

# Dossier de prensa

---

Campaña de Sensibilización de los Trastornos de la  
Conducta Alimentaria



fita.



**Fundación FITA** es una entidad privada sin ánimo de lucro, que nace con el objetivo de contribuir a la mejora de la salud y bienestar de las personas que sufren o están en riesgo de desarrollar un **Trastorno de la Conducta Alimentaria**, un **Trastorno de la Conducta** y/u otras **enfermedades mentales**.

Desde la **Fundación FITA** queremos favorecer un espacio que fomente la recuperación sostenida de la enfermedad, sensibilizar la sociedad y proporcionar información eficaz para su prevención. Así desarrollamos proyectos asistenciales, rehabilitadores y preventivos, sensibilizando la sociedad, promoviendo la investigación para la mejora de tratamientos y la formación para la calificación de futuros profesionales.

Mediante la tarea de difusión queremos sensibilizar a toda la sociedad respecto la realidad de las enfermedades mentales, así como la problemática de las personas que los sufren, distanciándonos del trato banal y superficial que a menudo nos llega desde los medios de comunicación.

Es por este motivo que hemos puesto en marcha la **Campaña de Sensibilización La Cara Oculta del TCA**. Es necesario dar a conocer los TCA más allá de la visión estereotipada que la sociedad tiene de la enfermedad: control del peso, imagen corporal, dietas... A pesar de que estos aspectos son reales, son sólo la cara visible de un trastorno que lleva asociada una multitud de problemáticas familiares, emocionales y personales. Los TCA son la manifestación visible de la carencia de herramientas necesarias para gestionar situaciones personales desbordantes y multiproblemáticas.

Desde **FITA**, en sintonía con nuestros pacientes, hemos llegado a la conclusión que la sociedad recibe y transmite mensajes sesgados de los TCA. Por este motivo hemos tenido la iniciativa de diseñar una campaña de prevención y sensibilización con el fin de ayudar a detectar, prevenir los TCA y facilitar herramientas de apoyo necesario a las personas que sufren la enfermedad y sus familias.

La campaña se basa en la elaboración y difusión de un conjunto de cuatro spots que reproducen situaciones reales que forman parte de nuestro día a día y que muestran la Cara Oculta del TCA.



Cada uno de ellos representa a uno o varios de los colectivos a los que pertenecen la mayoría de las personas afectadas (adolescentes, jóvenes, adultos...) y se desarrollan en los ámbitos en los que se pone de manifiesto el TCA (escolar, laboral, social, relacional...).

Todos han sido diseñados y guionizados con la participación de personas afectadas de TCA y los profesionales que trabajan diariamente con ellas.

Para hacer realidad el proyecto ha sido indispensable contar con la colaboración voluntaria de profesionales de los medios audiovisuales y de las artes escénicas .

## SPOT 1:

### FAMILIA Y ESCUELA

#### 1 de cada 5 adolescentes está en riesgo de desarrollar un TCA

La prevalencia de la población universitaria con riesgo de desarrollar un TCA es de 14,9% en hombres y un 20,8% en mujeres. El TCA supone una interrupción clave en el desarrollo vital y madurativo de los adolescentes y jóvenes. Este hecho puede provocar una importante desorientación social, ocupacional y de proyección de futuro, aspectos que van mucho más allá de problemas físicos y son, muchas veces, más difíciles de resolver.

A lo largo de la adolescencia es cuando existe mayor riesgo de desarrollar un TCA, debido a que se trata de una etapa en la que la personalidad del individuo está en pleno proceso de construcción y definición y por lo tanto, en situación de mayor vulnerabilidad. Una elevada exigencia personal, baja autoestima, la percepción negativa de la propia imagen personal son factores que pueden predisponer a desarrollar la enfermedad en estas edades.

La combinación de estos factores con un contexto familiar en exceso sobreprotector o desestructurado con situaciones de mayor estrés y presión social (como la selectividad) pueden facilitar el desarrollo de un TCA.

Potenciar la comunicación en el contexto familiar en edades tempranas y no esperar a la adolescencia, ponernos en la piel del adolescente y empatizar con el momento que están viviendo, compartir comidas en familia al menos una vez al día, desconectarnos de las redes sociales, móviles, tabletas y TV durante las comidas ayuda a compartir el día a día y las preocupaciones.

Por este motivo el primero de los spots **se desarrolla en el contexto familiar y hace referencia a la importancia que madres y padres se comuniquen con los hijos facilitando espacios de diálogo potenciando la escucha activa**

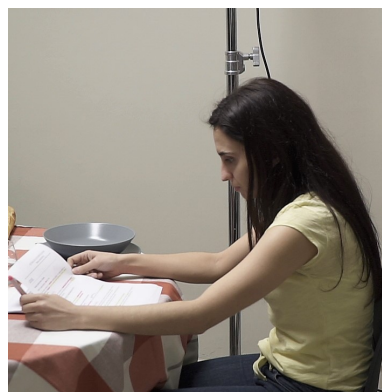
Han participado de forma voluntaria en el spot:

**Madre**  
**Lidia Linuesa**  
(Codirectora de Lazzigags Produccions y Directora Pedagógica Espai Lazzigags)



**Padre**  
**Adam Martín**  
(Presentador y director de 'Sans i estalvis' a +catradio)

**Berta**  
**Raquel Moreno**  
Actriz



**Voz en off Berta: Alba Grau**

**Doblaje padre: Ferran Llop**

## SPOT 2:

### DEPORTE Y SALUD

#### 1 de cada 10 personas con TCA es hombre.

El número de hombres afectados por TCA se sitúa alrededor del 8-10% del total. En edades preadolescentes, 11-13 años, hay un 25-30% de incidencia de la enfermedad.

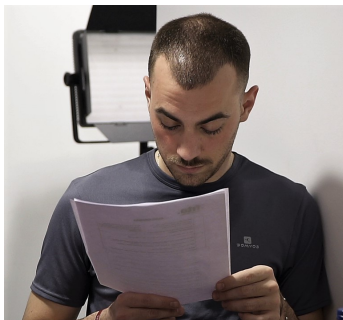
En la práctica los síntomas de los trastornos alimentarios en los hombres son muy similares al de las mujeres, pero destacan los siguientes aspectos:

- Los hombres con anorexia son más obsesivos que las mujeres, tendiendo a la intelectualización, perfeccionismo y rigidez.
- Hay mayor tendencia a los hurtos compulsivos y un estrés afectivo más elevado.
- Es más frecuente que haya antecedentes de sobrepeso, tanto en los propios enfermos como en los familiares.
- Mayor somatización, comorbilidad psiquiátrica, así como una mayor presencia de trastornos afectivos entre los familiares.
- Un aspecto relevante se relaciona con la hiperactividad, se ha comprobado la presencia de una hiperactividad exagerada, llegando hasta la extenuación como mecanismo de control de peso. A menudo se relaciona con el culturismo, la afición desmesurada por el gimnasio, la preocupación por el cuerpo, el desarrollo de los músculos y el modelado del cuerpo.
- Los hombres con TCA pueden manifestar dificultades para sentir y expresar sus emociones o comunicar sus sentimientos en todo lo relacionado con el área sexual.

El deporte es una herramienta indispensable para conseguir una vida saludable y activa. La práctica desmesurada y el abuso del ejercicio físico como mecanismo de control de peso y desconexión de las propias emociones y preocupaciones pueden desencadenar en una enfermedad y un perjuicio para la propia salud.

El **segundo** spot se desarrolla en el contexto deportivo y hace referencia a la necesidad de hacer **del deporte una actividad saludable** y a la importancia de comunicarnos y compartir nuestras preocupaciones con amigos y compañeros **huyendo de estereotipos físicos o de género**.

Han participado voluntariamente en el spot:



**Chico 1**  
**Adrián Gimeno**  
Psicólogo  
especialista en  
TCA y Prevención  
de los TCA.

**Chico 2**  
**Guillem Sunyer**  
Actor,  
dramatúrgo y  
docente



**Voz en off: David Garcia**

**Edu: Edu Marquillas**



### SPOT 3:

#### CONTEXTO LABORAL

##### Un 20% de mujeres están en riesgo de desarrollar un TCA

Un número elevado de mujeres en edad adulta convive con el TCA, más allá de la etapa de la adolescencia, desarrollando conductas de riesgo para su salud. Son mujeres que, mayoritariamente, han iniciado un TCA en la adolescencia y que desde entonces conviven con la enfermedad. En muchos casos hablamos de mujeres laboral y socialmente competentes y a menudo con cargas familiares. Bajo esta apariencia de control hay una mujer que sufre un desgaste físico y emocional considerable, poco perceptible para aquellos que consideran que el TCA afecta sólo a adolescentes y jóvenes, asumiendo más responsabilidades de las que les corresponden, a menudo se perciben a ellas mismas como poco competentes autoimponiéndose la necesidad de demostrar a los otros su validez.

El tercer spot transcurre en el ámbito laboral, pone de manifiesto la necesidad de equilibrar el trabajo con las necesidades personales, recuperando el espacio personal de autocuidado y validación.

Han participado voluntariamente en el spot:



**Mujer 1**  
**Marta Domingo**  
Actriz

**Mujer 2**  
**Gemma Mateo**  
Actriz y cantante



**Voz en off: Belén Roca** (Actriz, locutora y directora de doblaje. Profesora del ECAD)

**Doblaje Mujer 2: Ingrid Carreras**

### SPOT 4:

#### LA PRUEBA FINAL

##### Porque los TCA se curan después de hacer un tratamiento con profesionales especializados

En general las personas afectadas de TCA responden en un primer momento a los tratamientos. Una revisión completa hasta el año 2009 de la Guía Nacional del Servicio Nacional de Salud pone de manifiesto que en casos de Anorexia Nerviosa hay un 50% de remisión completa, un 30% remisión parcial y un 10%-20% de cronicidad. En Bulimia Nerviosa, a los 5 años de tratamiento, hay un 33% de remisión y un 33% de recaídas; y a los 6 años un 60% buen pronóstico, un 30% recuperación parcial y un 10% de mal pronóstico. En el caso de los trastornos por atracón a los 5 años el 10, 20 y 70%. El spot final, que cierra la campaña, hace referencia a que el TCA no hace distinciones, que cualquier persona puede estar sufriendo o en riesgo de sufrir un TCA, y que las personas, individualmente, y la sociedad, en general, somos corresponsables de prevenir, detectar y ayudar a las personas que sufren esta enfermedad para que puedan ponerse en manos de profesionales.



Ha participado voluntariamente en el spot:

**Chica**  
**Esther Anyó**  
Actriz

Lo han hecho posible...

Equipo técnico:



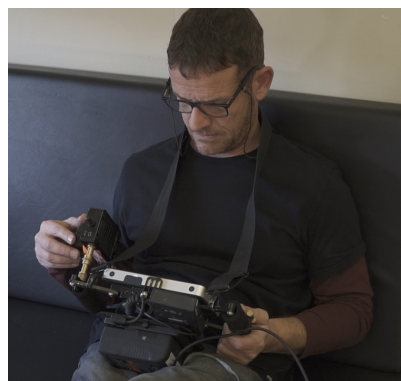
Dirección y producción  
Elisenda Arnavat  
eli@delifilms.com



Dirección y Postproducción  
Irene Casals  
labotaproduccions@gmail.com



Foquista  
Adrián Marín



Foquista  
Oriol Torres

DOP

David Bretones



Making Of:  
Edu Marquillas

Sonido directo  
Kemen Longo

Voz en off de la campaña:

Montse Santaegènia

Maquillaje:

Desiree Cerdan, Ariadna López, Selena Vivar, Julia Atmetller i Nerea Casado

Fotografía de Campaña:

Meritxell Lalaguna



## Agradecimientos a:

**Adam Martín** (Presentador, guionista y director de 'Sans i estalvis' a MésCatRàdio y Catalunya Ràdio), **Mima Riera** (actriz), **Nausicaa Bonin** (actriz), **Aina Clotet** (actriz), **Betsy Túrnez** (actriz), **Lara Diez** (actriz), **Patricia Bargalló** (actriz), **David Olivares** (actor y colaborador del programa 'Sans i estalvis' a MésCatRàdio y Catalunya Ràdio), **Óscar Castellví** (actor), **Bruno Oro** (actor y cantante) e **Isak Ferriz** (actor y director),

Alba Aranda, Irina Castellví, Carmen Pérez, Gemma V., Carla Caballero, Marina Isern, Andrea y Sofia.

Jordi Barcelona

David Arasa

G23



**Podréis visionar y compartir todos los spots en:**

**Web:**

[www.fitafundacion.org](http://www.fitafundacion.org)

[www.ytuquepiensashacer.org](http://www.ytuquepiensashacer.org)

**Instagram ytwitter:**

@fitafundacion

**Canal Youtube:**

FITA Fundacion

**Para más información contactar con:**

**Meritxell Lozano** (Responsable de Programas Sociales) [mlozano@fundacion-ita.org](mailto:mlozano@fundacion-ita.org)

93.253.01.37