

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Campaña de Comunicación “El Sentir de la Piel”**

**Devi Salomé Alberca Uquillas**

**Comunicación**

Trabajo de titulación presentado como requisito

para la obtención del título de

**Comunicación**

Quito, 16 de diciembre de 2024

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña de comunicación “El Sentir de la Piel”**

**Devi Salomé Alberca Uquillas**

**María José Enríquez Cruz**

**PhD en comunicación**

Quito, 16 de diciembre de 2024

### **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 el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Devi Salomé Alberca Uquillas

Código: 00201736

Cédula de identidad: 1722301536

Lugar y fecha: Quito, 16 de diciembre de 2024

## **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## **UNPUBLISHED DOCUMENT**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

El cáncer de piel es una enfermedad que ha preocupado los últimos años debido al incremento de casos que siguen en alza. El presente trabajo de investigación se desarrolló en dos fases. En la primera, se analizó todo acerca de esta enfermedad, desde cómo se contrae, cual es el riesgo de muerte para las personas que lo tienen y como se debe prevenir. En una segunda etapa, se realizó una campaña de comunicación llamada “El Sentir de la Piel” con el objetivo de poder generar conciencia desde la infancia sobre lo importante que es conocer y poder cuidarnos para toda la vida. A lo largo de este trabajo de investigación se realizarán investigación de campo, entrevistas, grupos focales y revisión bibliográfica para obtener las bases necesarias que nos permitirán crear una excelente campaña de comunicación adecuada al público infantil. Al realizar la campaña se consiguió la difusión en 5 medios de comunicación, se concretaron 9 charlas educativas con un alcance de 90 estudiantes de la Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana.

**Palabras clave:** Cáncer de piel, melanoma, rayos UV, comunicación, radiación, educomunicación, comunicación para el cambio, niños, Unidad Educativa.

### **Abstract**

Skin cancer is a disease that has been a cause of concern in recent years due to the increasing number of cases that keep on rising. This research has been developed in two phases. In the first one, it analyzes everything about this disease, from the potential causes, the risk of death for people who already have it, and the ways in which it can be prevented. In the second phase a communication campaign called "The Feeling of the Skin" was conducted with the aim of being able to raise awareness in childhood about how important it is to know and be able to take care of our skin. Throughout this research work, field research, interviews, focus groups and a bibliographic review were performed to obtain the necessary bases that allowed us to create an excellent communication campaign appropriate for the child public. By carrying out the campaign, diffusion was achieved in 5 media channels, 9 educational talks were held with a reach of 90 students from "Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana".

**Keywords:** Skin cancer, melanoma, UV rays, communication, radiation, educommunication, communication for change, children, campaign.

## Índice

Introducción .....	9
<b>CAPÍTULO I: CÁNCER DE PIEL: UNA ENFERMEDAD QUE SI SE PUEDE PREVENIR .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Antecedentes de Ecuador .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 ¿Qué es el cáncer de piel? .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Datos relevantes sobre el cáncer de piel y sus efectos en la sociedad.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 Posibles causas del cáncer de piel.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5 Síntomas y consecuencias del cáncer de piel .....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO DOS: HÁBITOS CAUSANTES DE CÁNCER DE PIEL .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Métodos de prevención del cáncer de piel .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Modas actuales vinculadas a la piel .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1 El pintado de uñas permanente.....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.2 Rutinas de cuidados de la piel .....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Mitos sobre el cáncer de piel.....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO TRES: COMUNICACIÓN Y SALUD.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Importancia de la comunicación en el cáncer de piel.....</b>	<b>33</b>
<b>3.2 ¿Qué es la comunicación y porqué tiene herramientas de prevención? .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Definiciones de comunicación.....</b>	<b>37</b>
<b>3.4 Modelos de comunicación .....</b>	<b>38</b>
<b>3.5 Comunicación y salud .....</b>	<b>41</b>

<b>CAPÍTULO CUATRO: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN “EL SENTIR DE LA PIEL”</b> .....	<b>43</b>
<b>4.1 Presentación de la campaña</b> .....	<b>43</b>
<b>4.1.1 Importancia</b> .....	<b>43</b>
<b>4.1.2 Necesidad de la campaña</b> .....	<b>44</b>
<b>4.1.3 Impacto académico</b> .....	<b>44</b>
<b>4.1.4 Enfoque sostenible de la campaña</b> .....	<b>44</b>
<b>4.1.5 Enfoque social: Problemática y causa</b> .....	<b>45</b>
<b>4.2 Investigación Cualitativa</b> .....	<b>46</b>
<b>4.3 El Sentir de la Piel: Diseño y planificación de la campaña</b> .....	<b>49</b>
<b>4.3.1 Logotipo</b> .....	<b>49</b>
<b>4.3.2 Mapa de públicos</b> .....	<b>51</b>
<b>4.3.3 Aliados estratégicos</b> .....	<b>51</b>
<b>4.3.4 Planificación de la campaña</b> .....	<b>52</b>
<b>4.4 Logros no esperados</b> .....	<b>58</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>60</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>62</b>

## **Introducción**

La temática de cáncer de piel es de las más alarmantes en los últimos años alrededor del mundo debido a que su incidencia ha estado en alza a nivel mundial. Se estima que en los últimos 10 años solo en cáncer melanómico ha incrementado un 32% los casos de diagnóstico, lo que lo convierte en una esfera que se debe comenzar a tratar desde la salud pública. Por otra parte, tenemos algo positivo dentro de esta enfermedad, y es que es completamente prevenible si existen un cambio de los hábitos y comportamientos, lo que nos deja un espacio enorme para poder generar campañas educomunicacionales de prevención.

El primer factor de riesgo es algo que tenemos frecuentemente desde la infancia, y se trata de nuestra exposición al sol. Al no tener un conocimiento acertado de esta enfermedad, no sabemos los verdaderos efectos que nos pueden producir los rayos UV en nuestra piel. Al nosotros recibir la radiación sin tener una barrera protectora podemos presentar mutación en las células del ADN, y a su vez esto nos producirá un crecimiento descontrolado de las células de cáncer. Aunque muchas personas conozcan los efectos secundarios que te puede dar una larga exposición solar continúan ignorando las medidas necesarias para prevenir obtener una enfermedad terminal en un futuro próximo.

Durante esta investigación se pretende analizar utilizando fuentes y herramientas médicas cómo funciona la enfermedad de cáncer de piel. Durante la otra mitad del documento realizaremos un exhaustivo abordamiento de la comunicación como herramienta de prevención, complementado con la ejecución de una campaña comunicacional donde desde el sentimentalismo se pretenderá generar cambios de conciencia y comportamientos para educar a niños de quinto de básica. El objetivo es poder influir en su conducta voluntaria diaria.

## **CAPÍTULO I: CÁNCER DE PIEL: UNA ENFERMEDAD QUE SI SE PUEDE PREVENIR**

Durante esta investigación estaremos analizando el cáncer de piel como una problemática de la salud pública y social en el Ecuador. Diferentes investigaciones han demostrado que las campañas de comunicación para prevención de enfermedades resultan efectivas en este país. En este documento explicaremos detalladamente lo que es el cáncer de piel mediante el uso de fuentes médicas y revistas especializadas.

### **1.1 Antecedentes de Ecuador**

El Ecuador está localizado en la latitud cero con una caída perpendicular de rayos solares y una duración de sol constante (12 horas diarias) durante todo el año. Al ser la zona ecuatorial no presenta estaciones climáticas marcadas sino “pisos climáticos” con variaciones de humedad entre seca y lluviosa sin cambios importantes en el flujo de radiación durante todo el año (Sendiña & Pérez , 2006). Es por nuestra ubicación geográfica que nos encontramos más expuestos a los daños producidos por los rayos UV. Estos rayos son los mayores responsables del cáncer de piel en cuanto a causas externas. En esta sección del capítulo entenderemos un poco más sobre lo que son los rayos y como llegan a afectar en la tierra.

El sol es una estrella que se encuentra más cerca que las que apreciamos en la noche y su principal función es conseguir calentar a los seres humanos del planeta tierra para que se puedan desarrollar con normalidad. Esta estrella, además de emanar luz visible, emite otro tipo de luz que no tiene visibilidad para los ojos y tiene un nivel de alcance de longitud de onda que es más corta que la violeta y la azul. La radiación ultravioleta (UV) está constituida en tres diferentes categorías que se dividen en dependencia al rango de la longitud de onda que tienen (entre más corta sea la longitud de onda, más dañina será biológicamente hablando). Las categorías que tiene son las siguientes:

- UV-A que tiene un rango entre 320 y 400 nm.
- UV-B que tiene un rango entre 280 y 320 nm.
- UV-C que tiene un rango entre 100 y 280 nm.

Antes de que la radiación solar ingrese a nuestra superficie donde rodea primero la atmósfera, lugar en el cual se retiene toda la radiación UV-C y se consigue retener en un 90% la radiación UV-B. Esta radiación es absorbida por los diferentes gases que tenemos en la atmósfera como son el CO<sub>2</sub>, el vapor del agua, el oxígeno, el ozono, entre otros. Por consecuencia, se entiende que a la superficie se logra el ingreso de la radiación UV-A y un 5% de radiación UV-B. Estos dos diferentes tipos de radiaciones son de ayuda para diferentes procesos biológicos en los seres vivos para poder continuar con su vida cotidiana, pero en exceso puede generar daños irreversibles que pueden acabar con la existencia de los diferentes seres vivos. Como sabemos, la capa de la atmósfera cada vez es más delgada, lo que en los últimos años produzcan que los rayos que ingresan a la superficie sean mayores y afecten en mayor porcentaje a los seres vivos (Benavides Ballesteros, 2010).

## **1.2 ¿Qué es el cáncer de piel?**

Para comenzar con nuestro trabajo de investigación, debemos comenzar por definir nuestra problemática. Para esta definición, es relevante hacer uso de terminología médica para entender el origen, la composición y poder continuar analizando toda la problemática.

El ser humano al ser parte del reino animal está compuesto por un conjunto de células eucariotas, lo que significa que entre sus componentes presenta membrana celular, organelas y un núcleo donde se encuentra el material genético de la especie, el ADN. Este tipo de célula al ser considerada un ser vivo, presenta algunos procesos biológicos como el crecimiento y la capacidad de replicarse (Karp , G; et al , 2019).

La replicación celular eucariota, será diferente dependiendo del tipo de célula que vaya a pasar por este proceso. Las células sexuales o gametos, las cuales son haploides, llevarán consigo solo la mitad de la carga genética de la especie humana, se replican por un proceso conocido como meiosis. Así, a partir de una célula madre tendremos cuatro células hijas, las cuales dependiendo del sexo del individuo serán los espermatozoides o los óvulos. Y al cargar cada una de estas solo con la mitad del ADN, necesitan fusionarse con su contraparte por el proceso llamado fecundación para crear una nueva célula que convine ambos materiales genéticos. En otras palabras, estas células son aquellas que se encargan de la herencia genética (Karp , G; et al , 2019).

Las células somáticas, las cuales componen el resto de las células de un organismo que no participan en la reproducción humana, como las células piel, las neuronas, glóbulos rojos, entre otros, pasan por un proceso conocido como mitosis. Este tipo de replicación celular a diferencia de la meiosis, tendremos como resultado dos células hijas idénticas a la célula progenitora y con un genoma diploide, lo que quiere decir que llevara consigo todo el material genético de la especie.

El proceso de la mitosis y el ciclo celular, tienen como principal función el intercambio constante de células de nuestro organismo. Así las células cuando están dañadas o envejecidas pasaran por un proceso de muerte celular, que en condiciones normales se conoce como apoptosis y será reemplazada por nuevas células.

Dependiendo del tejido podremos encontrarnos con células que se recambian constantemente como las de la mucosa oral o la mucosa gástrica, mientras que hay otras que lo hacen de forma más lenta o casi inexistente como las neuronas. El recambio en los tejidos tiene que ser cuidadosamente controlado, ya sea por mecanismos moleculares de la misma célula como los genes supresores de tumores, como externos a estas como las células NK del sistema inmune. Ya que si alguno de estos mecanismos falla habrá

división celular descontrolada llevando a la formación de una neoplasia (Hammer, G & McPhee, S, 2019).

El desarrollo de las neoplasias depende de muchos factores, tanto genéticos como ambientales. Desde el punto de vista genético vale la pena recalcar, que todas las células para su correcto funcionamiento y estructura requiere de proteínas las cuales se forman a partir del ADN, es decir de los genes, a través de dos procesos que se dan de forma simultánea conocidos como transcripción y traducción. Aunque tener un componente genético es fundamental para el desarrollo de las neoplasias, es muy posible que estas no lleguen a producirse si no existe la presencia de factores externos. La mayoría de estos son estresores celulares, como el humo del cigarrillo, el alcohol, virus como el del papiloma humano y la radiación UV.

Dependiendo de ciertas características que pueden o no estar presentes, como por ejemplo la capacidad de hacer metástasis que le permiten a las células anormales invadir a otros órganos o de estimular la formación de nuevos vasos sanguíneos a través de neoangiogénesis, las neoplasias pueden dividirse en malignos que presentan estas características o en benignos que no las poseen (Hammer, G & McPhee, S, 2019).

Según la Sociedad Americana de Cáncer el cáncer se define como una enfermedad en la que células anormales crecen y se dividen sin control, pudiendo invadir otros tejidos y órganos del cuerpo (The American Cancer Society medical and editorial content team, 2022). El termino cáncer hace referencia a un conjunto heterogéneo de enfermedades que se caracterizan por el desarrollo de neoplasias que en su gran mayoría tienen comportamiento maligno. Actualmente existen una gran prevalencia de este tipo de patologías, lo cual las convierte en una de las primeras causas de mortalidad actualmente, a pesar de que en muchos casos las pruebas de detección precoz y los nuevos tratamientos médicos han mejorado el pronóstico de muchas de ellas.

En la mayoría de los cánceres se ha logrado encontrar también sus principales desencadenantes, como el consumo de tabaco y el desarrollo de cáncer de pulmón, esófago y vejiga. Esto ha permitido que los factores de riesgo puedan dividirse en no modificables como por ejemplo la presencia de ciertos genes como el BRCA 1 y 2 asociados al cáncer de mama, ovario y colon, y en factores modificables que hace referencia a ciertos hábitos que los individuos pueden o no realizarlos, como el uso de bloqueador solar.

A pesar de que cualquier tejido de cualquier órgano tiene el potencial para desarrollar una neoplasia que pueda convertirse en cáncer hay algunos que tienen más incidencia que otros, entre los cuales destaca el cáncer de piel. La piel al ser un tejido que está en constante recambio, con varios grupos celulares que están expuestos diariamente a demasiados agentes estresores, tiene una alta capacidad de desarrollar diferentes neoplasias, que en su mayoría serán de carácter benigno como los nevos melanocíticos. Aun así, no debemos olvidarnos de las de carácter maligno, suelen tener un pronóstico muy malo y llevan consigo una alta morbimortalidad en los individuos que la padecen (Varela, C. , 2022).

La mayoría de las neoplasias malignas de piel que llegan a ser un verdadero cáncer, a pesar de ser diferentes entre ellas, comparten un factor de riesgo común, que es la exposición a la radiación ultravioleta. Es un tipo de radiación no ionizante emitida principalmente por el sol y otras fuentes artificiales y dependiendo de su longitud de onda se clasificarán en UVA, UVB y UVC. Siendo las dos primeras capaces de pasar la capa de ozono y tendrán un efecto tanto beneficioso como estimular la formación vitamina D a partir del colesterol, como efectos lesivos como quemaduras y el cáncer de piel, ya que son capaces de dañar directamente las cadenas de ADN (Varela, C. , 2022).

Cuando hablamos de este tipo de cáncer entendemos que este crecimiento de células anormales se genera a nivel de la piel, muchas veces no se les da la relevancia suficiente por desconocimiento del riesgo que este tipo de neoplastias pueden producir en nuestro sistema. Según la Academia Americana de Dermatología, los tres tipos principales de cáncer de piel son el carcinoma basocelular, el carcinoma de células escamosas y el melanoma (American Academy of Dermatologist , 2022). Para poder entender toda la enfermedad y sus causas y consecuencias haremos un análisis de cada uno de los tipos y poder encontrar las falencias en la comunicación de esta problemática para comenzar una fase informativa y preventiva.

Según Migden, el carcinoma basocelular (CBC) es una tipología de cáncer que tiene como origen las células basales de la piel y es caracterizado por no metastatizar y tener un crecimiento bastante lento. Este es el tipo de cáncer de piel más común a nivel global con una incidencia del 80% en todos los cánceres en Estados Unidos (Midgen, 2020). El CBC se de origen en las células basales, dichas células se encuentran en la parte más profunda de la epidermis. Las zonas más comunes en las que se las puede encontrar son en cabeza y cuello, pero eso no quita la relevancia al resto de zonas que se encuentran expuestas a la radiación solar.

El carcinoma de células escamosas (CCE) es el segundo tipo de cáncer de piel con más frecuencia que se origina en las células escamosas, que se encuentran en la capa superior de la piel. Sus afecciones también son asociadas con la exposición a la radiación ultravioleta. Estas células que producen esta enfermedad son células planas y delgadas que se desprenden de la piel naturalmente, y son estas las que conforman la capa superficial.

Según la American Cancer Society el melanoma se define como "un cáncer que se origina en las células que producen el pigmento de la piel (melanocitos)" (American

Cancer Society, 2019). El melanoma se ha reconocido como el tipo más agresivo de cáncer de piel, y tiene un altísimo nivel de propagación con facilidad hacia otras partes del cuerpo si no es detectado a tiempo y con un tratamiento acertado. En este tipo de cáncer es esencial que al momento de notar un cierto cambio en diferentes manchas de piel se acuda lo más pronto posible al médico para poder generar un diagnóstico temprano y no permitir que la enfermedad escale a instancias mayores que sean irreversibles.

### **1.3 Datos relevantes sobre el cáncer de piel y sus efectos en la sociedad.**

Al nosotros estar analizando la problemática del cáncer de piel en Ecuador es importante poder tener diferentes estadísticas que nos planteen de una manera más numérica la problemática y poder tener un diagnóstico más claro de nuestro país. Adicional, agregamos datos internacionales para poder entender cómo se encuentra Ecuador vs el resto del mundo. Esta información nos permitirá tener un análisis de la enfermedad en un contexto social con la finalidad de elevar una propuesta comunicacional preventiva en relación con el cáncer de piel.

Durante la pandemia, en Ecuador muchas personas dejaron de asistir a diferentes tipos de citas médicas que no fueran de carácter emergente por la situación de emergencia sanitaria que se estaba viviendo. Al momento de darse la vacunación en el 2021, los casos pasaron de ser en el 2019, 3 por semana; en el 2020, 1 por semana; al 2021 con 6 por semana. Si bien es una enfermedad que no llega a tener una gran tasa de mortalidad (0,43% de las muertes en 2020), debemos aprender que puede tener diferentes complicaciones que de no ser diagnosticadas a tiempo puede llevarte a ser parte de este bajo porcentaje (Alvarado, 2021).

Según la American Cancer Society, la Organización Mundial de la Salud (OMS) determinó que cada año se diagnostican en el mundo alrededor de 2-3 millones de casos

de cáncer de piel no melanoma y más de 350,000 casos de melanoma maligno (American Cancer Society, 2019). Los hombres tienden a correr mayor riesgo de contraer y morir a causa de un melanoma que las mujeres. Según la American Cancer Society, "Los hombres tienen aproximadamente un 60% más de probabilidades de morir por melanoma que las mujeres. Esta diferencia se debe en parte a que los hombres tienen más probabilidades de tener melanomas en áreas del cuerpo que son difíciles de detectar temprano, como la espalda."

#### **1.4 Posibles causas del cáncer de piel**

Ahora que tenemos el conocimiento de la enfermedad, es necesario que se analicen diferentes posibles causas. Esta información durante una campaña de prevención es esencial para poder informar a las personas lo que les hace mal y cuáles son las diferentes cosas que deben evitar. Cabe recalcar que algunas causas no necesariamente son por actividades que están en nuestro control, pero existen diferentes maneras de poder tratar cuando están a tiempo lo que es imprescindible informar en una etapa temprana.

La principal causa por la que se produce esta problemática se debe a la exposición excesiva de la piel a los rayos UV. Esta exposición lo que produce es que se genere un cambio en el ADN de las células de la piel, haciendo que estas generen mutaciones y posteriormente puedan llevar a un cáncer (Liu, J. C., Pereira, G., Uhl, S. A., Bravo, M. A., Bell, M. L., & Sun, Q., 2019). Debido a los daños que nuestra capa de ozono los rayos ultravioletas tienen más apertura en nuestra superficie terrestre como se mencionó en la primera parte, lo que hace que en generaciones actuales por el simple hecho de tener una exposición al exterior ya estamos en riesgo de contraer esta enfermedad.

Los rayos ultravioletas actualmente han creado en la población una cultura de mayor cuidado hacia el espacio exterior debido a que, en el pasado, no existía este riesgo de poder contraer cáncer con el simple hecho de exponerse al sol. Las personas y poblaciones en la actualidad nos encontramos en constante peligro debido a todos los inventos que poco a poco se han ido creando para poder avanzar con la tecnología. Existen diferentes productos que forman parte de nuestra evolución a través de los años y estos, en su defecto han sido creados con los recursos provenientes de la misma evolución.

Por otro lado, existen otros factores de riesgo que nos pueden llegar a producir esta enfermedad como lo son la edad, la piel de color claro, precedentes familiares sobre esta enfermedad, el estar en cotidianidad expuesto a diferentes sustancias químicas, un sistema inmune que no se encuentre en niveles adecuados (débil) o, que en algún momento de su vida haya existido algún tipo de exposición a radioterapia. Un estudio publicado en *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention* encontró que el consumo de alcohol también puede estar asociado con un mayor riesgo de cáncer de piel (Cho, E., Rosner, B. A., Feskanich, D., & Colditz, G. A., 2015).

Una última causa encontrada y curiosa fue la contaminación. Las partículas finas que se encuentran en el aire han sido analizadas en un estudio que la exposición a las partículas finas por medio del aire nos puede poner en una situación de mayor vulnerabilidad ante esta enfermedad.

Ante todas estas diferentes causas podemos ver que existen muchos factores actualmente que nos llevan a estar expuestos a esta enfermedad, no hay una metodología exacta actualmente para poder estar 100% exentos de estos factores, pero tampoco existe el necesario conocimiento de la sociedad en esta problemática. Las personas tienen derecho a mantenerse informados y, así poder tomar su propia decisión

ante prevenirse o no en esta enfermedad. Como comunicadores nuestro deber es poder llevar cualquier tipo de información a diferentes públicos con los canales adecuados para poder hacer que más personas se enteren de diferentes problemáticas.

### **1.5 Síntomas y consecuencias del cáncer de piel**

En las secciones anteriores ya hemos mencionado de qué se trata la enfermedad, cómo entramos en factores de riesgo, y a continuación se procederá a mencionar con qué síntomas son los que debemos alertarnos en caso de presentar alguno. Es importante hablar de esta temática por usualmente estos síntomas se presentan frecuentemente de una manera inofensiva y al no tener un conocimiento completo de lo que pueden ser se los puede estar pasando por alto. Este segmento es de los más importantes mencionar en la educación de esta enfermedad porque nos ayuda a saber en qué punto es indispensable visitar un dermatólogo para comenzar a hacer análisis.

El carcinoma basocelular es el tipo de cáncer en pieles más común en la población en general, por lo que muchas veces se subestiman sus primeras apariciones. Se lo puede reconocer como una mancha roja o rosa que no desaparece, o como una lesión con un borde elevado y perlado y un centro ulcerado (American Academy of Dermatologist , 2022).

Síntomas:

- El primero se presenta como una mancha o abultamiento que tiene un crecimiento lento y puede presentar sangrado en ciertas ocasiones.
- En segundo puede ser una protuberancia en forma de perla, con un color carne o café claro con vasos sanguíneos que son visibles en nuestra piel.

- También puede ser una herida que se encuentra en constante proceso de cicatrización y cada cierto tiempo se puede abrir nuevamente.
- Otra manera de encontrarle puede ser una cicatrización que se confunde con un queloide, pero no lo es.
- Por último, podemos apreciarlo como un parche áspero con tonalidades rojizas o marrón en la piel y puede tener picazón.

#### Consecuencias:

- Al no darle un tratamiento adecuado, el carcinoma basocelular puede presentar un crecimiento que sea bastante rápido y llegar a expandirse en el tejido circundante, y esto puede dar consecuencias en los nervios, los músculos y los huesos cercanos.
- En una cantidad menor, este tipo de cáncer de piel puede regarse a muchas otras partes del cuerpo que por consecuencia terminará en una metástasis en diferentes órganos del cuerpo.
- Al momento de dar tratamiento a una afección relacionada a este cáncer, puede quedar un resultado de una gran cicatriz que dañaría la estética siendo más visible en zonas como la cara.

El carcinoma de células escamosas es el siguiente más recurrente en la población general. Las lesiones en la piel pueden ser planas o elevadas, y a menudo tienen una textura escamosa o áspera. Pueden ser de color rojo, rosa o marrón, y a menudo se desarrollan en áreas expuestas al sol (American Academy of Dermatologist , 2022).

Ahora vamos a hablar del cáncer de piel más agresivo que existe, que es el melanoma. Según la Skin Cancer Foundation, el melanoma se presenta como un lunar o mancha en la piel que cambia de tamaño, forma, textura o color con el tiempo (Skin Cancer Foundation, 2021). Este tipo de manchas se pueden presentar en diferentes

gamas de colores, desde café oscuro hasta negro, y es común que tengan bordes irregulares.

#### Síntomas:

- En primero, puede presentarse como un lunar o una mancha en la piel que comienza a cambiar de tamaño, bordes, coloración o textura.
- Por segundo, puede aparecer un nuevo lunar o mancha en la piel repentinamente.
- También, puede darse un lunar o una mancha en la piel con molestias de picazón, sangrado o dolor.
- Por último, una herida que está eternamente en proceso de cicatrización.

#### Consecuencias:

- Al no darle el tratamiento adecuado en su momento, el melanoma puede tener crecimiento y diseminarse con rapidez a otras partes del cuerpo, como los ganglios linfáticos, el hígado, los pulmones y el cerebro.
- El melanoma puede esparcirse rápidamente causando metástasis, lo que significa que las células cancerosas se riegan a través de la sangre o el sistema linfático y dar por consecuencia tumores en diferentes partes del cuerpo.
- Si se alcanza una detección y tratamiento temprano, el melanoma tiene altas probabilidades de curarse, pero si se detecta y trata en una etapa avanzada, es muy complicado su tratamiento y pasa a ser de carácter mortal.

Al tratarse del tipo de cáncer de piel más alarmante y peligroso, es de suma importancia tener atención en los cambios de zonas y acudir al médico en caso en presentar algo inusual. En cuanto al tratamiento de esta enfermedad, estamos hablando de cirugía, radioterapia, quimioterapia, terapias dirigidas y terapias inmunológicas.

Después de revisar toda la información necesaria referente a la temática de cáncer de piel, se puede llegar a entender que la enfermedad es prevenible, pero este mensaje de prevención debe ir más alineado con un lado sensible y no enfocado a la crónica roja. El objetivo de realizar todas estas investigaciones es poder crear un espacio de conciencia en las personas que aún no han padecido la enfermedad, en los pacientes de esta y los médicos que la tratan. En el capítulo que continúa, vamos a tratar sobre cuáles son los hábitos de las personas referentes a cuidado de la piel, que están siendo utilizados de una manera incorrecta y cuales hábitos te pueden llegar a causar cáncer de piel.

## **CAPÍTULO DOS: HÁBITOS CAUSANTES DE CÁNCER DE PIEL**

En el capítulo anterior hablamos acerca de la problemática del cáncer de piel y toda la parte técnica de la misma. En este capítulo vamos a explorar un poco más hacia los cuidados que las personas creen que son correctos en la piel, cuáles son las modas actuales en cuanto a productos de la piel y su falta de conocimiento sobre los procesos correctos. Para iniciar la temática, mencionaremos cuales son los métodos que se pueden utilizar para la prevención de piel.

### **2.1 Métodos de prevención del cáncer de piel**

Al tratarse de un trabajo de comunicación vemos en la prevención un mecanismo para esta problemática que aqueja a todo el país de tal manera que en este apartado se abordarán los métodos preventivos médicos en contra del cáncer de piel.

Existen muchas maneras de poder prevenir el cáncer de piel desde cualquier edad. Es importante destacar que el primer método de prevención ante cualquier enfermedad es la información acerca de sus causas para poder planificar una estrategia de prevención o, a su vez, cortar con el consumo de los productos causantes. En cuanto al cáncer de piel, debido a que los rayos UV son el mayor causante de esta enfermedad, es importante destacar que algo tan sencillo como el uso de bloqueador solar es el método más efectivo para poder combatir con esta problemática.

Los bloqueadores solares son productos tópicos diseñados para proteger la piel de la radiación ultravioleta (UV) del sol. Poseen ingredientes activos que actúan como filtros solares. Se clasifican en dos categorías principales: los bloqueadores solares químicos que contienen ingredientes como el avobenzona, oxibenzona, octinoxato y octocrileno que absorben la radiación UV y la convierten en calor y los bloqueadores solares físicos que contienen partículas como dióxido de titanio y óxido de zinc que reflejan la radiación UV. Además de los ingredientes activos, también pueden contener

otros ingredientes que mejoran su textura, durabilidad y eficacia, como emolientes, agentes espesantes y antioxidantes (Hughes, 2013).

El FPS o Factor de Protección Solar de un bloqueador solar es una medida que indica el tiempo que la piel sobre la cual se aplico puede estar expuesta al sol sin quemarse. De esta manera una persona que sin protección solar normalmente se quemaría en 10 minutos, con el uso de un bloqueador solar con FPS 30, la piel puede estar expuesta al sol durante 300 minutos (10 minutos x 30 FPS) antes de quemarse. Hay que tener en cuenta un FPS alto no significa una protección total contra los rayos UV. Ya que un tipo de radiación conocida como los rayos UVA también pueden causar daño a largo plazo a la piel, como el envejecimiento prematuro y la aparición de arrugas, Por lo cual es recomendable utilizar un bloqueador solar que proteja contra estos últimos además de los rayos UVB. También es importante considerar que el FPS, independientemente de la cantidad y frecuencia aplicada no se acumula por cual estos parámetros son fundamentales para una protección adecuada (American Academy of Dermatology Association , 2021)

Aunque mucha gente piensa que usa el protector solar de manera adecuada, muchas veces ignoran la forma correcta de usarlo, para lo cual, se recomienda seguir los siguientes pasos (American Academy of Dermatology Association , 2021):

- Se debe aplicar una cantidad suficiente de protector solar para asegurarse de que se cubre toda la piel expuesta al sol. Se recomienda el uso de al menos 2 mg/cm<sup>2</sup> de piel, que es equivalente a una cucharada de té de protector solar para el rostro y cuello, y una cantidad suficiente para el resto del cuerpo. La aplicación debe ser de 15 a 30 minutos antes de la exposición solar, tiempo que permitirá que sea absorbido completamente en la piel.

- Debe aplicarse el protector solar en todas las áreas expuestas, incluyendo la cara, el cuello, las orejas, los brazos, las piernas y cualquier otra área que no esté cubierta por la ropa. Es importante recordar que se debe reaplicar con frecuencia, cada 2 horas o después de sudar o nadar, incluso si el protector solar es resistente al agua. Es esencial también, para prevenir los daños en la piel, que se utilice un protector solar de amplio de al menos 30 FPS y seguir las instrucciones individuales del producto en cuestión.
- Es importante también combinar el protector solar con otros métodos de protección, como usar sombreros, ropa protectora y sombras para minimizar las áreas de piel expuestas a la radiación UV especialmente cuando es más fuerte, entre las 10 a.m. y las 4 p.m.

Después de hablar acerca de los diferentes productos que nos pueden derivar a esta enfermedad, es importante considerar evitar el uso de los mismos, aunque represente una afección en nuestra apariencia como lo son las uñas. Mientras las personas no se encuentren informados acerca de esta causa que es tan común en la población, no se podrá comenzar a generar un cambio. Es por esto por lo que la comunicación juega un papel sumamente importante en esta enfermedad. Las campañas informativas son esenciales para el proceso de prevención en esta enfermedad para que no solo se comiencen a dar cambios en la población, sino que comiencen a levantarse nuevos procesos de investigación para conseguir poder obtener un nuevo método con un resultado permanente en las uñas pero que no sea aversivo para los seres humanos.

## **2.2 Modas actuales vinculadas a la piel**

En la actualidad, las redes sociales han sido un canal de comunicación importante para las nuevas generaciones. Este canal no necesariamente sirve para poder informar correctamente a los espectadores, debido a que mucha de la información que

se encuentra en estos medios son a base de experiencias de quienes lo publican, sin mayor investigación alguna. Fue desde que comenzó la moda de las influencers que siempre se ven perfectas que comenzaron a viralizarse gracias a ellas diferentes rutinas de cuidado de la piel, tendencias en estilos de cabello, piel perfectamente bronceada y su rutina extravagante de uñas. Estas diferentes tendencias comenzaron a hacerse populares en los adolescentes y jóvenes adultos debido a los resultados que exponían los influencers.

### **2.2.1 El pintado de uñas permanente**

El pintado de uñas permanentes es una técnica que se ha vuelto popular por la duración y la apariencia profesional que tiene. Este esmalte se adhiere a la uña y para retirarlo requiere de ser pulido o limado a diferencia de un esmalte tradicional que se remueve con acetona. El proceso de pintado de esta técnica conlleva diferentes fases. Primero, se prepara la uña natural para comenzar el procedimiento. A continuación, se aplica una capa de base o primer para este procedimiento lo que facilita adhesión y se la cura con una lámpara de luz UV. Como tercera fase va la parte del color y el diseño, diferentes capas de esmalte, que cada una de ellas debe ir curada en la lámpara cuando se aplica. Para finalizar, se ocupa una capa superior para proteger el esmalte y garantizar la duración, y también va curada. Estos procedimientos pueden durar alrededor de 30 a 60 minutos, dependiendo del diseño (Ozdemir & Cetin, 2021).

Según un estudio realizado por la Universidad de California en San Diego los dispositivos de secado de uñas tienen un espectro de luz UV de 340 – 395 nm que son utilizados para curar los productos en gel que hacen que el pintado se adhiera a la uña y dure por un tiempo prolongado. Según el estudio, los dispositivos emisores de rayos UV en una sesión de 20 minutos de duración provocan entre el 20% y el 30% de la muerte celular. Aún peor, cuando se realizan tres exposiciones continuas de sesiones de 20

minutos la consecuencia es la muerte entre el 65% y el 70% de las células expuestas. Esta exposición, adicional causa daños mitocondriales y en el ADN de las células restantes. También provocó mutaciones en las células que coinciden con patrones que se pueden observar en el cáncer de piel en humanos (Connor, 2023).

Gracias a este estudio queda demostrado que la tendencia de pintado de uñas permanente es peligrosa para las personas que la usan. En Ecuador, en cada barrio existe al menos un salón de uñas si no es que en cada cuadra. Gracias a los influencers de redes sociales y sus tendencias a uñas extravagantes y cambiantes consecutivamente los adolescentes y jóvenes adultos fueron víctimas de la tendencia de realizarse uñas artificiales cada dos semanas y con métodos permanentes para que todo el tiempo luzcan impecables. En estadísticas mundiales encontramos que, según una encuesta realizada por la Academia Estadounidense de Dermatología, en el año 2018 el 36% de las mujeres estadounidenses ha tenido una manicura, y de esas mujeres, el 13% había tenido una manicura con pintado permanente de uñas. Podemos ver que estas cifras son considerables al ser un método que puede derivar en cáncer de piel y es importante poder difundir una campaña informativa para poder cambiar la percepción de las modas en nuestra rutina.

### **2.2.2 Rutinas de cuidados de la piel**

Es común que las personas limiten el cuidado de la piel únicamente al uso de bloqueador solar, ya que son el pilar del cuidado de la piel desde un punto de vista médico para la prevención del daño causado por los rayos UV del sol y el cáncer de piel. Sin embargo, existen otros aspectos del cuidado de la piel, como la limpieza, hidratación, exfoliación, uso de antioxidantes y vitaminas, entre otros, que también son esenciales para adoptar una rutina completa de cuidado de la piel. Actualmente estamos atravesando un aumento en las tendencias en el cuidado de la piel que abarcan tanto

para el campo de la salud como la industria de la belleza. Esto se debe a que la gente relaciona cada vez más de forma consciente la relación que existe entre como se ve la piel de una persona y lo saludable que es está.

En los últimos años, el uso de mascarillas se ha convertido en una tendencia popular en el cuidado de la piel. Dependiendo de sus componentes pueden ser una forma efectiva de proporcionar a la piel los nutrientes y la hidratación que necesita, además de ayudar a reducir los signos de envejecimiento, combatir el acné y mejorar la apariencia general de la piel. Existen muchos tipos diferentes de mascarillas para el cuidado de la piel con sus propias ventajas y desventajas, y algunas pueden ser más efectivas para ciertos tipos de piel que otras, como las de arcilla, las de papel, las de gel y las de tela.

También ha surgido una tendencia en el uso de mascarillas "multi-masking", que implica la aplicación de diferentes tipos de mascarillas en diferentes áreas de la piel para abordar múltiples preocupaciones de la piel al mismo tiempo. Sin embargo, pese a sus beneficios no se recomienda que deban usarse con demasiada frecuencia, ya que esto puede causar irritación y sequedad, por lo cual su uso debe limitarse a una o dos veces por semana, dependiendo del tipo de piel y de la mascarilla en cuestión (Kamble , Kumbar , Shah, & Shaikh, 2021).

El ácido hialurónico es una sustancia que se encuentra naturalmente en nuestro cuerpo y actúa como un amortiguador y lubricante en las articulaciones, los músculos y la piel, por lo cual es un ingrediente muy atractivo para una gran cantidad de productos que tienen como fin el cuidado de esta última. En la piel, el ácido hialurónico ayuda a mantener la hidratación y la elasticidad, lo que es esencial para una piel saludable y joven, razón por la cual su disminución continua con el tiempo puede provocar sequedad, líneas finas y arrugas.

Los productos para el cuidado de la piel que contienen ácido hialurónico pueden ayudar a combatir estos signos del envejecimiento al proporcionar una hidratación intensa y reducir la apariencia de líneas finas y arrugas al rellenar y suavizar la piel. Algunos de los productos para el cuidado de la piel en el que podemos encontrar esta sustancia incluye como sueros, cremas hidratantes y mascarillas faciales y deben usarse regularmente para obtener los mejores resultados (Jegasothy, 2014).

La vitamina C o ácido ascórbico, otro ingrediente popular en muchos productos de cuidado de la piel debido a sus propiedades. Es un potente antioxidante que ayuda a proteger la piel del daño causado por los radicales libres, que son moléculas inestables que pueden dañar las células de la piel y acelerar el proceso de envejecimiento. A su vez que ayuda a estimular la producción de colágeno que es una proteína estructural clave en muchos tejidos como el cartílago, los huesos y que en la piel es responsable de su firmeza y elasticidad y cuya producción disminuye con la edad contribuyendo a la aparición de arrugas y flacidez en la piel. Posee propiedades “aclaramentes” que pueden ayudar a reducir la apariencia de manchas oscuras o hiperpigmentación en la piel e incluso podría ayudar a proteger la piel de los dañinos rayos UV del sol, aunque no debe usarse como sustituto del bloqueador solar (Telang, 2013)

Otras tendencias se basan en el uso de tecnología ha revolucionado el cuidado de la piel, permitiendo la creación de productos y tratamientos cada vez más avanzados y personalizados. Entre los cuales destacan los dispositivos de limpieza facial que ayudan a limpiar la piel en profundidad o los dispositivos de microcorriente que emiten microcorrientes eléctricas para estimular los músculos faciales y mejorar la firmeza y la luminosidad de la piel.

También se han desarrollado nuevas terapias con luz LED que puede ayudar a tratar problemas específicos, como el acné, las manchas o las arrugas. Incluso el campo

creciente de a impresión 3D de piel permite crear parches de piel para trasplantes o para pruebas de productos cosméticos y empresas ofrecen análisis genéticos para identificar las necesidades específicas de la piel de cada paciente, para recomendar productos y tratamientos personalizados.

Como podemos ver en la sección anterior, existen diferentes métodos que nos pueden dar una idea errónea de lo que se trata de tener una piel saludable. Muchas personas consideran que al momento de tener este tipo de productos en su rutina diaria están llevando un cuidado adecuado de su piel para cualquier cáncer por lo que deben informarse correctamente. Muchas personas piensan que con usar todo este tipo de productos no tienen la necesidad de usar bloqueador solar constantemente porque su piel se encuentra en perfecto estado con el método que se encuentran utilizando en el momento. Todos estos productos, adicionalmente no vienen con recomendación de los dermatólogos, sino de los diferentes influencers en redes sociales por lo que no tiene una veracidad completa para poder adecuarla en la rutina diaria.

### **2.3 Mitos sobre el cáncer de piel**

Existen varios mitos sobre el cáncer de piel que pueden llevar a malentendidos y prácticas inadecuadas para la prevención y el cuidado. Uno de los mayores mitos sobre el cáncer de piel, es el pensar que no es un peligroso porque algunos pueden tratarse eficientemente si se detectan a tiempo, sin embargo, todos siguen siendo potencialmente mortales si no se tratan adecuadamente (Clínica Las Condes, 2021).

La exposición solar es una fuente importante de vitamina D, por lo cual hay gente que piensa erróneamente que el uso de protector solar impide la absorción de esta, por lo cual se exponen sin protección alguna. Lo cierto es que la comunidad médica recomienda usar protector solar y tomar suplementos de vitamina D para asegurar una adecuada ingesta (Clínica Las Condes, 2021).

También existe el mito de que las personas de piel oscura no pueden desarrollar cáncer de piel. Aunque es cierto que las personas de piel oscura tienen un menor riesgo de desarrollar este tipo de neoplasias por la cantidad mayor de la melanina en la piel, cualquier persona, independientemente de su tono de piel, pueden llegar a desarrollarlo. Este mito a su vez viene de la mano con la creencia de que a piel bronceada es saludable, pero lo cierto es que esta coloración obtenida por la piel es una respuesta de al daño causado por la exposición a la radiación ultravioleta (UV) y aumenta el riesgo de este tipo de enfermedades (Clínica Las Condes, 2021).

Otro mito muy común en las personas es que creen que el cáncer de piel solo se genera en personas mayores. Esto se debe a que creen que con la edad la piel pierde muchas de sus propiedades por lo que comienza recién a estar en riesgo para contraer el cáncer de piel. Creen que a la edad avanzada es normal obtener diferentes manchas en la piel por ser hereditario o un síntoma más de la edad sin darle la relevancia suficiente. La realidad es que se desarrolla con mayor afluencia en esta edad debido al mal trato que se desarrolló a lo largo de los años (Clínica Las Condes, 2021).

Por último, muchas personas asocian a los lunares con cáncer. Existe un gran número de la población que creen que por tener lunares nuevos ya tiene relación directa al cáncer. Es por esto por lo que acuden al dermatólogo para que les quemen los lunares y así sentirse protegido. La realidad es que puede como no ser cancerígenos, y al momento de quemarlos no pueden obtener resultados certeros sobre si esto es realidad o no. Muchas veces para que un lunar pueda tener apariencia de ser cancerígeno debe presentar características diferentes o crecimiento acelerado en un periodo corto de tiempo. Estas características pueden presentar alarma en la persona que los posee y así si sería necesario visitar un dermatólogo para poder hacer estudios de la muestra obtenida (Clínica Las Condes, 2021).

La revisión de estas afectaciones, que mucha gente desconoce, nos permitirá diseñar y proyectar un mensaje de sensibilización para un cuidado óptimo de la piel permitiendo así que estos malos usos sean clarificados en beneficio de la sociedad. De esta manera se desarrollaría una campaña de comunicación enfocándonos en el mal uso de productos cosméticos para la piel.

## **CAPÍTULO TRES: COMUNICACIÓN Y SALUD**

### **3.1 Importancia de la comunicación en el cáncer de piel.**

Como vimos en el capítulo anterior, el cáncer de piel viene de la mano de mucha información que no está siendo transmitida de la mejor manera, por lo que existen diferentes mitos y creencias acerca de las causas, de la prevención, de los síntomas y de las consecuencias y su gravedad. A continuación, vamos a tratar el tema de la comunicación con respecto a las diferentes etapas que puede presentar esta enfermedad. Es importante considerar que hay diferentes maneras en las que la comunicación puede ayudar al proceso de prevención y acción en esta enfermedad por lo que se considerarán todos estos aspectos.

Lo más importante cuando tenemos una enfermedad importante entre las personas es poder transmitir toda la información conocida sobre la misma a toda la población. Cuando las personas tienen el conocimiento necesario para este tipo de enfermedades pueden tomar las medidas correctivas en sus rutinas, e incluso notar anomalías en su cuerpo que quizá las pasaron por alto en un pasado. Es por esto por lo que es de suma importancia que la comunicación intervenga en temas de enfermedades médicas. Nosotros podemos generar muchos más cambios al momento en que realizamos una campaña para informar a la población de este problema para que puedan tener diferentes herramientas a su alcance.

Desde el enfoque analizado ponemos en consideración definiciones de comunicación que se alinean a esta temática. Dentro de nuestras campañas de comunicación es esencial para una prevención comunicar cuáles son las diferentes maneras en que las personas pueden protegerse del sol, que es uno de los principales causantes por sus rayos. Adicional, ponemos a su conocimiento cuáles son productos que pueden estar poniendo en riesgo su piel. Con conocimiento las personas pueden

prevenirse de muchas cosas, pues pueden incluso reconocer la manera en que pueden hacerse una autoevaluación cada cierto periodo de tiempo recomendado por un médico. La comunicación incluso puede hacer que la población comience a darle importancia a las enfermedades, debido a que muchas personas por la desinformación que existe en la actualidad creen que las enfermedades aparentan ser más benignas de lo que en realidad son.

Como otra arista, la comunicación nos brinda un soporte y apoyo para diferentes personas y familias que en la actualidad están pasando por el proceso de esta enfermedad. Al momento de nosotros desenmascarar a una enfermedad con todas sus causas, su proceso, la manera de prevención y como va a avanzar, les estamos brindando apoyo y soporte para las personas que quizá están comenzando con esta enfermedad. Es un aliento para cualquier paciente saber que no es el único en cruzar este tipo de males y dolencias. Toda la comunidad que está atravesando este proceso puede incluso gracias a la comunicación entrar y encontrar una red de apoyo al saber que hay más personas afuera que se encuentran en situaciones similares a la de ellos y tienen diferentes experiencias para compartir sobre este proceso.

Por último, pero no menos importante, la comunicación en cuanto a temas médicos abre un espacio importante para empresas, laboratorios y demás entes de la industria para comenzar a buscar alternativas en estas problemáticas. Al momento de nosotros generar una campaña de comunicación para apoyar al cáncer de piel y las diferentes maneras de prevenir, generamos una brecha en la industria para diferentes empresas comenzar a considerar la creación de nuevos productos que ayudarán en algún aspecto a esta enfermedad o molestia. Es por esto, que la comunicación no solo va de la mano informativa para los clientes, sino es una arista importante para las diferentes industrias y que puedan encontrar maneras de incorporar su mercado en temas de salud.

### **3.2 ¿Qué es la comunicación y por qué tiene herramientas de prevención?**

En este documento se plantea a la comunicación como la solución para prevenir el cáncer de piel. La herramienta a utilizar en esta temática es una campaña de comunicación que, para poder entender su utilidad, debemos entender más a fondo sobre la comunicación y cómo son las herramientas de prevención.

La comunicación es un proceso para el que necesitamos de dos personas, un emisor y un receptor, en el que se intercambia información y se comparten pensamientos e ideas. Ahora tenemos que mencionar que es la comunicación efectiva, que funciona como una herramienta clave en cuanto a cambio o modificación de comportamientos de riesgo y saludables. Por ejemplo, mediante diferentes campañas de comunicación en medios se ha conseguido crear conciencia y prevención con relación a diferentes enfermedades que se influyen por el consumo de tabaco, drogas y alcohol, a la par que se habla de enfermedades de transmisión sexual.

La comunicación se puede dar de distintas maneras. Podemos usar un lenguaje verbal para hacernos entender y de igual manera emitir un mensaje por medio de gestos, lo que la vuelve un factor de suma importancia para evitar situaciones de riesgo. Según González, “La comunicación en salud constituye una estrategia clave que posibilita, además de informar al público sobre cuestiones de salud, mantener en la agenda pública asuntos importantes sobre salud”. (González D, 2015). Aquí hablamos de que para poder juntar la comunicación y la salud debemos educar, y de ahí sale el término educomunicación. Según Patja la educación en salud es un proceso continuo que implica la transmisión de información sobre la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades (Patja, 2022). Cuando topamos temas de salud para poder expandirlos mediante la comunicación el objetivo al que perseguimos es generar conciencia en las personas sobre enfermedades importantes, lo que genera un cambio de

comportamiento de las personas y entendimiento de los distintos riesgos. Y es por esto por lo que, la comunicación es la herramienta primordial para poder expandir un mensaje de salud pública, debi a que posee las herramientas completas para llegar a todos los públicos, generar una educación entendible y amigable, puede llegar por canales como medios de comunicación, redes sociales y embajadores que poseen una audiencia activa.

En el área de la salud, comunmente se utiliza a la comunicación para promover un estilo de vida saludable que es la respuesta para una vida larga y buena. Esta te ayuda a prevenir las enfermedades más comunes que son mortales y a cambiar malos hábitos que te pueden desgastar con el tiempo. Es importante mencionar que queremos llegar a nuestra campaña con un mensaje positivo, amigable, sensible para poder generar un cambio de rutina diara más allá de intentar impactar con datos duros que oscureserán nuestro objetivo. Según un estudio publicado en la revista *Journal of Cancer Education*, "la comunicación efectiva entre los pacientes y los profesionales de la salud puede aumentar la detección temprana del cáncer y mejorar los resultados del tratamiento" (McQueen, Vernon, Meissner, & Rakowski, 2021). Una comunicación que se realice oportuna y adecuadamente es un pilar para que desde las personas sanas hasta los pacientes puedan tener un mejor entendimiento sobre lo primordial que es revisar su cuerpo y si existen nuevas manchas para poder prevenir en etapa temprana. Esto, notablemente puede significar en los números de diagnóstico de cáncer de piel anuales y mejorar también el tratamiento que te realizan si sales positivo.

En otros temas, la comunicación es un pilar para las personas que se encuentran en situaciones de violencia, pues les puede ayudar a prevenir esto y salir pronto. Según el Ministerio de Educación la comunicación es fundamental en la prevención del acoso escolar y el maltrato infantil (Ministerio de Educación, 2019). En el ámbito educativo,

una comunicación correcta que se de entre los estudiantes, los maestros y los padres de familia facilita que se identifique cualquier tipo de riesgo que pueda tener el alumno y tomar las medidas correspondientes si está siendo víctima de abuso o violencia. Y no solo debemos hablar de mantener un diálogo abierto entre todas las partes, sino que previamente se informa sobre qué se considera abuso, cómo esto se desarrolla y de que manera pueden manifestarse para tener resultados positivos frente a estas situaciones.

### **3.3 Definiciones de comunicación**

Para poder entender más a fondo nuestra intervención como comunicación en el campo de la salud es importante primero poder definir claramente lo que es la comunicación. A continuación, en esta sección estaremos presentando 4 definiciones de comunicación para después abordar definiciones de comunicación en cuanto al campo de la salud.

"La comunicación se refiere al intercambio de información, ideas, pensamientos y emociones entre dos o más personas a través de diferentes canales" (Wood, 2021). Julia Wood en esta definición nos habla sobre una temática importante que es el intercambio de información. Este es un factor clave dentro de nuestra investigación ya que en una campaña de prevención es de suma importancia poder informar al público al que queremos llegar acerca de la problemática que estamos teniendo en nuestro momento. Es importante tener en consideración que cuando estamos tratando temas médicos suelen afectar en gran cantidad a la parte sentimental de los individuos por lo que la comunicación debe tener mucha influencia en esta línea.

"La comunicación es un proceso dinámico y continuo que implica el envío y recepción de mensajes con el objetivo de influir en el comportamiento, pensamientos y emociones de otros" (DeVito, 2020). En esta definición, Joseph DeVito nos menciona otro eje clave que será de apoyo y soporte para nuestra campaña de prevención en temas

de salud que es influir en el comportamiento. Cuando nosotros generamos una campaña de prevención en ámbitos de salud hablamos mucho de querer influir en el comportamiento de las personas, estamos tratando de generar un cambio en hábitos que se estén llevando de manera incorrecta para que puedan ser corregidos y prevenir de formar parte de la enfermedad. Nosotros como comunicadores nos encargamos de tener las mejores herramientas para la difusión de esta información y poder llegar a la mayor cantidad de personas con resultados notables.

Para Littlejohn y Foss, la comunicación es "el proceso mediante el cual las personas utilizan los símbolos, signos y señales para crear y compartir significado" (Littlejohn & Foss, 2011). Este concepto que nos brindan sobre comunicación nos ofrece un gran aporte en cuanto a la manera en que nos comunicamos. La comunicación y sus medios siempre estará en constante cambio por lo que es muy importante que exista un experto en el tema cuando existan situaciones en las que queremos informar temas de salud con diferentes públicos.

"La comunicación es el proceso por el cual los seres humanos crean significado al compartir experiencias, ideas y emociones mediante símbolos arbitrarios, ya sean verbales o no verbales" (Griffin, 2018). En este último concepto podemos destacar que se menciona a la comunicación como un acto de compartir. Cuando estamos trabajando con una enfermedad debemos tener mucha empatía al momento de decir cualquier información. Las personas son muy susceptibles a la información que reciben por lo que siempre debe existir un compartir de parte de quien transmite para que el público pueda estar más abierto a escuchar y analizar.

### **3.4 Modelos de comunicación**

Modelo lineal: Este modelo fue propuesto por Claude Shannon y Warren Weaver en su obra "The Mathematical Theory of Communication" (1949). En este modelo se

considera que la comunicación es un proceso lineal y unidireccional, en el que el emisor envía un mensaje a través de un canal y el receptor lo recibe. Con esto estamos mencionando únicamente 2 partes dentro del sistema comunicativo. Nos habla un poco también sobre el ruido, que interfiere y puede distorcionar el mensaje. En este modelo podemos analizar un tipo de comunicación sin ninguna clase de retroalimentación, la persona que recibe el mensaje no se encuentra en disposición de opinar acerca de si el mensaje llegó de manera adecuada o demás. En la actualidad este tipo de modelos no son tan comunes debido a que gracias a los comentarios de nuestra audiencia podemos obtener diferentes hallazgos que pueden abrir un nuevo abanico de posibilidades a seguir investigando.

**Modelo circular:** Este modelo fue propuesto por David K. Berlo en su obra "The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice" (1960). El modelo considera que la comunicación es un proceso circular y multidireccional, en el que el emisor y el receptor interactúan para crear el mensaje. El modelo destaca la importancia de la retroalimentación y la interpretación del mensaje por parte del receptor. Este modelo es muy incluido en procesos de comunicación actualmente ya que nos encontramos en retroalimentación activa para poder mejorar todos nuestros procesos. Esto se debe a que nuestra población en la actualidad siente que un mensaje fue transmitido de mejor manera si no solo escuchan, sino que también pueden comentar y sentirse más parte de algo.

**Modelo transaccional:** Este modelo fue propuesto por Dean Barnlund y otros autores en su obra "A Transactional Model of Communication" (1970). El modelo considera que la comunicación es un proceso interactivo y dinámico, en el que el emisor y el receptor interactúan para crear el mensaje. El modelo nos habla mucho más sobre lo importante que es tener un contexto sobre lo que se está comunicando y cuales son las

experiencias que anteriormente se han tenido referente al mensaje. En este modelo de comunicación podemos comenzar a analizar la importancia de toda una estrategia para poder planear la comunicación de un mensaje. Este también destaca la importancia de poder contar con una experiencia anterior que genera preparación en la audiencia que recibe la información y así todo se pueda interpretar de la mejor manera posible.

**Modelo de Roman Jakobson:** Este modelo fue propuesto por el lingüista Roman Jakobson en su obra "Linguistics and Poetics" (1960). El modelo identifica seis elementos principales en la comunicación: el emisor, el receptor, el mensaje, el contexto, el canal y el código. Este modelo da a destacar la importancia de que existan cada uno de estos elementos para la creación y la interpretación del mensaje final. Este modelo nos presenta una mirada más objetiva hacia lo que actualmente conocemos como comunicación. Este es el proceso que actualmente utilizamos en todos nuestros procesos de comunicación ya que terminó siendo el más acertado y con mejor efectividad. Estos elementos hacen que toda la información llegue completa y correcta en su destino final.

**Modelo de Harold Lasswell:** Este modelo fue propuesto por Harold Lasswell en su obra "The Structure and Function of Communication in Society" (1948). El modelo se enfoca en las funciones de la comunicación y se pregunta quién dice qué, a quién, por qué, en qué canal y con qué efecto. El modelo destaca la importancia del propósito y la intención del emisor en la comunicación. De aquí nacen las preguntas claves para poder entender y generar una noticia. En este modelo podemos crear un análisis un poco más detallado acerca de nuestros actores que cuál es el papel que juegan que resulta de suma importancia en nuestro sistema. No solo se trata de poder transmitir un mensaje, siempre existe un contexto detrás que motiva la comunicación. Este modelo quiere intuir un poco más acerca de estas intenciones y nuestro propósito con ellas.

### 3.5 Comunicación y salud

Luego de haber considerado toda la parte teórica que conlleva los temas de comunicación, será importante saber un poco sobre la comunicación y salud. En esta sección del capítulo podremos analizar un poco más sobre toda la parte teórica y su influencia en el campo médico.

Según Etkin, los temas de información sobre salud llegan a ser como un proceso de “alfabetización en salud” donde podemos contemplar diferentes ámbitos de actuación (Etkin , 2021):

- **Ámbito sanitario:** En este campo se puede poner en práctica en grupos vulnerables la educación y así promocionar hábitos saludables y obtener una población libre de enfermedades.
- **Ámbito educativo:** Lo que se busca es implantar un conocimiento de hábitos de vida saludable en las comunidades educativas.
- **Ámbito laboral y empresarial:** Se requiere ofrecer bienes y servicios saludables, a la par de mantener un ambiente laboral sano.
- **Ámbito asociativo:** El propósito es poder aportar como agentes de salud dentro de las comunidades.

Con este contexto podemos analizar la arista de que la comunicación en salud se encuentra involucrada en distintas áreas. Con esta campaña de comunicación el objetivo fundamental es poder comenzar a ser agentes de cambio en nuestras comunidades desde el ámbito educativo. Y esta información y campaña puede tener una expansión más impactante de lo planificado debido a que depende de poder llegar y las personas acertadas para que realmente podamos sembrar un cambio en la comunidad. Si nuestra campaña llega a tener un impacto importante de la población, tendremos la apertura de

diferentes instituciones, empresas y organizaciones para participar en esta causa y comenzar a encontrar esta información en más espacios.

“El objetivo principal de la educación en salud es influir en los antecedentes de la conducta (conciencia, información, conocimientos, habilidades, creencias, actitudes y valores) de modo que las conductas en salud se desarrollen de forma voluntaria”

(Sharma, 2022). Cuando hablamos de educación y salud analizamos los modelos de comunicación y las intenciones de tener un contexto previo sobre lo que se conoce del tema para poder entender lo mejor posible y así, tener este desarrollo voluntario mencionado. Para todos los procesos comunicativos se deben encontrar las herramientas correctas y los canales adecuados para poder, como comunicadores, encontrar nuestro nicho y comenzar a transmitir la información por todos nuestros canales.

Para concluir este capítulo entendemos que, un proceso comunicativo es primordial para poder hablar sobre temáticas de salud. Esto nos permite transmitir información y conocimientos oportunos con los profesionales de la salud, pacientes y las personas que cuidan del paciente. Adicional, la comunicación nos brinda un espacio de diálogo activo que nos permite tener decisiones informadas desde los pacientes y público sobre esta enfermedad. Como se mencionó en capítulos anteriores, nuestra misión con esta campaña va más allá de transmitir una información, estamos buscando crear un tipo de conciencia que eso realmente nos llevará a obtener mejores resultados y verdaderos cambios.

## **CAPÍTULO CUATRO: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN “EL SENTIR DE LA PIEL”**

### **4.1 Presentación de la campaña**

#### **4.1.1 Importancia**

El cáncer de piel sigue en aumento de casos en cuanto a diagnóstico, lo que lo vuelve un tema preocupante a nivel mundial debido a los intensos veranos que hemos presentado los últimos años. Los ecuatorianos, al estar en riesgo por nuestra ubicación geográfica como se mencionó en el capítulo 1, debemos comenzar a tomar seriamente esta temática debido a que la radiación es muy alta en nuestro país. La falta de educación sobre cómo el sol nos puede llegar a afectar durante toda nuestra vida es un tema que debería estar dentro de los regímenes educativos para que las personas comiencen a crear hábitos respecto a este tema desde la infancia. Es por esto por lo que es relevante comenzar con una campaña de educación en escuelas públicas para poder informar al Ministerio de Educación la relevancia de comenzar a hablar de estos temas.

Adicional, con ayuda de la comunicación, podemos comenzar a transformar la sociedad y generar un cambio. Esta tiene las herramientas más apropiadas para poder llegar de la mejor manera, con la mejor información y a los públicos correctos y sensibilizar a los niños sobre el cáncer de piel y también sobre temáticas de salud, en general. Al tratarse de políticas de salud normalmente la educación es un poco más complicada, lo que hace que nosotros como comunicadores usemos las mejores estrategias para poder transmitir de una manera amigable todos estos conocimientos y poder así cambiar hábitos y costumbres, algo primordial si queremos que las conductas de prevención se realicen de manera voluntaria.

#### **4.1.2 Necesidad de la campaña**

Al comenzar esta investigación, fue bastante complicado conseguir información actualizada y de fuentes confiables sobre el cáncer de piel a nivel de Ecuador. Esto mencionado nos lleva a la necesidad de hablar sobre los diagnósticos, cómo siguen en incremento las cifras y cuál es la probabilidad de poder morir si padecemos de algún síntoma. Con una campaña de comunicación no es solo mucho más fácil poder socializar la realidad de esta enfermedad, sino que adicional podemos comenzar el hábito preventivo que es el objetivo al que queremos llegar con todo esto.

Otro aspecto que es necesario mencionar es que en el sistema educativo actual no existen dentro de los aprendizajes académicos anuales temas de prevención de cualquier tipo de enfermedad catastrófica que pueda ser prevenible. Esta campaña nos da la oportunidad de comenzar a hablar sobre estos temas y así poder generar un cambio con el Ministerio de Educación, por lo que existe la necesidad de desarrollar esta problemática en un sistema de educación pública.

#### **4.1.3 Impacto académico**

En cuanto al campo académico, esta campaña nos ayudaría a amplificar los estudios de comunicación enfocados en temas de salud pública. La metodología requerida es la educomunicación, lo que nos va a proporcionar un modelo de aprendizaje replicable para poder, en un futuro, comenzar a hablar de diferentes temáticas de salud pública, especialmente con niños. Por otro lado, también estaríamos estableciendo un nuevo método para poder convinar la creatividad, el aprendizaje, las actividades recreativas y el empoderamiento comunitario en la educación.

#### **4.1.4 Enfoque sostenible de la campaña**

Al nosotros plantear el tema de esta campaña podemos observar claramente que se alinea al objetivo de desarrollo sostenible número 3, salud y bienestar: Garantizar una

vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades. Este objetivo nos habla un poco de poder prevenir enfermedades y fomentar el autocuidado desde la infancia. Con esto se está tratando de tener conocimiento respecto a salud desde niños para que cualquier aprendizaje se convierta en un hábito, un cambio de costumbres que es lo que sucede cuando un conocimiento se implementa desde pequeños, y de esta manera los niños comiencen a compartir sus conocimientos en sus hogares con su familia y conocidos, pudiendo amplificar el mensaje a distintos públicos.

#### **4.1.5 Enfoque social: Problemática y causa**

En Ecuador tenemos una problemática bastante marcada que da una oportunidad a la campaña, y es que la educación infantil no cuenta con programas educativos para si quiera poder hablar de hábitos saludables que pueden implementarse desde la infancia y nos previenen de muchos problemas en el futuro. Hablando de temas de cáncer de piel, es necesario que se comiencen a hablar en las escuelas sobre los rayos ultravioletas, la necesidad de saber cómo recibir el sol y cuáles son las horas pico en las que los niños deben cuidarse más. La causa que queremos abordar es mejorar la calidad de la educación que se les implementa en las escuelas a los niños. Tener conocimiento sobre las enfermedades es un derecho de todas las personas desde su nacimiento y que mejor que el pensum académico esté integrado con un capítulo de prevención y salud sobre temas de suma importancia que puedan generar un cambio en el futuro.

#### **4.1.6 Enfoque comunicacional**

La comunicación juega un papel de vital importancia al momento de hablar de temas de educación. Esta nos proporciona las mejores herramientas para que nosotros podamos expandir un mensaje a diferentes públicos y hacer que nuestro propósito se maximice. Adicional, la educomunicación nos ayuda a poder clasificar la información de la mejor forma para hacer de esto un mensaje claro, tener las mejores estrategias para

su entendimiento y así poder hacer que nuestro público objetivo verdaderamente entienda todo y comience a sensibilizar la temática, para que posteriormente se genere un cambio en sus costumbres y conocimientos. Cabe mencionar también que la comunicación nos ayuda a generar un diálogo con la sociedad para poder entender sus inquietudes y así podamos interactuar y crear un aprendizaje completo, resolviendo dudas y previniendo la desinformación de esta enfermedad.

#### **4.2 Investigación Cualitativa**

Como mencionamos en nuestra investigación, esta temática es completamente de interés en salud y bienestar, por lo que es sumamente necesario consultar con expertos en temas dermatológicos para poder obtener la información necesaria para saber desde que punto podemos arrancar, cuál es la información primordial que se debe comunicar. Adicional, necesitamos un experto en comunicación que nos pueda dar soporte en cuanto a estrategias adecuadas para poder hacer que el aprendizaje sea lo más amigable y adecuado posible.

Esta investigación se llevará a cabo con entrevistas a expertos para poder obtener la información necesaria. También se realizó un grupo focal a estudiantes universitarios para entender un poco de lo que saben sobre el cáncer de piel y en donde lo aprendieron. Por último, consultaremos con distintos adolescentes en pequeñas entrevistas para conocer más de manera individual todo lo que entienden de la enfermedad, la gravedad del tema y si tienen hábitos preventivos.

La primera experta con la que se consultó fue la doctora Rosa Mateus. Ella es dermatóloga en el Hospital de los Valles, también trabaja en SIME USFQ de cumbayá atendiendo temas dermatológicos. Ella en su entrevista nos comentaba un poco de cómo existe mucha desinformación sobre lo que es el cáncer de piel y cuáles son los hábitos que normalmente tenemos y nos ponen en riesgo. Nos mencionaba que el tabaquismo es

un factor de riesgo en esta enfermedad, por lo que debíamos tener más cuidado no solo con no fumar, sino tampoco estar rodeados de personas que fumen y nos pongan en riesgo. Las consultas odontológicas deberían ser parte de nuestra rutina diaria ya que las personas muchas veces tienen cambios en la mucosa dental que pueden estar demostrando principios de la enfermedad y esto lo pueden identificar en chequeos preventivos como las profilaxis.

La segunda entrevista la tuvimos con la dermatóloga Marissa Gonzaga. Ella tiene conocimiento en hábitos cosmetológicos y procedimientos oncológicos, trabaja en el hospital Metropolitano y también tiene una clínica dermatológica. En su entrevista nos habló un poco de que considera importante educar a todas las personas sobre los procesos de la piel porque muchas veces le dan un cuidado inadecuado por el desconocimiento de su tipo de piel. Nos comentó que considera de suma importancia que las personas al llegar a una edad adulta deben visitar al menos una vez al año al dermatólogo para que conozcan su piel y la mejor manera de cuidarla. Por último, hablando de temas de cáncer nos habla que el factor FPS del bloqueador siempre se debe utilizar mayor a 50.

Las dos entrevistas que tuvimos a continuación las juntaré debido a que los dos expertos se encontraban realizando investigación de la misma temática referente al cáncer de piel. El doctor Santiago Palacios e Iván Palacios en sus entrevistas nos supieron dar una información diferente para abordar nuestras charlas preventivas. Esto fue que cada persona debe conocer su fototipo de piel porque según esto ya tienen de nacimiento una barrera fotoprotectora que los hace resistentes a los rayos solares. Nos explicaban un poco que, a este tipo de pieles, pueden perder su fotoprotección al comenzar a hacer uso de bloqueador, y que de todas maneras ellos no lo necesitan ya que su naturaleza les mantiene libres de estos. Nos explicaron por otro lado que la mejor

manera de poder comunicar esta enfermedad es dialogando directamente con estudiantes para hacerles entender todos los beneficios del sol y cuales son las mejores alternativas para poder estar prevenidos.

Por último, tuvimos una entrevista con el Licenciado en Comunicación Juan Fernando Urbina, quien nos habló un poco de cómo podemos llegar de mejor manera a los niños. Nos explicó un poco de que el público más receptivo a información de salud son los niños, y la mejor edad es de 8 a 11 años porque todavía tienen un comportamiento más amable en cuanto al estudio y querer aprender nuevas cosas. De esta entrevista nació la necesidad de crear un personaje educativo para que los niños se identifiquen de mejor manera y esto les ayude a querer aprender más. Finalizamos la entrevista entendiendo que para la difusión de la campaña era importante crear noticia desde la sensibilización y no desde los datos rojos para llamar la atención del público. Es importante que las personas entiendan que queremos generar un cambio y no solo asustarlos respecto al tema.

En cuanto a nuestras entrevistas con adolescentes y el grupo focal pudimos obtener algunos hallazgos interesantes sobre la educación que han recibido durante toda su vida respecto al cáncer de piel, el cuidado que deben tener y los beneficios y perjuicios del sol. Nos mencionaban que en ningún momento de su educación primaria tuvieron una clase donde les platicaran sobre los índices UV, las causas reales del cáncer de piel y las consecuencias de las quemaduras del sol a largo plazo. Actualmente conocían algunas cosas de esto, pero porque gracias a los titulares de las noticias y las alarmantes problemáticas actuales han investigado sobre los rayos UV, cuál es la escala y después de que número deben cuidarse.

### **4.3 El Sentir de la Piel: Diseño y planificación de la campaña**

Después de haber obtenido toda la información necesaria en nuestra investigación cualitativa, comenzamos a plantearnos la campaña de comunicación desde su nombre, el público al que queríamos llegar y la gráfica que nos iba a ayudar a obtener los mejores resultados. La campaña iba a estar enfocada en niños y queríamos sensibilizar el mensaje que llevaríamos, por lo que el nombre elegido fue “El Sentir de la Piel”, para dar alusión de que, al ser la piel el órgano más grande que tenemos en el cuerpo también es el órgano que más siente y al que debemos cuidar muchísimo más porque está expuesto al exterior y por ende está en riesgo.

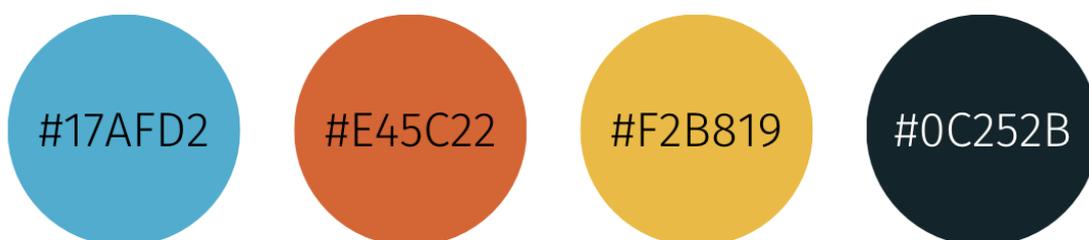
El concepto que le dimos a la campaña es educar y sensibilizar a los niños sobre el cáncer de piel desde temprana edad. Para esto utilizaremos charlas informativas acompañadas de actividades lúdicas para hacer del aprendizaje una manera divertida y que les guste toda la información que les damos. Lo que necesitamos con nuestras capacitaciones es poder generar conciencia sobre nuestra temática, queremos que toda la educación que les demos genere un cambio en su rutina, en sus hábitos y así poder obtener resultados en un futuro.

#### **4.3.1 Logotipo**

A nivel gráfico, la campaña buscar ser infantil, con colores llamativos que brinden esa ilusión de venir desde y para los niños, por lo que se buscó hacer la manera más creativa para presentar un nombre que era bastante profundo. Se hizo un estudio de colores y elementos que serían útiles para poder representar la esencia de esta campaña y llegamos al siguiente logotipo:



Los colores fueron seleccionados para poder dar coherencia al mensaje del sol que queremos llevar, por lo que el amarillo nos recuerda al sol y su color vibrante, el naranja es en inspiración a los atardeceres que es la hora en que el sol baja, el color celeste nos inspira paz y las nubes que nos cubren de los rayos y el último es el color azul marino que nos recuerda a las noches y su oscuridad donde no tenemos presencia del sol.



El isotipo fue diseñado para tener la cercanía con los niños, por lo que representa un sol que está teniendo los cuidados necesarios porque hasta él debe protegerse. Utiliza los colores de la campaña y tiene como accesorio unas gafas, un gorro, una sombrilla y tiene un aspecto feliz para poder ser más empático con los niños.



#### **4.3.2 Mapa de públicos**

El público objetivo para esta campaña fue la educación pública. Queríamos llegar a estudiantes de 5to de básica como público objetivo, ya que se encuentran en una edad de 9 años y son muy receptivos y colaborativos a todas las capacitaciones que se les implementó. Sus profesores para que ellos puedan, con esta información, seguir educando a los niños de otros niveles. También, se optó por utilizar a los niños de la escuela como embajadores para poder llegar a sus padres, que ellos puedan todos los días contarles a sus papás todo lo que están aprendiendo en la escuela para que no solo vean el interés de sus hijos, sino que también entiendan la importancia del tema, que ahora se está comenzando a estudiar desde edad temprana para que la prevención sea completamente efectiva.

#### **4.3.3 Aliados estratégicos**

Para poder desarrollar esta campaña requerimos apoyo de algunas instituciones que nos facilitaron la información para las capacitaciones, como el lugar donde

desarrollamos las capacitaciones y algunos procesos que requerimos para poder realizar todo de manera organizada y culminar correctamente la campaña.

- Centro de la Piel / Fundación Ponte en mi Piel: Estos dos centros fueron los encargados de apoyar con toda la información necesaria para poder realizar las capacitaciones, nos informaron todo lo que era mejor enseñarles a los niños para nosotros poder en el siguiente paso diseñar un modelo de aprendizaje didáctico que podamos utilizar.
- USFQ Vinculación con la comunidad: Nos ayudaron con una estudiante de medicina para poder dar las capacitaciones desde un experto y que los niños sean más receptivos a todo lo que estaban por aprender.
- Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana: Nos abrieron las puertas de su escuela para poder realizar con los niños de quinto de básica las capacitaciones.
- Ministerio de educación: Nos proporcionaron las aprobaciones necesarias para poder realizar las capacitaciones en una Unidad Educativa Pública, pasamos por oficios donde mencionamos completamente que se realizaría con los niños y capacitaciones de Rutas y Protocolos para poder trabajar.

#### **4.3.4 Planificación de la campaña**

##### **Fases de la campaña:**

1. Rayos de curiosidad: En esta etapa se generó expectativa en redes sociales sobre lo que íbamos a realizar. Se posteó en historias una cuenta regresiva de 3 días para comenzar con las charlas de prevención en la escuela. Adicional, en este proceso que visitó 1 medio de comunicación para poder mencionar lo que realizaríamos en la

Unidad Educativa, informando un poco sobre la fecha que íbamos a comenzar y también hablar un poco más sobre el cáncer de piel en general.

2. Brillí y los secretos del sol: En esta fase realizamos todas las charlas en la Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana donde les explicamos junto con actividades a los niños cual era la mejor manera de aprender y cuidarse del sol sin excluirlo por completo de su rutina.

3. Voces de protección: En este segmento de la campaña el objetivo era poder dar visibilidad a lo realizado con las capacitaciones. Se consiguió 3 entrevistas más para poder seguir amplificando el mensaje de que influir en la educación a temprana edad es la mejor manera de prevenir no solo en temas de cáncer de piel sino en diferentes ámbitos de la salud.

4. Brillí te cuida: En esta etapa tuvimos el evento de cierre de la campaña junto con 3 campañas de comunicación debido a la problemática energética. En este evento hablamos de salud integral, tocando temas de psicología, dermatología, deporte y nutrición para tener un evento completo.

### **Objetivo general de la campaña**

El objetivo que abordó toda la campaña era poder crear conciencia, tanto en los niños de la Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana sobre los temas de cáncer de piel, el sol y como cuidarse, como en el público en general para que puedan visualizar que estamos realizando cambios en los niños de educación pública para poder mejorar de alguna manera el sistema. Nunca quisimos mostrar la problemática de cáncer de piel desde una perspectiva catastrófica, de lo contrario, buscábamos sensibilizar a todos los

que tuviesen conocimiento de lo que estábamos haciendo para que entiendan la importancia de hablar sobre estos temas.

### **Capacitaciones**

El objetivo específico en las capacitaciones era conseguir al menos 5 capacitaciones sobre cáncer de piel en un periodo de un mes y medio con un público de estudiantes de 8 – 9 años.

La estrategia utilizada para poder realizar las capacitaciones primero fue asistir a la Unidad Educativa para consultar cual era el procedimiento a realizar para poder ingresar con las capacitaciones a la Unidad Educativa Joaquín Sánchez. Después de esa visita realicé un oficio virtual al Distrito 17D09 que pertenece al área de Tumbaco, donde mencioné el objetivo de las capacitaciones y las intenciones que tenía al realizarlas. Tuve que esperar alrededor de un mes para poder ingresar, realizar una capacitación de rutas y protocolos que las impartía el distrito para saber cómo actuar en caso de emergencias dentro de la escuela.

Cuando se consiguió la autorización para poder ingresar a la escuela coordinamos con el vicerrector de la misma los horarios en los que asistiríamos para poder alcanzar a dar 3 capacitaciones por día, 1 en cada paralelo del 5to de básica. Cuando todo se encontraba coordinado comenzamos con las capacitaciones, llevamos todo el material impreso para no tener inconvenientes con los cortes de energía.

Tuvimos 3 días de capacitaciones con un total de 9 realizadas. En cada capacitación contamos con la presencia de un profesor de cabecera acompañando a los alumnos y nos ayudaron con las actividades del final. Cada paralelo recibió 3

capacitaciones y en cada una cerramos con una actividad donde evaluábamos el aprendizaje obtenido durante la charla.



### **Medios**

En el periodo de un mes y medio conseguimos 5 medios de comunicación para poder expandir el mensaje de la campaña, sensibilizar al público en general sobre las actividades que se están realizando en la unidad educativa y conseguir amplificar el mensaje.

La estrategia utilizada fue consultar en una base de medios cuales podrían alinearse con nuestra campaña y comenzar a contactar uno por uno para poder conseguir un espacio de difusión. Para poder contactar con los medios realicé un boletín de prensa bastante positivo sobre la importancia de mejorar nuestros sistemas educativos en temas relacionados a salud. Se contactó a un total de 15 medios de comunicación, pero por la problemática energética no todos tuvieron la apertura de poder facilitarnos un espacio, y los que nos ayudaron 3 fueron entrevistas cortas de 5 minutos.

Como resultados de nuestra estrategia de medios tuvimos 4 entrevistas y una publicación de 100 palabras en un medio digital llamado “Que hacemos”. Las entrevistas fueron:

- Radio La Mega con Pato Borja por una hora.
- Radio Canela con Jorge Yunda por 5 minutos.

- Telesucesos en el programa En Familia durante 30 minutos.
- Radio FM Mundo con Paola Vintimilla durante 10 minutos.



**Digital**

Durante un mes y medio se creará contenido en instagram en la cuenta de @El\_sentir\_de\_la\_piel para poder expandir las acciones educativas que se están haciendo por parte de la campaña utilizando el #ElSentirdelaPiel.

Para poder realizar este objetivo se planteó un cronopost de publicaciones que resultó de la siguiente manera:

**Noviembre**

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
				15 Post quien está detrás de la campaña	
Historia en IG	19 Historia en IG	20 Historia en IG Post primer medio La Mega / Evento	21 Historia en IG	22 Historia en IG	23
25	26 Historia en IG evento	27 Historia en IG evento Reel de capacitaciones día 1 / evento	28 Historia en IG evento Post de evento	29 Historia en IG evento	30 Reel segundo medio / telesucesos

## Diciembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2	3	4	5 Historia de FM Mundo	6 Reel segundo día de capacitaciones
9 Reel tercer medio / evento recap				

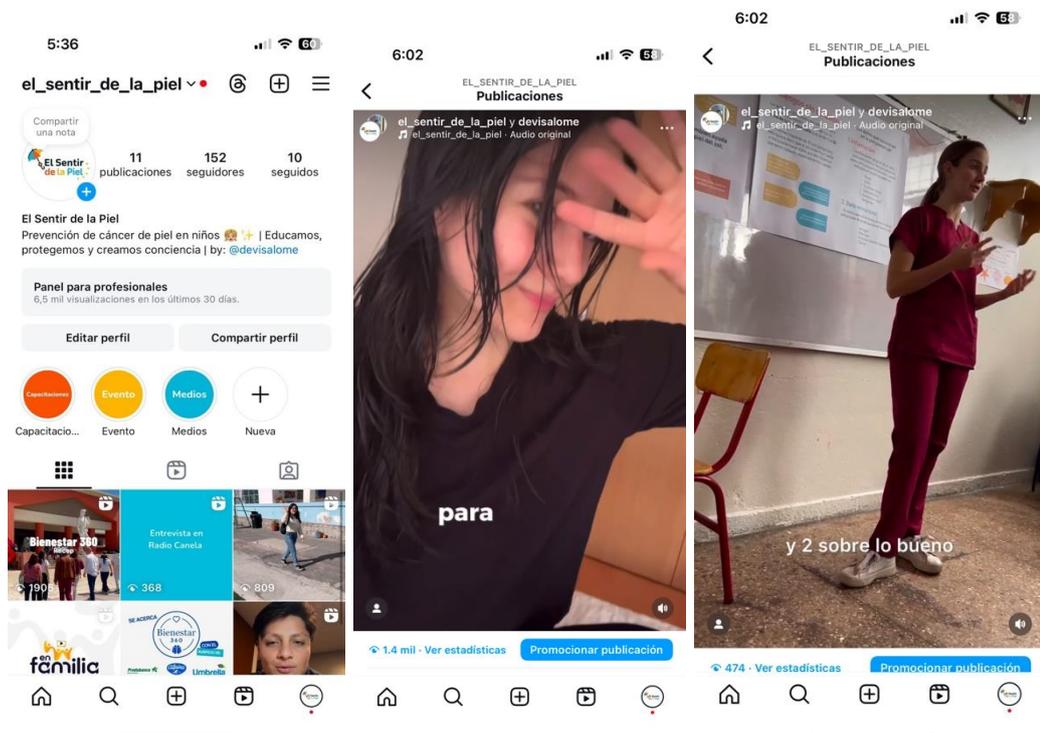
Durante todas las capacitaciones y las entrevistas en medios se recopiló imágenes y videos para poder cumplir con las publicaciones de la estrategia digital. Se creó una comunidad en la red social donde las personas pudieron visualizar las acciones realizadas.

Alcance: 1091 cuentas

Visualizaciones: 6494.

Seguidores: 152

Interacciones: 138



### **Evento Bienestar 360**

Promover la salud integral a través de actividades lúdicas impartidas por profesionales, ofreciendo un espacio educativo que resuelva inquietudes y fomente el bienestar de manera accesible para todo público.

Para llevar a cabo este evento nos juntamos 4 campañas de comunicación relacionadas con la salud para poder crear algo mucho más completo. Encontramos expertos en el área psicológica, dermatológica, deportiva y nutricional para que sean nuestros aliados estratégicos en las charlas. Por el lado dermatológico tuvimos a la doctora Rosa Mateus, a quien entrevistamos en un principio, para que nos ayude a hablar sobre la problemática de cáncer de piel.

En cuanto a resultados obtuvimos 9 patrocinadores que nos apoyaron con productos para armar un kit de bienvenida, tuvimos 60 asistente al evento, un total de 4 aliados estratégicos y una participación activa del público.



#### **4.4 Logros no esperados**

- Se consiguieron 9 capacitaciones dentro de la Unidad Educativa Joaquín Sánchez de Orellana, superando nuestro número inicial que eran 5 capacitaciones.

- Se gestionó una capacitación adicional en la escuela María Troncatti para hablar junto con la campaña Romper el Molde sobre cómo cuidarse la piel.
- Nos contactaron para hacer un reportaje en Ecuador TV sobre la campaña, pero por temas de privacidad de datos de la Unidad Educativa no pudimos realizarla.
- Se alcanzó a impactar a 90 niños sobre prácticas preventivas relacionadas al cáncer de piel.
- Se consiguió ingresar esta temática al Ministerio de Educación lo que genera visibilidad dentro de la institución pública de la importancia de hablar sobre estos temas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al ejecutar la campaña “El Sentir de la Piel” se consiguió demostrar que la comunicación es una herramienta primordial cuando queremos abordar temas de salud desde el área educativa. Conseguimos, desde una iniciativa creativa diseñar un material de trabajo didáctico que nos solventó de una manera esa necesidad de atraer a los niños a querer participar de las capacitaciones. Lo importante sobre esto es que, conseguimos fomentar un aprendizaje divertido que a la vez les estaba enseñando a mejorar sus hábitos respecto al cuidado del sol.

Las actividades lúdicas generaron un impacto positivo en el aspecto de prevención de la campaña. Esto nos permitió tener mejor participación de los niños al mismo tiempo que podíamos evaluar el aprendizaje. Los juegos es una manera fácil de conseguir enganchar cuando se trata de un público infantil ya que siempre van a mirarlo desde una perspectiva divertida mientras que nosotros lo utilizamos como una herramienta para evaluar sus conocimientos y cuanta información consiguieron retener durante todo el espacio educativo.

En otro aspecto, al difundir la campaña por medios locales conseguimos expandir nuestro mensaje con todo tipo de audiencia. Esto nos facilitó que las personas entendieran la importancia de hablar de enfermedades de riesgo alto desde la niñez. Siempre puede existir una manera amable de tocar el tema y de igual manera hacerles comprender a los niños que están en la edad perfecta para comenzar a cuidarse para toda la vida.

Como recomendación para cualquier otra campaña que busque impactar el sistema de educación pública, hacerlo al menos con dos meses de anticipación. Las instituciones públicas tienen procesos bastante complejos que pueden tomar la aprobación de varias personas. Este es un proceso que se debe realizar si queremos

entrar a una Unidad Educativa del gobierno a dar cualquier tipo de capacitación o actividad para los niños. De la misma manera, si se quiere utilizar cualquier tipo de información protegida de los niños se debe ingresar un oficio similar pero más complicado para obtener la autorización particular de cada padre de familia.

## Bibliografía

Alvarado, A. C. (18 de 08 de 2021). Se registra diagnóstico acumulado de cáncer de piel en Ecuador. *El Comercio* .

American Academy of Dermatologist . (22 de 04 de 2022). *Skin Cancer*. Obtenido de American Academy of Dermatologist : <https://www.aad.org/media/stats-skin-cancer>

American Academy of Dermatology Association . (2021). *Understanding sunscreen SPF*. Obtenido de American Academy of Dermatology Association : <https://www.aad.org/public/everyday-care/sun-protection/sunscreen-patients/sunscreen-faqs>

American Cancer Society. (14 de 08 de 2019). *What Is Melanoma Skin Cancer?* Obtenido de American Cancer Society: <https://www.cancer.org/cancer/melanoma-skin-cancer/about/what-is-melanoma.html>

Ballesteros Zurita, N., Melena Zapata, J., & Narvárez Olalla, A. (2023). PERFIL EPIDEMIOLOGICO DEL CÁNCER DE PIEL EN ECUADOR. ESTUDIO OBSERVACIONAL DESCRIPTIVO. *Revista Médica Vozandes*, 36-40.

Benavides Ballesteros, H. (2010). *Información técnica sobre la radiación ultravioleta, el índice UV y su pronóstico*. Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales - IDEAM.

Cho, E., Rosner, B. A., Feskanich, D., & Colditz, G. A. (2015). *Risk factors for melanoma by body site*. *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention*.

- Clínica Las Condes. (2021). *MITOS Y VERDADES DEL CÁNCER DE PIEL*. Obtenido de Clínica Las Condes:  
<https://www.clinicalascondes.cl/BLOG/Listado/Dermatologia/mitos-verdades-cancer-piel>
- Connor, K. (2023). UV-emitting nail polish dryers damage DNA and cause cell mutations. *UC San Diego*.
- DeVito, J. A. (2020). *The interpersonal communication book (15th ed.)*. New York : Pearson .
- Etkin , E. (2021). *Gestión de la comunicación para organizaciones* . Buenos Aires : La Crujía.
- González D, C. (2015). *La comunicación en salud como premisa fundamental para la percepción de riesgo en las poblaciones*. Obtenido de Revista cubana de higiene y epidemiología:  
<https://revepidemiologia.sld.cu/index.php/hie/article/view/40/18>
- Griffin, E. (2018). *A first look at communication theory (10th ed.)*. McGraw-Hill.
- Hammer, G & McPhee, S. (2019). *Lange. Fisopatología de la enfermedad (8va edición)*. México : McGraw-Hill.
- Hughes, M. (2013). Sunscreen and Prevention of Skin Aging: A Randomized Trial. *Ann Intern Med* .
- Jegasothy, S. M. (2014). Efficacy of a New Topical Nano-hyaluronic Acid in Humans. . *Journal of Clinical and Aesthetic Dermatology*,, 27-29.

- Kamble , N., Kumbar , A., Shah, S., & Shaikh, S. (2021). Facial Masks: Current Trends and Future Prospects in Skin Care. *Journal of Drug Delivery Science and Technology*.
- Karp , G; et al . (2019). *Biología Celular y Molecular*. México : McGraw-Hill .
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2011). *Theories of Human Communication*. Boston: Cengage Learning.
- Liu, J. C., Pereira, G., Uhl, S. A., Bravo, M. A., Bell, M. L., & Sun, Q. (2019). *A systematic review of the association between exposure to ambient air pollution and the incidence of cutaneous melanoma*. *Environmental Health Perspectives*.
- McQueen, A., Vernon, S., Meissner, H., & Rakowski, W. (2021). Risk perceptions and worry about cancer: does gender make a difference? *Journal of Cancer Education*.
- Midgen. (2020). Basal cell carcinoma. *New England Journal of Medicine*, 764-774.
- Ministerio de Educación. (2019). *Guía informativa de estrategias para la prevención y el abordaje del acoso escolar*. Obtenido de Ministerio de Educación: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Guia-de-estretagias-para-la-prevencion-y-abordaje-del-acoso-escolar-mayo-2019.pdf>
- Ozdemir, B., & Cetin, M. (2021). A comprehensive review on permanent nail polish. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 450-458.
- Patja, K. e. (2022). Health promotion and disease prevention in the education of health professionals: a mapping of European educational programmes from 2019. *BMC Med Educ* 22, 778.

- Sendiña, I., & Pérez, V. (2006). *Fundamentos de Meteorología*. Santiago de Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- Sharma, M. (2022). *Theoretical Foundation of Health Education And Health Promotion*. Burlington, MA: Jones & Bartlett Learning .
- Skin Cancer Foundation. (2021). *Melanoma*. Obtenido de Skin Cancer Foundation: <https://www.skincancer.org/skin-cancer-information/melanoma/>
- Telang, P. S. (2013). Vitamin C in dermatology. *Indian Dermatology Online Journal*, 143-146.
- The American Cancer Society medical and editorial content team. (14 de 02 de 2022). *What Is Cancer?* Obtenido de American Cancer Society: <https://www.cancer.org/treatment/understanding-your-diagnosis/what-is-cancer.html>
- Varela, C. . (2022). *Huellas: lesiones elementales de la piel*. Colombia: Universidad del Valle.
- Wood, J. T. (2021). *Interpersonal communication: Everyday encounters*. Boston: Cengage.