

# Medios de comunicación y su influencia en la alimentación saludable de jóvenes Universitarios de Riobamba.

(Media and its influence on healthy eating of young University students of Riobamba)

Juan Naranjo-Herrera<sup>1\*</sup>, María de los Ángeles Rodríguez-Cevallos<sup>2</sup>, María José Andrade Albán<sup>2</sup>,  
Cristina Calderón Vallejo<sup>2</sup>

1. Escuela de Promoción y Cuidados de la Salud, Facultad de Salud Pública, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Panamericana Sur Km 1½, Riobamba, Ecuador.

2. Carrera de Nutrición y Dietética, Facultad de Salud Pública, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Panamericana Sur Km 1½, Riobamba, Ecuador.

\*Correspondencia: Escuela de Promoción y Cuidados de la Salud, Facultad de Salud Pública, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Panamericana Sur Km 1½, Riobamba, Ecuador, [juan.naranjoh@epoch.edu.ec](mailto:juan.naranjoh@epoch.edu.ec)

## RESUMEN

En la actualidad, los medios de comunicación influyen en las conductas y comportamientos de los jóvenes universitarios; el contenido actúa de forma perjudicial en su salud. En el presente estudio se analiza el grado de impacto que causan los medios de comunicación en los jóvenes universitarios. Se realizó un estudio tipo descriptivo, transversal y observacional en las Instituciones de Educación Superior de Riobamba, en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y la Universidad Nacional de Chimborazo; debido a que son las más grandes Universidades de la ciudad y particularmente porque existe un gran porcentaje de estudiantes que son de distintas ciudades del país, factor que se relaciona con la alimentación. Los participantes del estudio, son trescientos ochenta estudiantes entre hombres y mujeres. Cada estudiante respondió a una encuesta relacionada a la información que reciben de los medios de comunicación sobre buena alimentación. Después de la aplicación de la encuesta, mediante un esquema de evaluación se definió el grado de influencia de los medios de comunicación en los jóvenes universitarios. La ponderación del grado de influencia se evaluó de la siguiente forma: 0 a 8 = mínimo, 9 a 16 = parcial, 17 a 24 = alto. El grado de influencia 'parcial' obtuvo el mayor porcentaje, sobre un máximo de 24 puntos. El medio de comunicación que más influyó en la elección de los alimentos fue la televisión. El que menos influyó fue el diario. La familia fue un indicador que presentó una alta influencia en la elección de alimentos.

**Palabras Claves:** Medios de comunicación, jóvenes, universitarios, alimentación.

## ABSTRACT

At present, the media influence the behaviors and of university students; the content acts in a way that is harmful to your health. The study indicates the degree of impact caused by the media to university students. A descriptive, cross-sectional study and observation was carried out in the Higher Education Institutions of Riobamba, in the Higher Polytechnic School of Chimborazo and the National University of Chimborazo; because they are the largest universities in the city and particularly because there is a large percentage of students from different cities in the country, a factor that is related to food. The study participants are three hundred and eighty students between men and women. Each student conducted a survey related to the information they receive from the media on good nutrition. After the application of the methodology, by means of an evaluation scheme, the degree of influence of the media on young university students was defined. The weighting of the degree of influence was evaluated in the following way: 0 to 8 = minimum, 9 to 16 = partial, 17 to 24 = high. The degree of 'partial' influence obtained the highest percentage, out of a maximum of 24 points. The means of communication that most influenced the choice of food was television. The one that influenced the least was the newspaper. A very important factor as the family influenced the choice of food.

**KEYWORDS:** Media, University Students; food, nutrition.

## 1. Introducción

Los medios de comunicación transmiten reiteradamente mensajes no saludables en relación con el ideal de belleza, la figura corporal y la alimentación. Este tipo de mensajes ejercen una influencia negativa y perjudicial en los niños y en los adolescentes, que cada vez pasan un mayor número de horas expuestos a los medios de comunicación. (3)

Los hábitos alimentarios, el régimen alimenticio, el perfil alimentario, el patrón alimentario, la conducta alimentaria, tipología alimentaria, entre otros, son términos cuasi sinónimos que hacen referencia al conjunto y caracterización de los alimentos y bebidas que consumimos de manera habitual, cotidiana, por un periodo de tiempo determinado. (4)

Se entiende por buena alimentación o alimentación saludable, a aquella alimentación surtida, que aporta muchos beneficios y nutrientes que el ser humano requiere para mantenerse saludable. En temas de alimentación de los jóvenes, las entidades e instituciones de salud, sugiere tener una alimentación con gran variedad. (14)

Las instituciones de educación superior, son lugares donde se hacen campañas de salud. En la universidad, los jóvenes realizan muchas actividades de aprendizaje, tienen diferentes conductas donde se evidencia los estilos de vida, tal es el caso de una buena alimentación y nutrición.

Los medios de comunicación en gran porcentaje influyen el momento de elegir los alimentos en los estudiantes de educación superior, en ese sentido pueden ser utilizados para mejorar comunicación con temas de una buena alimentación y de esa manera, contribuir y confrontar problemas alimenticios de carencia y exceso. En la región, problemas nutricionales y alimenticios como sobrepeso y obesidad en jóvenes universitarios han aumentado en las tres últimas décadas; de esta manera se obtuvieron los siguientes datos: mujeres de 18 a 25 años se aumentó de 11,2 a 18,6%, los varones de 4 a 9,7%. Riobamba, es uno de las ciudades con alto indicador de sobrepeso, 17,24%. Existe un estudio realizado en Cuba, donde se menciona que los jóvenes universitarios reciben conocimientos sobre el consumo de vegetales a través de un medio tra-

dicional como la televisión (95%), otro medio tradicional como la radio (62%) y otro factor muy importante como la familia (52%); los resultados tienen similitud con otros dos estudios ejecutados en México y Cuba, donde mencionan que los medios de comunicación de impacto masivo, de forma particular la televisión, influye sobre el comportamiento y las conductas de las personas, haciendo que el mencionado medio, tenga un gran impacto, debido a factores importantes emotivos y objetivos para de esta manera impulsar el aprendizaje, que habitualmente sobrepasa el los alcances de la familia y la universidad. También existe un estudio realizado en un país europeo como España, donde menciona que 35,2% de estudiantes desconocen el impacto o grado de influencia de la Televisión en alimentación cotidiana; Pese a ello, 71,8% ingiere productos comunicados en Televisión. De esta manera, el objetivo del estudio fue definir el grado de influencia que tienen los tradicionales medios de comunicación en los jóvenes estudiantes universitarios, así como los medios de comunicación que influyen en una buena alimentación. (15)

El mal uso de los alimentos disponibles y la toma de decisiones incorrectas sobre el consumo de los mismos está propiciado por factores socioculturales que traen consigo hábitos alimentarios inadecuados y una serie de enfermedades. (1)

## 2. Métodos

**Participantes:** La población del estudio está formada por n=340 jóvenes universitarios, cuyas edades van desde los 18 y 25 años. La recolección de información se efectuó en estudiantes universitarios de las Instituciones de Educación Superior de Riobamba, quienes aceptaron ser evaluados e involucrar la intervención en el estudio, mediante la firma de un documento de autorización.

**Procedimiento:** Se realizó un estudio observacional, descriptivo de la población de 5 505 jóvenes que cursaban los niveles de educación superior, se tomó una muestra de 340 jóvenes universitarios, aplicando la técnica de muestreo por conveniencia. En un proceso previo validaron una herramienta bajo criterios de especialistas y un test piloto.

En el criterio de los especialistas intervinieron profesionales de carreras relacionadas con Nutrición y Dietética, y el juicio de un profesional en Comunicación. El test se llevó a cabo en una determinada población de estudiantes universitarios que fueron evaluados. Con el permiso respectivo de las autoridades de las Instituciones de Educación Superior y la autorización de los jóvenes universitarios, se aplicó el cuestionario acerca del impacto y el grado de influencia que reciben de los medios de comunicación, la cual fue estructurada con nueve preguntas.

La estructura del cuestionario relaciona la manera que influye la tv, radio, web, prensa en la elección de los alimentos, con en la primera y segunda pregunta. La tercera y cuarta pregunta destaca en los alimentos que son saludables y también con aquellos que no lo son, según mencionaban los jóvenes universitarios. Las dos siguientes preguntas se enfocaron en evidenciar aquellos espacios dentro de la tv, radio, prensa y web, que brindaban información acerca de alimentos que son y no son saludables.

Luego preguntas que se pensaba que tenían influencia al momento de elegir los alimentos, si hubo deseo de adquisición de alimentos vistos en los medios de comunicación y determinar cuáles son. Finalmente, la última pregunta fue para determinar si la familia, el ambiente universitario, amigos y los medios de comunicación influyen en cada uno de ellos para el consumo de los alimentos. La ponderación de las cuatro primeras preguntas se determinó con cero puntos cuando no influye, dos puntos cuando el nivel influencia es poco, con cuatro puntos cuando tiene un nivel de influencia normal, seis puntos cuando influye mucho.

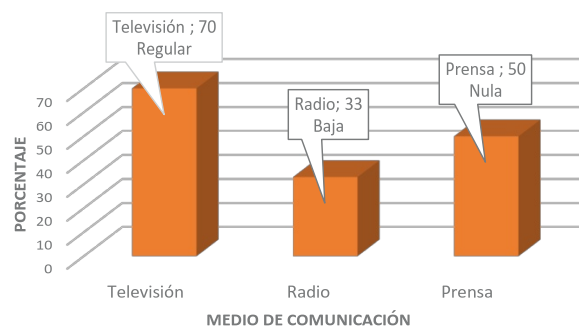
El grado de influencia recibida de los medios fue ponderada de la siguiente manera: 17-24 pts = alto; 9-16pts=medio; 0-8 pts = bajo.

Las preguntas restantes no tuvieron un puntaje específico, pero se consideró ciertos valores en porcentajes, tal es el caso que el 70% de jóvenes universitarios, mencionaron que el medio de comunicación tradicional como la tv, fue el que más influyó a la hora de la elección de sus alimentos. Todas las valoraciones obtenidas de las respuestas por parte de los investigadores fueron escogidas y determinadas de forma parcial.

En el análisis de la información, se dio a conocer los datos a través de porcentajes y gráficos de barras.

### 3. Resultados

Acerca de los medios de comunicación y el grado de influencia en una buena alimentación, el nivel medio logró el mayor porcentaje, mientras que el resultado que obtuvo un menor porcentaje fue el nivel alto. En el Grafico 1 se describen los resultados encontrados en el desarrollo de la encuesta ejecutada, en donde se observó que el medio de comunicación televisivo, obtuvo un grado de influencia regular con un 70%. Otro medio de comunicación como la radio, tuvo un bajo nivel de influencia, ya que el 33,3% de jóvenes Universitarios indicaron que influye poco. En lo que tiene que ver con la prensa, un 50% de los universitarios mencionaron que era casi nula la influencia de este medio.



**Gráfico 1:** Influencia de los medios de comunicación en la alimentación saludable.

En la encuesta se mencionó que, para el consumo de ciertos alimentos como frutas y leche, el medio de comunicación como la tv, tuvo una gran influencia. La prensa fue el medio de comunicación que influyó para que los jóvenes consuman alimentos como pescado, carne y pollo. De la misma manera, la radio y la web en cuanto al consumo de alimentos saludables, no llegaron a tener influencia.

Por otro lado, los alimentos considerados como no saludables, los jóvenes en un gran porcentaje, mencionaron que la tv influyó para el consumo de caramelos, gomas de mascar. Además, se obtuvo otro dato muy relevante de los jóvenes universitarios, ya que el 75% dijo que al menos en una ocasión han adquirido o han tenido el deseo de compra de alimentos que han sido promocionados en distintos medios de comuni-

cación. Dentro de los alimentos que han adquirido o han tenido el deseo de compra están: Yogurt, snacks, colas, chocolates, hamburguesas.

#### 4. Discusión

Investigaciones realizadas han validado que la tv como medio de comunicación influye más en la selección de alimentos. Sucede lo mismo con el presente estudio, ya que la televisión fue el medio de comunicación que más influyó a la hora de elegir los alimentos. Un estudio realizado en Austria, menciona que los anuncios de comida rápida en la televisión son muy comunes; en nuestro país este es un factor común ya que las grandes cadenas de comida rápida que lideran el mercado nacional utilizan este medio de comunicación como herramienta publicitaria; a esto se suma el hecho de que la buena alimentación, no se anuncia. Por ese motivo, en un futuro sería importante sugerir un cambio en las programaciones que la tv ofrece, con contenidos en educación alimentaria nutricional.

El efecto que tienen los diferentes medios de comunicación en el momento de seleccionar los alimentos es incuestionable según los resultados encontrados en este trabajo, por ello, deberíamos beneficiarnos de estos medios, como espacios para comunicar y educar en temáticas de alimentación saludable y práctica de actividad física para los jóvenes universitarios y los demás usuarios.

Otro estudio realizado en Estados Unidos de jóvenes sobre las buenas y malas conductas alimenticias, para tener cuidado y controlar el peso hizo uso de revistas que abordaban temas de cuidados alimenticios y dietas; demostrando que la intervención a través de este tipo de medios de comunicación puede ser efectiva. (30).

En cuanto al factor familia, los jóvenes mencionaron que, en el momento de seleccionar los alimentos, la familia tiene un rol fundamental por el hecho de ser este el núcleo en donde se fomentan hábitos alimentarios saludables o no y en segundo lugar los medios de comunicación, sin olvidar que las instituciones de educación superior también influyeron puesto que no siempre hay disponibilidad de alimentos saludable, pero en un menor porcentaje.

Es importante identificar las limitaciones que tienen las instituciones de educación superior, para la adquisición de programas de alimentación saludable y su aplicación en sus espacios.

#### 5. Conclusiones

Dentro de los espacios de educación superior, se debe promover la implementación de programas nutricionales que aporten a la salud de los jóvenes, ya que las amistades y el lugar donde permanecen una considerable cantidad de tiempo es justamente en las instituciones de educación superior; de la misma manera en los hogares y específicamente con las familias se debe intervenir con información de alimentación saludable y también aplicar una educación, donde se inculque buenos hábitos alimenticios.

Finalmente, los medios de comunicación, tienen un nivel de influencia considerable, siendo la televisión el medio que influyó más en la elección de los alimentos de los jóvenes universitarios, por ello la importancia de considerar estos espacios para utilizar anuncios de alimentación saludable.

#### Agradecimientos

Los investigadores expresen un profundo agradecimiento a quienes colaboraron en esta investigación, profesores, estudiantes, autoridades de la ESPOCH y demás actores sociales.

#### Conflictos de interés

El presente trabajo no presenta ningún tipo de conflicto que pueda afectar de manera adversa la integridad o fiabilidad del presente manuscrito.

#### Limitación de responsabilidad

Todos los puntos de vista expresados en el presente trabajo son de entera responsabilidad de los autores y no de la institución a la que pertenecen.

#### Fuentes de apoyo

No existe financiación de origen público o auspiciante privado para la realización del presente trabajo.

### Referencias

1. Barrial Martínez AM, Barrial Martínez AM. Contribuciones a las Ciencias Sociales. [Online].; 2011 [cited 2019 06 2. Available from: [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/red-icean/docs/Colombia;Iceanenla%20familia;EAN%20sociocultural%20para%20SAN;2012.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/red-icean/docs/Colombia;Iceanenla%20familia;EAN%20sociocultural%20para%20SAN;2012.pdf)
2. Román V, Quintana M. Nivel de influencia de los medios de comunicación sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos de un distrito de Lima. *An Fac med.* 2010; 71(3).
3. López-Guimerà G. Medios de comunicación: una potente influencia para nuestros jóvenes. *Aula de Innovación Educativa.* 2009; (178).
4. Bartrina JA. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario. Tesis Doctoral. Leioa: Universidad del País Vasco, Departamento de Periodismo II; 2015.
5. Vargas Ares dC. Publicidad y Alimentación Saludable un acercamiento a las percepciones de niños y amas de casa. Tesis. México. D.F.: Universidad Iberoamericana; 2012.
6. Martínez Segura P. ANIS: Conciliación de interés entre informadores y comunicadores de la Salud. *Revista Española de Comunicación en Salud.* 2014; 5(1).
7. Navaridas, J.A.G. (2014). El vídeo, clave en una estrategia de comunicación en salud. *Comunicación en SALUD*, 20 octubre, 2014 COM Salud [www.comsalud.es]
8. Quesada Pérez, M. (2009). Fuentes digitales especializadas en contenidos de calidad. En *Internet como fuente generadora de contenidos especializados.* Barcelona, pp. 144- 162.
9. Ronco López, M.; Peñafiel, C.; Echegaray, L. (2014). . *El Periodismo de Salud en España.* La información de salud en la prensa española (2000-2010): aproximación a los estudios documentales existentes. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 37, 267-304
10. SIE-14. Informe. La Sociedad de la Información en España 2014. Madrid: Fundación Telefónica, 2015.
11. Brown J, Cantor J. An Agenda for research on youth and the media. *J Adolesc Health.* 2000;27S:2-7.
12. Sowden AJ, Arblaster L. Mass media interventions for preventing smoking in young people. En: *The Cochrane Library*, 4; Oxford: Update Software; 2001.
13. CENAN, INS, MINSA. Monitoreo Nacional de Indicadores Nutricionales. Perú; 2004.
14. Medina A, Guridi M, Ramón F, Pérez M. Comportamiento del consumo de vegetales en adolescentes de un área de salud. *Revista Electrónica Psicología Científica;* 2007. Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-291-1-comportamiento-del-consumode-vegetales-en-adolescentes-de-u.html>
15. Plasencia A. Enfoque sobre la comunicación en la gestión de proyectos comunitarios. Ciudad de la Habana: Ediciones Unión. 2003.
16. Suárez J, Navarro F. Nivel de conocimientos, actitudes y hábitos sobre alimentación y nutrición en escolares de las Palmas de Gran Canaria. *Rev Esp Nutr Comunitaria* 2002;8(1-2):7-
17. Argimón JM, Jiménez J. Métodos de investigación. *Clínica y Epidemiología.* 2da edición. Madrid: Ediciones Harcourt. S.A; 2000:65–106.
18. Hernández R, Fernández C, Baptista P. *Metodología de la Investigación.* 4.a ed. Mc Graw Hill Editores. México 2006.
19. Dixon H, Scully M, Wakefield M. The effects of television advertisements for junk food versus nutritious food on children's food attitudes and preferences. *Soc Sci Med.* 2007;65(7):1311-23.

20. Van Den Berg P, Neumark D. Is dieting advice from magazines helpful or harmful? Five – years associations with weight – control behaviors and psychological outcomes in adolescents. *Pediatrics*. 2007;119:e30-e37.
21. Rivera MR. La educación en nutrición, hacia una perspectiva social en México. *Rev Cubana Salud Pública*. 2007;33(1):1-12.
22. Harris J, Bargh J. The relationship between television viewing and unhealthy eating: Implications for children and media interventions. *Health Commun*. 2009;24(7): 660–73.
23. Toral N, Conti M, Slater B. Healthy eating according to teenagers: perceptions, barriers and expected characteristics of teaching materials. *Cad. Saúde Pública*. 2009;25(11): 2386-94.
24. Bauer K, Patel A, Prokop L. Swimming upstream: faculty and staff members from urban middle schools in low-income communities describe their experience implementing nutrition and physical activity initiatives. *Prev Chronic Dis*. 2006;3(2):A37.
25. Ainsworth, M. D. S. (1969). Object relations, dependency, and attachment: A theoretical review of the infant-mother relationship. *Child Development*, 40(4), 969–1025. <http://doi.org/10.2307/1127008>
26. Chiesa M, Fonagy P. Reflective function as a mediator between childhood adversity, personality disorder and symptom distress. *Personal Ment Health* 2014;8:52-66
27. Aarva, P., Haes, W. y Visser A. (1997). Health communication research. *Patient Education and Counseling*, 30, 1-5. ALCALAY, R. (1999). La comunicación en salud como disciplina en las universidades estadounidenses. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 3 (5) 192-196.
28. Cabrera, G., Tascón, J. y Lucumí, D. (2001) Creencias en salud: historia, constructos y aportes del modelo. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*,19 (1):91-100.
- CLONINGER, S. (2003). *Teorías de la Personalidad*. México: Prentice Hall.
29. Coe, G. (1998). *Comunicación en Salud*. *Revista Chasqui* ,63, [En línea]. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/coe.htm> [Consultado 24 de diciembre, 2009].
30. Donohew, L., Sypher, H.E. y Bukoski, W.J. (1991). *Persuasive Communication and Drug Abuse Prevention*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale.
31. Dutta-Bergman, M. (2005). Theory and practice in health communication campaigns: A critical interrogation. *Health Communication*,18(2), 103-122.
32. Green, L.W. (1989). *Making health communication programs work: A planners guide*. National Institute of Health Publication. GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2004). El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo*, 12 (1), 2-23.
33. Organización Panamericana De La Salud (2001). *Manual de comunicación para programas de promoción de la salud de los adolescentes* [En línea]. Disponible en: <http://www.amro.who.int/Spanish/HPP/HPF/ADOL/ComSocial.pdf> [Consultado 10 de enero, 2008].