

VIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología  
XXIII Jornadas de Investigación XII Encuentro de Investigadores en Psicología  
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos  
Aires, 2016.

# **Desarrollo de un plan de comunicación para mejorar la adhesión a los tratamientos de pacientes con diabetes tipo 2.**

Ferrer, Ludmila.

Cita:

Ferrer, Ludmila (2016). *Desarrollo de un plan de comunicación para mejorar la adhesión a los tratamientos de pacientes con diabetes tipo 2. VIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIII Jornadas de Investigación XII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-044/287>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eATh/ZtG>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# DESARROLLO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA ADHESIÓN A LOS TRATAMIENTOS DE PACIENTES CON DIABETES TIPO 2

Ferrer, Ludmila

Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires - Consejo Interuniversitario Nacional (CIN).  
Argentina

---

## RESUMEN

Las investigaciones acerca de la diabetes tipo 2 sostienen que la baja adhesión a los tratamientos parecen sustentarse en la falta de información y en las creencias erróneas sobre la enfermedad (Azzollini y Bail Pupko, 2010; Bail Pupko, Azzollini, 2015). Para García Garcés, Navarro Aguirre, López Pérez y Rodríguez Orizondo (2014) los sistemas de información en salud cumplen un rol clave: permiten que la información en salud de calidad y completa esté disponible de manera oportuna para la toma de decisiones operativas y estratégicas. Yáñez y Villatoro (2005) afirman que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) son fundamentales para garantizar el acceso al conocimiento, incluso en el campo de la salud. Objetivo: diseñar una campaña comunicacional para lograr una mayor adhesión a los tratamientos en pacientes con diabetes tipo 2. Metodología: se seleccionaron las pautas de auto-cuidado que menor adhesión registran y se confeccionaron mensajes (folletos y carteles) con indicaciones médicas respecto al cuidado que deben tener los pacientes. Los mensajes fueron difundidos en consultorios de hospitales públicos seleccionados y en redes sociales. Los resultados de la investigación se medirán en los consultorios externos de Diabetología y Nutrición de hospitales públicos seleccionados.

## Palabras clave

Diabetes, Campaña de comunicación, Adhesión

## ABSTRACT

THE DEVELOPMENT OF A COMMUNICATIONAL PLAN TO IMPROVE ADHESION TO TREATMENT IN PATIENTS WITH DIABETES TYPE 2

Investigations regarding diabetes type 2 agree that the low adherence to treatment is caused by the lack of information and the wrong beliefs about the disease (Azzollini y Bail Pupko, 2010; Bail Pupko, Azzollini, 2015). For García Garcés, Navarro Aguirre, López Pérez y Rodríguez Orizondo (2014), health information systems have a key role in making complete information about health available in order to make operative and strategic decisions. Yáñez and Villatoro (2005) affirm that information and communication technology (ICT) are essential to guarantee access to knowledge, even regarding to health. The aim: design a communication campaign to achieve greater adherence to diabetes type 2 treatments. Methodology: we selected the self-care tips that less adherence have in order to design messages. These were made, under doctors' supervision, informing the cares that patients must take. The messages were distributed in selected public hospitals and through social media. The result of the investigation will be measured in Diabetology and Nutrition external practices of selected public hospitals.

## Key words

Diabetes, Communication campaign, Adhesion

## BIBLIOGRAFÍA

- Azzollini, S. y Bail Pupko, V. (2010) La adhesión a los tratamientos en los pacientes con diagnóstico de diabetes tipo 2: cómo resolver un problema social. Buenos Aires, Secretaría de Investigaciones de la Fac. de Psicología (UBA), 22, 23 y 24 de noviembre de 2010. Memorias del "II Congreso Internacional de Investigación y práctica profesional en Psicología", Tomo III, 238-240.
- Bail Pupko, V. y Azzollini, S. (2015) Creencias y narrativa en la diabetes tipo 2. Buenos Aires, Secretaría de Investigaciones de la Fac. de Psicología (UBA), 25, 26, 27 y 28 de noviembre de 2015. Memorias del "VII Congreso Internacional de Investigación y práctica profesional en Psicología", Tomo II, 15-21.
- García Garcés, H.; Navarro Aguirre, L.; López Pérez, M.; Rodríguez Orizondo, M. (2014) Tecnologías de la Información y la Comunicación en salud y educación médica, en Revista EDUMECENTRO vol.6 no.1 Santa Clara ene.-abr.
- OPS (2014) eSalud en Perú: implementación de políticas para el fortalecimiento de sistemas de información en salud en Revista Panamericana de la Salud; 35(5/6) may-jun.
- Yáñez, R. y Villatoro, T. (2005) "Gestión de información y conocimiento en salud en red. El modelo biblioteca virtual en salud" en Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social. Hacia una gestión basada en el conocimiento, CEPAL, División de Desarrollo Social, mayo, Santiago de Chile.