

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación THAT'S ME

Pablo Andrés Levoyer Romero

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Comunicación

Quito, 17 de mayo de 2023

Universidad San Francisco de Quito USFQ
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Campaña de comunicación THAT'S ME

Pablo Andrés Levoyer Romero

Nombre del profesor, Título académico

**María José Enríquez Cruz, PhD. en
Comunicación**

Quito, 17 de mayo de 2023

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Pablo Andrés Levoyer Romero

Código: 00214622

Cédula de identidad: 1719868307

Lugar y fecha: Quito, 17 de mayo de 2023

DEDICATORIA

A mis padres, gracias ellos he logrado culminar esta etapa con éxito. Todo lo que soy se los debo a ellos. Gracias a todo el esfuerzo que han hecho para fomentarme siempre a seguir mis sueños y luchar hasta conseguirlos. A mis hermanos, no puedo expresar el agradecimiento por el apoyo y los consejos para nunca rendirme y siempre trabajar en ser una mejor persona. Los sueños siempre están ahí para nosotros seguirlos y hacerlos realidad solo es la voluntad y el esfuerzo que nosotros implementemos para lograr hacerlos realidad.

AGRADECIMIENTOS

A mi amada familia, mis queridos hermanos y mis leales amigos y a mis profesores. su presencia en mi vida ha sido un faro de amor y apoyo durante todo este proceso. sin su inquebrantable respaldo, palabras alentadoras y fe inquebrantable en mí, este logro no habría sido posible. sus palabras de aliento, conversaciones inspiradoras y aliento constante me han impulsado a superar obstáculos y a perseverar en mi camino hacia el éxito. su amistad sincera, sus abrazos cálidos y su amor incondicional han sido mi fuente de fortaleza en los momentos de alegría y desaliento.

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

En este estudio se analizan tanto los trastornos alimenticios y sus estereotipos en adolescentes y universitarios. Con la finalidad de prevenir este problema social que se ha popularizado en la actualidad gracias a muchos factores como los canones de belleza y las redes sociales. De igual forma se espera tratar varios ambitos se ven expuestos en este problema tanto como la psicología social que se ve dentro de las personas al momento de hablar de trastornos alimenticios. En Ecuador es una realidad que la salud alimenticia no ha tenido el lugar que se debe por lo que se espera empezar con esta conversación dentro de este contexto. Posterior a esta investigación se llevó acabo la campaña THAT'S ME con el enfoque de promover una nutrición consiente en redes sociales.

Palabras clave: Trastornos alimenticios, estereotipos, adolescentes, universitarios, salud, alimentación.

ABSTRACT

This study analyzes both eating disorders and their stereotypes in adolescents and university students. In order to prevent this social problem that has become popular today thanks to many factors such as beauty canons and social networks. In the same way, it is expected to treat several areas that are exposed in this problem as well as the social psychology that is seen within people when talking about eating disorders. In Ecuador it is a reality that nutritional health has not had the place it should be, so it is expected to start with this conversation within this context. After this research, the THAT'S ME campaign was carried out with the focus of promoting conscious nutrition on social media.

Key words: Eating disorders, stereotypes, adolescents, university students, health, food.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
Desarrollo del tema	11
Capítulo 1: Alimentación y trastornos en adolescentes y universitarios	11
1.1 La alimentación tema del Ecuador	11
1.2 Psicología de la alimentación.....	14
1.3 Campañas de comunicación con temas alimenticios	15
1.4 Percepción de los estudiantes y universitarios sobre la alimentación.....	17
Capítulo 2: Estereotipos acerca de la alimentación	19
2.1 Principales comentarios sobre los trastornos alimenticios en redes sociales	19
2.2 Temas de género en problemas alimenticios	22
2.3 Medios de comunicación presentando problemas alimenticios	23
2.4 Escuelas y colegios frente a los problemas alimenticios	26
Capítulo 3: Comunicación frente a los trastornos alimenticios	27
3.1 Comunicación una herramienta necesaria	27
3.2 Estereotipos y trastornos alimenticios en medios de comunicación	30
3.3 Percepción de la sociedad.	31
Capítulo 4: Campaña That's Me.	33
4.1 Presentación campaña That's Me.	33
4.2 Metodología de investigación cualitativa.	35
4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña	36
Conclusiones.	40
Referencias Bibliográficas.	41
Anexos.	44

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe un gran problema en nuestra sociedad y sobre todo en Ecuador. No creemos que sea importante hablar sobre los trastornos alimenticios y todo lo que engloba este tema, o no le damos la importancia al tema como debería. De igual forma como nos menciona SEPEAP “El número total de ingresos entre el 1 abril de 2020 y el 31 de marzo de 2021 fue más del doble (aumento del 123%) que la media de ingresos del mismo periodo en los 3 años anteriores.” (Gómez. L, 2021). Después de la pandemia existe este incremento en los casos de trastornos alimenticios que de igual forma han aumentado los estereotipos alrededor de este mismo. Es por eso por lo que este tema se vuelve relevante y necesario para nuestra realidad.

Lo que se espera de este estudio es generar un gran impacto en varios ámbitos pues de esta forma nos podemos asegurar que se logró comunicar. En el ámbito social es prevenir este problema social que se ha creado alrededor de la alimentación y sus estereotipos. Por el lado educativo lo que se busca es brindar a las personas información sobre el tema en cuestión. Del lado profesional es dejar un precedente para todas organizaciones sobre este tema y que sepan que es una realidad y de igual forma lograr que se unan marcas a la campaña que se realizará. Comunicacionalmente hablando está en la difusión de este tema lograr llegar a varios medios para generar ruido.

Como parte de este estudio se espera tratar un objetivo de desarrollo sostenible. Principalmente me quiero enfocar en el ODS 3 de salud y bienestar pues este mismo es el que más ligado se ve dentro de mi tema. De igual forma lo que se busca con este tema y campaña es poder generar un bienestar a las personas. Podemos tomar en cuenta que este ODS describe “Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible” (Naciones Unidas). Tomando en cuenta lo que busca este ODS

podemos ver lo ligado que está el tema central con el objetivo pues de igual forma que el ODS buscamos generar bienestar.

Dentro de la Universidad si han existido varios trabajos de titulación que hacen referencia a la alimentación o problemas con trastornos alimenticios, pero nunca de la forma en la que se va a topar en este estudio. Los estereotipos se han vuelto un gran problema dentro de los trastornos alimenticios pues estos se han encargado de lograr agravar estos trastornos. De igual forma los trastornos alimenticios se han vuelto un problema de estereotipos de género pues nuestra sociedad se ha enfocado en que simplemente el género femenino puede tener un trastorno alimenticio.

La motivación de esta investigación es lograr aportar tanto a mi profesión como a la sociedad. De la forma profesional considero que esta investigación lo que va a lograr es generar un ruido en las personas y de igual forma va a generar una conversación que las personas ya no van a poder evitar. La comunicación es una herramienta que si se la implementa de la forma correcta puede generar un gran impacto y de igual forma difundir un mensaje masivamente y es lo que se espera de esta investigación. Por el lado personal espero que esta investigación y posterior campaña pueda ayudar a todas esas personas que puedan estar atravesando un momento difícil con respecto a la alimentación y los estereotipos alrededor de este mismo que pueden estar generando un mal, puedan informarse y conocer mucho más de este tema y posiblemente prevenir más acciones.

DESARROLLO DEL TEMA

Primer capítulo: Alimentación y trastornos en adolescentes y universitarios

Este capítulo se va a enfocar principalmente en cómo se han presentado los temas de alimentación y trastornos alimenticios en Ecuador, con el fin de contextualizar la situación en este país e incorporar ideas, reflexiones y alternativas frente a esta problemática. De esta forma tener un contexto de la percepción que se tienen en Ecuador acerca del tema y así poder ver como de igual forma la comunicación ha jugado un papel importante en este tema. El planteamiento del posible problema alrededor de la comunicación y análisis de problema social que se ha desarrollado.

De igual forma se busca encontrar los posibles problemas en los ámbitos que se ven alrededor de los trastornos y así poder generar una propuesta de campaña con finalidad de prevenir estos problemas y mejorar la percepción de este tema en el grupo objetivo que en este caso son los adolescentes y estudiantes universitarios. Es una realidad para Ecuador que temas tanto de salud mental como de salud alimentaria se han vuelto un tabú y la forma correcta de cambiar esta percepción es con la educación acerca de este mismo. Con esta idea este estudio presenta los conceptos y sondea más en lo que es la alimentación y los estereotipos en los trastornos alimenticios.

1.1. La alimentación un tema en Ecuador

Es una realidad que los índices alimenticios en Ecuador han tenido un incremento debido a varios factores, es imprescindible mencionar que este se ha vuelto un gran problema social donde la seriedad de acuerdo al tema no se ha planteado como debería. De acuerdo al texto de Segundo Pacherras "...vienen marcando un problema de salud pública, de forma particular durante el periodo de la adolescencia a la adultez del hombre, en la que se

manifiestan cambios de tipos sociales, psicológicos y fisiológicos.” (Pacherres-Seminario, S. 2018. Pág 1) tomando en cuenta lo mencionado podemos ver que los trastornos alimenticios se ven presentes en más de un campo. Tomado en cuenta esto vamos abordar en cada uno de estos y ver como estos se han vuelto un cómplice en la situación actual del tema.

Es una realidad que todos estos comentarios y problemas sociales tienen como una de sus raíces nuestros hogares. Es imposible no mencionar que las principales personas que generan estos comentarios acerca de nuestros cuerpos o hábitos alimenticios son miembros de nuestra familia o círculo de amigos. Es ese el punto donde se abre un tema dentro de nuestra cabeza al saber que nuestros allegados piensan de esta forma puede ser realidad. En el contexto de Ecuador al ser un país muy familiar donde lo más importante es mantener este lazo fuerte genera un gran problema con esta situación. Muchas de las familias ecuatorianas crecieron con los cánones de belleza donde ser delgados significa belleza y donde estar en dieta y exigir a tu cuerpo para verse como las personas en las pantallas está bien.

Tomando en cuenta la palabra DIETA es imprescindible primero conocer cuál es su significado. De acuerdo a la RAE existen tres significados principales “1. f. Régimen que se manda observar a los enfermos o convalecientes en el comer y beber, y, por ext., esta comida y bebida.” (RAE) “2. f. Conjunto de sustancias que regularmente se ingieren como alimento.” (RAE) “3. f. coloq. Privación completa de comer.”(RAE). La cultura de la dieta se ha establecido de una forma negativa alrededor del mundo y principalmente en este caso en Ecuador pues en comparación del resto del mundo, todavía se mantiene esta negatividad y por lo tanto los problemas alrededor de la alimentación y sus estereotipos se ha mantenido muy fuerte en la actualidad. Gracias a esto se han creado muchos términos alrededor de la dieta como el famoso pensamiento de “Somo lo que comemos” y claramente esto depende mucho pero en la actualidad tanto los adolescentes como los universitarios han visto esto de

una forma negativa y se ha vuelto casi un problema este comentario. Al poner restricciones a la alimentación se crean problemas tanto sociales como nutricionales. Del lado social el cual nos estamos enfocando es el hecho de permitir que las personas alrededor tengan una opinión sobre nuestros cuerpos.

La finalidad de una buena nutrición es establecer una relación sana con la comida donde las personas no tengan que prohibir alimentos o denominarlos como CHEAT- MEAL “consiste en saltarse la dieta un día de la semana para comer lo que queramos durante la comida o la cena. Es lo que se conoce como “un atracón”, pensado para hacer más llevadera la dieta que estás haciendo.” (MAN MEDICAL INSTITUTE, 2021). Este término de igual forma se ha vuelto muy conocido en el entorno generando una mala relación con la comida y de igual forma sujeta a las personas a contar calorías y estar atados a pensar en que es lo que están consumiendo.

Los índices de trastornos alimenticios dentro del Ecuador son un tema relevante para este estudio. Conociendo este dato podemos conocer cuál es la gravedad de este caso y cuáles podrían ser los posibles caminos a tomar para la prevención de este asunto. Un gran problema que se ha visto actualmente es la falta de información acerca de los temas de trastornos y estado alimentación en Ecuador. Este es el punto base de este estudio. Conociendo que existe esta falta de información actualizada desde este punto ya sabemos que nos existe la importancia en el tema para la cultura que se maneja dentro del contexto de Ecuador. Muchos de los trastornos alimenticios en la actualidad no solo se ven sujetos a cambios nutricionales pues es importante también estudiar el estado de la mente.

1.2. Psicología de la alimentación

La alimentación no es solo un tema social o de nutrición dentro de todo lo que son los trastornos y los comentarios que se generan alrededor de este tema. Un tema que es importante abordar cuando hablamos de alimentación es la psicología y la salud mental que se debe manejar. “Dentro de las fortalezas es importante destacar que a través de esta intervención se determinará si el fortalecer los niveles de autoestima en niños mejora la percepción de la imagen corporal y, por ende, puede servir como un factor preventivo para no desarrollar trastornos alimenticios a futuro.”(Pérez Valencia, 2019, Pág 28). Tomando en cuenta lo mencionado por Mateo es imprescindible generar una buena salud mental para que de esta forma se pueda fortalecer la autoestima que los adolescentes y universitarios tienen.

Las personas somos desde un punto seguidores de líderes de opinión y en el caso de la actualidad de influencers o famosos. Las redes sociales han jugado un papel primordial al momento de hablar de la salud mental alrededor de la alimentación. Todos los días los adolescentes consumen contenido de temas diversos y de igual forma al ser seguidores de temas de alimentación, el contenido que aparecerá es de este tema efectivamente. En este punto es donde entran los temas de comparaciones y como ver a una persona con una tipo de cuerpo “perfecto” genera en la autoestima de su público. Es esencial desaprender esta mala costumbre que se ha generado a raíz de las redes sociales y promover el amor a los cuerpos.

En la actualidad se ha desarrollado un término que es necesario tomar en cuenta al momento de hablar de psicología y alimentación que es el hambre emocional. Este término hace referencia a la carga emocional que influye al momento de comer. Todos los casos son diferentes y esto depende de cada persona, existen los tipos de personas que tienen ataques de hambre al sentirse ansiosos o de igual forma dejan de comer al sentirse de la misma forma. No se puede pasar de lado este tipo de términos al hablar de trastornos alimenticios pues no

es un tema simplemente de nutrición. La autoestima y la psicología juegan este papel muy fuerte que nadie ha tomado en cuenta y han tenido miedo de presentarlo.

La autoestima juega un gran papel en el desarrollo de una buena alimentación y la estimulación de los trastornos alimenticios. Es en este punto donde también entran a juego los estereotipos y todos los comentarios que el grupo en cuestión escucha a diario y va alimentando este ideal de los cuerpos perfectos y estandarizados por la sociedad en la que se vive actualmente. Muchos de estos comentarios surgen del mismo entorno en el que la persona con un trastorno se encuentra y lo único que genera esto es empeorar la situación.

Es imprescindible mencionar que dentro de la parte psicológica también influye la falta de conocimiento lo que vuelve mucho más difícil tratar de prevenir este problema social. En este caso el gran problema de los estereotipos generados es la falta de conocimiento de cómo pueden empeorar este tipo de comentarios a personas que se encuentran con trastornos alimenticios.

1.3. Campañas de comunicación con temas alimenticios

En la actualidad los temas referentes a alimentación se han vuelto un tema de relevancia tanto para la sociedad como para los medios de comunicación y por esta misma razón se han creado varias campañas se han manejado varias estrategias para tratar de informar y prevenir los problemas que se han generado alrededor de la alimentación. Para este estudio es esencial conocer las percepciones que se han tocado en el tema y así abordar campos en los que se falten explorar y educar a la sociedad.

Un problema que está presente es que muchas de las campañas se han enfocado en un público únicamente de género femenino y algo que es actual es que los trastornos alimenticios no son un tema de solo un género pues muchas personas pasan por este tipo de

problemas y no son solo mujeres un claro ejemplo tenemos la campaña realizada por Daniela Utreras “La campaña estuvo dirigida especialmente para las mujeres quiteñas entre los 16 a 26 años y también se tomó en cuenta a las chicas que son afectadas directamente por la gordofobia.” (Utreras Ortega, 2022, Pág 45). Es una realidad que muchos de los casos de trastornos alimenticios se ven presentes en mujeres y que se considera que son más vulnerables en referente a los temas de alimentación pero no es un tema en el que se debería excluir a los hombres por el mismo hecho de que todos somos susceptibles a vernos afectados por un trastorno alimenticio.

Es necesario mencionar que el enfoque que tiene este estudio es diferente a estudios previamente presentados pues no se está tomando como enfoque a las fobias a los cuerpos. Pues la finalidad de este estudio es dar a conocer el público que todos los cuerpos son diferentes y por lo tanto las formas de alimentación que muchas personas muestran a través de medios de comunicación o redes sociales no funcionan en todos y de igual forma que existen estereotipos y comentarios en nuestra sociedad que han logrado afectar completamente la idea que se tienen acerca de las dietas o sobre lo que está bien en la nutrición. Lo que se busca lograr es el conocimiento de las personas acerca de la buena alimentación, que no todos los cuerpos van a ser iguales, que está bien verse de cierta forma si se mantiene una buena alimentación y nuestros cuerpos están equilibrados.

Las campañas de comunicación tienen como principal enfoque educar y comunicar a las personas sobre temas de relevancia en este caso es un problema social. Estas campañas lo que buscan es prevenir nuevos casos. La comunicación al ser un herramienta tan fuerte y junto a expertos el generar un estrategia para comunicar un mensaje y esperar que el receptor entienda su significado y lo codifique de la forma correcta se esperaría tener excelentes resultados.

1.4. Percepción de los estudiantes y universitarios sobre la alimentación

La forma en la que el público central de este estudio conoce sobre el tema es fundamental tomando lo mencionado por María Galarraga “Las personas que tienen estos trastornos presentan una percepción distorsionada de su propio cuerpo, lo cual les lleva a la reducción de la ingesta de alimentos Es influenciado por el círculo social de su alrededor” (Galárraga Povea, 2020, p. 18). Las redes sociales y toda la información que en la actualidad se encuentra al alcance de las personas muchas veces es negativa o no es correcta lo que genera una mala información y una distorsión del tema. En el caso más grave es contar con personas que cuentan con trastornos alimenticios y al no contar con la información esto puede llevar a agravar más la situación, con ese mismo objetivo este estudio busca brindar la información para que las personas interesadas conozcan su importancia.

Un gran factor que en la actualidad ha modificado la percepción que se tiene acerca de la buena alimentación son las redes sociales, gracias a los conocidos influencers o modelos a seguir. Las tendencias que se ven presentes en las redes sociales han logrado afectar a muchos adolescentes pues al ver a su influencer preferido seguir algún tipo de rutina o forma de alimentación estos buscan parecerse a ellos y siguen este ejemplo lo que está mal. Pues es imprescindible dar a conocer que todos los cuerpos son diferentes, que no todos tienen la misma forma de procesar los alimentos por lo tanto no siempre van a tener los mismos resultados. Al seguir este tipo de contenido los adolescentes y universitarios se vuelven seguidores de los cánones de belleza establecidos por las redes y de esta forma se vuelven seguidores de tendencias que se pueden transformar en trastornos alimenticios, de esta forma vuelven a tomar parte en el juego de los estereotipos que todos ellos son

susceptibles. Muchas veces esto se debe a la calidad de educación que se está impartiendo tanto en los colegios como en sus propias casas.

La educación en Ecuador se ha vuelto muy sistemática para lograr que los estudiantes simplemente aprueben antes de que puedan aprender. Una de las principales razones que exista este desconocimiento sobre la gravedad del tema es el sistema de educación básica donde es más importante conocer sobre otros temas antes que priorizar la salud mental y física de sus estudiantes. Este estudio se centra en adolescentes y universitarios con motivo de ser el grupo que más se ve afectado por este problema y el grupo en el que en la actualidad se encuentra pasando por todos estos problemas.

Segundo capítulo: Estereotipos acerca de la alimentación.

En este capítulo se busca conocer y analizar gran parte de los estereotipos presentes alrededor de la alimentación, incluyendo temas de género y ámbito psicológico. Tomando en cuenta, el contexto en los que se topan estos estereotipos y razones por las que se pueden generar junto al problema social de los trastornos alimenticios y estereotipos que se han generado alrededor de estos. En la realidad los comentarios son perjudiciales para los adolescentes por el mismo motivo que se vuelven una obsesión. En esta etapa de la adolescencia los seres humanos son mucho más susceptibles para verse afectados por comentarios que cambian completamente su comportamiento.

Tomando en cuenta que los estereotipos en la sociedad se han vuelto un gran factor que perjudica es necesario conocer qué tipo de comentarios y el lugar del que provienen. Conociendo estos aspectos se empiezan a derribar muchos más caminos y factores que se ven involucrados con este problema social. De acuerdo con la RAE estereotipo se refiere a “Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.” (RAE) relacionando esto con lo mencionado podemos ver que al ser una idea aceptada por un grupo de personas se puede ver ahí la creciente raíz de este problema de la relación que tienen los trastornos alimenticios y los estereotipos en los adolescentes y universitarios. Es necesario conocer qué tipos de comentarios existen alrededor de la comida.

Los comentarios al unirse con un trastorno alimenticios se vuelven perjudicial para la persona que lo padece. De esta misma forma los estereotipos siempre van a estar ligados a este tipo de trastornos pues son estos mismos los que perjudican y pueden de alguna forma generar nuevos trastornos o empeorarlos de la misma forma.

2.1. Principales comentarios sobre los trastornos alimenticios en redes sociales

En la actualidad vivimos en mundo de constante evolución y digitalización por lo que la juventud en la actualidad se ven expuestos a las redes sociales donde adquieren información. Es una realidad para la sociedad que los adolescentes y universitarios se ven reflejados antes las nuevas formas de figuras o personas aspiracionales. Actualmente son conocidos como influencers. Dentro de este mundo de las redes sociales, no existe un parámetro de control en cual se pueda medir el contenido que estos influencer suben a sus plataformas. Tomando en cuenta que cada red social tiene diferentes formas de operar, los algoritmos determinan el tipo de mensaje que se va a presentar. Es cierto que no todos los adolescentes y universitarios van a verse expuestos al mismo contenido que los demás. Las nuevas generaciones al ser tan susceptibles al contenido que ven en redes aplican los consejos de estas personas en sus dietas y algo que deben aplicar es el hecho de lo diferentes que son los cuerpos y que cada organismo funciona diferente al otro. Muchos de los seguidores implementan la idea o comentario “Aprendí de tal dieta”. La utilización de este término ha desarrollado un sin número de consecuencias como los es el incremento de casos de problemas alimenticios y son estos tipos de comentarios que los jóvenes se encuentran enfrentando en la actualidad en las redes sociales.

Es cierto que las redes sociales son una gran herramienta de comunicación si son usadas de la forma correcta. La educación en la actualidad debe requerir un módulo donde se pueda conocer sobre el buen manejo de estas herramientas pues como se menciona anteriormente, los jóvenes al ser tan susceptibles a los que se encuentran dentro de las redes son necesario que empiezan a diferenciar y poner filtros al contenido al que se ven expuestos. Este tipo de decisiones se aprenden por medio de talleres e información que se brinde para distinguir que es mejor para estas generaciones. Es por esta misma razón que las redes sociales se han vuelto un gran factor que influye en los trastornos alimenticios y por esto

mismo es necesario conocer y tener cuidado con el contenido que se consume a través de estas.

Dentro de los principales comentarios que encontramos en la actualidad y no solo en la actualidad este tipo de comentarios llevan en la sociedad desde la aparición de los modelos en los años 90. Es necesario comprender que desde el momento en el que se empezaron a implementar estos cánones al introducir modelos a seguir de acuerdo a la imagen se generaron grandes estereotipos y trastornos gracias a estos cánones. Es en esta época donde se empiezan a generar los comentarios direccionados a la apariencia física de los demás como un comentario muy usual “Porque estas tan delgad@ o gord@”. Muchas de las veces estos comentarios llegan a comprometer no solo la salud alimenticia de la persona que lo recibe sino también afecta su salud psicológica pues se ve más envuelta esta persona en tratar de satisfacer a las personas.

Tomando en cuenta el comentario es importante dar a conocer al público objetivo que esté comentarios solo afecta a las personas y está directamente a parte visual. Algo que es necesario de conocer es que todas las personas al tener diferentes organismos tienen diferentes formas de procesar los alimentos no siempre el hecho de estar delgado o tener una complexión más gruesa significa que existe algún problema de alimentación, para determinar eso es necesario contar con expertos en este caso nutricionistas que puedan realizar los estudios necesarios para determinar si existe algún problema. Al mencionar este tipo de comentario lo único que se logra es perjudicar a la persona. Aquí podemos tomar en cuenta lo que se menciona en el texto de Alicia Alonso “Para algunas personas se trata de una elección basada en moda, pero para otras puede llegar a ser motivo de un deterioro de su propia salud, como los trastornos de conducta alimentaria, o de supervivencia, como la falta de recursos y la pobreza.” (Alonso Gómez & Herrero Alonso, 2021. P 1) Las generaciones están dispuestas

a perjudicar su salud por seguir una moda o una tendencia de redes sociales y es por esto mismo que es necesario educar.

Por el otro lado tomando como referencia el mundo de las redes sociales donde este medio se vuelve un estímulo para los jóvenes. Al verse tan expuesto a este medio se encuentran en constante aprobación los jóvenes dejan de ver lo que tienen enfrente y lo sustituyen por algo ficticio una imagen que solo pueden ver a través de una pantalla. De acuerdo con el estudio de NOTIMEX “Mientras cerca de 18 por ciento de la población joven se preocupa por el tema del peso, el ocho por ciento piensa que come mucho en poco tiempo y el siete pierde el control por comer.” (NOTIMEX, 2016, P.1) De acuerdo con estos datos podemos deducir que una gran parte de los jóvenes se ven envueltos en pensamientos de acuerdo con su apariencia física y como ya se ha mencionado múltiples veces una de las principales causas del contenido al que se ven expuestos y un factor que afecta más a este problema son los comentarios que se generan alrededor de este tema.

Ahondando más en todos los comentarios que los jóvenes se ven expuestos hoy en día en diferentes entornos. Es una realidad que durante toda actividad en la que involucren alimentos existen comentarios de personas. Todo este ritual de comentarios se da tanto por la educación y cultura que existe dentro del grupo. En el caso ideal se esperaría que no existan comentarios sobre la apariencia o sobre los hábitos de las otras personas, pero como se sabe la sociedad no es una utopía. La existencia de estos comentarios como lo son “Te vas a comer todo eso” “No vas a comer más” “Se te ve enferm@ deberías comer más”.

2.2. Temas de género en problemas alimenticios

En la actualidad, los asuntos y conflictos de género se han vuelto cada vez un tema de muchos problemas. En este caso el género también se ve envuelto en este tema de trastornos alimenticios y estereotipos. La alimentación desde el inicio de los años 90 se han relacionado

los trastornos alimenticios con solo las mujeres. Es necesario cambiar esta idea de la percepción de la sociedad pues como en muchos casos se sabe que no todo es sobre un solo género.

Gracias a estas ideas que se han desarrollado alrededor de los trastornos alimenticios. Como se menciona en el estudio de Adriana Barboza “Estos Trastornos afectan sobre todo a mujeres y niñas, según el Instituto de Salud Mental de los Estados Unidos, una de cada 100 niñas adolescentes sufre de anorexia nerviosa, bulimia y otros trastornos alimenticios significativos. Es penoso lo que está ocurriendo en todos los países de nuestro entorno, un 40% de niñas desde los 9-10 años está haciendo dieta y, casi un 90% de mujeres adultas desea perder peso.” (Barboza Rojas, 2019, p2). Es una realidad que en las mujeres es más común encontrar trastornos alimenticios debido a los cánones de belleza a los que se les ha expuesto desde los años 90 en la introducción de la idea de un cuerpo perfecto.

Pero no podemos dejar de lado que estos trastornos están presentes en todos los géneros y en la actualidad se ha logrado visibilizar cada vez más, pero en el contexto de Ecuador todavía el tema no se ha introducido a la conversación. Cabe mencionar que los problemas alimenticios no solo son de falta o exceso de comida. Existen diferentes enfermedades como la vigorexia que entran dentro de este problema social. Es necesario eliminar ese pensamiento de la cultura del Ecuador.

El género es un asunto también de alta relevancia en temas de alimentación pues al pensar que solo pertenece a un solo género también se vuelve un estereotipo de acuerdo con lo que la RAE nos menciona que son los estereotipos. La finalidad de este estudio es prevenir el incremento de este tipo de comentarios y estereotipos dentro de la sociedad y al conocer esta información y lograr compartir este mensaje.

2.3. Medios de comunicación presentando problemas alimenticios

Los medios de comunicación son la principal fuente donde los jóvenes se ven expuestos a comentarios, estereotipos y falsas imágenes de lo que es la alimentación. Como se mencionó anteriormente las redes sociales presentan contenido donde los “Influencers” muestran su forma de vida y sus hábitos de comida que recomiendan a sus seguidores, pero al hacer esto se vuelven responsables de contribuir con los estereotipos y con la perjudicarían de muchas personas que son sus seguidores y a la par ya presentan un problema alimenticio y posiblemente no son conscientes de esto.

En este problema se crea una interrogante, Las personas deberían recurrir a las redes sociales al encontrarse con un problema alimenticio. Muchos expertos podrán afirmar que es un gran factor que empeora el estado de las personas, pero desde otro punto de vista. Las redes sociales al ser una increíble herramienta para comunicación puede ser una gran fuente para difundir el mensaje correcto, de igual forma para desmentir a las personas que suben contenido que lo único que logra es afectar a los adolescentes.

Qué tipo de personas saben la verdad con respecto a este tema. Este enunciado de igual forma es algo en lo que los usuarios dentro de las redes sociales deben considerar al momento de consumir cualquier tipo de contenido en redes. Es una realidad que las personas al ver que a uno de sus “Influencers” les funcionó cierto tipo de rutina o dieta recomienda a sus seguidores hacer los mismo o como se ha mencionado ya varias veces, los organismos de las personas funcionan de formas completamente diferentes y todo depende mucho de su organismo y al momento de aceptar los consejos que posiblemente no funcionen para ellos, se crea un problema que puede ser perjudicial para ellos.

Dejando de lado la existencia de estos creadores de contenido. También dentro de todo el mundo de internet existe una gran desinformación a la cual los usuarios se ven diariamente expuestos. Es una realidad que no se enseña dentro de los colegios a distinguir una fuente confiable de una fuente con datos falsos. Al no conocer esta diferencia los jóvenes

y universitarios siguen cualquier información que ven dentro de internet y no aplican un filtro para asegurarse de que la información sea verificada. La desinformación es uno de los principales factores dentro de este problema social y hasta no lograr educar al público no va a ser posible generar un cambio dentro de este grupo.

Del lado más psicológico podemos encontrar de igual forma un gran problema que se ha generado desde la introducción de las redes sociales y las personas aspiracionales. Las comparaciones se han vuelto un gran peso al momento de hablar de trastornos y problemas alimenticios. Esto se debe a lo mencionado, en la actualidad los jóvenes y universitarios se encuentran tan presionados por contar con la aprobación de los demás que están dispuestos a someterse a duros cambios con la finalidad de tener un like o la aprobación de alguien. Las comparaciones con estas figuras públicas generan un auto rechazo y posterior daño físico.

Dentro del mundo de la comunicación no se han realizado suficientes campañas comunicacionales enfocadas en la educomunicación sobre los que son los trastornos alimenticios y los comentarios o estereotipos que existen alrededor de este problema social y es lo que distingue a este estudio de los demás lo que se espera lograr a través de la campaña que se realizara es poder traer a la conversación un tema que en el contexto de Ecuador no existe y de igual forma educar a los jóvenes acerca de lo perjudicial que es conectar con publicidad falsa acerca de la alimentación como lo menciona en el siguiente enunciado “...dentro del ámbito sociocultural es la influencia de la publicidad, la cual recrea los valores y comportamientos presentes en la sociedad. La publicidad utiliza los estereotipos y los transmite en un pequeño espacio concentrado (1). Es frecuente encontrar anuncios publicitarios en los que se produce una estimulación impulsiva de la delgadez, apareciendo imágenes de modelos famosas en las que se utiliza su cuerpo delgado como símbolo de triunfo.”(de Diego Díaz Plaza, M., Belmonte Cortés, S., Novalbos Ruiz, J. P., Santi Cano, M. J., & Rodríguez Martín, A. 2022, p 56)

2.4. Escuelas y colegios frente a los problemas alimenticios

El entorno donde los jóvenes normalmente se desenvuelven son los colegios y escuelas y son ahí los principales lugares que se espera llegar para compartir el mensaje de nuestra campaña. De igual forma los colegios son el lugar de la fuente donde los jóvenes aprenden sobre temas importantes y es necesario que se implementen nuevos temas para diversificar el contenido de aprendizaje.

De igual forma es imprescindible mencionar que las escuelas son los principales lugares donde se aplican varios de los problemas de los que hemos hablado a lo largo de este estudio. Muchos de los estereotipos se ven plasmados durante este periodo de vida por lo que es el lugar preciso donde debe compartirse este tipo de mensajes. En el contexto de México podemos ver que “Comisiones unidas del Senado aprobaron este miércoles un dictamen que busca contrarrestar la obesidad en planteles escolares, pero también atacar trastornos alimenticios de los estudiantes, como anorexia y bulimia. Las reformas modifican más de 20 artículos de las leyes general de Salud; de Educación; de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes; y de Infraestructura Física Escolar.” (Agencia, e. U. 2010, p 1). Es una realidad que el tema ya se está cada vez más fortaleciendo, pero hablando de la realidad de Ecuador podemos afirmar con la ausencia de información y estudios que el tema se ha evitado y no se le ha dado la importancia necesaria.

Tercer Capítulo: Comunicación frente a los trastornos alimenticios

En este capítulo lograr analizar la relación entre estos dos temas y ver el impacto que han logrado generar en el target de este estudio y a través de la comunicación entrar varias posibles soluciones. Después de lo ya tratado en los capítulos anteriores podemos ver varios de factores que son las principales causas de los trastornos alimenticios y la creación de estereotipos alrededor de este mismo. Es de igual forma necesario ahondar más profundo el tema para concluir ante posibles soluciones y posibles caminos que se pueden tomar con respecto a la prevención y educación del tema.

Es importante tomar en cuenta que la finalidad de este estudio es prevenir los estereotipos y los trastornos alimenticios mediante estrategias de comunicación. Recalcando el poder que tienen la comunicación sobre las masas. Tomando en cuenta esto durante este capítulo se van a topar temas referente a cómo se relacionan los trastornos alimenticios y estereotipos con la comunicación. De igual forma es imprescindible mencionar que en este caso la comunicación ha tomado un papel de desarrollo social buscando de esta forma mejorar las condiciones de vida de las personas vulnerables o de grupos de personas que se encuentren afectadas por un tema en particular.

La importancia de la educomunicación también se va a ver expuesta a lo largo de este capítulo pues como se mencionó anteriormente uno de los principales factores que afecta a este público específico es la desinformación sobre este problema en cuestión. Es por eso que la educomunicación se ve presente para ser tratada dentro de este problema social. Pero para iniciar la conversación es necesario conocer el punto en el que se encuentra la comunicación con respecto a los trastornos alimenticios y estereotipos en adolescentes

3.1. Comunicación un herramienta necesaria

Antes que todo debemos conocer qué es la comunicación y en que se ve presente en este problema social sobre los trastornos alimenticios y estereotipos. De acuerdo a lo que se menciona dentro de la real academia de la lengua española podemos saber qué comunicación se define como “**3. f.** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.”(RAE). Es imprescindible conocer el significado de comunicación pues de esta forma vamos a poder saber cual es su propósito y en que puede contribuir en este problema social. De acuerdo a lo mencionado por la RAE es una transmisión mediante un código en este caso lo que se busca junto a la comunicación es poder enviar un mensaje a las personas que se ven afectadas por este problema. En este caso son varias personas a las que se está tratando de llegar, personas con trastornos alimenticios, personas que desconocen sobre los trastornos alimenticios y un grupo muy importante de personas que desconocen que están padeciendo un trastorno alimenticio.

Dentro de la rama de la comunicación existen varias áreas que pueden ayudar a encontrar una posible solución para la prevención del problema en cuestión. Después de un análisis exhaustivo, existen dos áreas que sirven para poder prevenir este problema de desinformación, la educomunicación y la comunicación para el desarrollo social en este caso se podrían aplicar ambas áreas para contar con una fuerza mayor. La comunicación al ser una herramienta que se encarga de transmitir un mensaje es necesario que se lo haga de la mejor manera por lo que debemos conocer ambos términos y de esta forma determinar la mejor opción.

La educomunicación lo que busca es encontrar la relación dentro de los medios de comunicación frente a las nuevas tecnologías de educación y como la comunicación se ve involucrada en este sector. En el caso de este problema podemos ver que los medios de comunicación se ven muy involucrados sobre el tema ya sea de forma positiva como de forma negativa. Es imprescindible conocer ambos panoramas. Pues como se ha visto

expuesto ya varias veces a lo largo de este estudio existen varios factores dentro de los medios de comunicación que han perjudicado la salud y el estado de las personas que padecen trastornos alimenticios y de igual forma a las personas que se volvieron susceptibles a padecer uno de estos trastornos. La educomunicación como se menciona en el texto política de comunicación y educación “Las disciplinas sociales y las ciencias socioeducativas contemporáneas son fundamentales a la hora de crear narrativas de salvación e imagerías nacionales... sirven para consagrar las representaciones culturales...”(Sierra.F 2005. P.50). tomando en cuenta lo mencionado anteriormente podemos ver la importancia que tiene la educomunicación al momento de hablar de crear un discurso para las narrativas de salvación, en en este problema social está muy presente y son necesarias.

Mientras que del otro lado contamos con la comunicación para el desarrollo que de igual forma una de sus principales funciones es lograr romper barreras de enseñanza en grupo que necesitan la ayuda. Pues como conocemos la comunicación para el desarrollo implica conocer a las personas tanto como sus creencias y sus valores. Dentro de una problemática como lo es los trastornos alimenticios es fundamental conocer todo sobre el público con el que se va a tratar en este caso los adolescentes y universitario cuentan con tantas características que deben ser analizadas para esta forma saber que la herramienta y forma de comunicación que se está implementando es la forma correcta y que esra mismo va a ayudar a al público objetivo. La comunicación para el desarrollo como se mencionó busca romper estas barreras y brindar conocimiento. Pero al igual que en muchos caso pueden existir complicaciones y como se menciona en el texto Tercer sector español ante la comunicación, el desarrollo y el cambio social “las dificultades que suelen encontrar a la hora de poder impulsar una comunicación ciudadana orientada al cambio social, las organizaciones del TS en España señalan como principales inconvenientes un grupo de elementos que tienen que ver con las barreras desde lo institucional y desde el propio marco legal.” (Ceballos-Castro,

G. 2020. P 8). Tomando en cuenta esto podemos ver que existen muchos retos al momento de aplicar desarrollo social y estos los podemos encontrar tanto en las personas como en la sociedad por lo que en este estudio hemos ya analizado factores en los cuales se puede ver comprometido este desarrollo.

3.2. Estereotipos y trastornos alimenticios en medios de comunicación

Previamente se mencionó varios de los factores que están presentes en las redes sociales y los medios de comunicación al momento de hablar de alimentación y de los estereotipos que se han generado alrededor del tema. Para poner en contexto cómo ha evolucionado el tema de la alimentación tomamos el ejemplo del caso de Victoria's Secret, esta famosa marca de lencería femenina se caracteriza cada año por realizar un desfile donde modelos de todas partes del mundo tenían el honor de participar en él, esta misma oportunamente ayudaría a las mismas modelos a abrirse campo en el mundo del modelaje. Durante la evolución de este evento los cánones de belleza evolucionaron a la par y de esta forma el pensamiento crítico de la sociedad igual ha cambiado.

El pensamiento de las personas al evolucionar genera un cambio tanto en los medios de comunicación pues su pensamiento al evolucionar ya no se ve inspirado por el mismo contenido que se encuentra en redes, de esta forma tanto las plataformas como los creadores de contenido se han visto obligados a cambiar la forma en la que se presentan ante su público. Los estereotipos y trastornos han tomado relevancia en los últimos años tanto por las nuevas tendencias que han entrado al mercado en este periodo de tiempo. Estas tendencias que han marcado la diferencia, tendencias como “body positive” “body shaming” han logrado modificar la forma en la que las personas perciben tanto los trastornos alimenticios como los estereotipos sobre la salud alimenticia y la forma en la que se miran los cuerpos. Tomando en cuenta lo que se menciona en el texto de Ana Romero “Desde una perspectiva sociocultural se considera que la obesidad es consecuencia directa de los cambios en las dinámicas

sociales, derivadas de políticas económicas que han modificado las pautas culturales y en particular los patrones alimentarios” (Romero-Juárez, A. G., & Arellano-Gálvez, M. del C. 2020. p 4). Con esto podemos afirmar que muchos de los problemas que se ven expuestos en los problemas de alimentación y tanto el juzgamiento de las personas se dan por problemas dentro de la sociedad y esto incluye a todos los medios y cómo se está presentando esta problemática, es cierto que se ha logrado un cambio y se puede ver la evolución pero existen contextos donde todavía es una problemática muy fuerte como lo es en Ecuador.

3.3. Percepción de la sociedad.

Durante el análisis de todo el material para concluir este estudio se encontraron varios estudios y se realizaron varias investigaciones y se llegó a la conclusión que el análisis que se está presentando es único pues los estudios realizados previamente no abarcan los temas de los que se están tratando dentro de este estudio. de acuerdo a esta información que encontramos se puede ver que la percepción que se tiene dentro de la sociedad sobre el tema de trastornos y sus estereotipos es muy limitado y que las personas no le han dado la importancia que debe a este problema social y esto se debe de igual forma a un problema presente dentro de los medios de comunicación que de alguna forma han contribuido a darle poca relevancia a este tema.

De acuerdo a lo que se ve en la actualidad ya se puede tener una idea de cómo los jóvenes y universitarios conocen del tema. Es necesario plantear encuesta y Focus groups para afirmar esta hipótesis pero retomando la información que se tiene se puede ver que estos grupos viven en negación o no ven el tema en cuestión y es por eso que es necesario plantear una estrategia que informa y trate de prevenir que más jóvenes caigan dentro del los problemas alimenticios y sus estereotipos ya sea en cualquier contexto.

Tomando las palabras de Francisco Maza en su estudio “En la actualidad, el mundo afronta un grave problema de malnutrición, entendida como los excesos, las carencias y los desequilibrios del consumo de energía y/o nutrientes de una persona, y comprende dos grupos de afecciones, la desnutrición y el sobrepeso/obesidad.”(Javier Maza-Ávila, F., Carolina Caneda-Bermejo, M., Cecilia Vivas-Castillo, A. 2022. P 2) Los problemas de alimentación son una realidad para todos los grupos en cuestión y de acuerdo al estudio mencionado podemos ver que si la situación sigue el mismo camino en el que nos encontramos es posible que el porcentaje siga aumentando y de esta forma perjudicando a más jóvenes y universitarios. Por lo que retomamos el tema de la necesidad que existe de dar a conocer a estos grupos sobre la importancia de una buena alimentación y de cuidarse frente a los comentarios de la sociedad.

Cuarto Capítulo: Campaña THAT'S ME

4.1 presentación campaña That's Me

Para prevenir el problema social que se encontró a lo largo de esta investigación se planificó y se realizó una investigación cualitativa para posteriormente llevar a cabo una campaña de educación y comunicación para prevenir este problema social. Es escénica para este tema tratar el tema de una nutrición consciente en nuestra sociedad, pues de los principales problemas que se encontraron en la investigación de los capítulos previos es que dentro del contexto del Ecuador existe una desinformación en los jóvenes sobre lo que es seguir una buena nutrición.

Es fundamental que una campaña como la que fue That's Me tenga relevancia y visibilidad en la sociedad, pues esta misma busca dar a conocer el tema de la nutrición por medio de las redes sociales. De igual forma, busca llegar a tanto jóvenes como universitarios por medio de sus redes sociales para que puedan conocer más sobre datos curiosos sobre un buen manejo de estas plataformas y sobre que necesitan saber sobre los TCA. Un paso importante que tiene la campaña es generar una conversación para que no se tenga más miedo a topar estos temas dentro de las instituciones. Sabiendo que esta campaña se volvió pionera en temas nutricionales y de TCA en el contexto del Ecuador, se puede notar la falta que existía.

Es una realidad que dentro de nuestro país existe la falta de información sobre como manejar las redes sociales para que estas no lleguen a afectar a los usuarios tanto de forma física como psicológica. La campaña busca brindar las herramientas esenciales para prevenir cualquier problema que se pueda generar por medio del mal uso de redes sociales o de contar con TCA. Dentro del impacto que se puede esperar de la campaña es generar esta conversación que por mucho tiempo se ha evitado y posteriormente educar a las personas sobre la importancia de una buena nutrición y del buen uso de redes sociales. Por el lado

académico, esta campaña va a brindar a las futuras generaciones el paso de inicio sobre la importancia de brindar el mensaje y en este caso de implementar la comunicación como una herramienta clave para prevenir los problemas sociales que se pueden encontrar atravesando tanto los jóvenes como los universitarios.

Dentro de esta campaña lo que se busca es cumplir con un objetivo de desarrollo sostenible o también conocido como ODS. En este caso se está trabajando para contribuir con el objetivo principal del ODS #3 (Salud y Bienestar) pues al igual que esta campaña buscan “garantizar una vida sana y el bienestar para todos a todas edades” (Objetivos y Metas de Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible 2017). Algo que se busca es hacer entender a un gran número de personas de la importancia de una buena nutrición para contar con una salud digna.

El problema social que se está atacando principalmente es el enfoque de una nutrición consciente por medio de las redes sociales. La causa de este problema nace de nuestro público objetivo que en este caso desconocen del tema en su mayoría. Son un público que está muy presente y activo en el mundo de las redes sociales. Los trends negativos que se han desarrollado en los últimos años tienen que ser tratados directamente por los mismos que consumen este contenido, pues existen barreras dentro del mundo digital que entre más visualizaciones tiene más relevancia. Por ese motivo se busca enseñar a los jóvenes y universitarios a detectar que información si vale la pena consumir, enseñarlos a ser más críticos con este tipo de información.

Para el enfoque comunicacional, la campaña es una de las primeras en su tipo, pues previamente si existen investigaciones sobre temas alimenticios, pero hasta este punto no existe una que hable sobre la realidad que están viviendo los jóvenes y universitarios en la actualidad. El punto más clave dentro de la comunicación es el hecho que esta misma nos permiten generar una campaña de educación comunicacional para poder compartir con las personas

que lo necesitan esta información valiosa y por último y más importante para poder generar este tema de conversación que en la actualidad sobre todo instituciones educativas se han resistido a conversar.

4.2 Metodología de investigación cualitativa

Dentro de esta investigación se logró obtener la información y el estado actual de los jóvenes y universitarios en el Ecuador. Para esta investigación cualitativa principalmente tenemos como base a la información presentada en los capítulos anteriores, principalmente la investigación de Daniel Utreras donde nos menciona “La campaña estuvo dirigida especialmente para las mujeres quiteñas entre los 16 a 26 años y también se tomó en cuenta a las chicas que son afectadas directamente por la gordofobia.” (Utreras Ortega, 2022, Pág 45). Con esto ya podemos saber a qué públicos se han dirigido las campañas previamente, pero en la actualidad no se han topado los temas de TCA y estereotipos que rodeen al tema en un contexto del Ecuador con un público como los jóvenes y universitarios.

Partiendo desde la información de la que tenemos conocimiento, sabemos qué área no se ha tomado en cuenta. Por lo que posterior a estos datos se realizó un sondeo en redes sociales de varios perfiles que se alinean al tema de influencers y nutrición dentro de este sondeo realizado. Se logró obtener los siguientes resultados referentes al tema. Los influencers en la actualidad tienen a compartir información por pautas o contratos, esto genera que el contenido que se comparte no sea orgánico y genera posteriormente una desinformación sobre esto mismo. Pues estos influencers en muchos casos no buscan sustento sobre la información que están compartiendo. Los jóvenes al consumir el contenido de estos creadores creen en lo que están viendo y es ahí donde nace otro problema, la falta de criterio de parte de la audiencia al creer en el contenido. Posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas a expertos de los temas nutricionales y de redes sociales. Las entrevistas se ejecutaron a María Belén Ocampo (nutricionista), Luciana Muselo (MA en social media) y a

Antonella Zuñiga (psicóloga nutricional). Las respuestas obtenidas de estas entrevistas dieron a conocer 4 puntos fundamentales para llevar a cabo esta campaña. El primero y importante es saber que la nutrición consiente es una realidad en Ecuador, pero no se está fomentando y no está llegando el mensaje de forma adecuada. El segundo punto son las burbujas de contenido, es una teoría que existe dentro del mundo de redes sociales que trata del contenido que se está consumiendo de tal forma que se segmenta y se vuelve una burbuja. Como tercer punto, la realidad de comer sano en Ecuador no es económico. Como último punto están las tendencias de “That girl y That boy” estas tendencias que se han enfocado en promover una perfección en redes sociales que ha contribuido con el aumento de los TCA en los jóvenes en la actualidad.

Lo más destacable de ambas formas de investigación es conocer sobre la realidad que se está viviendo en la actualidad. Pues la desinformación sobre la nutrición y una buena alimentación es una realidad en el Ecuador. Hablando de jóvenes y universitarios se conoció que los TCA en las nuevas generaciones se han desarrollado de mayor forma y esto debido a los estándares y estereotipos generados en redes sociales. La investigación realizada dio un giro completo a la teoría que se planteó anteriormente, dando a conocer la realidad actual.

4.3 Diseño, Planificación y ejecución de la campaña

Posterior a esta investigación se planteó la forma de prevenir el problema mediante una campaña de educomunicación centrada en fomentar una nutrición consiente en redes sociales. De acuerdo a la investigación que se procedió se analizó para la elección del nombre, este algo realizando a la información que encontramos lo ideal es que el nombre refleje la importancia de amar nuestros cuerpos y la forma en la que nos vemos, después de ese análisis el nombre que se decidió fue THAT’S ME. Nace de la tendencia that girl y that boy, la idea es darle la vuelta al término buscando el amor propio y sobre todo amar a nuestros cuerpos sobre todas la cosa.

El concepto para esta campaña está centrado en una nutrición saludable y seguir dietas de la mano de especialistas. Esta campaña busca brindar las herramientas para todo su público de la importancia de ser críticos al contenido que vemos en redes sociales y tener en cuenta que no todas las fiestas funcionan para todos los cuerpos. El concepto de esta campaña es especialmente enfocado en educar a las personas sobre la importancia de mantener una buena nutrición.

Para el logotipo de esta campaña, lo primero que se hizo fue escoger colores que se vean relacionados con el balance y la paz que estamos buscando transmitir a nuestro público. Los colores son el celeste y el blanco, de igual forma estos colores tienen un contraste que hace llamativo al público, de esta forma a través de la identidad visual de la campaña también estamos reflejando el objetivo de esta misma. En la parte visual se pueden ver un abrazo que refleja el amor propio que estamos promoviendo y de igual forma se forma un corazón, este se ve estéticamente bien arreglado y balanceado como se puede apreciar en él (anexo 1)

Dentro de nuestro público lo tenemos dividido en dos grupos que en este caso son los universitarios y los jóvenes de colegios. Ambos tienen elementos que se asemejan como que están presentes en varias redes sociales, se encuentran en etapas de estudios y ambos no suelen estar informados acerca de la nutrición en nuestro país y sobre todo como llevar una buena nutrición teniendo cuidado de lo que se encuentra en redes sociales. Podemos observar más detallado en nuestro mapeo de públicos.

Grupos de interés	Actores	Interés de relación	Posición	Interés	Influencia
Público Objetivo	Adolescentes y universitarios entre 16 a 24 años durante su periodo de estudio	Se encuentran expuestos al mundo de las redes sociales y a su contenido	Activo dentro de este contexto de estudios y redes sociales	De mucho interés	Influyente dentro del tema pues se comparte de forma informal

Entidades de cooperación	Universidad San Francisco de Quito, Colegio Antares y Grupo Rotary Irenic	Apoyo en procesos de información, activación y expansión del Mensaje.	Activo	De mucho interés	Influyente
Formadores de imagen	Medios de comunicación y líderes de opinión	Divulgación y legitimidad de la campaña	Activo	De mucho interés	Influyente
Organismos de control	Universidad	Autorizaciones	Activo	De mucho interés	Influyente

Esta campaña se dividió por fases para una mejor organización de esta mismo. La primera fase fue la expectativa en la que se centró principalmente en redes sociales, pues este medio por donde la campaña tuvo más fuerza. En esta etapa se compartieron tanto datos curiosos e información de valor. Para la segunda fase educativa se realizaron capacitaciones tanto en colegios y en la universidad o por redes sociales, la idea era a llegar a más audiencia. La tercera fase fue informativa que consistió en la aparición en medios y comunicación para cerrar con la fase de recordación que fue nuestro evento de cierre de campaña.

Para esta campaña se plantearon varios objetivos que se cumplieron bajo la gestión y organización de varias acciones, dentro de nuestros objetivos estaba contar con un número aproximado de seguidores en nuestras redes sociales, aparición en un minio de medios de comunicación (anexo 2), gestionar alianzas estratégicas y contar un mínimo de participantes en nuestro evento de cierre. Todos nuestros objetivos se cumplieron con éxito gracias a una gestión tanto de relaciones públicas y de organización.

En la parte digital de esta misma se elaboró una estrategia visual y una dinámica que tuvo éxito dentro de la universidad. En la parte visual se implementó una línea gráfica (anexo 3), bastante animada y flexible para todo tipo de contenido, que ayudo tanto con la estética que se estaba buscando para nuestra campaña. Por el lado de la dinámica llevada a cabo, la

actividad interactiva donde los estudiantes podían dejar comentarios que han recibido sobre sus cuerpos y estos sería publicados automáticos. Estos sobres tenían la finalidad de generar un ambiente donde todos se sientan seguros al ver que todos hemos recibido este tipo de comentarios.

Para lograr llevar acabo esta campaña fue esencial colaborar con aliados que ayudaran con nuestra gestión y sobre todo que compartan el propósito de la campaña. Dentro de el aleado estratégicos tuvimos al gobierno estudiantil de la universidad, a la carrera de nutrición y dietética, Pronaca, unidad educativa Antares y el grupo Rotary Irenic. Todos estos aliados jugaron papel importante dentro de toda la campaña, ya sea en la parte de capacitaciones o en el apoyo con material para que se pudiera informar a nuestro público.

Es esencial mencionar que la campaña tuvo un gran alcance y se lograron cumplir varios de los objetivos planteados como la aparición en medios, número de seguidores y el desarrollo exitoso del evento de cierre de la campaña. De igual forma se obtuvieron logros inesperados como el acercamiento de más medios de los planificados para ser parte y tener un espacio en estos mismos, de igual forma el colegio Antares solicito más capacitaciones y el mayor logro fue el acercamiento a un miembro del ministerio de salud para implementar la campaña de una forma más masiva. De esta forma podemos demostrar el éxito y la gran acogida de la campaña y sobre todo estar seguros de que el mensaje se logró compartir de la forma correcta.

CONCLUSIONES

La nutrición es un tema que nos involucra a todos. Nuestro grupo de estudio que en este caso fueron estudiantes universitarios y adolescentes sabemos que están viviendo una realidad que debe ser tratada de la forma más inmediata. Por medio de la campaña de educomunicación que se realizó se logró hacer un acercamiento a estos grupos para lograr informar sobre la importancia de una buena nutrición, acompañada de especialistas del área. Es fundamental conocer que dentro de nuestro contexto se están desarrollando grandes problemas que están en el ámbito de la alimentación. Es una realidad que se debe seguir estudiando. Este estudio logra poner una base para futuras investigaciones que pueden contribuir con el mundo de la comunicación para mejorar la forma en la que este mensaje se está transmitiendo a la sociedad.

La nutrición y los estereotipos son dos elementos que van de la mano, pues estos pueden contribuir de muchas maneras por lo que este tema debe seguir desarrollando. Se logró encontrar un tema de relevancia para la sociedad. El problema se logró prevenir de una forma estratégica por medio de esta campaña de educomunicación. Los adolescentes y universitarios son un grupo vulnerable ante el mundo de las redes sociales, por lo que se debe seguir promoviendo el buen uso y brindando herramientas para no caer en el peligro de las redes sociales.

La comunicación es una herramienta que logra transformar la forma en la que se está enviando el mensaje a un grupo de personas, en el caso de este estudio se pudo comprobar que es una herramienta que logra transformar la percepción que los grupos de interés pueden tener sobre un tema. La organización y la planificación dentro de una campaña son esenciales para el éxito de esta misma y que el mensaje se logre entregar de la forma correcta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Gómez, A., & Herrero Alonso, I. (1970, January 1). La inalcanzable realidad de los nuevos tiempos: Un documental sobre la paradójica relación entre el realfooding, la pobreza y los trastornos alimenticios. UVaDOC Principal. Retrieved December 10, 2022, from <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/51152>
- Agencia, e. U. (2010, Oct 13). Avanza iniciativa contra trastornos alimenticios. El Universal <https://www.proquest.com/newspapers/avanza-iniciativa-contra-trastornos-alimenticios/docview/757794953/se-2>
- Asale, R.-, & Rae. (n.d.). Comunicación: Diccionario de la Lengua Española. "Diccionario de la lengua española" - Edición del Tricentenario. Retrieved December 15, 2022, from <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Barboza Rojas, A. (2019, January 1). Trastornos ALIMENTICIOS Como Violencia de Género. Repositorio Kérwá. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/80572>
- Caballero, F. S. (2006). Políticas de Comunicación y Educación: Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Gedisa.
- Ceballos-Castro, G. (2020). Tercer Sector español ante la comunicación, el desarrollo y el cambio social. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1–17. <https://doi-org.ezbiblio.usfq.edu.ec/10.29101/crcs.v27i0.12073>

de Diego Díaz Plaza, M., Belmonte Cortés, S., Novalbos Ruiz, J. P., Santi Cano, M. J., & Rodríguez

Martín, A. (2022). Publicidad y medios de comunicación en los trastornos de la conducta alimentaria. *Nutricion Hospitalaria*, 39, 55–61. <https://doi-org.ezbiblio.usfq.edu.ec/10.20960/nh.04179>

Familia y medios de comunicación influyen en trastornos alimenticios. (2016, Oct 06). Notimex <https://www.proquest.com/newspapers/familia-y-medios-de-comunicación-influyen-en/docview/1826364517/se-2>

Galárraga Povea, M. P. (2020, January 1). Campaña de Comunicación para prevenir los problemas alimenticios, promoviendo Una Cultura de autoestima en las mujeres. Repositorio Digital USFQ: Página de inicio. Retrieved October 30, 2022, from <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/9631>

Javier Maza-Ávila, F., Carolina Caneda-Bermejo, M., & Cecilia Vivas-Castillo, A. (2022). Hábitos alimenticios y sus efectos en la salud de los estudiantes universitarios. Una revisión sistemática de la literatura. *Psicogente*, 25(47), 1–31. <https://doi-org.ezbiblio.usfq.edu.ec/10.17081/psico.25.47.4861>

Pacherres-Seminario, S. (2018). Trastornos alimenticios en jóvenes universitarios. *Polo del Conocimiento*, 3(1 Mon), 13-20. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v3i1 Mon.657>

Pérez Valencia, M. S. (2019, January 1). Fortalecimiento de la autoestima en niños y niñas de 9 a 11 años de edad como factor protector para la Prevención de Trastornos alimenticios a Futuro.

Repositorio Digital USFQ: Página de inicio. Retrieved October 30, 2022, from

<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8926>

Rae. (n.d.). Estereotipo: Diccionario Esencial de la lengua española. "Diccionario esencial de la lengua española". Retrieved December 5, 2022, from <https://www.rae.es/desen/estereotipo>

Romero-Juárez, A. G., & Arellano-Gálvez, M. del C. (2020). Representaciones sociales de la obesidad, la alimentación y el ejercicio entre personas con obesidad en la Ciudad de México. *Estudios Sociales: Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(55), 1–28. <https://doi-org.ezbiblio.usfq.edu.ec/10.24836/es.v30i55.878>

United Nations. (n.d.). *Objetivos y Metas de Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible*. United Nations. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Utreras Ortega, D. P. (2022, January 1). La Gordofobia y sus efectos en la sociedad. Repositorio Digital USFQ: Página de inicio. Retrieved October 30, 2022, from <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/11711>

Anexos

Anexo 1



Anexo 2

BRAVO STEREO PRESENTA **LA ENTREVISTA**

MARTES DE NOTICIAS
10H00

Campaña 'THAT'S ME', enfocada en promover la nutrición consciente en las redes sociales. Ya que la nutrición es un tema muy relevante en nuestra sociedad actual.

That's me

Pablo Levoyer
'THAT'S ME'

RADIO www.bravostereo.com **ON LINE**

18 de mayo, 2023
De 9h00 a 10h00

En familia **TELE SUCESOS**

Foro Público Segmento Legal
Dr. René Lozano
Dr. Daniel Guevara

Usos, beneficios y riesgos de la Inteligencia Artificial en Medicina y Genómica
César Paz y Miño
Médico Genetista

Campaña That's Me
Pablo Levoyer
Estudiante de Comunicación de la USFQ

Analia Cadena
PRESENTADORA

LIVE STREAM

CANAL 29 / XTRIM 73 / CLARO TV 43 / CABLE UNIÓN 6

Anexo 3



