El marco del mensaje de Actividad Física (PAMF) y la lista de verificación (PAMC): declaración de consenso internacional y guía del usuario.

El Marco de Mensajes de Actividad Física (PAMF).						
1. ¿Quién, Qué, Cómo, Por qué y Cuándo?.	2. Contenido del mensaje.			3. Formato y distribución del mensaje.		
¿Quién?	Considerar el tipo de información.			Considerar como se transmite el contenido.		
A quién se dirige el mensaje.	¿Qué hacer? Pauta de ejercicio recomendada.	¿Por qué hacer? Beneficios a corto y largo plazo que aporta realizar la actividad.	¿Cómo hacerlo? Pequeño apoyo, que guía la práctica.	A través de un texto. (Ej: La actividad física es divertida)	A través de imágenes o vídeos. (Ej: Fotos de alguien disfrutando practicando Actividad Física)	A través de un audio. (Ej: Usar música, voz en off).
¿Qué?						
Objetivo que persigue el mensaje.						
¿Cómo?	Como se transmite la información.			Considerar los diferentes formatos.		
Manera escogida para motivar a la población a cumplir lo que dice el mensaje.	Encuadre de la información. Si se va a dar un mensaje positivo o negativo.	Uso de mensajes genéricos. Esta información puede ser dirigida (nivel grupal) o personalizada.	Personalización de mensajes. (Incluir datos como el nombre, la dirección…)	Considerar el medio por el que se transmite el mensaje. (Radio, anuncio, post en redes sociales)	Extensión y volumen del mensaje.	
¿Por qué?						
Cuál es el fin último que se persigue trasmitiendo el mensaje.						
¿Cuándo?	Lenguaje utilizado en el mensaje.			Considerar las diferentes forma de distribución.		
Se debe tener en cuenta el contexto y el momento más apropiado, para transmitir el mensaje.	Lenguaje y elección de palabras.	Tono del mensaje.		Proveedores o mensajeros elegidos.	Configuración escogida para enviar y recibir el mensaje.	Frecuencia, hora del día y duración del mensaje.

En este estudio se analizan los diferentes mensajes que se dan relacionados con la actividad física. El estudio persigue **tres objetivos** distintos: Presentar una descripción general de los conceptos dentro de el El Marco de Mensajes de Actividad Física (PAMF, siglas en inglés) y la lista de verificación (PAMC, siglas en inglés) ; Analizar cómo se pueden usar estos tipos de mensajes, para genera un mensaje de actividad física ; y por último, describir áreas para desarrollo e investigaciones futuras.

La diferencia principal entre estos dos tipos de mensajes es, que mientras el PAMF presenta una descripción general de los conceptos de mensajería para cada sección general y proporciona una herramienta visual para las comunicaciones, la enseñanza y la capacitación; el PAMC presenta estos conceptos en un formato más práctico y actúa

como una herramienta para implementar el marco que se puede utilizar para guiar y documentar la creación, la evaluación y categorización de mensajes.

Para mandar estos mensajes, se deben tener en cuenta principalmente tres variables, y en su construcción se debe obedecer a **tres secciones**:

La **primera sección** consiste en tener en cuenta, por qué se manda dicho mensaje. El fallo de estos mensajes, muchas veces es que no tienen un objetivo claro, por lo que se pierde el concepto cuando llega a la población y no tiene el efecto deseado. En esta sección se recomienda a los elaboradores de mensaje, que tengan en cuenta ¿Quién? ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? y ¿Cuándo?. Este orden es el idóneo a seguir por los elaboradores de mensaje. El **quién**, se refiere a quién va dirigido el mensaje ; el **qué** se refiere al objetivo del mensaje, y que provoca que los elaboradores piensen eso; el **cómo** hará referencia a la manera que elegirán los elaboradores de mensaje, para motivar a la población a la práctica de la Actividad Física ; El **por qué** dictaminará, porque dichos elaboradores de mensajes pretenden transmitirlo; y por último los elaboradores tendrán que tener en cuenta el **cuándo** emitir el mensaje. Este último punto tiene gran relevancia, ya que, dependiendo de la época del año, el contexto es diferente.

La **segunda sección** posee tres niveles diferenciados: El **primer nivel** anima a los elaboradores del mensaje a **considerar** el **tipo** de **información** del mismo. En este nivel el emisor, debe resolver las preguntas de (1) ¿Qué hacer? (Ejercicio prescrito), (2) ¿Por qué hacerlo? (Beneficios a corto y largo plazo al realizar la práctica propuesta) y (3) ¿Cómo hacerlo? (información de apoyo para orientar la práctica). Estos mensajes deben dar pautas claras para facilitar la comprensión de los receptores ; El **segundo nivel** de la sección 2, se relaciona con cómo se **transmite la información**. En este nivel, el emisor deberá valorar: (1) El encuadre de la información, es decir, si los mensajes se enmarcan en ganancias o en pérdidas. La evidencia respalda generalmente el uso de mensajes enmarcados en ganancias ; (2) El uso de mensajes genéricos es otra variable a tener en cuenta, esta información puede ser genérica dirigida (nivel grupal) o personalizada (a nivel individual). La información dirigida suele funcionar, cuando esta se dirige a un grupo de personas determinado ; (3) El uso de la personalización es otra variable a tener en cuenta. En general, la evidencia respalda el uso de mensajes personalizados en lugar de genéricos para llegar mejor a los receptores.; Por último el **nivel tres** de esta segunda sección estudia el **lenguaje** utilizado en el mensaje. La evidencia muestra, que el mensaje se debe ser comprensible con las sensibilidades culturales. Además, la evidencia sugiere que la credibilidad y el atractivo del mensaje aumentan cuando los mensajes reflejan el mundo social.

Por último, la **tercera sección**, se relaciona con el formato y la entrega del mensaje. Lo primero que se debe estudiar en esta tercera sección, es el **medio** por el que se va a **transmitir el contenido** del mensaje, si va a ser por escrito, utilizando una voz en off...etc. Por otro lado, se debe tener en cuenta el **formato** del mismo, y dependiendo de a quién dirigimos el mensaje, la aceptación por un tipo de formato u otro varía. Finalmente en esta tercera sección, se tendrán en cuenta el medio de entrega escogido por el emisor del mensaje. La utilización de según que **proveedores**, puede tener connotaciones positivas o negativas en la interpretación del mensaje. También, se debe tener en cuenta la **frecuencia** con la que se envía el mensaje, la **hora del día** y la **duración** del mismo. Todas estas variables dependerán del público objetivo, y se deberán estudiar.

Se antoja como algo **crucial**, mantener la **equidad** a la hora de elaborar el mensaje, así como, la inclusión en el mismo, para que ningún colectivo, se sienta desplazado a la hora

de la práctica de la Actividad Física. A la hora de enviar un mensaje, debemos saber que las audiencias no son homogéneas, por ello es fundamental utilizar diferentes tipos de estrategias, con el fin de que el mensaje llegue de la manera más clara posible.

Las herramientas PAMF y PAMC, tienen como objetivo último armonizar y mejorar el área de mensajes de la actividad física. También, estas herramientas pueden servir para evaluar mensajes , para comprender y clasificar mensajes además de ayudar a crear dichos mensajes.

Los **beneficios** potenciales de PAMF y PAMC son: proporcionar una ilustración de los conceptos importantes a la hora de crear, evaluar o categorizar los mensajes ; En segundo lugar estandarizan y facilitan la comprensión de terminologías y conceptos clave ; En tercer lugar, fomentan el compromiso con las audiencias objetivo y el uso de la teoría relevante ; Y por último tienen como objetivo comprender las vías de trabajo en el proceso de mensajería en el cambio de comportamiento de la actividad física y diseñar y evaluar los mensajes en consecuencia.

Para **concluir**, es necesario puntualizar que los mensajes efectivos de actividad física, juegan un papel importante en el camino hacia el cambio del comportamiento de la actividad física a nivel poblacional. Se cree que si se usan estas herramientas de manera consistente, el PAMF y el PAMC, tendrán el potencial de mejorar la práctica de los mensajes relacionados con la actividad física, ya que, se alentará el uso de mensajes basados en la evidencia y dirigidos hacia la población objetivo.

El Marco de Mensajes de Actividad Física (PAMF).						
1. ¿Quién, Qué, Cómo, Por qué y Cuándo?.	2. Contenido del mensaje.			3. Formato y distribución del mensaje.		
¿Quién?	Considerar el tipo de información.			Considerar como se transmite el contenido.		
A quién se dirige el mensaje.	¿Qué hacer? Pauta de ejercicio recomendada.	¿Por qué hacer? Beneficios a corto y largo plazo que aporta realizar la actividad.	¿Cómo hacerlo? Pequeño apoyo, que guía la práctica.	A través de un texto. (Ej: La actividad física es divertida)	A través de imágenes o vídeos. (Ej: Fotos de alguien disfrutando practicando Actividad Física)	A través de un audio. (Ej: Usar música, voz en off).
¿Qué?						
Objetivo que persigue el mensaje.						
¿Cómo?	Como se transmite la información.			Considerar los diferentes formatos.		
Manera escogida para motivar a la población a cumplir lo que dice el mensaje.	Encuadre de la información. Si se va a dar un mensaje positivo o negativo.	Uso de mensajes genéricos. Esta información puede ser dirigida (nivel grupal) o personalizada.	Personalización de mensajes. (Incluir datos como el nombre, la dirección...)	Considerar el medio por el que se transmite el mensaje. (Radio, anuncio, post en redes sociales)	Extensión y volumen del mensaje.	
¿Por qué?						
Cuál es el fin último que se persigue trasmitiendo el mensaje.						
¿Cuándo?	Lenguaje utilizado en el mensaje.			Considerar las diferentes forma de distribución.		
Se debe tener en cuenta el contexto y el momento más apropiado, para transmitir el mensaje.	Lenguaje y elección de palabras.	Tono del mensaje.		Proveedores o mensajeros elegidos.	Configuración escogida para enviar y recibir el mensaje.	Frecuencia, hora del día y duración del mensaje.

Imagen: Pasos para elaborar un mensaje PAMF Y PAMC.

PARA VER EL ESTUDIO COMPLETO >>

Bibliografía:

Williamson, C., Baker, G., Tomasone, JR y col. The Physical Activity Messaging Framework (PAMF) and Checklist (PAMC): declaración de consenso internacional y guía del usuario. Int J Behav Nutr Phys Act 18, 164 (2021). https://doi.org/10.1186/s12966-021-01230-8.

Link to Original article: https://www.valgo.es/blog/el-marco-del-mensaje-de-actividad-fisica-pamf-y-la-lista-de-verificacion-pamc-declaracion-de-consenso-internacional-y-guia-del-usuario?elem=277079