



EL PESO DEL ESTIGMA

Cambiando la narrativa de la
obesidad

EL PESO DEL ESTIGMA: CAMBIANDO LA NARRATIVA DE LA OBESIDAD



RETO

La obesidad enfrentaba un severo problema narrativo: la conversación pública la reducía a una falta de voluntad, imponiendo culpa, vergüenza y estigma. El reto era transformar esa percepción cultural, llevando el enfoque desde la responsabilidad individual hacia el reconocimiento de la obesidad como una enfermedad crónica, multifactorial y tratable, derribando los prejuicios que actúan como barreras para buscar atención médica.



ESTRATEGIA

Para cambiar creencias arraigadas, necesitábamos convertir el conocimiento en empatía. Bajo el concepto "Hacer visible el peso invisible", implementamos una estrategia de PR en tres fases. Materializamos el estigma a través de experiencias inmersivas (como el *Túnel de los Prejuicios* y ligas de resistencia), reunimos a periodistas, médicos y pacientes en talleres reflexivos para experimentar el peso del estigma y convertimos el evento de lanzamiento en un espacio de sensibilización, reuniendo a quienes podían ayudar a transformar y amplificar la conversación sobre obesidad.



RESULTADOS

Convertimos la campaña en un movimiento narrativo. Logramos **241 publicaciones orgánicas y más de 60.5 millones de impactos** (mayoría en Tier 1 y 2). Trascendimos la fuente de salud, llevando el mensaje a medios de negocios y estilo de vida. La estrategia *earned media* fue el motor de credibilidad que instauró la visión de la obesidad como enfermedad médica que requiere un abordaje libre de prejuicios.



GOLIN