GOBIERNO DEL ESTADO

COLTAM
EL COLEGIO DE TAMAULIPAS

REDSAP
RED TEMÁTICA DE SALUD PÚBLICA

PRIMER COLOQUIO EN INVESTIGACIÓN MULTIDISCIPLINAR E INTERVENCIÓN INTEGRAL EN SALUD PÚBLICA EN TAMAULIPAS

Noviembre, 2019

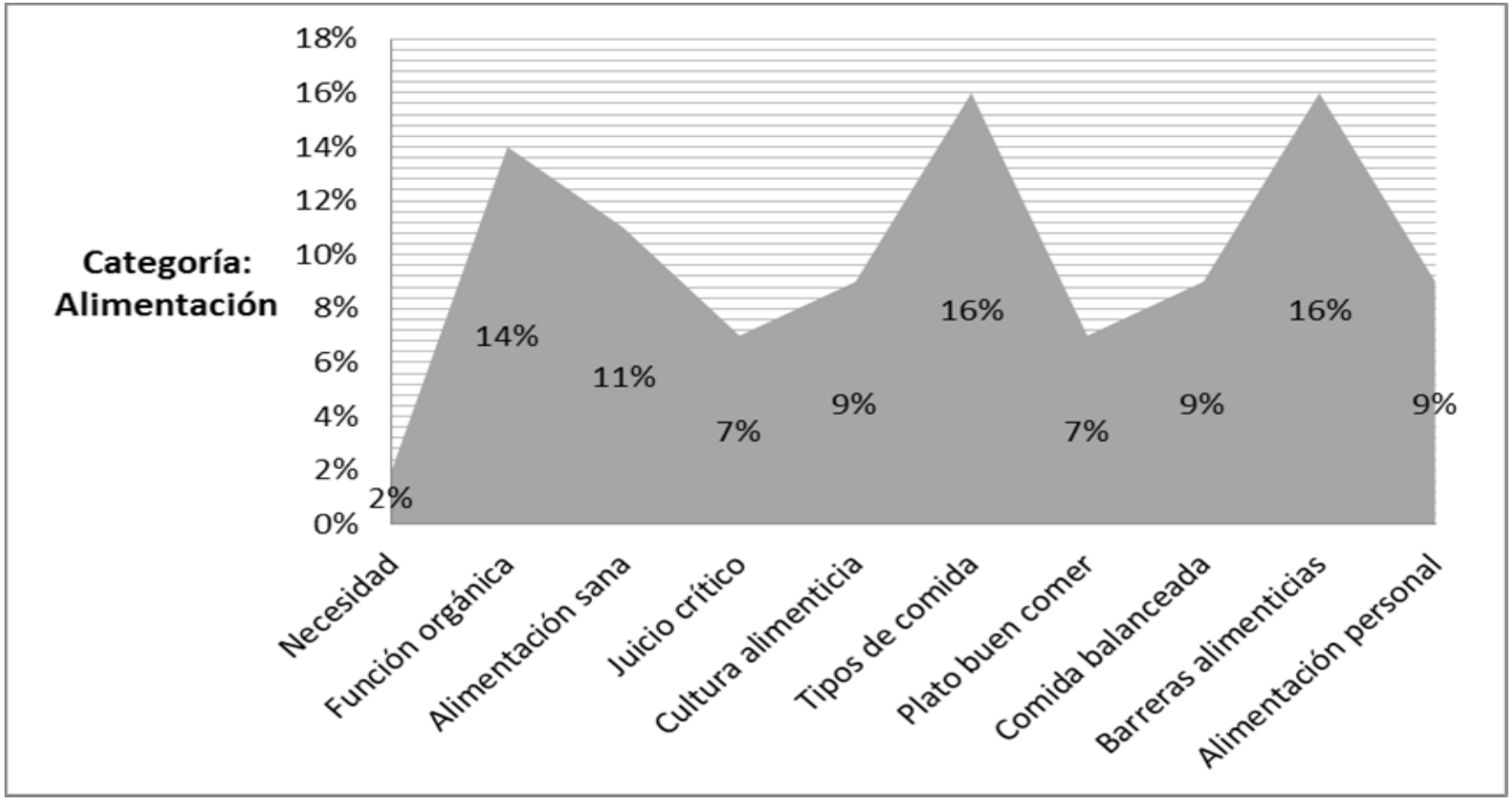
COMUNICACIÓN Y SALUD: CREENCIAS FAMILIARES EN ALIMENTACIÓN, SOBREPESO Y OBESIDAD EN EL SUR DE TAMAULIPAS

Arturo Secundino Hernández Gómez
Ennio Héctor Carro Pérez
Isaías Martínez Trejo

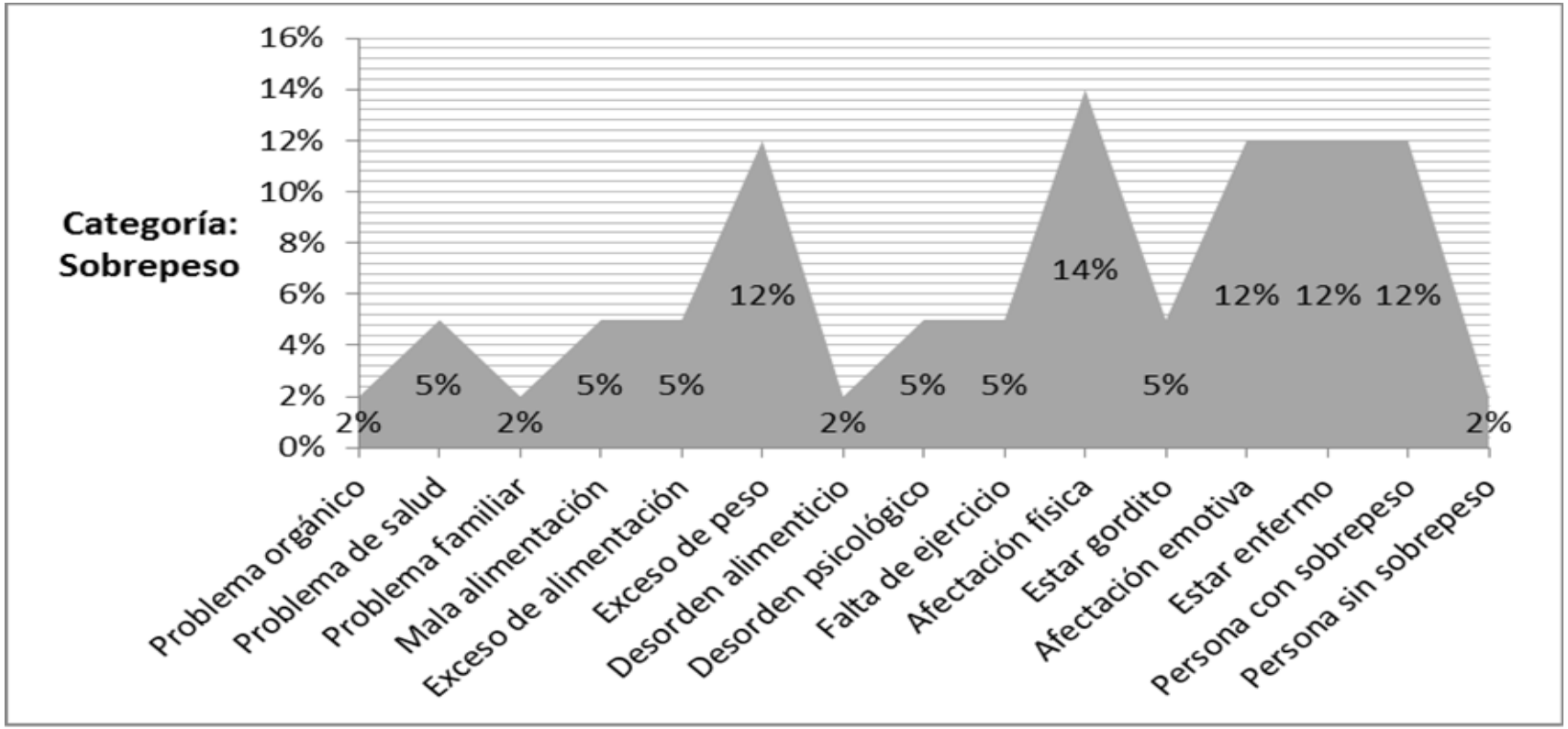
El presente trabajo va encaminado a estudiar la comunicación oral que se da al interior del algunos grupos de familias y,

Cómo **conceptualizan** esas familias del sur de Tamaulipas, las **creencias sobre alimentación, sobrepeso y obesidad**

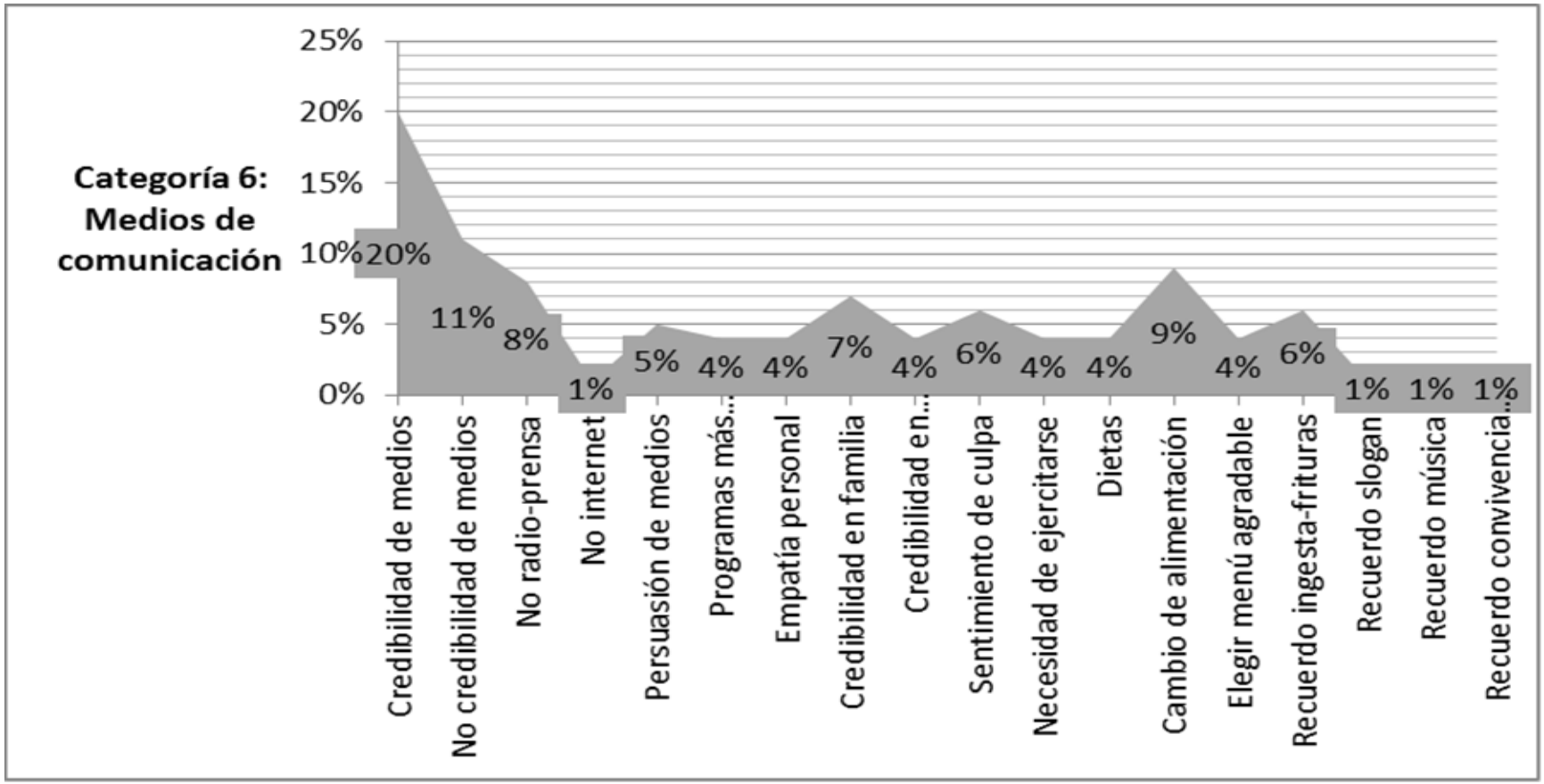
Y posteriormente, realizar un **instrumento que permita medir** con mayor precisión las creencias sobre la alimentación, el sobrepeso y la obesidad.



La categoría *alimentación* está definida en función de: los tipos de comida y barreras alimenticias; en otras palabras, la alimentación está significada por las actividades laborales y los compromisos personales, asociadas o inducidas por el tipo de comida que consumimos por esta falta de tiempo.



La categoría *sobrepeso* y *obesidad*, está definida en función de términos fragmentados estrechamente ligados entre sí; es decir, que la obesidad y sobrepeso, está significada por cómo afecta tanto física y emotivamente a las personas el no hacer ejercicio, además de colocarse como personas enfermas y con sobrepeso, pero ninguna de ellas con obesidad, aunque algunos la tengan.



En la categoría *medios de comunicación*, los datos indican una mayor *credibilidad de medios*, aún y cuando la segunda sub-categoría en importancia sea la no credibilidad de medios, pues ésta se encuentra a una distancia semántica no relevante. De acuerdo con lo anterior, se puede considerar la categoría *medios de comunicación*, está definida en función de lo que ven en la televisión y el internet (el grupo familiar ve más la televisión y navega por internet, dándole más credibilidad a los mensajes visuales)

Conclusiones

Con la *credibilidad de medios*, la información, contenidos y mensajes emitidos por la televisión se tiene credibilidad de lo que expone, aunque no a todos los miembros de la familia convence, sí presenta ciertas características para *persuadir*.

Seguir aplicando el **instrumento** y validándolo para conseguir una mayor precisión en la medición de las creencias sobre la alimentación, el sobrepeso y la obesidad.