



Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Xochimilco

División de Ciencias Biológicas y de la Salud

Licenciatura en Nutrición Humana

Informe de Servicio Social

Presentan:

Castañeda Martínez Ruth Angélica

Matrícula: 2213058810

Castelán Román Ulises Arturo

Matrícula: 2192034363

**Producción y divulgación audiovisual de información referente a salud,
alimentación y nutrición para el programa radiofónico**

“Frecuencia Nutricional”

Periodo de realización: 23 de junio del 2025 al 9 de enero del 2026



Asesor interno: Mtro. Rafael Díaz García
No. Económico: 18470

Contenido

I. Datos generales y nombre de los prestadores.	3
II. Lugar y periodo de realización.....	3
III. Unidad, División y Licenciatura que cursan o hayan cursado.....	3
IV. Nombre del plan, programa o proyecto en el que participó.	3
V. Nombre del asesor.....	3
VI. Introducción.....	4
VII. Objetivos generales y específicos.	6
General	6
Específicos.....	6
VIII. Metodología utilizada.	7
Investigación Descriptiva	7
IX. Actividades realizadas.	9
X. Metas alcanzadas	16
XI. Resultados y conclusiones.....	17
Facebook	17
Instagram	18
TikTok.....	19
X.....	20
Conclusiones.....	21
XII. Recomendaciones.....	22
XIII. Referencias bibliográficas	23

I. Datos generales y nombre de los prestadores.

Producción y divulgación audiovisual de información referente a salud, alimentación y nutrición para el programa radiofónico “Frecuencia Nutricional”

- Castañeda Martínez Ruth Angélica
Matrícula: 2213058810
- Castelán Román Ulises Arturo
Matrícula: 2192034363

II. Lugar y periodo de realización.

Unidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

- Inicio: 23 de junio de 2025
- Término: 9 de enero de 2026

III. Unidad, División y Licenciatura que cursan o hayan cursado.

- Unidad Xochimilco
- División de Ciencias Biológicas y de la Salud
- Licenciatura en Nutrición Humana

IV. Nombre del plan, programa o proyecto en el que participó.

Producción y divulgación audiovisual de información referente a salud, alimentación y nutrición para el programa radiofónico “Frecuencia Nutricional”

V. Nombre del asesor.

- Mtro. Rafael Díaz García. No. Económico: 18470

VI. Introducción.

La forma en que se transmite información ha evolucionado enormemente, ofreciendo una amplia gama de opciones y formatos. En la última década, las redes sociales han jugado un papel fundamental en esta transformación, particularmente desde el lanzamiento de Facebook en 2004, Instagram, YouTube y Tiktok, estas plataformas han impactado profundamente la comunicación de entidades como instituciones, sociedades y empresas, sobre todo al facilitar la difusión individual de contenido privado. Con ello, las redes sociales han revolucionado la divulgación de la ciencia, haciendo que el conocimiento sea más accesible al público a través de diversos medios como infografías, videos y directos (Camacho-López, et.al, 2022).

Dada la masiva adopción de estas aplicaciones en América Latina, los comunicadores y profesionales en ciencia se ven obligados a buscar las mejores plataformas online. La meta es optimizar la distribución, visibilidad y el impacto de sus mensajes, asegurándose de que la esencia del contenido científico se preserve durante la creación. Ya que, en el escenario globalizado actual, internet se erige como el principal imán para quienes buscan conocimiento científico, cultivando así una audiencia ávida de contenido de ciencia, particularmente en temas relacionados a nutrición y salud. Es por eso que se ha transformado en un motor para profundizar en la información, sirviendo como un pilar fundamental para la difusión de contenidos de ciencia, nutrición y alimentación que pueden llegar al público a través de múltiples canales (Neira, et.al, 2022).

Si bien, los estilos de vida contemporáneos se ven significativamente influenciados por la difusión de información y la interacción social, también, mediante el uso de las redes sociales, este proceso se ha tornado considerablemente más expedito y directo. Actualmente, la disponibilidad de información sobre alimentación y nutrición se encuentra al alcance de un solo clic, lo que posibilita su acceso a una amplia proporción de la población mundial (Escobar, et.al, 2021).

Es por eso la importancia de la difusión de los temas relacionados a alimentación y nutrición, ya que permite que se tenga un alcance mayor en diferentes audiencias, proporcionando información basada en evidencia científica sólida e impartida por diferentes expertos en el área de la salud.

Por ende, el programa de radio Frecuencia Nutricional prioriza el desarrollo de contenido visualmente atractivo, como cápsulas informativas y videos cortos, que promueven mayor impacto al espectador. Aunado que esta estrategia busca que la información sea no solo

comprensible y atractiva, sino también fácilmente compartible. Este enfoque no solo afianza su rol como una fuente confiable y accesible en el ámbito de la nutrición, sino que también le permite concretar su objetivo de promover mayor educación en salud y nutrición a la población para la adopción de hábitos de vida más saludables, particularmente en un contexto donde las redes sociales han convertido en las principales fuentes de información del mundo.

VII. Objetivos generales y específicos.

General

- Aprovechar el material del programa Frecuencia Nutricional para producir videos breves y clips educativos destinados a las redes sociales.

Específicos

- Identificar semanalmente los temas de mayor relevancia abordados en las emisiones del programa Frecuencia Nutricional.
- Producir semanalmente dos piezas audiovisuales breves, optimizadas para su difusión en las plataformas de redes sociales del programa, como YouTube, Facebook, Instagram y TikTok.
- Distribuir el material audiovisual generado a través de los canales digitales del programa.

VIII. Metodología utilizada.

Investigación Descriptiva

Para la difusión de conocimiento científico, se diseñaron cápsulas informativas y videos de formato corto basados en los datos y audios suministrados por el programa radiofónico “Frecuencia Nutricional”. Esto con la intención de transformar la evidencia científica en contenidos dinámicos de fácil recepción para el público en general.

Para el desarrollo del material audiovisual, consistió en grabaciones originales en formato de alta fidelidad (WAV), transferidas mediante servicios de almacenamiento en la nube por medio de la plataforma Dropbox. Se seleccionaron las partes a criterio personal que tuvieran mayor relevancia temática enfocados en datos de interés relacionado a la nutrición. Con la intención de dar mayor claridad temporal, los videos tuvieron una duración máxima de 90 segundos (1:30 minutos), para garantizar la atención del espectador. Cabe resaltar que los segmentos seleccionados se sometieron a una fase de edición individual y exportación en formato MP3, garantizando la compatibilidad con las diferentes plataformas digitales.

El soporte visual para la representación gráfica de la información se obtuvo estrictamente de la plataforma Pexels. Se emplearon videos sin derechos de autor (Copyright- free) para ilustrar los conceptos discutidos en los audios, asegurando así el cumplimiento de las normativas de propiedad intelectual y manteniendo un estándar visual profesional.

Respecto al proceso de edición de video, subtitulación y ensamblaje final se centralizó en el uso del hardware dos dispositivos iPad (versión iOS10) y en cuanto al software de edición, la aplicación CapCut fue utilizada para la integración del audio, el material audiovisual, los elementos gráficos y los subtítulos.

En cuanto a la distribución y publicación del contenido final, se realizó de manera automatizada a través de la plataforma Meta Business Suite para la red social Facebook, y de manera manual para las plataformas Instagram, X (anteriormente Twitter), TikTok y YouTube. Para la frecuencia de publicación se estipularon dos días a la semana (sábados y domingos), en un lapso entre las 9:00 a.m. y las 20:00 p.m. horas.

Con el fin de salvaguardar la validez científica, se excluyó cualquier información externa que no fuera validada por el programa "Frecuencia Nutricional". Cabe destacar que el desarrollo de este proyecto contó con la supervisión técnica y asesoría del Lic. Alfredo Velázquez Díaz, productor del programa radiofónico.

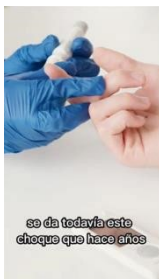
IX. Actividades realizadas.

El propósito central de este proyecto consistió en fortalecer la divulgación de contenidos especializados en salud, generados por los expertos invitados al programa "Frecuencia Nutricional". A través de la producción de piezas audiovisuales de corta duración, se buscó optimizar el alcance y la interacción en plataformas digitales, presentando la información técnica de una manera creativa, dinámica y sintetizada para las audiencias contemporáneas.

Durante el periodo de ejecución de seis meses (24 semanas), se asignó una carga horaria promedio de cuatro horas diarias de lunes a viernes. La estructura operativa se organizó de la siguiente manera: lunes y martes: se dedicó la jornada al análisis de las emisiones radiofónicas completas para identificar y extraer segmentos de audio con potencial informativo. Posteriormente, se realizó una búsqueda exhaustiva de recursos visuales que tuvieran coherencia visual con los fragmentos seleccionados.; miércoles a viernes: en este lapso se priorizó la edición y unión del material; sábado y domingo: estos dos últimos días de la semana fueron para someter a un proceso de revisión y posterior aprobación por parte del Productor del Programa para poder publicarlo en las diferentes redes sociales.

Todos los videos comprendidos fueron subidos a la plataforma de almacenamiento Google Drive para mantener un control y una copia de seguridad del trabajo realizado académicamente, los mismos se presentan a continuación.

Tabla1. Actividades realizadas detalladas semanalmente.

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos	
23-27 de junio	Tema: Dieta a base de plantas Invitada: Lic. Carla Reynoso Sánchez Programa: 548 https://e.xoc.uam.mx/UGL5H		
30 de junio-4 de julio	Tema: Desafíos clave en salud y seguridad alimentaria para la población de la diversidad sexogenérica Invitado: Lic. Adán Betancourt Programa: 549 https://e.xoc.uam.mx/JEZUR		
7-11 de julio	Tema: Programa de diabetes tipo 2, autocuidado en comunidad Invitados: César Cornejo y Carolina Guerrero Programa: 550 t.ly/gfey3		
14-18 de julio	Tema: Gordofobia en la práctica profesional de la nutrición Invitada: Mtra. Ileana Muñiz González Programa: 551 t.ly/ncwGO		

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos	
21-25 de julio	Tema: La prescripción médica Invitado: Dr. Francisco López Naranjo Programa: 552 t.ly/mBGI6		
28 de julio- 1 de agosto	Tema: Nutrición animal y productos de origen animal Invitado: Germán David Mendoza Programa: 553 t.ly/LKJC_		
4-8 de agosto	Tema: Cafetería eco-verde de la UAM Xochimilco Invitada: Lic. Celia García González Programa: 554 t.ly/2jG0C		
11-15 de agosto	Tema: Clínica de patología y medicina bucal de la UAM Xochimilco Invitada: Dra. Gabriela Anaya Saavedra Programa:555 https://e.xoc.uam.mx/LBY85		

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos	
29 septiembre- 4 de octubre	Tema: Producción de alimentos y salud Invitado: Dr. Gaspar Ros Berruezo Programa: 556 https://e.xoc.uam.mx/94AM7		
6-10 de octubre	Tema: Autoestima y trabajo Invitado: Mtro. Francisco Javier Huerta Moreno Programa: 557 https://e.xoc.uam.mx/Z4FSR		
13-17 de octubre	Tema: Psicología integrativa Invitada: Psic. Olga Albaladejo Programa: 558 https://e.xoc.uam.mx/YQHZC		
20-24 de octubre	Tema: Contexto del tabaquismo en México Invitados: Dra. Aimé Martínez; Dr. Abraham Tolentino; Dr. Fernando Montero; Dra. Tracy Pérez y P. Valeria Bedolla Programa: 559 https://e.xoc.uam.mx/TNGRJ		

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos	
27-31 de octubre	Tema: Cáncer de hígado Invitado: Dr. Mijail Tapia Programa:560 https://e.xoc.uam.mx/XP6TW		
3-7 de noviembre	Tema: Dejar de fumar y personal de salud Invitados: Dra. Rosa Guerrero; Dr. Abraham Tolentino; Mtro. Oscar Rodríguez; Dr. Luis Delgado; P. Diana García y P. Valeria Bedolla Programa:561 https://e.xoc.uam.mx/8WEXY		
10-14 de noviembre	Tema: Dulce condena, la pandemia silenciosa que México no quiere ver Invitado: Gustavo Torres Aguilar Programa: 562 https://e.xoc.uam.mx/4TYU7		
17-21 de noviembre	Tema: Importancia de la enfermería en Brasil Invitadas: Dra. Eliane Lima y Dra. Cándida Primo Programa: 563 https://e.xoc.uam.mx/5F28P		

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos	
24-28 de noviembre	Tema: Diabetes en el entorno laboral Invitada: Mtra. Mónica Hurtado Programa: 564 e.xoc.uam.mx/YCET6		
1-5 de diciembre	Tema: Halterofilia en la UAM Xochimilco Invitada: Anahí Palacios Moreno Programa: 565 t.ly/zpynA		
8-12 de diciembre	Tema: Salud mental, el corazón y la respiración Invitada: Dra. Ana Karen Talavera Peña Programa: 566 https://e.xoc.uam.mx/E5FS9		
15-19 de diciembre	Tema: El uso de antimicrobianos en la producción lechera Invitada: Dra. Elisa Escudero Pastor Programa: 567 http://t.ly/fhXGt		

Periodo de elaboración	Tema de los videos	Portada de los videos
5-9 de enero	Tema: Dietas altas en grasa y salud mental Invitada: Dra. Kioko Guzmán Ramos Programa:568 t.ly/LgUM7	

X. Metas alcanzadas

- La producción total de videos cortos fue de 42, se produjeron 2 por semana los cuales fueron publicados en las diversas redes sociales del programa.
- Se divulgó diversa información relacionada a temas de nutrición, alimentación, cuidado físico y mental, diversidad e integración, así como la promoción a espacios de orientación en temas específicos como consulta nutricional, manejo y control de la diabetes, salud bucal, procesos para dejar de fumar, psicología y más
- Se logró un impacto positivo en las redes sociales del programa logrando así un aumento de seguidores, visualizaciones, vistas y alcance en la mayoría de ellas.

XI. Resultados y conclusiones

Los resultados obtenidos en las distintas aplicaciones como *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* y *X* utilizadas en el periodo comprendido del servicio social, muestran diversas métricas, las cuales se obtuvieron con las funciones de estadísticas para creadores de las antes mencionadas redes sociales y que se detallan a continuación.

Facebook

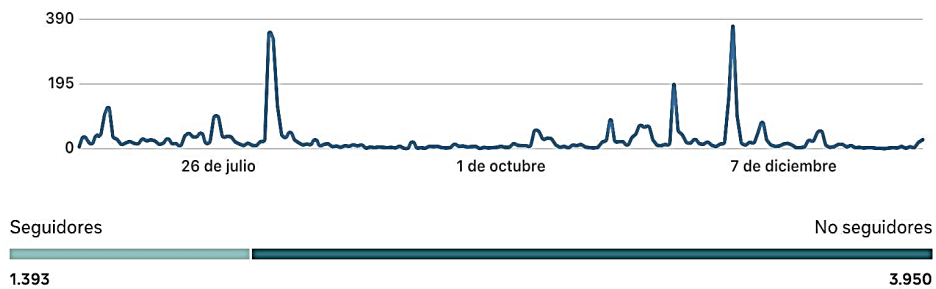
Las métricas en este periodo disminuyeron un 20.5% en visualizaciones, 22.8% en interacciones con el contenido, 50% en el contacto de mensajes y 27.3% en el aumento de seguidores.



Si bien los números cayeron como se muestra en la gráfica anterior, en el caso de las reproducciones mayores a 3 segundos incrementaron en un 20.7%, este aumento provino mayormente de no seguidores como se muestra en la siguiente gráfica, demostrando así que hubo un alcance en nuevos usuarios que se interesaron por el contenido del programa.

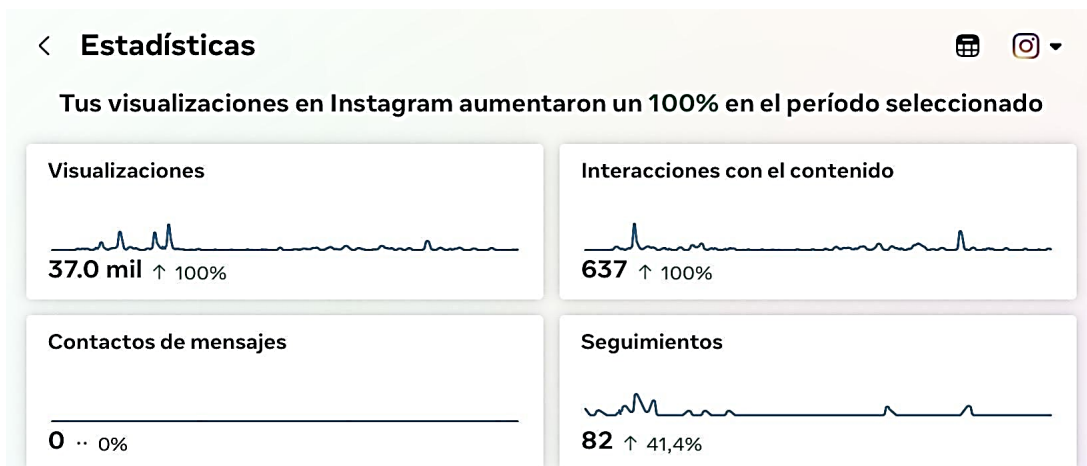
Reproducciones de 3 segundos ⓘ

5,3 mil ↑ 20,7%



Instagram

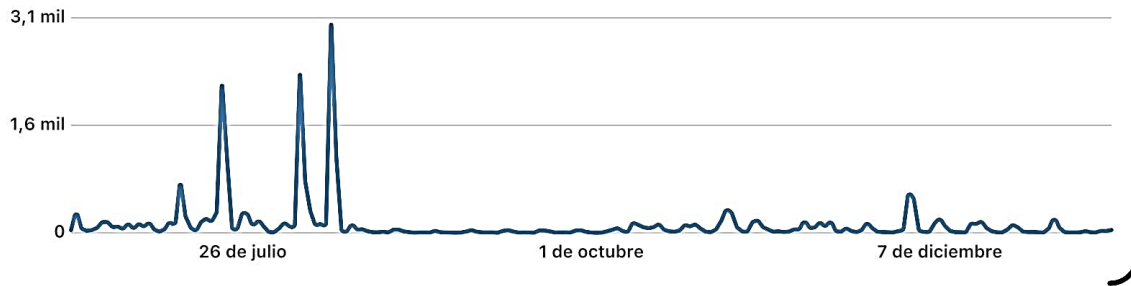
El caso de *Instagram* fue exitoso mostrando un aumento del 100% en visualizaciones e interacciones con el contenido y 41.4% en nuevos seguidores como se muestra en la siguiente gráfica.



El alcance en esta red social también se vio incrementado en un 215% demostrando su mayor alcance en el mes de julio como lo representa a continuación la gráfica siguiente.

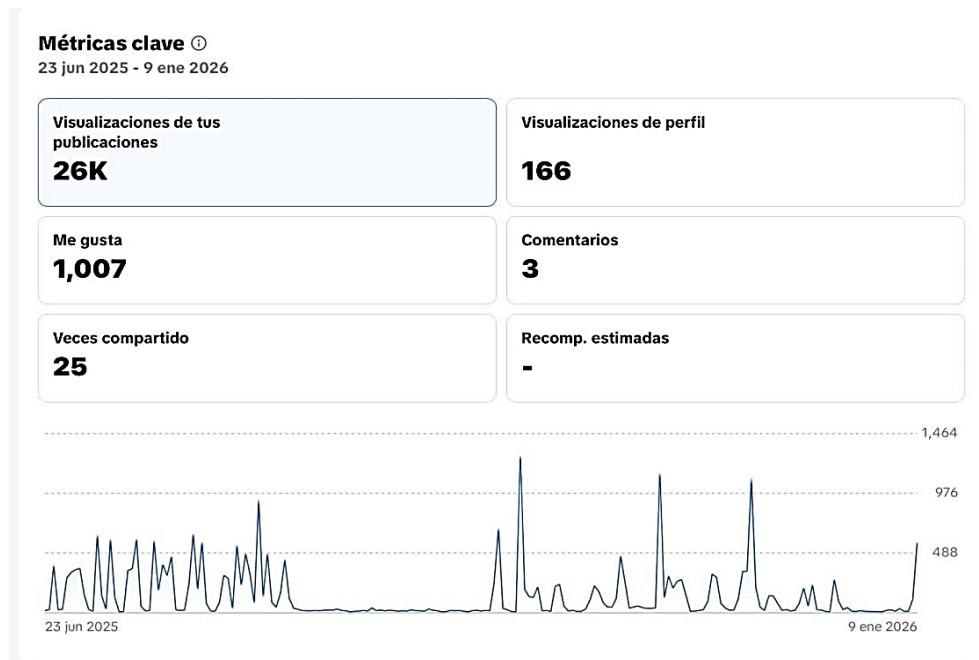
Alcance de Instagram

15,1 mil ↑ 215%



TikTok

La plataforma *TikTok* alcanzó 26,000 reproducciones en el periodo comprendido, 166 visualizaciones al perfil, 1007 me gusta, 3 comentarios y el contenido fue compartido 25 veces como se muestra a continuación.



TikTok también se vio beneficiado en un aumento exponencial de 197 nuevos seguidores, alcanzando así un total de 291 usuarios interesados en el contenido del programa.

Métricas clave ⓘ

23 jun 2025 - 9 ene 2026

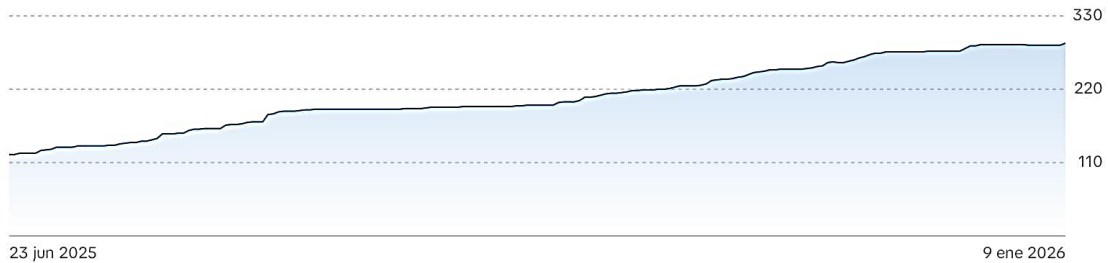
Total seguidores

291

Desde el inicio

Seguidores netos

167



X

El alcance de X se vio beneficiado por 22 nuevos seguidores, 14,000 impresiones, una tasa de interacción del 3.5%, un total de 501 interacciones, 29 visitas al perfil, 115 me gusta, 122 reposts, el contenido fue guardado en 9 ocasiones y hubo una respuesta y un compartido.



Conclusiones

El formato de video corto ha demostrado un efecto positivo en la publicidad y difusión del programa, ha representado alcance a nuevas cuentas en distintas plataformas y una manera de informar con brevedad.

Si bien, hubo mayor alcance en *Instagram* demostrando un incremento mayor en comparación a *Facebook* lo cual es un probable indicador sobre una mejor respuesta al video corto, en el caso de otras plataformas como *TikTok* el incremento fue notorio en los nuevos seguidores finalmente en *X* se destacó un buen incremento de impresiones e interacciones.

El crecimiento óptimo de las redes sociales del programa no solo está medido por la divulgación de información a través de los videos cortos, está comprendido por todo el equipo que conforma el programa radiofónico Frecuencia Nutricional.

XII. Recomendaciones

Es importante continuar con la promoción del programa a través de videos cortos, ya que ha demostrado eficacia en el crecimiento, se podrían añadir clips de las personas entrevistadas y el entrevistador para así generar mayor confianza y una relación más directa con los usuarios, también, darle mayor publicidad en las diferentes plataformas para que incremente el alcance y la audiencia, finalmente para hacer uso de diversos hashtags relacionados al tema de cada semana para llegar a más personas.

XIII. Referencias bibliográficas

- 1) Albaladejo O, (2025). Psicología integrativa. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/YQHZC>
- 2) Anaya G, (2025). Clínica de patología y medicina bucal de la UAM Xochimilco. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/LBY85>
- 3) Betancourt A, (2025). Desafíos clave en salud y seguridad alimentaria para la población de la diversidad sexogenérica. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/JEZUR>
- 4) Camacho-López, Saby, Nava-González, Edna J, Apolinar-Jiménez, Evelia, Almendra- Pegueros, Rafael, Pérez-López, Alberto, Gamero, Amparo, Kammar-García, Ashuin, Duarte Junior, Miguel Angelo, Fernández-Villa, Tania, Pérez-Esteve, Édgar, Bonilla, Diego A, Lozano-Lorca, Macarena, & Navarrete-Muñoz, Eva M^a. (2022). Comunicación ética en redes sociales para la nutrición. Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 26(1), 1-3.
- 5) Cornejo C, Guerrero C, (2025). Programa de diabetes tipo 2, autocuidado en comunidad. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <t.ly/gfey3> • Escudero E, (2025). El uso de antimicrobianos en la producción lechera. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <http://t.ly/fhXGt>
- 6) García C, (2025). Cafetería eco-verde de la UAM-Xochimilco. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <t.ly/2jG0C>
- 7) Guerrero R, Tolentino A, Rodríguez O, Delgado L, García D, Bedolla V, (2025). Dejar de fumar y personal de salud. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/8WEXY>
- 8) Guzmán K, (2025). Dietas altas en grasa y salud mental. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <t.ly/LgUM7>
- 9) Huerta F, (2025). Autoestima y trabajo. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/Z4FSR>
- 10) Hurtado M, (2025). Diabetes en el entorno laboral. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <e.xoc.uam.mx/YCET> 6

- 11) Lima E, Primo C, (2025). Importancia de la enfermería en Brasil. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/5F28P>
- 12) López F, (2025). La prescripción médica. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: t.ly/mBGI6
- 13) Mamani Escobar, B., Redrovan, D., Villeda, E., & Hernández Santana, A. (2021). ¿Somos conscientes del efecto de las redes sociales en nuestra nutrición? Innovare: Revista De Ciencia Y tecnología, 10(3), 178–180.
- 14) Martínez A, Tolentino A, Montero F, Pérez T, Bedolla V, (2025). Contexto del tabaquismo en México. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/TNGRJ>
- 15) Martin-Neira, J, Trillo-Domínguez, M, y Olvera-Lobo, M. (2022). La divulgación científica en Instagram: usos y estrategias desde la praxis chilena. Cuadernos.info, (53),229-252.
- 16) Mendoza G, (2025). Nutrición animal y productos de origen animal. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: t.ly/LKJC
- 17) Muñiz I, (2025). Gordofobia en la práctica profesional de la nutrición. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: t.ly/ncwGO
- 18) Palacios A. Halterofilia en la UAM-Xochimilco. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: t.ly/zpynA
- 19) Reynoso C, (2025). Dieta a base de plantas. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/UGL5H>
- 20) Ros G, (2025). Producción de alimentos y salud. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/94AM7>
- 21) Talavera A, (2025). Salud mental, el corazón y la respiración. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/E5FS9> • Tapia M, (2025). Cáncer de hígado. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/XP6TW>
- 22) Torres G, (2025). Dulce condena. Frecuencia Nutricional. UAM Radio FM. Disponible en: <https://e.xoc.uam.mx/4TYU7>