



XXIX CONGRESO DE INVESTIGACIÓN CUAM- ACMor CARBOHIDRATOS y LÍPIDOS: ¿Amigos o enemigos?

Cuaya Luna Blanca y Sánchez Rivera Anna Karen

ASESORA: MSc Cynthia Sosa Vargas

ESCUELA: Instituto Mexicano Madero – Zavaleta

ÁREA: Ciencias Sociales y Humanidades – Investigación de campo
Nivel Secundaria

INTRODUCCIÓN

México ocupa el primer lugar mundial en obesidad infantil, y el segundo en obesidad en adultos. Sorprendentemente, el problema está presente no sólo en la infancia y la adolescencia, sino también en población en edad preescolar (SSA, 2013). Según la Organización Mundial de la Salud, mejor conocida como OMS (2017), el sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud, y es comúnmente determinada utilizando el Índice de Masa Corporal.

Existe abundante información científica que establece una relación entre dieta, ejercicio y enfermedades crónicas y degenerativas. Para prevenir el sobrepeso y la obesidad se requieren intervenciones coordinadas de los sectores sociales con el propósito de promover cambios en las formas de alimentación y ejercicio de las familias. Se requiere sensibilizar a la sociedad de los riesgos para la salud que conlleva cursar con sobrepeso u obesidad y de la importancia que tiene transformar los ambientes obesogénicos en que actualmente viven los niños (Barrientos-Pérez y Flores-Huerta, 2008).

Buscando prevenir y combatir a la obesidad y al sobrepeso, debemos considerar a la publicidad como un importante factor influyente, que permite reconocer productos y estimular su compra y su consumo (Burgos, 2007). Pero, por otra parte, la publicidad también tiene la facultad de fomentar el consumo de dietas saludables y mejorar el estado nutricional de la población a lo largo de toda la vida, siendo esta su nueva estrategia para reducir y abatir o cuando menos contrarrestar los anuncios de alimentos nocivos para la salud de los niños (Secretaría de Salud, 2007) para lo cual requiere la participación decidida y entusiasta de los sectores público, privado y social, así como la responsabilidad de la sociedad en general (Secretaría de Salud, 2006).

OBJETIVO

Debido a la popularidad que han tenido las campañas informativas para prevenir la obesidad, se planteó de manera general “**identificar si existe un impacto al aplicar una campaña publicitaria informativa (con temática de carbohidratos y lípidos) en la comunidad escolar de primero y tercer grado de Secundaria del Instituto Mexicano Madero Plantel Zavaleta**”. Para poder llevar esto a cabo, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Crear y aplicar una encuesta con el propósito de evaluar los conocimientos previos de los alumnos acerca de los lípidos y carbohidratos.
- Realizar un video capaz de simular una campaña informativa (respecto a carbohidratos y lípidos) para ser proyectada a la comunidad escolar de nivel secundaria del Instituto Mexicano Madero Plantel Zavaleta (IMMPZsec).



- Aplicar por segunda vez la encuesta para evaluar los conocimientos adquiridos con respecto a sus respuestas originales, verificando así la eficacia de la campaña.

Como **hipótesis** "se espera que la campaña informativa tenga un efecto positivo de dejar un mayor conocimiento con respecto a los carbohidratos y lípidos de lo que tenían los estudiantes, previo a la campaña".

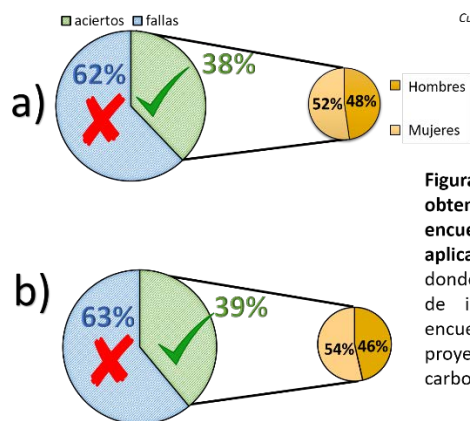
METODOLOGÍA

El presente proyecto se realizó en tres etapas: la primera etapa consistió en la elaboración y aplicación de una encuesta de referencia y de tipo cerrada que fue entregada de forma física a los alumnos de IMMPPZsec, para determinar sus conocimientos previos respecto a los carbohidratos y lípidos; la cual fue evaluada con Excel (v. 2017) por medio de aciertos y por género; bajo el supuesto de que estas respuestas solo tenían una respuesta correcta. Posteriormente, se realizó un video informativo con la página Powtoon Limited, que cubriera todos los puntos tratados en la encuesta de referencia y se les proyectó a los estudiantes que respondieron la encuesta inicial. Finalmente, se realizó la segunda encuesta (de seguimiento y de tipo cerrada), casi idéntica en contenido a la primera aplicada, la cual nos permitió observar si verdaderamente hubo cambios en los conocimientos al contrastar los aciertos obtenidos y así hacer inferencias sobre la eficacia de nuestra campaña publicitaria informativa.

RESULTADOS

La encuesta inicial fue respondida por 213 alumnos, que representa el 63% de la población total del IMMPPZsec; 48% de los encuestados fueron hombres (n=102) y el 52% mujeres (n=111). De toda la población encuestada, solamente hubo un 38% de aciertos totales, las mujeres habiendo acertado ligeramente más que los hombres (253 aciertos contra 231) [Figura 1a].

Tras la realización y proyección del video informativo¹ con una duración 1minuto con 24 segundos, se les aplicó a los estudiantes nuevamente la encuesta, ahora solo siendo 198 encuestados totales. Por este motivo, se desecharon 15 datos anteriores y sólo se trabajó con aquellos datos de los encuestados que realizaron tanto la inicial como la de seguimiento para poder evaluar su progreso. De estas (N=198), se tuvo un bajo número de aciertos muy similar a los reportados en las encuestas iniciales (39%); nuevamente fueron las mujeres quienes lograron una mayor cantidad de aciertos (248 aciertos contra 215) [Figura 1b].



Cuaya-Luna, Blanca y Sánchez-Rivera Anna Karen. 2018.

Figura 1. Resultados porcentuales obtenidos al analizar los aciertos de las encuestas totales (N=198) y por género aplicados a estudiantes del IMMPPZsec, donde: a) corresponde a las encuestas de inicio, y **b)** corresponde a las encuestas de seguimiento tras proyectarles el video informativo de carbohidratos y lípidos.

¹ El video referente a carbohidratos y lípidos puede ser observado en el siguiente link: <https://www.powtoon.com/c/dZu70sXLKR9/1/m>

CONCLUSIONES

Con base a los resultados obtenidos en ambas encuestas y de manera comparativa, consideramos que si bien no dudamos que existe un efecto nocivo de los medios de comunicación masiva para el consumo de alimentos, particularmente no encontramos ningún efecto positivo con nuestra campaña informativa. Sin embargo, recomendamos se analice si la duración o el contenido del cortometraje tienen un efecto en el aprendizaje o si existe algún otro método para apoyar en la presente problemática.

LITERATURA CITADA

- UNICEF (2017), Centro de prensa: obesidad y sobrepeso. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/fs311/es/> [Revisado 15 Mar. 2018].
- SSA (2013), Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, México, Secretaría de Salud-IEPSA.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2017), Obesidad y sobrepeso. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Torres, F., & Rojas, A. (2018). Obesidad y salud pública en México: transformación del patrón hegemónico de oferta-demanda de alimentos. Revista Problemas del Desarrollo, 193 (49). Recuperado de https://probdes.iiec.unam.mx/numeroenpdf/193_v49/06artTorres.pdf [Revisado 23 Mar. 2018].
- Burgos Carro, N. (2007). Alimentación y nutrición en edad escolar. Tema del mes. Revista Digital Universitaria 10 de abril 2007 • Volumen 8 Número 4 • ISSN: 1067-6079 Recuperado de http://www.ru.tic.unam.mx/bitstream/handle/123456789/1252/abril_art23_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Revisado 23 Mar. 2018].
- Barrientos-Pérez, Margarita, & Flores-Huerta, Samuel. (2008). ¿Es la obesidad un problema médico individual y social? Políticas públicas que se requieren para su prevención. Boletín médico del Hospital Infantil de México, 65(6), 639-651. Recuperado en 08 de abril de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-11462008000600019&lng=es&tlng=pt.
- Secretaría de Salud, Comunicado de Prensa. (2007) Propiciar buena alimentación y combatir sobrepeso y obesidad, prioridades en salud. Recuperado de: http://www.salud.gob.mx/ssa_app/noticias/datos/2007-04-14_2871.html [Revisado 19 Mar. 2018]
- Secretaría de Salud. (2013). Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012 Servicios básicos de salud: Promoción y educación para la salud en materia alimentaria, Criterios para brindar orientación. Diario Oficial de la Federación.]

