA OBESIDAD**  
NO distingue edad

**¡CAMBIA TUS HÁBITOS YA!**

Evita el sedentarismo.  Consume alimentos bajos en grasa y calorías.  Toma mucha agua. 

Únete a nuestro programa de alimentación. Estará lleno de sorpresas.  

Información sobre la Prevención de la Obesidad. 

**¡Cambiar tus hábitos te salva!**

Come alimentos bajos en grasa. 

Toma agua constantemente. 

Realiza ejercicio diariamente. 

No tomes alcohol o consumas cigarrillos. 

Es hora de entrar en acción.  
Cumple todas estas recomendaciones y ten una vida saludable. Escucha nuestro podcast y visita nuestras redes sociales.

**¡Cuida de ti y los tuyos!** 

Fuente. Descubre cómo combatir la obesidad. (2022, July 8). TotMagazine by Assegur Andorra.

## **Conclusiones**

Cambiar un hábito que atenta contra la salud y que esté profundamente arraigado en la identidad cultural de una comunidad es un reto para el sector salud puesto que es desde la Promoción y la Prevención se necesitan estrategias de comunicación contextualizadas que trasciendan en el imaginario de la población.

En ese sentido, el modelo PRECEDES a través de sus pilares constituyentes de planificación, sensibilización y sostenimiento trascienden en el tiempo y en la psique de las personas como un recordatorio amigo acerca de cuáles hábitos culturales pueden y deben modificarse de modo que se instauren buenas prácticas que redunden en el mejoramiento de la salud en general y la reducción de enfermedades asociadas con la obesidad.

No sólo en Antioquia puede ser aplicada la estrategia de comunicación PRECEDES, sino que además en regiones como la Caribe o Pacífica donde los hábitos alimenticios son similares a los de Antioquia y se generan además conductas sedentarias debido al clima inclemente, es factible replicar esta estrategia con una diferenciación en los factores contextuales.

### **Recomendaciones**

Con base en los aprendizajes obtenidos, nos permitimos recomendar:

Continuar con el fortalecimiento de la enseñanza de las estrategias asertivas de comunicación en salud en todos los programas académicos de la Escuela de Ciencias de la salud de la UNAD.

Generar espacios de intersección curricular con la Escuela de Artes de modo que desde el diseño gráfico se permee el sector salud, y que, a su vez, el sector del diseño aprenda a manejar lenguajes y estrategias asertivas cuando se trate del diseño de campañas para el sector salud.

### Referencias Bibliográficas

- Briggs, C. L. (2017). Descubriendo una falla trágica en las políticas revolucionarias de salud: Desde las inequidades en salud y comunicación a la justicia comunicativa en salud / Uncovering a tragic flaw in revolutionary health policies: From health and communicative inequities to communicative justice in health. *Salud Colectiva*, 13(3), 411–427.
- Bruno, D., & Demonte, F. (2015). Comunicación y salud en América Latina: Un panorama de las perspectivas, los itinerarios teórico-prácticos y los desafíos actuales.
- Bustamante, E. (2015). Comunicación y Salud en Colombia: El caso Parque de la Vida.
- Descubre cómo combatir la obesidad. (2022, July 8). TotMagazine by Assegur Andorra.
- Escobar Bula, G., Reyes, I., Morales, Á., Lleras, E., & Espinosa, Á. (1995). Tecnologías blandas.
- Guedes Arbelo, C., Martos López, I. M., & Sánchez Guisado, M. del M. (2015). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en Ciencias de la Salud.
- IT Digital Media Group. (2017, septiembre). Salud 4.0: la Sanidad personalizada y centrada en el paciente.
- 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.org/bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.36260/rbr.v9i3.944>