

Campaña para prevenir el incremento de casos de Anorexia y Bulimia entre la juventud estudiantil de la ciudad de Guayaquil

Tatiana del Rosario Cedillo Jurado

Andrea de Fátima Salazar Ordoñez

Jorge Washington Supo García

Lcdo. Alex Espinoza Cárdenas

ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral.

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

tcedillo@espol.edu.ec, anddesal@espol.edu.ec, jsupo@espol.edu.ec.

Resumen

Entre los habitantes de la ciudad de Guayaquil existe desconocimiento acerca de los trastornos alimenticios. Dichos males pueden aquejar a cualquier persona, indistintamente de su nivel socio-económico, sexo o edad.

El proyecto desarrollará estos temas mediante piezas gráficas educativas e informativas, además de producir un documental que cuente con toda la información necesaria relacionada a estos trastornos, así como también testimonios reales de pacientes y la opinión de doctores que psicoanalizarán el tema desde sus orígenes hasta la actualidad.

La anorexia y la bulimia son trastornos alimenticios que conllevan a aumentar y disminuir de peso. Los síntomas son diversos en cada persona, por lo que se informará los aspectos psíquicos, emocionales y físicos, y así serán capaces de reconocer si los poseen.

Finalmente esta campaña servirá para informar y orientar a los jóvenes, para que ellos compartan sus conocimientos acerca de estos trastornos con otras personas, logrando así evitar que se presenten nuevos casos en la ciudad.

Palabras Claves: Trastornos alimenticios, Anorexia, Bulimia, Síntomas.

Abstract

Among the habitants of the Guayaquil City, there is not enough information about eating disorders. These ills can affect anyone, regardless of their socio-economic level, age or gender.

This project will develop these issues through graphic pieces, and it will produce a documentary with all the necessary information related to these disorders, including real testimonials from patients and doctors that will give us their point of view about the subject from its origins to the present.

Anorexia and bulimia are eating disorders that lead us to increase and decrease weigh. More and more people are having these disorders but the symptoms are different in each one, for that we will informed the different aspects psychical, emotional and physics, and you will be able to recognize if anyone have this problem.

Finally, this Project will help to inform and guide young people to share their knowledge to prevent further cases of disorders in the city.

Key Words: Eating disorders, Anorexia, Bulimia, Symptoms.

1. Introducción

A través de la historia el tener una contextura ideal fue considerado y es hasta la actualidad sinónimo de salud y belleza tanto para hombres como para mujeres.

El vómito fue utilizado como método de castigo y penitencia por religiosas en épocas pasadas. Un ejemplo de aquello eran los romanos que se auto-inducían el vómito luego de extensos banquetes.

En los años 40 y 50 ambos trastornos fueron incrementándose [1] por lo que se imponía la moda en ropa y desde luego iba íntimamente ligado al cuerpo y a su delgadez.

2. Objetivos del Proyecto

2.1. Objetivos Generales

Es esencial para este proyecto proporcionar información acerca de la anorexia y la bulimia, para evitar que los jóvenes de esta ciudad en su mayoría mujeres, se vuelvan víctimas de estos trastornos que son cada vez más comunes en la actualidad y que son altamente peligrosos si no son tratadas a tiempo.

2.2. Objetivos Específicos

Con la finalidad de ayudar a la comunidad adolescente, población más vulnerable a sufrir de estos trastornos se han creado los siguientes objetivos:

- Promover en la sociedad guayaquileña conciencia sobre los peligros causados por el desorden alimenticio y fomentar la participación de especialistas en el tema.
- Contar con testimonios reales de personas que sufren y/o superaron la enfermedad.
- Información estadística relevante que determine al grupo de personas más afectadas por estas enfermedades en Guayaquil donde se presentan más casos de este tipo.
 - Sugerir como mantener el peso ideal a través de una alimentación sana y equilibrada.
 - Sustituir las creencias erróneas por ideas más apropiadas con respecto a la alimentación.

3. Definición del tamaño de la muestra

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio de campo.

La población que se ha considerado para la realización de la investigación de campo, se concentra en la ciudad de Guayaquil y estará definida por adolescentes de diferentes índole ya sea social o económico.

Para determinar el grupo objetivo, se ha tomado la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC, que se basan

en las Proyecciones de Población 2001 – 2009 del Censo de Población y Vivienda.

Tabla 1. Población de Guayaquil 2009.

Población Ciudad de Guayaquil	3.699.321
Población Adolescentes Ciudad de Guayaquil	603.168

3.1. Análisis de resultados de las encuestas

El 76% de las personas encuestadas ha escuchado acerca de la Anorexia y Bulimia pero confunde los términos pensando que los dos trastornos significan lo mismo.

El 36% de personas no se siente conforme con su peso actual.

Los adolescentes piensan que la mejor manera de adelgazar es haciendo dietas y realizar ejercicio continuamente hasta lograr el cuerpo deseado, pero una gran mayoría piensa que dejar de comer es la mejor alternativa.

El 64% piensa que influyen los medios de comunicación para que los jóvenes quieran verse delgados.

El 41% cree que poseer un cuerpo delgado es gozar de un buen estado de salud.

Solo el 18% de encuestados ha visto algún tipo de campaña en televisión; el 71% de ellos está de acuerdo en apoyar una campaña de este tipo.

4. Plan de desarrollo

Para poder desarrollar la campaña se tienen diversas vías de comunicación a las cuales recurrir para que los adolescentes se informen acerca de ella y conozcan sobre el proyecto que se llevará a cabo.

4.1. Propósito de la Campaña

La intención de la campaña es disminuir los casos de Anorexia y Bulimia que ocurren en la ciudad de Guayaquil, dar información acerca de las definiciones de los trastornos alimenticios que existen, la prevención, el apoyo que debe de brindar el entorno a la persona que posee estos desórdenes alimenticios, la guía de especialistas en la rama de nutrición y psicología, que traten estos males y los factores de conducta que tienen muchos jóvenes, además de testimonios de personas que han tenido cualquiera de estos dos trastornos.

4.2. Ámbito para ejecución del Proyecto

La campaña será dirigida a personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.

El auspiciante designado para representar la campaña será el encargado de otorgar un centro de

información a los adolescentes. La información también estará disponible en los centros educativos más representativos de la ciudad de Guayaquil.

4.3. Análisis del Público Objetivo

Se buscará conocer los factores que afectan a los jóvenes y adolescentes, y así llevarlos a tener cambios de conducta en su alimentación.

El adolescente tendrá muchos cambios, entre ellos:

- Desarrollo del pensamiento formal.
- Solidificación de las amistades afectivas con probable experimentación grupal.
- Siente preocupación por su atractivo físico, y así le empieza a inquietar su peso.

4.4. Estrategias

Realizar una investigación de mercado para conocer los factores, influencias, tendencias y conocimiento que tiene la juventud de la ciudad de Guayaquil sobre la anorexia y la bulimia.

Uso de avisos, banners para dar a conocer sobre los trastornos.

Realización del documental para llegar de manera interactiva hacia el mercado meta.

Conferencias para difundir e informar acerca de los trastornos alimenticios, síntomas y formas de prevención.

5. Manual de diseño de Campaña

5.1. Identificación

El título o nombre seleccionado para esta propuesta será “Sin salud no hay belleza”, éste se sustenta en el principal objetivo de esta campaña, hacer que los jóvenes, así como también adultos (entre los cuales se incluyen hombres y mujeres), tomen conciencia del peligro en que exponen sus propias vidas, en esa búsqueda de la figura perfecta o el cuerpo ideal al dejar de llevar una alimentación adecuada y saludable.

5.2. Isotipo

El objetivo del Isotipo es que represente la campaña y sea la identificación gráfica para llegar a los adolescentes y público en general que se sienta afín con la misma.

El tipo de letra que se utiliza para el presente logo es totalmente legible, y connota fragilidad y belleza por su estética, lo que acompaña al nombre de la campaña “sin salud no hay belleza”.

El iconotipo está representado por trazos que forman las alas de una mariposa a la cual se le atribuyen significados relacionados con la pubertad y la mujer debido a la fragilidad que atraviesa a la etapa de madurez.

El cuerpo de la mariposa está formado por una figura de aspecto humano a la que se ha dado el color azul que representa un buen estado físico y mental.



Figura 1. Isotipo de la Campaña.

5.3. Tipografía

Considerando los parámetros propuestos para el desarrollo de este proyecto se seleccionó la tipografía Airfoil Script SS i y Arial Black para el soporte literario.

5.4. Documental para la Campaña

El tema principal a desarrollar en el documental serán los desórdenes alimenticios: anorexia y bulimia. El trabajo mostrará casos y consecuencias que causan estos trastornos, ayudará a reconocer la sintomatología de los mismos y también como diferenciarlos. Además mostrará los tratamientos a seguir cuando se presentan estos casos así como también recomendaciones y entrevistas a especialistas.

Se presentará en formato 4:3 para televisión y su duración estimada será de 12 minutos.

5.4.1. Preproducción. Para el desarrollo de este documental el guión será la pauta que determine los recursos que serán necesarios en la etapa de producción. Así como también servirá para la creación del cronograma de trabajo y la cuantificación del personal técnico necesario para la etapa de producción y postproducción.

5.4.2. Producción. En esta etapa se realizan las grabaciones en las diferentes locaciones establecidas en la etapa anterior. En la producción de este proyecto se necesitará: actores, maquillaje, vestuario, locación, set, equipo técnico (luces, cámaras, trípodes, etc.), personal técnico (director, productor, camarógrafo, iluminador, etc.).

5.4.3. Postproducción. Concluido todo el proceso de producción, se procede a realizar la postproducción, que consistirá en recopilar todo el material grabado para realizar la edición, añadiendo efectos de sonido, efectos visuales, inserción de gráficos y textos, y tener como resultado el producto final.

5.5. Afiches para la Campaña

Se utilizará este recurso como medio comunicativo, directo, fácil y al alcance de nuestro grupo objetivo.

Este afiche se distribuirá en los colegios, universidades y otros centros de concentración juvenil de la ciudad de Guayaquil. La imagen usada en el afiche es libre de derechos de autor.

www.mun.ca/wellness/topics/eating.php

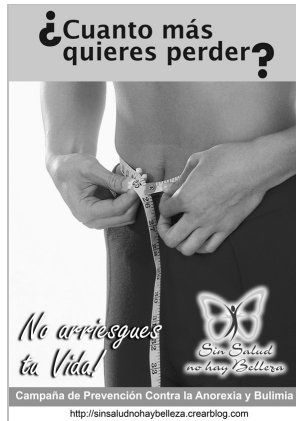


Figura 2. Diseño afiche de Campaña.

5.6. Manual didáctico para la Campaña

Como la campaña está dirigida para jóvenes de edades comprendidas entre los 12 a 20 años se estima realizar una manual en el cual se despeje las dudas que ellos posean acerca de los trastornos alimenticios. Las imágenes usadas en el manual informativo son libres de derechos de autor.

www.health.com/health/gallery/0,,20306997_2,00.html

collegecandy.com/tag/eating-disorders/page/2/

bytesizebio.net/index.php/tag/science/



Figura 3. Manual informativo portada y contraportada.

5.6. Blog

Dentro de estos blog, los adolescentes podrán crear foros y se enviarán correos masivos a las personas que deseen información acerca del tema. Se incorporará en el blog elementos de diseño, que añadan un impacto visual e interactividad; sin dejar de mantener una coherencia tanto en la información que se brinda y se

comparte entre los usuarios, incrementándose a través de los foros. Dirección del blog:

<http://sinaludnohaybelleza.crearblog.com/>

6. Justificación

El justificativo o argumento engloba un grado de desinformación por parte de los adolescentes que es nuestro grupo objetivo al cual va ir dirigido. Según las conclusiones que se tuvo de las encuestas realizadas.

- Existe un único Centro de ayuda localizado en Quito, este sitio se llama The Center Ecuador.

- En esta campaña se busca brindar ayuda gratuita tanto a adolescentes como a público en general.

6.1. Propósitos

Se logrará que los jóvenes de Guayaquil tengan conocimiento sobre estos desórdenes alimenticios.

Evitar que se presenten nuevos casos por medio de información sobre dietas saludables y equilibradas.

Se cree necesario difundir esta campaña en colegios o centros educativos y universidades.

7. Equipo de Trabajo del Proyecto

En la primera etapa constará con un equipo de trabajo durante la realización del proyecto, la producción del documental y las diferentes piezas gráficas que ejecutarán en la campaña. Con una duración de 4 meses.

7.1. Organigrama de la ejecución de la campaña

En la segunda etapa que consiste en la difusión de la campaña tendrá una estructura sencilla, que tratará de prevenir casos de anorexia y bulimia en la ciudad de Guayaquil. Tendrá un sólido grupo de trabajo quienes estarán al inicio de la misma.

8. Análisis de Ingresos y Egresos

La campaña será financiada por posibles auspiciantes teniendo un listado respectivo de los candidatos, como: la Escuela Superior Politécnica del Litoral, la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, el Ministerio de Salud Pública y Diario "El Universo".

Instituciones benéficas o centros educacionales podrán aportar de manera activa, participativa o con ayuda monetaria.

8.1. Presupuesto

El valor total de la inversión de la primera etapa es de \$ 19,336.61 este valor incluye estudios preliminares e investigaciones, el equipo de trabajo y la implementación o logística de la misma.

Los recursos para financiar el proyecto provendrán de los diferentes porcentajes planteados a los posibles auspiciantes.

Tabla 1. Presupuesto General.

PRESUPUESTO GENERAL	
RECURSOS PARA LA ELABORACION DE LA CAMPANA	
Por medios de investigación	\$ 100,50
Elaboración de la Producción Audiovisual	\$ 7.500,88
Elaboración de Piezas Gráficas	\$ 8.248,30
SUBTOTAL	\$15.849,68
IVA 12%	\$ 1.901,96
IMPREVISTO 10% DEL SUBTOTAL	\$ 1.584,97
TOTAL USD	\$19.336,61
La campaña se realizará en un tiempo estimado de 4 meses, considerando esta inversión como año 0.	

El valor total de la inversión de la segunda etapa es de \$ 12,736.80 contando desde el quinto mes hasta el doceavo mes, completando así el primer año.

Las remuneraciones del personal de trabajo no se detallan porque ejecutarán su labor sin fines de lucro.

9. Conclusiones

La campaña pretende que la juventud guayaquileña posea la información necesaria para que no sean víctimas de trastornos alimenticios.

No existe la apariencia física ideal y la mejor manera de estar saludable es con una alimentación sana y adecuada, libre de restricciones.

Con las herramientas comunicacionales existirá un mayor alcance que no se limita sólo a la ciudad de Guayaquil como inicialmente se lo ha propuesto.

10. Recomendaciones

Para el desarrollo del proyecto audiovisual se recomienda:

Concretar citas y confirmarlas para realizar las entrevistas a los especialistas en el tema y a los pacientes que brindarán testimonio acerca de sus vivencias con los trastornos alimenticios.

Diseñar un cronograma de trabajo para organizar de mejor manera los días de grabación y las locaciones en donde se realizarán tanto las entrevistas como los dramatizados.

La campaña necesita del apoyo de los educandos pertenecientes a los centros educativos a los cuales se va a dirigir.

11. Agradecimientos

A Dios y a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto.

12. Referencias

[1] Según el sitio web <http://bajar-de-peso.com/historia-de-las-dietas>

Lcdo. Alex Espinoza Cárdenas
Director de Tesis

17 de Mayo del 2010