



Estrategias de comunicación para cambio de conductas inadecuadas en salud.

MBA BINDANG, Santiago Marcos¹

Alvarez Infante, Elisa²

¹ Universidad Nacional de Guinea Ecuatorial - Facultad de Ciencias de la Salud/Estudiante de Licenciatura de Enfermería, Ciudad Bata, Guinea Ecuatorial, correo:
mbabindangsantiagomarcos@gmail.com

² Universidad Nacional de Guinea Ecuatorial - Facultad de Ciencias de la Salud/Especialista en MGI y Bioestadística, Máster en Educación Médica, profesora auxiliar, Ciudad Bata, Guinea Ecuatorial, correo: *elibioesta@gmail.com*, ORCID:0000 0001 5245 4758

Correo para la correspondencia: *elibioesta@gmail.com*



RESUMEN

La comunicación en la salud constituye una herramienta estratégica y esencial para promover cambios positivos en las conductas de individuos y comunidades.

En un mundo donde los problemas de salud pública como las enfermedades crónicas, las infecciones transmisibles, la nutrición o el consumo de sustancias nocivas están estrechamente ligados a los estilos de vida, se hace evidente que no basta con disponer de servicios médicos o tratamientos adecuados: se hace indispensable influir en la manera en que las personas piensan, sienten y actúan respecto a su propia salud.

Existen múltiples vías por las que se puede comunicar temas relacionados con la salud directamente en las comunidades, sin embargo, se ha demostrado que las estrategias de comunicación diseñadas a partir de la identificación de los problemas reales de una comunidad, inciden directamente y con efectividad en el cambio de conducta de los individuos, transformando comportamientos de riesgo en prácticas saludables, entre otros. El objetivo de este trabajo es sistematizar conceptos teóricos y modelos de comunicación en salud aplicados en comunidades, para ello fueron revisados artículos en bases de datos como PubMed, SciELO, entre otras. Se concluye que la comunicación en salud es un proceso sistemático, estructurado y componente fundamental para producir cambios positivos en la salud del individuo y las comunidades, facilitando la prevención, promoción y adherencia a intervenciones sanitarias.

Palabras clave: Comunicación, salud, estrategias, cambio, conducta, comunidad

ABSTRACT

Health communication is a strategic and essential tool for promoting positive changes in the behaviors of individuals and communities.

In a world where public health problems such as chronic diseases, communicable infections, nutrition, and substance use are closely linked to lifestyles, it is clear that providing adequate medical services or treatments is not enough: it is essential to influence the way people think, feel, and act regarding their own health.

There are multiple ways to communicate health-related issues directly in communities. However, it has been shown that communication strategies designed based on the



identification of a community's real problems directly and effectively impact individual behavior change, transforming risky behaviors into healthy practices, among others. The objective of this work is to systematize theoretical concepts and models of health communication applied in communities. To this end, articles were reviewed in databases such as PubMed, SciELO, and others. It is concluded that health communication is a systematic, structured process and a fundamental component for producing positive changes in the health of individuals and communities, facilitating prevention, promotion, and adherence to health interventions.

Keywords: Communication, health, strategies, change, behavior, community

INTRODUCCIÓN.

La comunicación en la salud constituye una herramienta estratégica y esencial para promover cambios positivos en las conductas de individuos y comunidades.

En un mundo donde los problemas de salud pública como las enfermedades crónicas, las infecciones transmisibles, la nutrición o el consumo de sustancias nocivas están estrechamente ligados a los estilos de vida, se hace evidente que no basta con disponer de servicios médicos o tratamientos adecuados: es indispensable influir en la manera en que las personas piensan, sienten y actúan respecto a su propia salud ⁽¹⁾.

Las estrategias de comunicación para el cambio de conducta en salud buscan precisamente ese objetivo: transformar comportamientos de riesgo en prácticas saludables, utilizando mensajes claros, culturalmente pertinentes y accesibles ⁽¹⁾. Para lograrlo, no se limitan a transmitir información, sino que apelan a la motivación, la percepción del riesgo, la influencia social y la capacidad de las personas para tomar decisiones informadas.

En este contexto, la comunicación se convierte en un puente entre el conocimiento científico y la vida cotidiana. Campañas de vacunación, programas de prevención de VIH, campañas de higiene o de lucha contra el tabaquismo han demostrado que, cuando se diseñan con enfoque participativo e inclusivo, las estrategias comunicativas pueden modificar actitudes, derribar mitos y generar impactos duraderos en la salud colectiva ⁽¹⁾.

De este modo, el estudio de estas estrategias no solo reviste un valor académico, sino que constituye un elemento transformador de la salud comunitaria y un pilar fundamental en la construcción de sociedades más sanas y responsables con bienestar.



DISEÑO METODOLÓGICO

I- Tipo de estudio:

Se realizó una investigación del tipo revisión bibliográfica con el propósito de sistematizar conceptos teóricos y modelos de comunicación en salud aplicados en comunidades.

Para ello fueron revisados artículos publicados en bases de datos como PubMed, Scielo, documentos de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), entre otros ^(1,2).

II- Criterio de inclusión:

- Artículos publicados en los últimos 5 años, en idioma español
- Artículos que en alguna parte de su formato incluyera las estrategias de comunicación en salud.

III- Criterio de inclusión:

- Artículos cuyo contenido no fuera coherente con el objetivo de la revisión.

IV- Métodos utilizados

- Revisión documental.
- Análisis y síntesis.

DESARROLLO

Concepto de comunicación en salud:

La comunicación en salud es el proceso mediante el cual se diseñan, transmiten y comparten mensajes claros, precisos y culturalmente adecuados con el propósito de informar, educar, motivar e influir en las decisiones y conductas relacionadas con la salud de individuos y comunidades ⁽¹⁾.

No se limita únicamente a dar informaciones médicas, sino que busca generar cambios sostenibles en actitudes, percepciones y comportamientos, de manera que las personas puedan adoptar prácticas saludables, prevenir enfermedades y mejorar su calidad de vida.

En este proceso intervienen distintos actores: profesionales de salud, medios de comunicación, líderes comunitarios, instituciones educativas y sobre todo, la propia comunidad como protagonista activa ⁽¹⁾.

Importancia de la comunicación en la transformación de conductas inadecuadas:

La comunicación en salud es fundamental para modificar prácticas nocivas que afectan el bienestar individual y colectivo. Su importancia radica en:



- Generar conciencia de riesgo: Muchas conductas dañinas como el consumo excesivo de alcohol, el sedentarismo, la automedicación o la falta de higiene se mantienen porque las personas no perciben sus consecuencias reales. La comunicación adecuada ayuda a visibilizar los riesgos y a mostrar la urgencia del cambio,
Ejemplo: campañas que muestran cómo el tabaquismo daña no solo a quien fuma, sino también a quienes les rodean (fumadores pasivos) ⁽²⁾.
- Ofrecer alternativas prácticas y accesibles: No basta con decir qué está mal; es necesario ofrecer opciones viables de reemplazo. La comunicación orienta sobre qué hacer, cómo hacerlo y dónde encontrar apoyo ⁽²⁾.
Ejemplo: programas que no solo advierten sobre la obesidad, sino que enseñan recetas saludables y promueven actividad física comunitaria ⁽³⁾.
- Romper mitos y creencias erróneas: Muchas malas conductas se sostienen por tradiciones o ideas equivocadas. Una comunicación clara y culturalmente sensible ayuda a demostrar esas creencias.
Ejemplo: aclarar que las infecciones respiratorias no se curan con antibióticos, evitando la automedicación ⁽³⁾.
- Refuerza la motivación al cambio: cambiar un hábito negativo no es fácil. Los mensajes repetitivos, positivos y motivadores generan compromiso y perseverancia.
Ejemplo: campañas de prevención del VIH que destacan historias de jóvenes que usan preservativo como símbolo de responsabilidad ⁽³⁾.
- Fomenta la participación comunitaria: La comunicación transforma más cuando se construye en conjunto con la comunidad, involucrando a líderes locales, familiares y escuelas.
Ejemplo: proyectos de higiene escolar donde los niños aprenden y transmiten el hábito del lavado de manos en sus hogares ⁽³⁾.

Rol de la comunidad como protagonista del cambio:

La comunidad no es un receptor pasivo de mensajes de salud, sino agente central del cambio. Su participación activa garantiza que las estrategias de comunicación y las acciones sanitarias sean sostenibles y realmente efectivas ⁽⁴⁾.



- Identificación de necesidades reales: la comunidad conoce mejor que nadie sus problemas, prioridades y barreras. Involucrarla permite que las intervenciones respondan a sus verdaderas necesidades.
Ejemplo: en zonas rurales, son los vecinos quienes indican que la falta de agua potable es un problema más urgente que otros.
- Participación en el diseño de estrategias: cuando las personas intervienen en la creación de mensajes y actividades, estos resultan más aceptados y culturalmente adecuados.
Ejemplo: incluir líderes religiosos o comunitarios en campañas de vacunación aumenta la confianza de la población.
- Multiplicador de mensajes: cada miembro de la comunidad puede convertirse en un promotor de salud, transmitiendo información y buenos hábitos a su entorno:
Ejemplo: un niño que aprende en la escuela la importancia del lavado de las manos lo repite en su casa, influyendo en su familia.
- Generación de confianza y legitimidad: las personas tienden a adoptar mejor las conductas saludables cuando los mensajes vienen de alguien cercano y respetado en la comunidad.
Ejemplo: agentes comunitarios de salud que visitan los hogares y orientan en lengua local ⁽⁴⁾.
- Sostenibilidad del cambio: el verdadero impacto se logra cuando la comunidad se apropiá de las acciones y las mantiene en el tiempo, incluso sin apoyo externo.
Ejemplo: una comunidad que organiza su propio comité de higiene para mantener limpios pozos y fuentes de agua ⁽⁵⁾.

Modelos teóricos de cambio de conducta:

Los modelos teóricos ayudan a comprender cómo y porqué las personas deciden cambiar un comportamiento. También orientan el diseño de campañas y estrategias de comunicación más efectivas.

- Modelo de las Creencias en Salud ⁽⁶⁾ (Health Belief Model): la idea central de ese modelo es que las personas cambian su conducta cuando perciben que existe una amenaza real para su salud y que pueden hacer algo para evitarla. Y tiene componentes principales:



Ejemplo: una campaña sobre la hipertensión motiva a la población a realizarse controles de presión arterial mostrando el riesgo de complicaciones graves (infarto, ictus), pero también los beneficios de un diagnóstico temprano y cambios de dieta.

- Modelo Transteórico del cambio ⁽⁶⁾: la idea central es el cambio de conducta es un proceso gradual, no inmediato. Las personas avanzan por diferentes etapas hasta consolidar un hábito saludable. Esas etapas son:

Ejemplo: programas de abandono del tabaco reconocen que no todos dejarían de fumar de inmediato; algunos necesitarán varias etapas y recaídas antes de lograrlo definitivamente.

- Teoría del comportamiento planificado ⁽⁶⁾: la idea central es que las conductas dependen de la intención de realizarlas, y esta intención está influenciada por tres factores.

Ejemplo: Una persona puede decidir usar condón en sus relaciones sexuales si piensa que es beneficioso (actitud), sabe que su pareja lo aprueba (norma social) y siente que puede conseguirlos fácilmente (control percibido).

- Teoría social cognitiva ^(7,8): la idea central es que las personas aprenden conductas observando a otros y confiando en su propia capacidad para imitarlas (autoeficacia).

Ejemplo: Un grupo de jóvenes comienza a hacer ejercicio porque ven a sus amigos mejorar físicamente y porque sienten que ellos también pueden hacerlo.

Factores que favorecen o dificultan el cambio de comportamiento:

El cambio de conducta no ocurre de manera automática; está influenciado por una combinación de factores internos (propios de la persona) y externos (del entorno). Conocerlos es clave para diseñar estrategias de comunicación en salud más efectivas. Esos factores son ⁽⁷⁾:

a) Factores que favorecen al cambio:

- Conciencia de riesgo: la persona reconoce que su conducta actual es peligrosa. Ejemplo: un fumador que entiende que el tabaco puede causar cáncer de pulmón ^(1,2).
- Motivación y deseo de mejorar: hay un interés genuino en tener una vida más saludable. Ejemplo: un diabético que cambia su dieta porque quiere evitar complicaciones.



- Apoyo social o familiar: el respaldo de la familia, amigos o comunidad facilita la adopción de hábitos nuevos. Ejemplo: dejar el alcohol es más fácil cuando el entorno respalda la decisión.
- Mensajes claros y motivadores: campañas bien diseñadas que informan y generan emociones positivas. Ejemplo: campañas que muestran testimonios reales de personas que superaron una adicción.

b) Factores que dificultan al cambio:

- Falta de percepción de riesgo: la persona no cree que le puede pasar. Ejemplo: jóvenes que no usan preservativo porque piensan que a mí nunca me va a dar VIH.
- Hábitos muy arriesgados: conductas practicadas durante años son difíciles de modificar.
- Influencias sociales negativas: presión de amigos, modas o normas culturales que refuerzan conductas nocivas. Ejemplo: adolescentes que beben alcohol para ser aceptados en un grupo ⁽⁸⁾.

Principios de la comunicación efectiva en salud:

La comunicación efectiva en salud es la base para lograr que los mensajes lleguen con claridad, sean comprendidos y produzcan un verdadero cambio de conducta ⁽⁹⁾.

Estos son sus principios fundamentales ^(2,3).

- Claridad y simplicidad del mensaje:
- Pertinacia cultural y contextual:
- Uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso:
- Credibilidad y confianza en la fuente:
- Relevancia y utilidad práctica:
- Interactividad y direccionalidad:
- Aplicación a lo emocional y lo racional:

Estrategias de comunicación para el cambio de conducta:

Las estrategias de comunicación buscan no solo informar, sino motivar, persuadir e involucrar a las personas en la adopción de prácticas saludables. Para que sean efectivas deben cambiar distintos canales, mensajes y actores sociales.

- Comunicación interpersonal y comunitaria:



Conversaciones directas entre profesionales de salud y pacientes, o entre promotores comunitarios y vecinos.

Permite aclarar dudas, vencer resistencias y generar confianza.

Ejemplo: agentes comunitarios visitando hogares para enseñar sobre el uso del mosquitero contra la malaria (10).

- Campañas masivas de sensibilización:

Uso de radio, televisión, prensa, carteles y redes sociales.

Llegan a un público amplio.

Ejemplo: campañas nacionales de vacunación con el lema Vacúnate, protege tu vida (3).

- Uso de narrativas, testimonios e historias de vida:

Las personas se identifican más con experiencias reales que con datos abstractos.

Ejemplo: una paciente que venció la tuberculosis contando su historia en una campaña radial (3).

- Medios digitales y redes sociales:

Plataformas como WhatsApp, Facebook o Tik Tok permiten difundir mensajes rápidos y cercanos.

Ejemplo: videos cortos sobre alimentación saludable difundidos por influencers juveniles (2,3).

- Comunicación cara a cara en servicios de salud:

Cada consulta médica o de enfermería es una oportunidad para reforzar mensajes de prevención.

Ejemplo: un enfermero que explica al paciente hipertenso la importancia de reducir el consumo de sal en cada visita (2).

Innovación y tecnología en la comunicación para la salud:

La transformación digital ha abierto nuevas oportunidades para mejorar la manera en que se transmiten mensajes de salud, permitiendo que la comunicación sea más rápida, accesible, personalizada e interactiva (2). La innovación tecnológica no reemplaza los métodos tradicionales, sino que los complementa y potencia.

- Aplicaciones móviles de Salud:

Apps que brindan recordatorios de medicación, seguimiento de hábitos o consejos personalizados.



Ejemplo: aplicaciones que envían alertas para tomar la pastilla anticonceptiva o controlar la glucosa en diabéticos.

- Telemedicina y tele orientación:

Consultas médicas y de enfermería a distancia mediante videollamadas o plataformas digitales.

Facilita el acceso a poblaciones rurales o con barreras de transporte.

- Redes sociales como canales de influencia:

Plataformas como Facebook, Instagram, Tik Tok o WhatsApp permiten llegar de manera directa y cercana, sobre todo a jóvenes.

- Inteligencia artificial o chatbots en salud:

Sistemas que responden dudas básicas de salud, brindan orientación inicial y acompañan procesos de cambio de conducta.

Evaluación de estrategias de comunicación:

La evaluación es un paso esencial en todo programa de comunicación en salud, porque permite medir si los mensajes y las acciones realmente produjeron cambios en la comunidad.

No basta con informar; hay que comprobar el impacto.

La evaluación de estrategias de comunicación en salud es el proceso mediante el cual se analiza la eficacia, pertinencia, alcance e impacto de las intervenciones realizadas, con el fin de mejorar y garantizar resultados sostenibles ⁽²⁾.

Objetivos:

- Verificar si se alcanzaron los objetivos propuestos
- Identificar fortalezas y debilidades de la estrategia
- Medir cambios en conocimientos, actitudes y prácticas de la población.
- Orientar la toma de decisiones para mejorar campañas futuras.

Tipos de evaluaciones:

- Evaluación diagnóstica (antes de la intervención).
- Evaluación del proceso (durante la ejecución).
- Evaluación de resultados (después de la intervención).

CONCLUSIÓN



La información obtenida evidencia que la comunicación en salud es un proceso sistemático, estructurado y componente fundamental para producir cambios positivos en la salud del individuo y las comunidades, facilitando la prevención, promoción y adherencia a intervenciones sanitarias ⁽²⁾.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e igualdad. Guía de comunicación en programas de promoción y educación para la salud. Madrid: MSSSI; 2022. Disponible en: <https://www.who.int>
2. Organización Panamericana de la Salud. Manual de comunicación social para programas de promoción de la salud de los adolescentes. Santiago de Chile: OPS;. Disponible en bibliodrogas.gob.cl
3. Nutbeam D, Harris E. Teoría práctica de promoción de la Salud. Madrid: McGraw-Hill Interamericana; 2021. p. 45-57
4. Glanz K, BK, Viswanath K. Conducta en salud. 5^a ed. San Francisco: Jossey- Bass; 2015. P. 23-102
5. Rosenstock IM. Orígenes históricos del modelo de creencias en Salud. P. 328-35
6. Bandura A. Fundamentos sociales del pensamiento y la acción. Teoría del aprendizaje social cognitiva. Madrid: Espasa-Calpe; 617 p.
7. Organización Panamericana de la Salud. Manual de técnicas para estrategia de comunicación en salud. Washington, DC. OPS; Disponible en iris.paho.org
8. Organización Mundial de la Salud. Estrategias de comunicación para la promoción de la salud. Ginebra: OMS; 2018. Disponible en: <https://www.who.int>
9. Rangel G, Valdez A, López M. Comunicación y salud: herramientas para el cambio de comportamiento. México. Editorial Trillas; 2019. P. 80-145
10. Kreps GL. Comunicación estratégica en Salud: teoría y práctica. Nueva York: 2021. P. 10-90