



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en
Diseño Gráfico Publicitario

**“Diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios en
adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato”.**

Autor: Túqueres Paucar, Johnny Marcelo

Tutor: Lic. Mg. Fabara Sánchez, Fernando Rodrigo

Ambato – Ecuador
Agosto, 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**Diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato**” del alumno Johnny Marcelo Túqueres Paucar, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Agosto del 2019

EL TUTOR



Lic. Mg. Fernando Rodrigo Fabara Sánchez

C.C. 180463593-4

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, Agosto del 2019

EL AUTOR



.....
Johnny Marcelo Túqueres Paucar

C.C. 172167479-2

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Agosto del 2019

EL AUTOR



.....
Johnny Marcelo Túqueres Paucar

C.C. 172167479-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“Diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.”** de Johnny Marcelo Túqueres Paucar, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Agosto del 2019

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación realizado con mucho esfuerzo a mis padres Segundo y María, quienes son mi inspiración y mis pilares para seguir adelante. Asimismo, a toda mi familia que ha contribuido a cumplir mis metas y sueños que me he trazado durante estos años de vida, en especial a mis hermanos y mis abuelitas por sus consejos y apoyo.

Igualmente, a todos los docentes de la Facultad de Diseño y Arquitectura por sus conocimientos impartidos durante estos años, que me ayudado en mi preparación académica.

Finalmente, a todos mis amigos, compañeros y personas que he conocido durante estos últimos años en esta hermosa ciudad de Ambato, y que en cierto modo me han ayudado a seguir adelante.

Johnny Marcelo Túqueres Paucar

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por cada día de vida y por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.

Igualmente, expreso mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Diseño y Arquitectura encabezado por sus autoridades y docentes, por sus enseñanzas impartidas que me encaminaron ser un excelente profesional.

Por último, mi gratitud al Lic. Mg. Fernando Fabara por su guía, que aportó para que todas las ideas propuestas se plasmaran de la mejor forma en el presente trabajo.

Johnny Marcelo Túqueres Paucar

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1 Contextualización (<i>Macro, Meso, Micro</i>).....	5
1.2.2 Árbol de Problemas	10
1.3 Justificación.....	11
1.4 Objetivos	12
1.4.1 Objetivo general	12
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 Antecedentes de la investigación (<i>Estado del arte</i>).....	13
1.6 Fundamentación (<i>Legal, Axiológica, Ontológica</i>)	15
1.7 Categorías fundamentales	18
1.7.1 Redes conceptuales	18
1.7.2 Constelación de idea	19

1.8	Bases teóricas	21
1.8.1	Diseño editorial.....	21
1.8.1.1	Diseño editorial digital	21
1.8.1.2	Composición	22
1.8.1.3	Maquetación	22
1.8.1.4	Estructura.....	24
1.8.1.5	Elementos gráficos	32
1.8.1.6	Tipo de publicaciones.....	38
1.8.1.7	Experiencia de usuario (UX)	40
1.8.2	Diseño de la información.....	42
1.8.2.1	Información, redundancia y ruido	43
1.8.2.2	Organización de los contenidos	44
1.8.2.3	La presentación visual	45
1.8.2.4	Evaluación en el diseño de la información	47
1.8.3	Diseño gráfico.....	47
1.8.3.1	Percepción visual	48
1.8.3.2	Leyes de la Gestalt	48
1.8.3.3	Elementos básicos del diseño	51
1.8.4	Comunicación visual.....	58
1.8.4.1	Tipos de comunicación visual.....	58
1.8.4.2	Lenguaje visual	59
1.8.4.3	Mensaje visual	60
1.8.4.4	Comunicación	60
1.8.5	Hábitos alimenticios.....	64
1.8.5.1	Factores que influyen en los hábitos alimenticios	64
1.8.5.2	Hábitos alimenticios no saludables en adolescentes	67
1.8.6	Alimentación.....	67
1.8.6.1	Dietética.....	68
1.8.6.3	Guías Alimentarias.....	70
1.8.6.4	Grupos de alimentos.....	71

1.8.7 Nutrición.....	73
1.8.7.1 Nutrientes.....	73
1.8.7.2 Tipos de nutrientes	74
1.8.7.3 Recomendaciones energéticas para adolescentes	78
1.8.8 Salud nutricional	80
1.8.8.1 Malnutrición por exceso	80
1.9 Formulación de la hipótesis.....	81
1.10 Señalamiento de las variables.....	81
1.10.1 Variable dependiente	81
1.10.2 Variable independiente	81

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1 Método	82
2.1.1 Enfoque de la investigación	82
2.1.2 Modalidad básica de la investigación	83
2.1.2.1 Bibliográfica – documental	83
2.1.2.2 De campo.....	83
2.1.3 Nivel o tipo de investigación.....	83
2.1.3.1 Exploratorio	83
2.1.3.2 Descriptiva.....	84
2.1.3.3 Correlacional.....	84
2.1.3.4 Explicativa	84
2.2 Población y muestra.....	85
2.2.1 Población	85
2.2.2 Muestra.....	85
2.3 Operacionalización de variables.....	87
2.4 Técnicas de recolección de datos.....	91

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1	Análisis y discusión de los resultados.....	92
3.1.1	Encuestas.....	92
3.1.2	Entrevista	120
3.1.3	Observación.....	137
3.2	Verificación de hipótesis.....	161

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1	Conclusiones	173
4.2	Recomendaciones	174

BIBLIOGRAFÍA	175
--------------------	-----

ANEXOS.....	182
-------------	-----

Propuesta.....	182
----------------	-----

Encuestas.....	182
----------------	-----

Bocetos.....	182
--------------	-----

Evidencia fotográfica	182
-----------------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resoluciones de pantallas comunes	26
Tabla 2. Población por grupo de edad de la ciudad de Ambato	85
Tabla 3. Operalización de variables. Variable independiente	87
Tabla 4. Operalización de variables. Variable dependiente	89
Tabla 5. Cuestionario 1. Pregunta 1.....	92
Tabla 6. Cuestionario 1. Pregunta 2.....	94
Tabla 7. Cuestionario 1. Pregunta 3.....	95
Tabla 8. Cuestionario 1. Pregunta 4.....	96
Tabla 9. Cuestionario 1. Pregunta 5.....	98
Tabla 10. Cuestionario 1. Pregunta 6.....	99
Tabla 11. Cuestionario 1. Pregunta 7.....	100
Tabla 12. Cuestionario 1. Pregunta 8.....	102
Tabla 13. Cuestionario 1. Pregunta 9.....	103
Tabla 14. Cuestionario 1. Pregunta 10.....	104
Tabla 15. Cuestionario 1. Pregunta 11	106
Tabla 16. Cuestionario 1. Pregunta 12.....	107
Tabla 17. Cuestionario 1. Pregunta 13.....	108
Tabla 18. Cuestionario 1. Pregunta 14.....	110
Tabla 19. Cuestionario 2. Pregunta 1	112
Tabla 20. Cuestionario 2. Pregunta 2	113
Tabla 21. Cuestionario 2. Pregunta 3.....	115
Tabla 22. Cuestionario 2. Pregunta 4.....	116
Tabla 23. Cuestionario 2. Pregunta 5.....	118
Tabla 24. Ficha de observación N.-1	137
Tabla 25. Ficha de observación N.-2	139
Tabla 26. Ficha de observación N.-3	141
Tabla 27. Ficha de observación N.-4	143
Tabla 28. Fihca de observación N.-5	145

Tabla 29. Ficha de observación N.-6	149
Tabla 30. Ficha de observación N.-7	151
Tabla 31. Ficha de observación N.-8	153
Tabla 32. Ficha de observación N.-9	155
Tabla 33. Ficha de observación N.-10	157
Tabla 34. Triangulación concurrente	162
Tabla 35. User persona 1	182
Tabla 36. User persona 2.....	183
Tabla 37. Viaje de usuario.....	184
Tabla 38. Priorización de contenidos.....	185
Tabla 39. Especificaciones técnicas.....	205

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas. Hábitos alimentos no saludables.....	10
Gráfico 2. Categorización de las variables.....	18
Gráfico 3. Constelación de ideas. Variable Independiente	19
Gráfico 4. Constelación de ideas. Variable Dependiente.....	20
Gráfico 5. Cuestionario 1. Pregunta 1.....	93
Gráfico 6. Cuestionario 1. Pregunta 2.....	94
Gráfico 7. Cuestionario 1. Pregunta 3.....	95
Gráfico 8. Cuestionario 1. Pregunta 4.....	97
Gráfico 9. Cuestionario 1. Pregunta 5.....	98
Gráfico 10. Cuestionario 1. Pregunta 6.....	99
Gráfico 11. Cuestionario 1. Pregunta 7.....	101
Gráfico 12. Cuestionario 1. Pregunta 8.....	102
Gráfico 13. Cuestionario 1. Pregunta 9.....	103
Gráfico 14. Cuestionario 1. Pregunta 10.....	105
Gráfico 15. Cuestionario 1. Pregunta 11	106
Gráfico 16. Cuestionario 1. Pregunta 12.....	107
Gráfico 17. Cuestionario 1. Pregunta 13.....	109
Gráfico 18. Cuestionario 1. Pregunta 14.....	110
Gráfico 19. Cuestionario 2. Pregunta 1	112
Gráfico 20. Cuestionario 2. Pregunta 2.....	114
Gráfico 21. Cuestionario 2. Pregunta 3.....	115
Gráfico 22. Cuestionario 2. Pregunta 4.....	117
Gráfico 23. Cuestionario 2. Pregunta 5.....	118
Gráfico 24. Mapa de sitio	186
Gráfico 25. Wireframes, versión computadora de escritorio	188
Gráfico 26. Wireframes, versión celular o smartphone	189
Gráfico 27. Identificador de la página web	190
Gráfico 28. Cromática del identificador	190

Gráfico 29. Tipografía identificador 1	191
Gráfico 30. Tipografía identificador 2	191
Gráfico 31. Modelo de estructura o retícula.....	192
Gráfico 32. Portada.....	194
Gráfico 33. Página de inicio	194
Gráfico 34. Opción de búsqueda	195
Gráfico 35. Opción de datos de la página	196
Gráfico 36. Opción tus hábitos.....	196
Gráfico 37. Opción súper alimentos	197
Gráfico 38. Opción nutrición a lo bestia	197
Gráfico 39. Opción tus hábitos 2	198
Gráfico 40. Opción súper alimentos 2	198
Gráfico 41. Opción nutrición a lo bestia 2	199
Gráfico 42. Sección de artículos.....	200
Gráfico 43. Ejemplo de la opción para verse alhaja y ¿cómo te acolito?	201
Gráfico 44. Artículo	202

RESUMEN EJECUTIVO

Según el Informe Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y Caribe realizado por la FAO y la OPS en el año 2017, los hábitos alimenticios son un factor que conllevan al sobrepeso y la obesidad, que al no ser tratados conllevan a adquirir enfermedades no transmisibles (ENT), principales causas de muerte en Latinoamérica. De acuerdo al ENSANUT (2011–2013), en el Ecuador 1 de cada 3 adolescentes de 12 a 14 años, tienen sobrepeso u obesidad.

La presente proyecto trata sobre el diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato. Para esto, se debe identificar primeramente los hábitos alimenticios que poseen los adolescentes, ya que es uno de los primeros pasos al momento de diseñar un programa de intervención o educación nutricional (García y Martínez, 2005). En lo que tiene que ver en el campo editorial, se debe establecer el tipo de publicación y el soporte de comunicación (impreso o digital) más utilizado actualmente por estos individuos al momento de buscar información de su interés.

Por lo tanto, el diseño editorial al ser periodismo visual, tiene el principal propósito de informar sobre las prácticas alimentarias no saludables que afectan al desarrollo y la salud de este grupo etario, evitando así la desinformación, uno de los principales motivos para que no exista una alimentación y nutrición equilibrada. En base a todo esto, se generó una publicación editorial digital enfocada en informar de manera adecuada los hábitos alimenticios tanto saludables como no saludables que poseen los adolescentes hoy en día.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO EDITORIAL, HÁBITOS ALIMENTICIOS, ADOLESCENTES, DISEÑO DE LA INFORMACIÓN, PUBLICACIONES DIGITALES.

ABSTRACT

According to the Panorama Report on Food and Nutritional Security in Latin America and the Caribbean carried out by FAO and PAHO in 2017, eating habits are a factor that lead to overweight and obesity, and that these are not treated lead to Acquire no communicable diseases (NCDs), leading causes of death in Latin America. According to ENSANUT (2011–2013), in Ecuador, 1 in 3 adolescents aged 12 to 14 years are overweight or obese.

This project is about editorial design as a contribution to eating habits in adolescents aged 12 to 16 in the city of Ambato. For this, you must first identify the eating habits that adolescents possess, since it is one of the first steps when designing an intervention or nutritional education program (Garcia and Martinez, 2005). In what has to do in the editorial field, you must establish the type of publication and communication support (printed or digital) currently used by these individuals when seeking information of interest.

Therefore, editorial design, seen as visual journalism, has the main purpose of informing about the unhealthy eating practices that affect the development and health of this age group, thus avoiding misinformation, one of the main reasons for not there is a balanced diet and nutrition. Based on all this, a digital editorial publication was generated focused on properly informing the healthy and unhealthy eating habits that adolescents have today.

KEY WORDS: EDITORIAL DESIGN, EATING HABITS, TEENAGERS, INFORMATION DESIGN, DIGITAL PUBLICATIONS.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del diseño editorial como aporte en los hábitos alimenticios de adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato. Los hábitos alimenticios son las conductas o comportamientos que tenemos frente a nuestra alimentación, mientras tanto el diseño editorial se define como periodismo visual, es decir, no cumplen solo con el propósito de promocionar algo, sino que consiguen informar, instruir, comunicar, educar o divertir a las personas sobre un tema en específico, siendo uno de sus principales características el adaptarse a las necesidades del público objetivo.

La investigación se deriva en que la adolescencia es una etapa de cambios tanto físicos como mentales, y en donde se establecen los hábitos alimentarios que tendrá la persona el resto de su vida, y que al no ser correctos generan un desequilibrio nutricional en el organismo como el sobrepeso y la obesidad, esto de acuerdo al informe realizado por la FAO y la OPS en el año 2017. Por lo tanto, para abordar este tema mediante el diseño de un programa de educacional nutricional es necesario conocer los hábitos alimenticios que poseen y podrían en futuro afectar a este grupo.

El principal objetivo del proyecto es determinar como el diseño editorial puede aportar al momento de informar sobre hábitos alimenticios a adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato, para esto se pretende identificar los hábitos alimenticios no saludables que poseen este grupo de individuos, asimismo se pretende establecer el tipo de publicación y el soporte comunicacional más adecuado a partir de sus preferencias y al análisis de publicaciones editoriales tanto físicas como digitales que contengan contenido no solo de hábitos alimenticios sino de alimentación o nutrición en general; con el fin de proponer un tipo de publicación editorial con características que se adapten a las necesidades de los adolescentes y que informen sobre la problemática.

El proyecto está conformado por 4 capítulos, que se detallaran, a continuación:

Capítulo I, contiene el Marco teórico, el cual está compuesto por el tema, el planteamiento del problema, la contextualización, la justificación, los objetivos, los

antecedentes, la fundamentación, las redes conceptuales, la constelación de ideas, las bases teóricas, la hipótesis y el señalamiento de variables.

Capítulo II, consta de la Metodología, es decir, el método de investigación, la modalidad de la investigación, los niveles de investigación, la población y la muestra, operacionalización de las variables y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Capítulo III, lo cual está conformado por los resultados y la discusión, en donde se muestra el análisis y discusión de los resultados; y la verificación de la hipótesis.

Capítulo IV, en donde se encuentra las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

2.1 Tema

Diseño editorial como aporta en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.

1.2 Planteamiento del problema

El tipo de alimentación que tiene una población está sujeta a la disponibilidad de alimentos, a los recursos económicos y a la capacidad que tienen las personas en elegir lo que quieren comer (siempre y cuando exista abundancia). Y es este último punto en donde nacen los hábitos alimenticios. “Cuando los alimentos son suficientes para poder elegir, surgen una serie de hábitos y estilos, con sus concomitantes tabúes y perjuicio” (Lowenberg, Wilson, Todhunter, Feeney y Savage, 1979, p. 99).

En la adolescencia, los hábitos alimenticios se modifican por diferentes factores que se relacionan estrechamente con los diversos cambios característicos de esta etapa de la vida. La independencia para elegir sus alimentos es un rasgo en esta época en la que el adolescente está en la búsqueda de su propia identidad, el deseo de pertenecer y ser aceptado por individuos de su misma edad hace que quiera identificarse con los hábitos y modas de su generación.

El que los hábitos alimenticios en el adolescente sean saludables o no dependerá de diferentes aspectos como los culturales de las que forman parte la religión, la clase social y las restricciones o prohibiciones alimenticias. En lo social la familia es lo más importante puesto que de ahí nace su modelo alimentario. Y lo psicológico, en donde el nivel educativo y los conocimientos sobre el tema, así como las preferencias y aversiones desempeñan un papel importante en las actitudes que tomarán las personas frente a la comida.

Los factores anteriormente mencionados muchas veces condicionan de forma equívoca la elección de alimentos en los adolescentes, que sumados a la influencia de la publicidad en medios de comunicación que promocionan alimentos con bajo valor nutricional y a la carencia de una educación alimentaria que promueva estilos de vida más saludables ocasionan problemas alimentarios que desembocan en sobrepeso y obesidad, esto de acuerdo con el Informe Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y Caribe realizado por la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en el año 2017.

En Ecuador según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) publicado entre los años 2011 y 2013 junto con el Ministerio de Salud Pública del Ecuador e Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), menciona que 1 de cada 3 adolescentes de 12 a 14 años, tienen sobrepeso u obesidad. El informe elaborado en el territorio nacional además concluye que la obesidad y el sobrepeso en la provincia de Tungurahua son entre el 20 y 29%.

En la ciudad de Ambato, no existen proyectos por parte de las autoridades que orienten a adolescentes de 12 a 16 años en lo que concierne a hábitos alimenticios saludables, puesto que ellos en un futuro al llegar a la adultez, acarrearán consigo las consecuencias de una educación alimentaria inadecuada en sus años tempranos, las cuales se reflejan en una baja productividad y un bajo rendimiento en las actividades que realizan. Esto se convierte en pérdidas de oportunidades para progresar y mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias. “En todos los estadios del ciclo de vida se puede observar que pueden existir déficits o excesos de nutrientes que influyen negativamente en el desarrollo de una persona, provocando consecuencias en su salud a corto y largo plazo” (Jara, Yáñez, García y Urquiza, 2018, p. 1).

1.2.1 Contextualización (*Macro, Meso, Micro*)

Macro

En América Latina actualmente se está experimentando importantes transformaciones en el campo nutricional.

La transición nutricional, un cambio de la alta prevalencia de desnutrición al predominio de las ENT relacionada con la dieta, se ha asociado con el rápido proceso de urbanización y crecimiento económico, mediante cambios tecnológicos e innovaciones que conducen a una reducción de la actividad física en el lugar de trabajo y el ocio, y por los cambios en los patrones de los alimentos y la ingesta dietética, incluido un mayor consumo de alimentos procesados de alta densidad energética (Rivera, Barquera, González-Cossio, Olaiz, y Sepúlveda, 2004, p.149).

Diferentes países y regiones en el continente americano están cambiando respecto a problemas asociados a la alimentación, el sobrepeso y la obesidad pasaron a ser uno de los problemas más graves en el continente, estas enfermedades causados en cierta medida por el sedentarismo, los cambios en los hábitos alimenticios y el consumo de alimentos procesados, toman mayor relevancia en un continente que está en pleno desarrollo.

Estudios desarrollados en Brasil, Cuba, y Perú concuerdan que los principales factores de riesgo para el desarrollo de sobrepeso y obesidad son el genético, las malas prácticas alimentarias y la poca actividad física (Cambizaca, Casteñada y Sanabria, 2015). Para prevenir el sobrepeso y la obesidad, debemos concentrarnos en las malas prácticas y la poca actividad ya que estas son actitudes que se pueden modificar en las personas, a diferencia del factor genético.

En el informe realizado por la FAO y la OPS (2017), sobre la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina, afirma que hay 360 millones de personas en todo el continente que tienen sobrepeso, esto corresponde al 58% de la población estimada de 620 millones, mientras que 140 millones, es decir el 23% presentan obesidad; cifras que son el resultado de sistemas alimentarios que desde los años ochenta han experimentado rápidas y profundas transformaciones.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017), indica que el sobrepeso afecta a más de la mitad de la población de todos los países de la región, siendo Bahamas (69%), México (64%) y Chile (63%). los que presentan las tasas más elevadas. La mayor prevalencia de obesidad se observa en los países del Caribe: Bahamas (36.2%) Barbados (31.3%), Trinidad y Tobago (31.1%) y Antigua y Barbuda (30.9%). Siendo en la mujer donde se ha notado un impacto mayor en lo que respecta a la obesidad, ya en más de 20 países de la región, la tasa de obesidad es de 10 puntos porcentuales mayor a la de los hombres.

El problema con la obesidad y el sobrepeso es que se transforman en enfermedades no transmisibles (ENT), como la diabetes o algunos tipos de cáncer. La OPS (2011), menciona que, unos 200 millones de personas en las Américas padecen estas enfermedades, lo que repercute en su vida, su bienestar y en su capacidad para trabajar. A su vez, esta situación plantea importantes retos para la economía, el sistema de salud y otros sectores de la sociedad, puesto que estas enfermedades causan 4,3 millones de muertes cada año en las Américas, siendo el 35% muertes prematuras, es decir, se producen en personas con menos de 70 años. Entre las ENT se encuentran las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, el cáncer y las enfermedades respiratorias crónicas, estas enfermedades se distinguen además como las responsables de la mayor carga de morbilidad en el continente; el problema es tal que el número de muertos asociados a estas enfermedades supera a los del narcotráfico y la criminalidad.

En lo que concierne al campo del diseño editorial, los países de Latinoamérica y el Caribe han desarrollado guías alimentarias basadas en alimentos con el apoyo de la FAO, estas guías contienen recomendaciones sobre alimentos, grupos de alimentos y modelos de alimentos, siendo su objetivo primordial el de educar y orientar a la población hacia una vida más saludable y así prevenir enfermedades. Cabe destacar que aspectos como la cultura, la disponibilidad de alimentos, los hábitos alimenticios, la situación alimentaria y de salud de la población; permitirán establecer las recomendaciones que se plasmarán en la guía.

Meso

En lo que respecta a hábitos alimenticios el ENSANUT (2011–2013) señala que en el Ecuador, el 81,5% de los adolescentes de 10 a 19 años consumieron bebidas azucaradas en el periodo de 7 días anteriores a que se realizara la encuesta, el mayor consumo ocurrió en el grupo de 15 a 19 años con un 84%. En lo que concierne al consumo de comida rápida la mitad (50,5%) de los encuestados afirmaron haber probado este tipo de comida en los 7 días anteriores a la encuesta. Mientras que el consumo de snack salados y dulces en dicho periodo llega a un 64%.

Conforme al ENSANUT (2011-2013), el porcentaje de adolescentes con sobrepeso u obesidad en el Ecuador es de 26% (546.975 adolescentes), es decir uno de cada tres adolescentes tienen sobrepeso u obesidad. Por grupo de edades se pudo conocer que los adolescentes de 12 a 14 años tienen mayor prevalencia de sobrepeso y obesidad con un 27%, frente a los de 15 a 19 años con un 24.5%.

La prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población adolescente de 12 a 19 años, sobresale en mujeres con 28.8% en comparación con los hombres que es de 16.6%. En cuanto al grupo étnico más afectado son los afro ecuatorianos con un 43.7%, esta cifra refleja que la incidencia en estas personas es inclusive mayor a la prevalencia general en adolescentes (26%). Además la provincia de Galápagos es la que evidencia la mayor proporción con una prevalencia de 34.5%, seguido por Azuay y Guayaquil.

Con el objetivo de frenar la obesidad y sobrepeso, se han establecido tres políticas públicas en el Ecuador en los últimos años. A finales del 2014, se emitió un reglamento que obliga a los envases de alimentos procesados la colocación de un sistema gráfico de etiquetado con barras horizontales de color rojo, amarillo y verde, que representan niveles de azúcares, grasas y sal (sodio), en alta, media y baja concentración. Cada barra además tiene la palabra alto, medio o bajo según lo que contenga el producto, todo esto de acuerdo a los estándares de la OMS.

Adicionalmente se implementó una regulación en el sistema de alimentación escolar por parte del Ministerio de Salud Pública, en el que se efectuó un acuerdo con

los bares de las instituciones educativas, su objetivo es el de promover prácticas alimentarias saludables en los estudiantes. Asimismo, se implementó la Ley para el Equilibrio de las Finanzas Públicas en 2016, que indica el aumento al impuesto para las bebidas alcohólicas y azucaradas (en la lista de productos se encuentran bebidas energizantes, cigarrillos, entre otros). Se incluyen además bebidas cuyo contenido sea mayor a 25 gramos de azúcar por litro. El valor del impuesto a pagar es de USD 0,17 por litro.

En el caso de las enfermedades no transmisibles, según el INEC (2016), 7.777 personas murieron por enfermedades hipertensivas y cerebrovasculares. Un ejemplo es la diabetes mellitus que ocupa el tercer lugar en mortalidad en hombres con 4.906 muertes, mientras que es la segunda causa de muerte en mujeres con 2.678 muertes. De acuerdo a datos de la oficina de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública, estas enfermedades han experimentado un incremento sostenido desde 1994, además las tasas son marcadamente más elevadas en las provincias de la costa que en el resto del país.

En el Ecuador en 2018 se implementaron las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) con el reto de mejorar la alimentación del Ecuador por parte del Ministerio de Salud Pública con el apoyo de la OMS. Con excepción de esta guía, las piezas editoriales específicas sobre alimentación y nutrición no son utilizadas con frecuencia en el territorio nacional, en ciertos casos son complementos en campañas de publicidad que se relacionan al tema, como en el caso de la campaña “A comer sano, a vivir bien y a moverse Ecuador” del 2008.

Algunas fuentes editoriales que se pueden encontrar sobre alimentación y nutrición se desprenden de secciones en ciertas revistas y periódico. Un ejemplo es la revista VidActiva que se especializa en deportes pero tiene un apartado que habla sobre dieta y alimentación para los deportistas, otro caso parecido es la revista Hogar de la editorial Vistazo, las secciones como cocina y salud muestran consejos sobre alimentación. Y, en el caso de periódicos como El Comercio y El Universo pasa lo mismo, en donde la nutrición y alimentación son parte de los temas que trata el apartado de salud.

Micro

En los últimos años en la provincia de Tungurahua se han incrementado los lugares donde se venden comida rápida, por lo que el Gobierno Provincial de Tungurahua ha realizado proyectos, que contribuyen a informar a las personas sobre la buena alimentación como es el caso de la campaña, “Tungurahua produce calidad, comer sano es vivir saludable” en el año 2015, en la que se espera que las personas coman alimentos sanos y de calidad producidos en la misma provincia.

El Gobierno Nacional mediante el Ministerio de Salud Pública debe estar obligado a crear proyectos que favorezcan a la alimentación en todas las etapas del ser humano, especialmente en las etapas con mayor riesgo, la niñez y la adolescencia. Tal vez así podríamos reducir la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población de la provincia que se encuentra entre el 20 y 29 %, de acuerdo al ENSANUT.

En el cantón Ambato de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad Ambato (GADMA) y el Ministerio de Salud Pública, desde el año 2015 al 2016, indica que existen 1088 pacientes que padecen diabetes y mientras que 814 personas tienen obesidad. Gracias a este problema el GADMA, creó el plan “Muévete Ambato por tu salud y tus derechos” en el año 2016, no solo para generar hábitos saludables en la personas de la ciudad sino además para concientizar sobre los derechos humanos.

En la provincia de Tungurahua y en el cantón Ambato específicamente, no se producen revistas, periódicos u otro tipo de piezas editoriales que se relacione con el diseño editorial que informen a las personas sobre los hábitos alimenticios o en general sobre la alimentación. El Herald, un periódico de Ambato es un ejemplo de esto pues no consta con ninguna sección que hable de dichos temas, sin embargo, muestra esporádicamente publicaciones que refieran a esto, lo cual no aporta de una manera eficaz para que la población se informe de cómo es llevar una alimentación adecuada, especialmente en adolescentes.

1.2.2 Árbol de Problemas

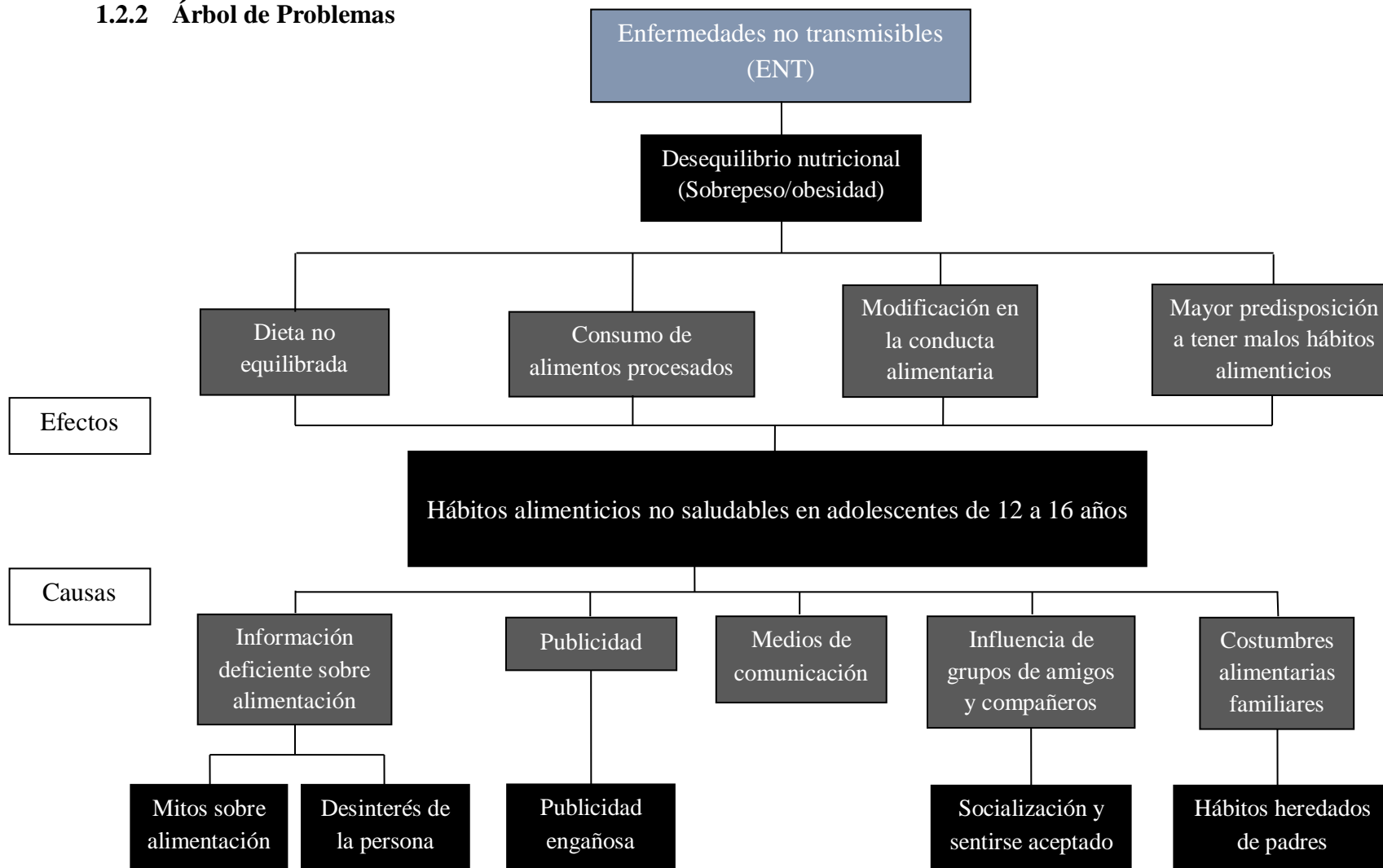


Gráfico 1. Árbol de problemas. Hábitos alimentos no saludables.

1.3 Justificación

La presente investigación se enfocará en los hábitos alimenticios de los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato, y cómo estos al no ser saludables generan un desequilibrio nutricional en el organismo que se muestra como sobrepeso y obesidad. El informe realizado por la FAO y la OPS (2017), indica que el comportamiento de las personas frente a la alimentación, es uno de los principales factores de riesgo en la aparición del sobrepeso y la obesidad. Asimismo, este aumento corporal excesivo por grasas promueve el desarrollo de enfermedades no transmisibles como la diabetes mellitus, ciertos tipos de cáncer y las enfermedades cardiovasculares, principales causas de muerte en el mundo.

De acuerdo con las estimaciones de la OMS, entre los factores que conllevan al sobrepeso y la obesidad, los hábitos alimenticios junto al sedentarismo pueden ser modificados, pero para que esto ocurra es preciso un cambio en nuestra forma de alimentarnos. Sin embargo, antes de implementar cualquier acción en contra de la forma inadecuada de alimentarse, es justo el identificar los hábitos alimentarios de la población. “Identificar las conductas y hábitos de la población es fundamental para establecer las estrategias y herramientas pertinentes para promover el cambio de las prácticas inadecuadas” (Pino, Díaz y López, 2011, p.49)

La investigación además nos permitirá saber si el diseño editorial aportará en los hábitos alimenticios en adolescentes de 12 a 16 años. El campo editorial, es considerado como una forma de periodismo visual (Caldwell y Zapeterra, 2014). Es decir, su objetivo no se centra solamente en promocionar, sino que logra informar, divertir, educar y comunicar a las personas. Por lo que toma en cuenta características del público a quien va dirigido para desarrollar una publicación única, esta precisión hace que se vuelva una de las herramientas más eficaces al momento de dar a conocer un mensaje sobre cualquier tema o problemática. “A la hora de desarrollar una publicación, el hecho de conocer el mercado objetivo o el mercado meta nos obliga hacerlo con unas características propias que consigan comunicar lo que queremos” (Zanón, 2008, p.9).

Los beneficiarios de este proyecto son los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato. Según la OMS (2015), define la adolescencia como un periodo de cambios fisiológicos, morfológicos y sociales, que se produce posterior a la niñez y anterior a la etapa adulta, entre los 10 y los 19 años. En lo que respecta a la nutrición, las necesidades del organismo empiezan a diferenciarse por el sexo y por el individuo, a partir de los 12 años en la en la mujer y en los 14 años en el hombre, debido a que existe un periodo de maduración tanto física como mental (Marín, 1998).

La adolescencia además de ser una etapa de cambios, es donde se establecen los hábitos alimentarios del individuo definido por sus preferencias, y que constituirán la base para el comportamiento que tendrán frente a los alimentos por el resto de su vida (Castañeda, Rocha y Ramos, 2008). Por lo que es esencial que durante este tiempo aprendan sobre los hábitos alimenticios, ya que esto permitirá que gocen de una alimentación equilibrada, que les ayudará a desarrollarse a plenitud durante los siguientes años de su vida. Según García y Martínez (2005) aseveran que:

“El joven adolescente necesita ser aceptado por su grupo, que ejerce la principal influencia sobre su conducta. Estas etapas, la infancia y la adolescencia son fundamentales para la interiorización y adquisición de unos hábitos alimenticios saludables, por ello es necesario cuidar sobremanera el tipo y la forma de suministrar una información nutricional clara, sencilla y útil” (p. 29).

Finalmente, con el fin de informar a los adolescentes sobre el problema, es necesario conocer los hábitos alimenticios que tienen los adolescentes de la ciudad de Ambato, para así entender que es lo que se debe comunicar por medio del diseño editorial. “Conocer las características de los hábitos alimentarios de un colectivo es uno de los primeros pasos que debemos abordar para un adecuado diseño de programas de intervención o educación nutricional” (García y Martínez, 2005, p.27).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar como el diseño editorial puede aportar al momento de informar sobre hábitos alimenticios a adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los hábitos alimenticios no saludables que tienen los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.
- Establecer el tipo de publicación y el soporte más adecuado a partir de las preferencias de los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, con el fin de informar sobre hábitos alimenticios.
- Analizar publicaciones editoriales físicas y digitales en la ciudad de Ambato que contengan contenido sobre hábitos alimenticios, alimentación o nutrición, abordadas desde el diseño y la experiencia.
- Proponer un tipo de publicación editorial sobre hábitos alimenticios con características que se adapten a las necesidades de adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.

1.5 Antecedentes de la investigación (*Estado del arte*)

Para la presenta exploración se ha tomado como referencia diferentes investigaciones previas, con el objetivo de ampliar la visión sobre el tema de estudio y sustentar los planteamientos de este proyecto, cabe mencionar que no se han encontrado proyectos que relacionen directamente el diseño editorial con los hábitos alimenticios, sin embargo las investigaciones encontradas aportan información beneficiosa al actual proyecto, por lo que se detallarán a continuación:

Visscher, Hess y Siegrist (2009), en su investigación: “Health motivation and product design determine consumers visual attention to nutrition information on food products” (La motivación de la salud y el diseño del producto determinan que los consumidores presten atención visual a la información nutricional de los productos alimenticios), publicado en la revista *Public Health Nutrition*, concluye lo siguiente:

Dos factores parecen influir en si las personas prestan atención a la información nutricional de los productos alimenticios: su motivación y el diseño del producto. Si los

consumidores están motivados por el gusto al momento de comprar, su atención visual en el producto se dirige a cualquier otro tipo de información, dejando a la información nutricional en un segundo plano. Sin embargo, si las personas tienen cierta motivación por la salud, estas prestan más atención a la información nutricional conduciéndolas a un procesamiento de información más profundo.

Al hablar del diseño del producto, se da a conocer que un diseño simple puede ayudar a los consumidores a encontrar la información nutricional de una manera más cómoda, en cambio los productos con un diseño más abarrotado o principalmente con otra información, no son recomendados; ya que si el objetivo del producto es intentar estimular el uso de la información nutricional, esta se verá opacada por el exceso de elementos visuales.

Mariné y Piqueras (2006), en su tema: “Alimentación y publicidad”, publicado en la revista HUMANITAS, Humanidades Médicas, el cual tiene como objetivo analizar los mensajes publicitarios y la influencia en los hábitos alimentarios de los consumidores de todas las edades, con los posibles efectos sobre la salud, menciona lo siguiente:

Una encuesta realizada en 2005 por la Organización Europea de Consumidores (BEUC) y la OCU refleja que el 77% de los entrevistados declara estar muy interesado por la nutrición y que un 81% agradece la información nutricional que aparece en el envase; sin embargo, la mayoría asegura que otorga más atención, entiende mejor y confía más en las alegaciones publicitarias que en las tablas nutricionales de los alimentos, sobre todo cuando se trata de marcas conocidas. Asimismo, la televisión, la radio y la prensa son las principales fuentes de información nutricional para los consumidores. Afirman también los consumidores que la información nutricional no siempre es fácil de entender y les gustaría que fuera más grande y más clara (p.11).

Además en el proyecto se hallaron diferentes conclusiones, de las cuales la que más aporta en cierto modo a nuestra investigación es la que expone, que no siempre es fácil transmitir a la población la información relacionada con alimentación, nutrición y salud, por lo que es necesario que la información que se transmite sea veraz, rigurosa y al mismo tiempo comprensible, enfocándose específicamente en el usuario.

1.6 Fundamentación (*Legal, Axiológica, Ontológica*)

Fundamentación legal.

La Constitución de la República del Ecuador del año 2008, en el Título I sobre los Elementos Constitutivos del Estado, Capítulo I, el Art. 3 numeral 1 establece que: “Es deber primordial del Estado, garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes”;

La Carta Suprema del año 2008, en el Título II, Capítulo II sobre los derechos del Buen Vivir, en la sección primera, agua y alimentación, dispone en su Art. 13: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria”;

El Art. 45, de la Constitución de la República del Ecuador del año 2008, en el Capítulo III sobre los derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, en la sección quinta, Niñas, niños y adolescentes ordena que: “Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria...”.

La Ley Orgánica de Salud del año 2017, manda en su Art. 6, numeral 19: “Dictar en coordinación con otros organismos competentes, las políticas y normas para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional, incluyendo la prevención de trastornos causados por deficiencia de micro nutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios, con enfoque de ciclo de vida y vigilar el cumplimiento de las mismas”;

El Art. 16 de la Ley Orgánica de Salud del año 2017, señala que: “El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes. Esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micro nutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios”;

El Art. 18 de la Ley Orgánica de Salud del 2017, indica: “La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los gobiernos seccionales, las cámaras de la producción y centros universitarios desarrollarán actividades de información, educación, comunicación y participación comunitaria dirigidas al conocimiento del valor nutricional de los alimentos, su calidad, suficiencia e inocuidad, de conformidad con las normas técnicas que dicte para el efecto el organismo competente y de la presente Ley”.

La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria del año 2009, en su Art. 27 establece: “Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas”;

El Art. 28 de la Ley Orgánica de Régimen de la Soberanía Alimentaria en el año 2009, menciona: “Calidad nutricional.- Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritaria. El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos. Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos

necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación”.

El Plan de Desarrollo 2017 – 2021 “Toda una vida”, en el objetivo 6 sobre Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural, expresa en la política 6.3: “Impulsar la producción de alimentos suficientes y saludables, así como la existencia y acceso a mercados y sistemas productivos alternativos, que permitan satisfacer la demanda nacional con respeto a las formas de producción local y con pertinencia cultural”.

Fundamentación axiológica

La axiología es una rama de la filosofía, que estudia los valores en general y como se relacionan con el hombre en la sociedad, desde la perspectiva moral (ética) y la estética. “La Axiología representa el estudio de la naturaleza y criterio de valores y juicios de valores en términos generales. El enfoque principal de la axiología es la sociedad y sus valores” (Reyes, Riveron y Palma, 2005, p.7).

En la construcción de nuestros valores existen valores vitales, que se dedican a la protección de la vida pues se preocupan de la salud frente a la enfermedad. Los seres humanos están obligados a desarrollar y salvaguardar su salud (Penas, 2008). En base a esto, la investigación aportará al cuidado de la salud alimentaria y nutricional por medio de la información que se establecerá sobre hábitos alimentarios no saludables, y que llegará a enseñar a los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato sobre el respectivo cuidado que deben tener frente al hecho de alimentarse.

Fundamentación ontológica

Echeverría (2003), indica. “La ontología hace referencia a nuestra comprensión genérica, nuestra interpretación, de lo que significa ser humano” (p.19). La ontología como parte de la filosofía, está encargada del estudio del ser (personas, objetos, cosas,

todo lo que se pueda discutir su existencia), es decir, identificar y generar diferentes conceptos que conformen el conocimiento sobre el ser.

Los diferentes conceptos que se generará a partir del actual proyecto forman parte del ser, ya que se estudiará la conducta alimentaria de los adolescentes de 12 a 16 años y su influencia en diferentes aspectos de su vida diaria. Igualmente, saber si se puede fomentar un conocimiento por parte de los adolescentes en lo que respecta a hábitos alimentarios no saludables por medio del diseño editorial.

1.7 Categorías fundamentales

1.7.1 Redes conceptuales

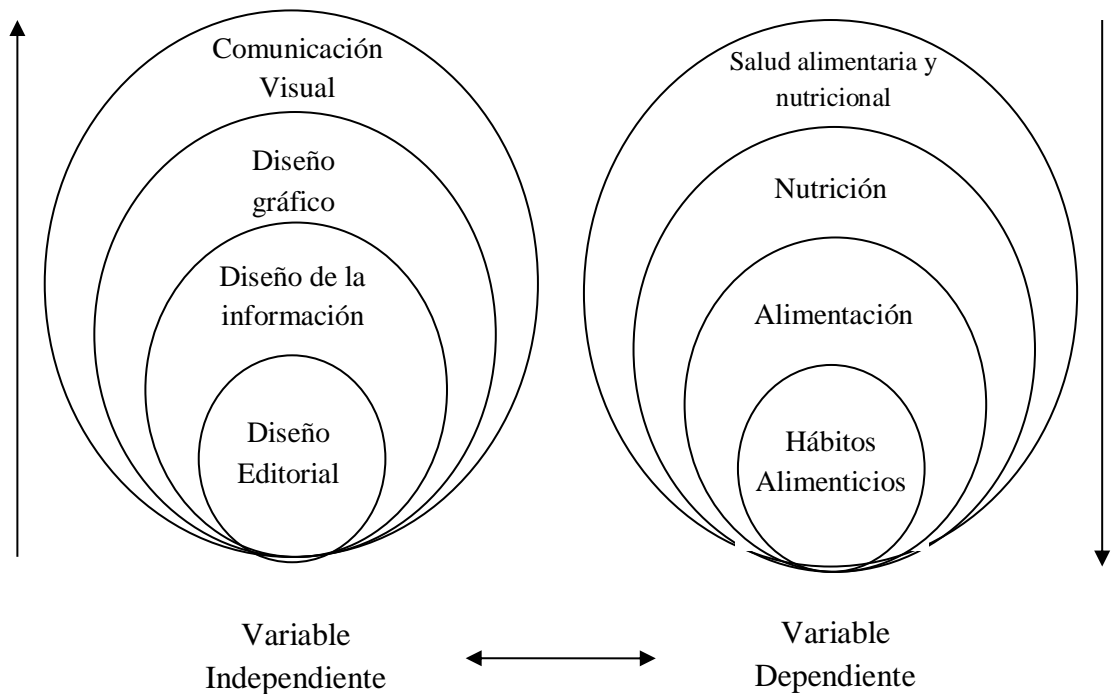


Gráfico 2. Categorización de las variables.

1.7.2 Constelación de idea

Variable independiente: Diseño editorial.

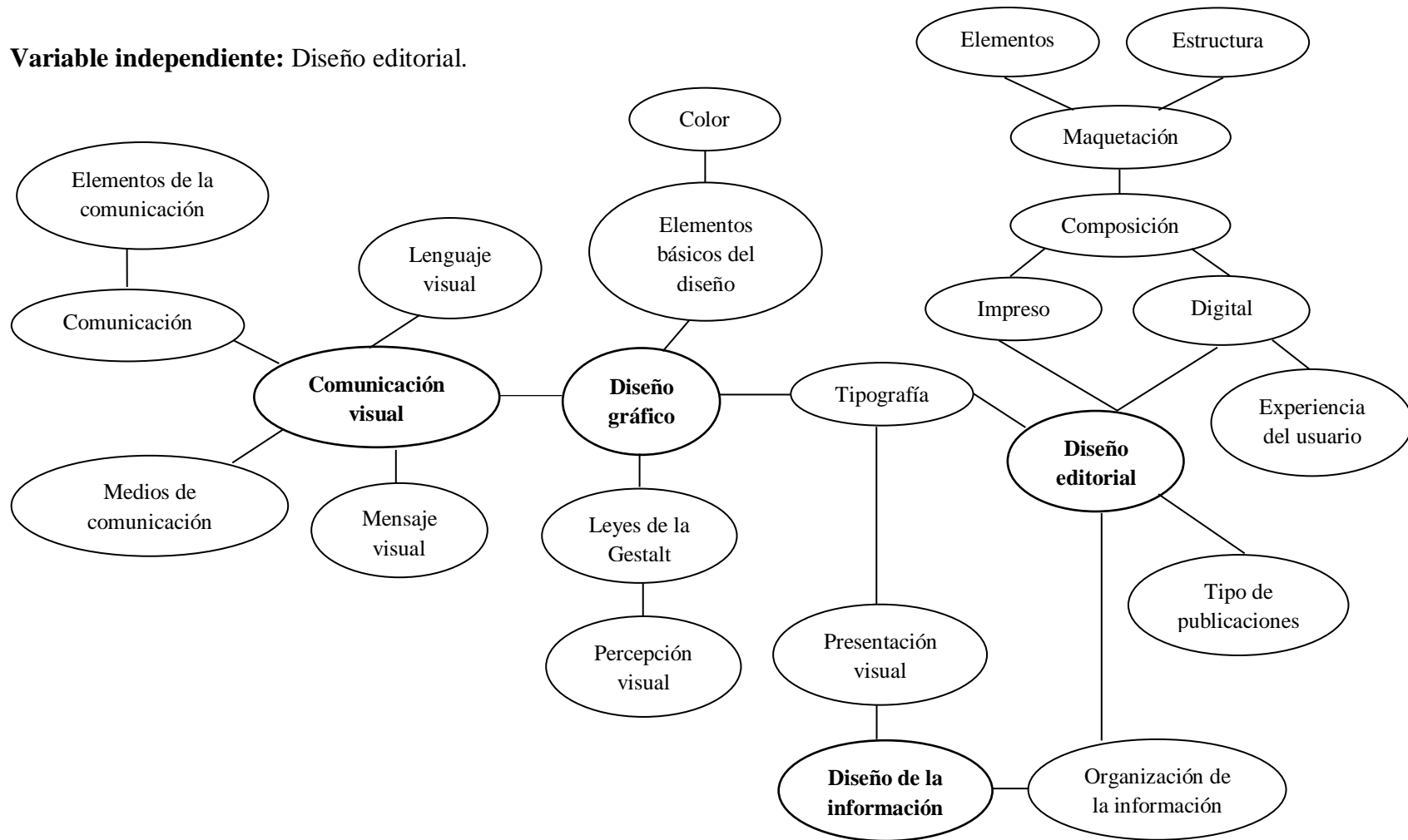


Gráfico 3. Constelación de ideas. Variable Independiente

Variable dependiente: Hábitos alimenticios

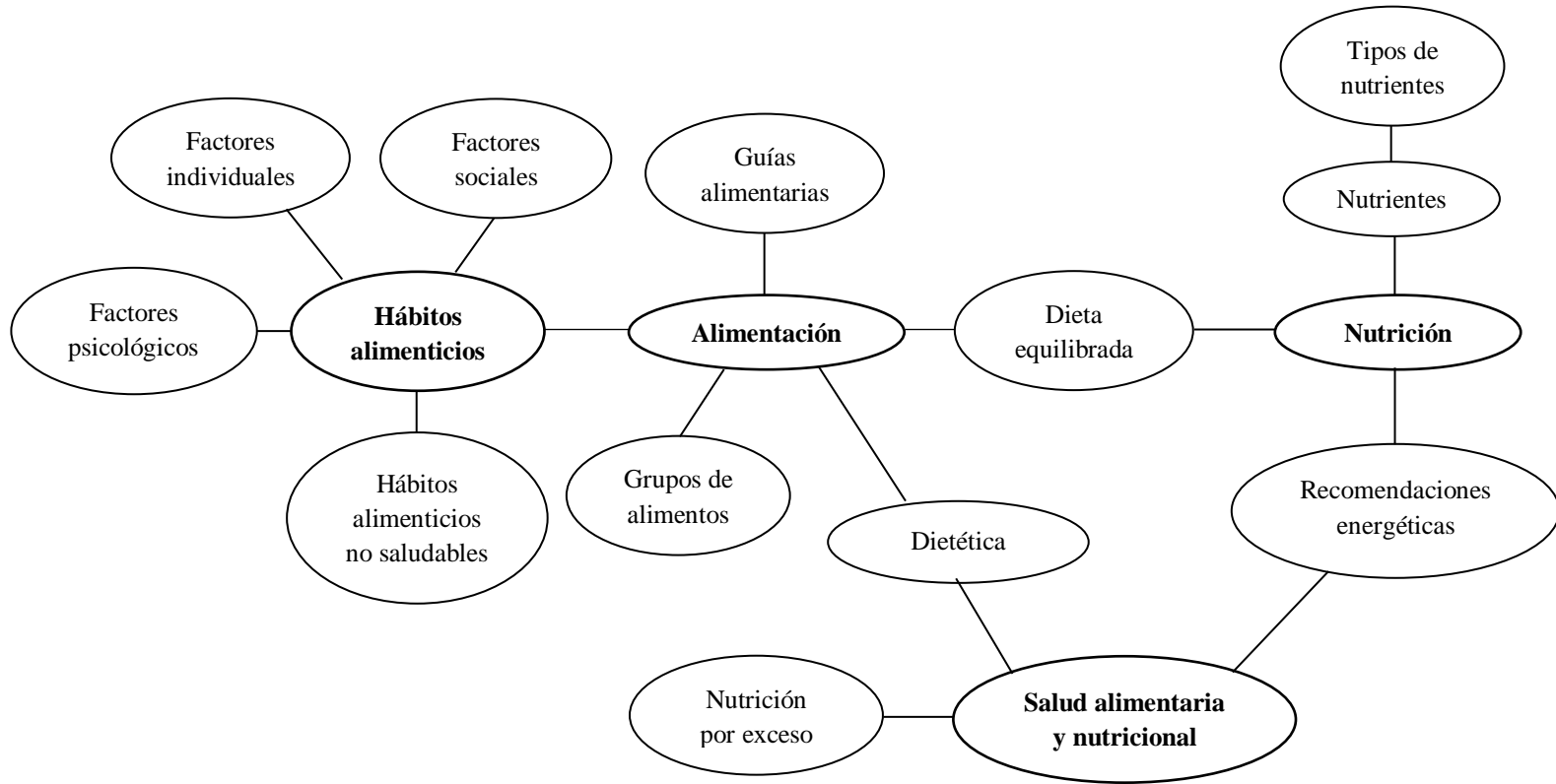


Gráfico 4. Constelación de ideas. Variable

1.8 Bases teóricas

Variable Independiente

1.8.1 Diseño editorial

Caldwell y Zapaterra (2014), menciona. “El diseño editorial es una forma de periodismo visual pues es este rasgo el que lo distingue más fácilmente de otras disciplinas del diseño gráfico y de formatos interactivos” (p. 8). Tomando al diseño editorial como periodismo visual se puede decir que es una forma veraz y confiable de transmitir información pues tuvo un grado de análisis y estudio para generar un contenido de calidad. Su función ya no simplemente es promocionar a algo o a alguien; sino que va más allá y logra informar, divertir, educar y comunicar a las personas.

El objetivo del diseño editorial es presentar la información de una manera eficiente, de tal manera que las ideas o el mensaje que se intentar dar a conocer lleguen de manera correcta a su destino, para esto hace uso de diferentes herramientas como la retícula, tipografía, color, formas, etc. (Zanón, 2008). La finalidad del diseño editorial es comunicar o transmitir un mensaje mediante la maquetación y la composición de diversas publicaciones; como una de las ramas del diseño gráfico es coherente que utilice sus principios, elementos y herramientas para lograrlo.

1.8.1.1 Diseño editorial digital

Actualmente, muchas personas piensas que el diseño editorial basado en el papel ha perdido terreno frente a lo digital, debido a que los hábitos de leer han disminuido en las personas, sin embargo, las personas han mantenido sus viejos hábitos de lectura, así como las preferencias a conocer sobre alguna temática mediante su tipo de publicación de agrado. Lo que en verdad ha cambiado son las expectativas y las experiencias que tienen los individuos frente a nuevos dispositivos (iPads, tablets, computadoras, etc.), ya que estas se han adaptado a las necesidades de los lectores (Apfelbaum y Cezzar, 2014).

Un ejemplo práctico en el que las publicaciones se adaptan al usuario, es el fácil intercambio de un dispositivo a otro para continuar leyendo un artículo que se quedó en

pausa; o el acceso ilimitado a conocimientos que en la publicación no quedaron completamente claros mediante navegadores que se encuentran en el mismo dispositivo, esto se puede lograr un conjunto de disciplinas de las que forma parte la experiencia de usuario. “Cuestiones como la usabilidad, la experiencia de usuario o el diseño adaptable han traspasado las fronteras de las aplicaciones o de las páginas webs para empezar a ser algo común a la hora de afrontar el diseño de una publicación” (Yunquera, 2015, p.146).

1.8.1.2 Composición

La composición es la disposición y distribución intencional de los diferentes elementos visuales en forma estética y práctica, dentro de un espacio; con el fin de transmitir un mensaje correctamente. La composición se crea a partir de los principios y elementos básicos del diseño (García *et al*, 2014). Los principios que son considerados importantes en la composición son: equilibrio, consistencia, armonía, contraste, proximidad y repetición. Dabner, Stewart y Zempol (2015), señala.

Equilibrio (la distribución deliberada de los elementos en una página); consistencia o armonía (similitudes de los objetos visuales); contraste (diferencias obvias entre los elementos visuales); proximidad (relaciones en la ubicación de los elementos en juego); repetición con variación y espacio blanco (zonas abiertas en una composición que brindan al espectador la posibilidad de centrarse en todo lo demás) (p.33).

Estos principios fundamentales del diseño pretenden construir una composición al público a quien va dirigido la percepción de equilibrio, proporción y armonía, entre el espacio visual y los elementos necesarios en la construcción de cualquier publicación. En publicaciones impresas y digitales, la composición se rige a estos principios, ya que son común en todas las disciplinas del diseño gráfico (Santo, 2017).

1.8.1.3 Maquetación

Bhaskaran (2008), refiere. “La maquetación de una publicación hace referencia a la ubicación del contenido (texto y/o imágenes) y a cómo se relacionan estos elementos entre sí y con la publicación como un todo” (p.60). La maquetación la parte del diseño editorial que se encarga del ordenamiento armónico intencional de los elementos que

componen una página (texto e imágenes), su objetivo radica en comunicar un mensaje que sea fácil de leer y agradable a la vista.

Desde el punto de vista de la composición, la maquetación está relacionado con el equilibrio, la jerarquización y la disposición correcta de los elementos de una página, principios fundamentales del diseño (Almazán, 2015). Del mismo modo, la utilización de la tipografía y el color como elementos estéticos y funcionales, generar que la composición final genere una comunicación efectiva. Cabe destacar que todos los elementos de una composición generan un significado, el manejarlos correctamente depende de gran medida del diseñador.

Con respecto a publicaciones en soportes digitales, la estructura de la maquetación y su desarrollo siguen siendo las mismas o parecidas al diseño editorial que se implanta en el papel (Yunquera, 2015). No obstante, la aparición de nuevos dispositivos en el mercado, han creado una necesidad por parte de los diseñadores en investigar y avanzar en el desarrollo de una maquetación adecuada para la construcción de publicaciones digitales. Lo que realmente cambia son ciertas cualidades visuales que han aparecido con el avance de la tecnología y que permiten la interacción entre la publicación y el lector (Santos, 2017).

Dentro de la maquetación, existen dos tipos de maquetación, clásico y moderno. El clásico, que se caracteriza por la simétrica de la página par e impar, en la que los márgenes son amplios, la tipografía utilizada es con remates y los textos están justificados. En cambio, el estilo moderno concebido en la Escuela de la Bauhaus a partir del siglo XX, se identifica por la asimétrica de la página par e impar, generando la sensación de dinamismo, en donde los márgenes son excluidos, el tipo de letra es de palo seco y los textos justificados son a modo bandera (Zanón,2008). En la actualidad es indispensable el empleo de estos dos tipos de maquetación al momento de desarrollar una publicación.

1.8.1.4 Estructura

En el diseño editorial es indispensable conocer la estructura básica de la página, ya que cada tipo de publicación tiene su propia estructura o reglas que debe seguir para su desarrollo. Mientras, Zanón (2008), menciona que el formato, la proporción, los márgenes y la retícula son la parte fundamental en el diseño de publicaciones. Bhaskaran (2008), sugiere que los elementos básicos del diseño editorial son el formato, la retícula, la tipografía, el color, la cubierta o cabecera, y el uso de imágenes. En base a esto, se puede establecer que la estructura de una página está formada por el formato, la proporción y la retícula en donde los márgenes se consideran parte de la retícula, mientras la tipografía, el color y las imágenes, se consideran como elementos que se encuentran en la página.

Yunquera (2015), expresa. “La estructura básica del diseño editorial pensada para medios impresos se ha visto obligada a adaptarse a los nuevos medios informativos digitales” (p.133). En lo que respecta a la estructura antes mencionada los cambios más notorios en lo que respecta al soporte digital son, los formatos y la retícula, debido a los diferentes tamaños en los dispositivos que hoy en día existen; en tanto que las consideraciones que se debe tener en cuenta para las imágenes son el formato de subida a la red y la resolución en pantallas.

Formatos de papel

El formato es el tamaño que tendrá la página y la publicación en general (Bhaskaran, 2008). Asimismo, es necesario conocer las dos formas en la que se puede disponer a un formato, ya que cada una posee un significado y rasgos únicos que puede inferir en la publicación. Las formas que puede adoptar un formato son: el cuadrado que transmite firmeza, seguridad, dureza y masculinidad, adecuados para maquetar elementos que tengan disposición vertical y horizontal; y el rectángulo en forma tanto vertical como horizontal, siendo el primero es el más común entre las publicaciones por ser la más fácil de usar; mientras que el segundo es utilizado para publicaciones que tengan imágenes de gran tamaño como libros con fotografías panorámicas de paisajes y que se

debe tener en cuenta ya que puede resultar fastidioso su gran anchura durante su manejo (Zanón, 2008).

Los formatos de papel están estandarizados por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que a su vez se basa en las normas establecidas por del Instituto Alemán de Normalización (DIN). Los formatos normalizados se desarrollan a través de las series A (841 x 1189 mm), B (1000 x 1414 mm) y C (917 x 1297 mm), donde el pliego es la forma básica del formato (Zanón, 2008). La serie A es la más utilizada en el diseño editorial ya que habitualmente las máquinas para imprimir y cortar manejan estas medidas, además de ser la base para las demás series. “La serie A es la base de los demás. La serie B son formatos sin cortar, la serie C son formatos de envoltura y sobres para la serie A. Las series C y D son las llamadas adicionales” (Müller, 2012, p.16).

Proporción

Para determinar las dimensiones de la página y de la retícula, es necesario determinar las proporciones entre la anchura y la altura. Las proporciones más conocida para lograr esto son: la áurea (1:1,6), la normalizada (1:1,4), la ternaria (1:1,5) y la 3:4 (1:1,3) (Zanón, 2008). Para definir la proporción a usar, es necesario conocer los elementos que vamos a emplear en la maquetación, ya que la de 3:4 forman márgenes diminutos, mientras que en el áurea los márgenes son amplios. Cabe resaltar que la proporción más utilizada es la normalizada.

Para hallar las dimensiones de las proporciones en milímetros, debemos conocer las siguientes fracciones áurea ($5/8$), normalizada ($5/7$), ternaria ($2/3$) y 3:4 ($3/4$). Para hallar las medidas, multiplicamos por el primer número de la fracción y después dividimos por la segunda (Zanón, 2008). Por ejemplo en la proporción áurea, suponiendo que tenemos un alto de 29 mm, a la altura lo multiplicamos por 5 y luego lo dividimos por 8, el resultado sería 18, por lo tanto el rectángulo de la caja sería de 18x29 mm; basado en esto se podría realizar las demás proporciones.

Formatos para tamaños de pantalla

Actualmente, los estándares de resolución no están estandarizados puesto que existen una infinidad de dispositivos en el mercado. “Así como no hay una sola forma de imprimir, las pantallas no son del mismo tamaño para todos” (Yunquera, 2015, p.14). Los diseñadores de red, se han basado en estadísticas y estudios para determinar las resoluciones que el usuario a menudo utiliza para navegar en internet y que por lo tanto sirve para maquetar las publicaciones.

Por ejemplo, la red de W3Schools, determinó que más de 85% de usuarios utilizan monitores de 1074 x 768 pixeles de resolución al navegar por el internet (Steane, 2016). Este tipo de datos ha permitido definir que el tamaño común adaptable de los monitores y móviles, que al igual que estos presentan una variedad de resoluciones. “Monitores de 68.5 cm (27 pulgadas) y smartphones de 10 cm (4 pulgadas)” (Steane, 2016, p.128). A partir del tamaño común adaptable de los móviles, se ha podido expandir hasta englobar a los teléfonos comunes, smartphones y tablets. En la siguiente tabla se muestran las resoluciones de pantallas comunes de los monitores y diferentes dispositivos que se deben tomar en cuenta al momento de maquetar.

Tabla 1

Resolución de pantallas comunes

Resolución de monitor	Tablet	Smartphone	Teléfono común
1024 x 768	1024 x 600	320 x 480	240 x 320
1280 x 1024	1024 x 768	480 x 800	
1440 x 900	1280 x 800	1136 x 640	
1600 x 1200	2048 x 1536		

Nota: Incluye las resoluciones del iPad de cuarta generación y del iPhone 5. Esta tabla ha sido tomada de “Resolución de pantallas comunes”, por Steane, J. (2016). *Fundamentos del Diseño Interactivo*, p.128. Promopress.

Retícula

Una retícula es una estructura que se construye sobre una página, su utilidad radica en la distribución correcta de los elementos empleados en la maquetación; antes de comenzar con la implementación de una retícula se debe tomar en cuenta el público a quien va dirigido, el tipo de publicación, las características de la tipografía y los elementos gráficos (ilustraciones o fotografías) a utilizar (Zanón, 2008). La retícula debe aportar a la publicación orden, precisión, claridad al momento de la comprensión de los elementos que constituyen a las páginas y sobre todo una diferenciación de todos los tipos de publicaciones que hay en el mercado.

Samara (2004), afirma. “Una retícula consiste en un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación, que actúan como guías para la distribución de los elementos en todo el formato” (p.22). La retícula es una guía que organiza los elementos de la página (texto e imágenes) de forma ordenada. Se debe entender que la retícula al ser una guía, esta no es absoluta y no debe imponerse a las necesidades que requiera la publicación ni al público al que se dirige. “Un diseñador no debería tener miedo de tener su propia retícula, sino forzara a fin de proponer sus límites” (Portillo y Velis, 2011, p.11).

Todas las retículas tienen las mismas partes básicas. Cada parte desempeña una determinada función durante la maquetación de la retícula; el diseñador tiene la potestad de combinar u omitir alguna de estas partes, dependiendo de la interpretación que tenga o el tipo de publicación que este diseñando (Samara, 2004). Las partes básicas que sirven como guía al construir una retícula son: márgenes, líneas de flujo, zonas espaciales, marcadores, módulos y columnas.

Partes básicas de la retícula

Márgenes

Los márgenes son el espacio vacío que rodea a la retícula. “Los espacios en blanco que rodean la mancha de la página; el superior se denomina cabeza; el inferior,

pie; el del lateral interior, lomo, y el lateral exterior, corte” (Zanón, 2008, p.22). La medida mínima de los márgenes es de 10 mm, ya que al ser menor puede ser que al momento del corte se puede eliminar parte del contenido. Otra recomendación importante, es que las medidas de los cuatro márgenes no deben ser iguales, debido a que la composición es percibida como simple o aburrida por parte del espectador (Ambrose y Harris, 2005). El objetivo de los márgenes es comunicar y despertar el interés en las personas.

Las funciones que desempeñan los márgenes no son meramente estéticos, sino funcionales. Entre las diferentes funciones se pueden resumir las siguientes: evitar que parte del contenido se corte al guillotinar el papel, impedir que la encuadernación obstaculice la lectura y dejar una superficie vacía que permita el manejo de las páginas (Buen, 2005). Los márgenes deben cumplir funciones estéticas, funcionales y de comunicación, como todos los elementos de la página.

Para determinar los márgenes se pueden utilizar algunos métodos, como por ejemplo, la proporción aurea que dicta que el margen superior es tiene mayor medida que el margen superior y de los laterales (exterior e interior), en cambio el margen superior tiene mayor medida que el de los laterales y el margen exterior debe tener el doble de medida que el interior (Zanón, 2008). Otros métodos para la elaboración de márgenes son márgenes uniformes, márgenes especiales y márgenes tradicionales.

Líneas de flujo

Son líneas que dividen a la retícula en campos alargados horizontales o conocidos comúnmente como filas, dirigen la mirada de la persona a través del espacio y sirven para dar inicio y fin al texto o imágenes (Samara, 2004). Las líneas de flujo se colocan exclusivamente en la parte superior de los módulos, orientan la mirada del espectador dando inicio y final a la construcción del texto y la colocación de las imágenes.

Módulos

Samara (2004), explica. “Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas” (p.17). Son las unidades más pequeñas que pueden existir en la retícula, su repetición en el espacio se forma a partir de las divisiones realizadas por las líneas de flujo y las columnas.

Zonas espaciales

Es el conjunto de módulos que se pueden visualizar claramente en la retícula, cada una de estas zonas puede servir para contener elementos visuales específicos (Samara, 2004). Se forman a partir de los módulos y pueden utilizarse para reservar algún tipo de información se colocara posteriormente.

Marcadores

Son indicadores que muestran la posición de elementos que se repiten constantemente en la publicación y que su ubicación nunca cambia en la maquetación (Samara, 2004). Los indicadores ayudan a la maquetación ya que permite establecer un patrón de elementos. Algunos ejemplos de marcadores son: folios numéricos, explicativos, perlóngales, los títulos de sección, etc.

Columnas

Samara (2004), expresa. “Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes” (p.17). Las columnas se encuentran dentro de los márgenes y se definen como líneas de distribución para el texto e imágenes que pueden ser tanto verticales como horizontales. La anchura de la columna es además uno de los factores al momento de hablar sobre legibilidad.

Tipos de retículas

Retícula de manuscrito

Es la retícula más sencilla que existe. “Su estructura base es un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página” (Portillo y Velis, 2011, p.13). Como su nombre lo indica, su estructura se basa en los antiguos manuscritos; este tipo de retícula se utiliza en libros que tengan textos largos y continuos. El tamaño y la posición de la retícula se determinada a partir de los márgenes (Zanón, 2008). Es necesario de una estructura suplementaria que ayude a determinar la ubicación de los demás elementos de la publicación.

Retícula de columna

Esta tipo de retícula es flexible y versátil al momento de su construcción. Su estructura se basa en la división por columnas para la colocación de los diferentes elementos en la página (Portillo y Velis, 2011). La cantidad de columnas dependerá del tipo de contenido y el tipo de publicación, por ejemplo los textos no tan largos y discontinuos son los que más disponen de este tipo de retícula. En lo que respecta al ancho de las columnas estas pueden ser similares o diferentes (Zanón, 2008). Como se sugirió anteriormente la anchura de la columna está establecida a 10 palabras.

Retícula modular

Portillo y Velis (2011), aseveran. “Una retícula modular es, en esencia una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos” (p.15). Este tipo de retícula está tan detallado que da un orden particular y concreto a los elementos que se utilizaran en la maquetación, por lo que su manejo está determinado para publicaciones que tengan un grado de complicación elevado.

Retícula jerárquica

Este tipo de retícula se adecua en las proporciones de los elementos que se van a organizar, para la construcción de la estructura el diseñador se basa primordialmente en la intuición (Portillo y Velis, 2011). La organización se fundamenta en la funcionalidad y en la experimentación, en donde las columnas a menudo suelen variar. Quintanilla y Aguilar (2011), indican. “Esta retícula es apta para aplicar en el diseño de las páginas en las cuales la fotografía es lo más importante” (p.41). La facilidad de desplazamiento en esta retícula permite que publicaciones afines a la fotografía tengan la potestad de ubicarse en donde se perciba como un elemento estético y funcional.

Retículas para publicaciones digitales

En publicaciones digitales la retícula no debe ser visible ante los usuarios, las únicas sensaciones que deben ser percibidas son la eficiencia que debe ser innata y un grado de deleite mientras se navega en el sitio; esto aporta en la decisión de visitar o no, al sitio web en donde se aloja la publicación (Steane, 2016). Las retículas además de organizar los elementos permite la fácil navegación en un sitio web que está plagado de capas de información.

El sistema reticulado 960.gs es el más empleado por parte de los diseñadores en la red, el cual fue creado por el estadounidense Nathan Smith, quien determinó que el ancho de 960 pixeles era el más adecuado para un sitio web, ya que la mayoría de pantallas son de 1024 x 768 pixeles, pero sin un desplazo horizontal (Steane, 2016). Esta retícula se basa en variaciones de 12 y 16 columnas, siendo la de 12 la más eficaz. “La cuadrícula de 12 columnas es especialmente útil porque con ella se obtienen composiciones simétricas y asimétricas” (Steane, 2016, p.126). Cabe recalcar que este tipo de retícula es solo una alternativa para la construcción de un sitio, ya que se debe valorar la necesidad del usuario y de la información. Las cuadrículas y las Hojas de Cascada (CSS), son una opción al momento de elaborar una retícula.

1.8.1.5 Elementos gráficos

En el diseño editorial, el contenido de una publicación es presentada mediante los elementos de la página que son: el texto y las imágenes. El texto en la maquetación es constituido por la mancha o caja de texto, mientras que en el diseño es representado por la tipografía; por parte de las imágenes, estas pueden ser ilustraciones o fotografías. Los factores que influyen para que exista una correcta comunicación por parte de estos elementos son, las características del texto, la colocación del texto y las imágenes respecto a los demás elementos que forman la página, y el manejo de los espacios en blanco (Ambrose y Harris, 2005). Los elementos que rodean al texto e imagen ayudan a que el mensaje sea fácil de interpretar y estéticamente agradable.

Mancha o caja de texto

El texto como elemento de la página es necesario conocer su espacio en la retícula. La mancha de texto es el sector de la página reservado únicamente para el texto (Kane, 2006). El tamaño de la mancha está definida por el tamaño de la página, el tamaño del texto, la anchura de las columnas y la anchura de las líneas de texto (la anchura ideal es de 65 caracteres).

Tipografía

La tipografía es una técnica que se emplea para el manejo y distribución de letras, palabras y texto en el espacio visual, asimismo sirve para la selección correcta de tipos de fuentes que serán útiles en el diseño de una publicación (Dabner, Stewart y Zempol, 2015). Para el diseñador, la tipografía es una herramienta imprescindible al tratar de lograr una comunicación visual eficiente. Cheng (2006), menciona. “La tipografía es la manifestación visual del lenguaje. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras en mensajes” (p.7). Para comunicación visual objetivo primordial del diseño gráfico, la tipografía es considerada el lenguaje visual del mensaje.

Mariño (2005), señala. “Se denomina tipografía al estudio, diseño y la clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes” (p.7). La tipografía estudia y desarrolla diferentes tipos de letras con características visuales distintivas, que posteriormente se clasificaran en diferentes familias, cumpliendo la función de ser un medio de comunicación visual.

Anatomía de la tipografía

Para definir la estructura básica de las letras, los autores nombran a más de veinticinco términos. Para definir una estructura más general, se deben conocer los siguientes vocablos: tamaño de la altura x (altura de las minúsculas o caja baja, determina el tamaño de la fuente), la contraforma (espacio interno de las letras), el estilo romano o palo seco y la modulación vertical u oblicua (ángulo formado por los grosores de los trazos que poseen algunas letras) (Dabner, Stewart y Zempol, 2015). La anatomía de la tipografía es necesaria ya que permite conocer las características de las letras y ayuda a la selección correcta de las tipografías.

Familias tipográficas

La clasificación tipográfica ordena en base a ciertos factores o características al gran número de tipos de letra con las que se cuenta en la actualidad. Las diversas clasificaciones de letras apoya de gran manera el trabajo del diseñador al momento de seleccionar la tipografía que utilizará en su proyecto (Ambrose y Harris, 2009). Una clasificación que en términos generales nos ayudaría a conocer las diferentes tipos de letras que existen sería la siguiente: tipografía con serifa y sin serifa.

Las tipografías con serifa o romanas, son nombradas por la terminación con la que cuenta sus letras. “Los caracteres con serifa representan pequeños trazos al final de sus astas verticales u horizontales que guían al ojo por las líneas del texto y facilitan la lectura” (Ambrose y Harris, 2009, p.102). Por sus características y su origen son considerados tipografías antiguas, pero que en la actualidad se siguen creando fuentes a

partir de esta fuente. Dentro de este grupo se encuentran las romanas antiguas, romanas de transición, romanas modernas y egipcias.

Las tipografías sin serifa o de palo seco, no cuentan con un remate y son más modernas que las romanas. Este tipo de fuente cuenta con rasgos más variados como la mayor altura de la x y una mayor inclinación en su modulación (Ambrose y Harris, 2009). Se les considera con menos legibilidad pero logra una compensación visual en sus trazos uniformes. Fuentes como grotescas, neogrotescas o de transición, humanistas y geométricas pertenecen a este grupo.

Estilos tipográficos

Ambrose y Harris (2009), mencionan. “Los estilos tipográfica agrupa a todas las variaciones posibles de un tipo de letras o de una fuente específica, esto es, los diferentes grosores, anchos y cursivas” (p.82). Dentro de una fuente o tipografía específica se pueden encontrar diferentes variaciones que son determinadas por el grosor, la anchura y su curvatura. Entre las variaciones que podemos encontrar están las siguientes: romana o romanilla (llamado también redondo, es el carácter básico de cada tipografía), cursiva o itálica (letra construida a partir de un eje ondulado), fina (letra fina o ligera respecto a la romana), negrita (letra con grosor más ancha que las romanas), condensada (más estrechos en su línea horizontal que las romanas) y extendida (más anchos en su línea horizontal que las romanas) (Ambrose y Harris, 2009). Los diseñadores tienden a manejar más de dos estilos de fuentes, ya que nos ayuda a implantar una jerarquización tipográfica en los proyectos.

Tipografía digital

El uso de la tipografía en la web se transformado durante los últimos años. El desarrollo de la fuente de red (sitio que almacena tipografías) en 2008, ha ayudado a los diseñadores a tener un control total de la tipografía durante la maquetación; esto es un gran cambio ya que en el pasado el diseño de sitios se limitaba a las fuentes que eran compatibles con la web (Steane, 2016). Las tipografías en publicaciones digitales ya no

tienen límites pero en cambio se deben considerar ciertas pautas que influyen en la legibilidad y en la usabilidad durante la navegación.

Al seleccionar la tipografía se debe tener en cuenta ciertas consideraciones como que algunas fuentes no se adaptan a pantallas de monitores (Arial, Georgia y Verdana), y que ciertas tipos deben ser legibles para diferentes idiomas, así como que las pantallas de alta resolución son más legibles pero que su uso por mucho tiempo causa fatiga (Steane, 2016). Cada tipografía tiene sus propias características que aportan al momento de elegir la que vamos a utilizar en nuestra publicación, se puede nombrar al tamaño y el grosor como algunas de ellas. Para la tipografía en móviles se utilizan las mismas consideraciones utilizadas en soportes impresos (Steane, 2016).

Elementos tipográficos

Alineación o justificación

Como su nombre lo indica es la alineación de los textos tanto vertical como horizontalmente, que se encuentra en una columna o simplemente en la caja de texto, contra los márgenes de la retícula (Ambrose y Harris, 2005). La alineación del texto puede ser del tipo vertical con una disposición centrada, superior o inferior con respecto a la retícula; o del tipo horizontal en la que la disposición puede variar a la izquierda, derecha, centrada o justificada.

Espaciado entre letras y palabras

Al hablar de tipografía hay que hacer hincapié en el espaciado entre letras y palabras puesto que esto influye en la legibilidad de los textos. El ajuste del espacio entre dos letras (especialmente en mayúsculas) se denomina kerning, mientras que el ajuste del espacio entre letras se denomina tracking (Dabner, Stewart y Zempol, 2015). El kerning y el tracking, son considerados una técnica visual que regula el espacio entre letras y palabras permitiendo la fluidez de lectura, la finalidad es que todas las líneas de texto tengan uniformidad.

Interlineado

Es la cantidad de espacio vertical que existe entre las diferentes líneas de un texto, el interlineado es indispensable cuando las publicaciones tienen exorbitantes cuerpos de texto como en los libros (Dabner, Stewart y Zempol, 2015). El empleo de forma correcta del interlineado ayuda a la lectura y permite que lo leído quede impregnado con facilidad en la memoria de las personas.

Imágenes

La imagen como elemento de una página cumple una función estética y una funcional, pero para esto el público objetivo es clave ya que establece el uso que tendrá en la maquetación. “Las imágenes desempeñan un papel integral en la identidad visual de cualquier publicación; pueden cambiar de forma espectacular su aspecto estético, tanto como elemento subsidiario de un texto principal o como fuerza conductora de todo el diseño” (Bhaskaran, 2008, p.74). Las imágenes se conjugan con el texto para tener una mejor explicación del contenido, la armonía de estos elementos nace a partir de los principios del diseño y la experiencia del diseñador.

Las imágenes más utilizadas en diseño editorial son la ilustración y la fotografía, sus funciones son crear una mejor atracción en las personas, al igual que complementar un texto en la página (Zanón, 2008). Al tratar de llamar la atención de las personas se debe evitar que obstaculice la lectura del texto que es el que guarda la información. Asimismo, se debe entender que las imágenes pueden ser manipuladas para mejorar su aspecto.

Fotografía

Barthes (1982), expone. “Técnicamente, la fotografía se encuentra en la intersección de dos procedimientos, distintos; uno químico: la acción de la luz sobre ciertas sustancias; el otro físico: la formación de la imagen a través de un instrumento óptico” (p.10). La fotografía como un proceso en donde interactúa la tecnología, se ha

vuelto muy popular hoy en día. La velocidad de captura, de envío y de manipulación ha ayudado a generar un diseño más eficaz (Bhaskaran, 2008).

La fotografía como una forma de comunicación tiene su propio lenguaje y diferentes funciones que aportan a la sociedad. Entre ellas se puede nombrar: función documental (describe acontecimientos), simbólica (representación figurada de la realidad), ilustrativa (personifica el contenido sin necesidad de contenido), estética (su uso es únicamente por su calidad) y entretenimiento (diversión y humor) (Portillo y Velis, 2011). Las fotografías tienen la capacidad de comunicar un mensaje visual con una claridad única, aportando un estilo notable a todo tipo de publicaciones.

Ilustración

González y Pérez (1994), indican. “La importancia de la ilustración radica en que sus posibilidades creativas son ilimitadas” (p.134). La ilustración no debe verse como un reemplazo de la fotografía, sino como un estilo que cambia el enfoque de la publicación, la ilustración puede dar vida a las cosas del pasado, del presente e inclusive imaginar un futuro, se puede decir que para el ilustrador el único impedimento es su propia imaginación.

La ilustración debe ser percibida como un arte comercial, ya que su representación y su contenido está determinado en cierta medida por lo económico (Dalley, 1981). El trabajo del ilustrador, ha pasado de ser considerado arte a un oficio que representa ingresos y que fomenta el consumo y el cambio de las actitudes de las personas.

Imágenes digitales

Las imágenes para web se diseñan a 72 puntos por píxeles, aunque la tecnología de los dispositivos de alta definición haya evolucionado en gran manera, esto debido a que el tiempo en cargar puede ser un problema con imágenes muy grandes; las conexiones 3G y 4G pueden ser una solución pero hay que tomar en consideración que muchos usuarios de móviles usan un plan de datos para navegar que puede ser limitado (Steane, 2016).

Al momento de seleccionar una imagen es preciso tomar en cuenta la calidad de la imagen, los tamaños del archivo y los formatos que son compatibles en la red. “Existen tres formatos de archivo habituales en las imágenes de red estáticas: GIF, JPEG y PNG. GIF y PNG se destinan a elementos gráficos como logos donde son importantes los colores lisos con bordes nítidos” (Steane, 2016, p.81). De todos estos formatos el JPEG es el más acorde para fotografías, el conocimiento de estos formatos ayuda al diseñador a establecer las pautas sobre imágenes en un proyecto determinado, igualmente el uso de bibliotecas de imágenes se una alternativa cuando el tiempo y presupuesto son reducidos.

1.8.1.6 Tipo de publicaciones

En el diseño editorial existen dos grupos de publicaciones: El primero formado por el libro, la revista y la prensa, los cuales se caracterizan por conocer el contenido que se va a maquetar, el público a quien va ser dirigido y la intención de la publicación. El catalogo y los folletos forman el segundo grupo, su objetivo primordial es promocionar un producto, para esto es necesario conocer las características del producto (Zanón, 2008). A parte de las publicaciones impresas las que de carácter digitales también se deben tener en cuenta, asimismo cada publicación tiene diferentes propiedades que los diferencia de las demás, y que se conviene conocer para su construcción y que se expondrán a continuación.

Libro

Un obra impresa de más de 49 hojas de papel u otro material y que se puede encuadernar (montaje físico de una publicación) se denomina como libro (Zanón, 2008). Los libros necesitan de imágenes y tipografías que se adecuen a la temática de su contenido. Libros que necesitan ser atractivos necesitan de un mejor cuidado, a diferencia de libros en el que su función es la legibilidad (Bhaskaran, 2008). Para la maquetación de un libro es preciso conocer el contenido del libro, ya que la estructura y los elementos de la página dependen de esto.

Periódicos

Bhaskaran (2008), expresa. “El contenido del periódico cambia a diario a medida que llegan a la redacción las últimas noticias, historias e imágenes, pero el aspecto general del periódico permanece inalterable” (p.110). Al diseñar un periódico se debe entender que la identidad es lo más importante, ya que los lectores están acostumbrados a un tipo específico de estilo y que al mirarlo por un instante lo reconozca fácilmente y lo compre.

Una navegación eficiente por parte del usuario y la legibilidad del contenido son los objetivos que debe cumplir un diseñador (Bhaskaran, 2008). Los principios básicos del diseño aportan a la elaboración de un periódico.

Revistas

La revista se define como una publicación producto de la conjugación de texto e imágenes, en las que los responsables de su producción son el diseñador, director de arte y el redactor (Bhaskaran, 2008). La responsabilidad del diseñador ya no solo recae en el diseño sino en tener un conocimiento básico de periodismo. Los componentes que lo diferencian de las demás publicaciones son el tiempo en que se publican (semanal, quincenal, mensual, etc.) y el uso de publicidad en sus páginas que ayudan a generar ingresos económicos (Bhaskaran, 2008). Componentes que nos ayudan a mantener un diseño óptimo gracias a los recursos económicos y al tiempo de publicación en el que podemos variar el estilo cada cierto periodo de tiempo.

Catalogo y folletos

Los catálogos y los folletos tienen como objetivo la promoción, por lo tanto para su elaboración es necesario contar con imágenes y textos que permitan por parte de los lectores localizar la información de manera rápida, igualmente su contenido debe ser capaz de transmitir el mensaje que es vender (Bhaskaran, 2008). Sin embargo, el folleto se diferencia del catálogo por poseer formatos dinámicos que ayudan a la originalidad de las publicaciones. “Para el diseñador, la oportunidad de experimentar y cruzar límites es

enorme en este campo” ((Bhaskaran, 2008, p.114). Como las demás publicaciones lo más importante es el público objetivo y el contenido.

Publicaciones digitales

A este tipo de publicaciones se les puede definir de dos formas. Primeramente, se las considera como publicaciones que no contaron con un proceso exclusivo para ser llevado al internet, sino que fueron transformadas desde un soporte impreso a uno digital (Yunquera, 2016). El objetivo de estas publicaciones es ser publicadas y que sirvan de información en la web. Y, del mismo modo se las define como una publicación que tuvo un proceso de maquetación especialmente dirigido hacia un sitio en la web (Voutssás, 2006). Revistas digitales, periódicos en la web, libros en aplicaciones, etc., son consideradas publicaciones digitales.

1.8.1.7 Experiencia de usuario (UX)

La experiencia de usuario es el área que estudia las emociones, impresiones, reflexiones y percepciones de las personas al momento de utilizar un producto determinado mediante diferentes disciplinas, con el fin de concebir experiencias satisfactorias (Carraro y Duarte, 2015). Actualmente, las personas buscan algo más que calidad en los productos que compran, por lo que es necesario generar experiencias únicas que refuercen la idea de seguir consumiendo un producto, por lo tanto la experiencia de usuario es la mejor opción para desarrollar esto.

Las disciplinas que abarca la experiencia de usuario son la arquitectura de la información, diseño de la interacción y usabilidad (Carraro y Duarte, 2015). Asimismo la experiencia de usuario emplea un proceso de trabajo que se denomina diseño centrado en el usuario, es decir, la experiencia de usuario es la ciencia y el diseño centrado en el usuario es la metodología.

Usabilidad

La usabilidad se basa en el grado de eficiencia, eficacia y satisfacción de los usuarios al manejar un producto o servicio. “La usabilidad mide la calidad de la

experiencia que un individuo tiene cuando interactúa con un producto y servicio” (Carraro y Duarte, 2015, p.44). El mejorar la facilidad al usar un producto, aumentar la eficacia de un producto o disminuir el tiempo al momento de realizar una tarea, son funciones que debe cumplir la usabilidad para poder mejorar la relación con el usuario.

Arquitectura de la información (AI)

La arquitectura de información mediante la organización permite al usuario encontrarse con la información que necesita (Hassan, 2015). El facilitar la navegación y el comprender la información de manera precisa generar en el usuario una curiosidad a explorar aún más los contenidos, con el fin de poder ser considerado como una opción en el futuro. La AI está relacionado profundamente con el diseño de la web, sin embargo pueden ser aplicados en productos interactivos de otra índole (Hassan, 2015).

Diseño de interacción (IxD)

Carraro y Duarte (2015), menciona. “El diseño de interacción, define el modelo de operación de productos interactivos para lograr mejores experiencias para más usuarios” (p.47). La interacción hace hincapié en la comunicación que debe existir entre el individuo y el producto, los diseñadores que se encuentran inmersos en esta disciplina deben crear vínculos que aporten en generar dispositivos más intuitivos, que se adapten a las necesidades que tienen las personas con respecto al producto o servicio que estén utilizando.

Diseño centrado en el usuario (DCU)

El diseño centrado en el usuario o en sus siglas DCU, es un proceso iterativo dirigido al estudio de las necesidades del público objetivo de un producto o servicio (Hassan, 2015). En el DCU, el proceso iterativo hace referencia a repetir pasos o etapas, hasta llegar a un objetivo deseado, con cada repetición se debe llevar a la mejora del producto hasta lograr lo deseado. Dicho proceso debe realizarse hasta que sea necesario o hasta que se termine el tiempo establecido para su desarrollo o el presupuesto se agote (Carraro y Duarte, 2015),

El diseño centrado en el usuario está compuesto por la fase de análisis, de elaboración y de prueba. La fase de análisis está destinado a la compilación de información la cual será utilizado en la siguiente etapa, en esta fase además se establecen los objetivos o hipótesis del estudio; la fase de elaboración es donde se desarrollan las acciones por medio de la información obtenida, con el fin de probar la hipótesis y resolver los objetivos; y por último, la fase de prueba en donde se valida el diseño de las acciones mediante un prototipo al que se le realizarán pruebas reales con los usuarios. Los prototipos recomendados para el inicio del proceso son los de baja fidelidad puesto que su costo de producción es menor y que los cambios realizados se podrán plasmar de una forma rápida (Carraro y Duarte, 2015).

1.8.2 Diseño de la información

Frascara (2011), señala. “El diseño de información tiene como objetivo asegurar la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada” (p.9). El diseño de la información facilita los procesos que conlleva al desarrollo de la información teniendo como resultado una comunicación efectiva y eficiente.

La intención del diseño de la información es influir en la interpretación del significado del mensaje por medio de elementos que se encuentran en el entorno, según Costa (1998), apunta:

La información visual tiene fines claramente pragmáticos y su grado de eficacia depende de cómo el visualista elimina la complejidad de los fenómenos y los procesos y los hace visibles, inteligibles y comprensibles a los ojos de su receptor, en el mínimo espacio de tiempo y con el menor número de elementos (p.35)

El grado de eficiencia que tenga la información dependerá de cómo el “visualista”, quien es el que concibe el mensaje, facilite la comprensión de temas que normalmente al receptor le cuesta comprender. Se toma en cuenta, el escaso tiempo que tiene el mensaje para generar cierto tipo de interés en los individuos y el limitado

número de elemento para la elaboración de pieza grafica para que sean eficaces y lo que se intenta decir no se distorsione.

El diseño de la información se centra en dos aspectos: la organización de la información o contenido, y presentación visual. Para la organización de la información o del contenido en el que se incluyen elementos gráficos como el texto y las imágenes, es necesario generar instrucciones sobre el contenido con el objetivo de hacer su manejo más fácil, asimismo el fundamental entender los procedimientos que tienen los seres humanos para procesar la información (Frascara, 2011). El diseñador debe centrarse en como las personas comprenden el mundo que los rodea (factores humanos cognitivos).

La presentación visual de la información en cambio trata sobre la legibilidad de símbolos, letras, frases, en general todo lo que tiene que ver con el texto, ya que esto facilita en gran manera la lectura y por consiguiente una mejor comprensión del contenido por parte de los lectores (Frascara, 2010). Los factores que influyen en la efectiva construcción del texto ayudan a mejorar en gran medida la comunicación.

1.8.2.1 Información, redundancia y ruido

Estos tres términos son de relevancia y que se deben definir para su comprensión en estudio del diseño de la información. La información en este caso, se relaciona con la idea de novedad. “¿Por qué después de haber leído el periódico ya no leemos otros periódicos? Porque las novedades, las noticias, ya han dejado de serlo después que se conocen; ya no hay –información–” (Costa, 1998, p.26). Por lo tanto se puede decir que el mensaje ya conocido no es considerado información, es más bien una confirmación del contenido; en ciertos casos de repetición constante se convierte en redundancia.

De la misma forma, la redundancia al relacionarse con la información puede verse como insistencia o aclaración, dependiendo de la función que cumpla. La insistencia, es un recurso retorico que ayuda a la memorización del mensaje, mientras que la aclaración ayuda a que la información sea entendida por la mayoría de la gente por diferentes medios (Frascara, 2010). Estas funciones ayudan a la comprensión de la

información pero el uso excesivo puede provocar ruido, el cual genera la distracción por parte de la gente.

Por lo tanto, al ruido se lo considera como toda distracción que impida la comunicación o distorsione el mensaje (Frascara, 2010). Para la información, el ruido es quien se interfiere para que el mensaje llegue al receptor; en términos de diseño el ruido aparece en elementos gráficos o principios del diseño aplicados de forma incorrecta o innecesaria, inclusive puede llegar al nivel semántico, lo que llega a la incomprendibilidad de la información.

1.8.2.2 Organización de los contenidos

Comprensión de los textos o “leibilidad”

La leibilidad es un término que utiliza para definir a la facilidad de comprender un texto. La comprensión de una publicación por parte de los lectores depende del nivel de educación que desarrolla su intelecto, el interés por parte de la persona, su motivación y el modo en que está escrito (Frascara, 2011). La comprensión de los textos depende de cada persona. El diseño de la información, nos establece algunos indicadores para este proceso como las letras iniciales, la longitud de la palabra y el manejo del espaciado, siendo estas dos últimas especificadas en la anatomía de la tipografía y en legibilidad.

En lo que respecta a las letras iniciales en las palabras. “Sólo cuatro letras del tamaño normal (10 a 12 puntos) caen dentro de la visión foveal a una distancia habitual de lectura (30 – 40 cm). Las otras doce o quince letras que separan las fijaciones son más imaginadas que vistas” (Frascara, 2011, p.28). Al momento de leer un texto, las personas solamente miran las 4 primeras letras de una palabra ya que el resto solo la suponen de acuerdo a la experiencia, todo esto debido a la visión central y la periférica quienes son las que actúan en la observación de una persona. Para una facilidad de lectura en base a este principio, se debe mantener un equilibrio tipográfico o una uniformidad tonal del texto, ya que la visión debe encontrar un buen lugar para su fijación.

1.8.2.3 La presentación visual

Legibilidad

La presentación visual permite el desarrollo de soluciones perceptuales, es decir, la facilidad de lectura por parte de los individuos para conocer letras. Por lo tanto, es preciso conocer las diferentes características de las tipografías. “La legibilidad de un texto se puede asegurar mediante el uso de estándares de visión “normal” para la definición del tamaño, la forma de las letras y la composición tipográfica” (Frascara, 2011, p.22). Todos estos parámetros deben llevar a la selección de una tipografía adecuada para la lectura.

Selección de la tipográfica

Para la selección de una fuente existen dos parámetros fundamentales en el que se debe basar un diseñador, que sea capaz de llamar la atención del lector y que permita una lectura fácil y comprensible (Frascara, 2011). En el diseño de la información, la facilidad de lectura se basa en el correcto complemento entre estilo y una composición tipográfica equilibrada, esto sucede mediante diferentes factores como el tipo, el estilo y el tamaño de la tipografía, así como la longitud de línea, el interlineado, el uso de mayúsculas y minúsculas.

Al hablar de tipo de tipografías es necesario considerar las familias con serifa y sin serifa. Además de ciertas recomendaciones como evitar el uso innecesario de fuentes ornamentales, así como el soporte (impreso o digital) utilizado para su difusión (Hassan, 2015). A parte de esto, se debe establecer los estilos tipográficos ya son recursos para el al diseño que tienen la finalidad de resaltar algunas partes del texto en el desarrollo de publicaciones. Por ejemplo, la cursiva o la negrita, deben ser utilizadas de manera puntual debido a que reducen la legibilidad (Hassan, 2015). La calidad de las letras de basan en la altura, anchura y grosor de las letras, así como el manejo de los blancos.

El tamaño de la fuente se puede establecer mediante la optometría que mide la agudeza visual. “La agudeza visual puede ser definida por el ángulo visual formado

entre el punto del ojo, el tamaño del objeto mirado, y la distancia que los separa” (Frascara, 2011, p.35). Este proceso sirve para medir la distancia normal de lectura y la distancia de visión cómoda de los seres humanos, que toma como referencia a las letras minúsculas. Por consiguiente el tamaño mínimo de altura de minúsculas en visión normal es de 1,5 milímetros por metro de distancia, en tanto que el tamaño de lectura cómoda es de 4,5 milímetros por metro de distancia (Frascara, 2011). Se debe considerar la velocidad de lectura pues difiere con la edad, por ejemplo un niño alcanza un nivel de lectura apropiado a los 13 años.

El número de palabras que debe tener una frase (longitud de línea), no tiene una regla definitiva, pero se ha establecido un referente. “Se puede establecer una longitud máxima por línea de 60 a 70 caracteres” (Herrera y López, 2008, p.). Asimismo, se recomienda que los textos no sean demasiado anchos porque producen aburrimiento, ni tampoco demasiado cortos porque evitan la fluidez en la lectura. Además, se debe considerar que la longitud de la línea en retículas con columnas es aproximadamente de 10 palabras (Müller, 2012). Todas estas reglas fomentan un agrado por parte de la persona al momento de leer, así como una mejor visualización de la información.

Para el interlineado se recomienda que sea 20% mayor que el tamaño de la fuente (Herrera y López, 2008). Al manejo de blancos entre líneas de texto, influye en la composición y por lo tanto en la legibilidad. Las líneas demasiado juntas, afectan a la velocidad de lectura haciendo que el lector pierda el hilo de la lectura; mientras que líneas con un espaciado excesivo, impide al lector que conecte con la siguiente línea de texto (Müller, 2012). El interlineado consigue crear una composición tipográfica equilibrada y estéticamente bella.

El uso de mayúsculas y minúsculas son también parte de la legibilidad del texto. Las mayúsculas son más comprensibles cuando se encuentran en palabras individuales por ejemplo en señales, mientras que en textos largos no cabe duda de que las minúsculas son las que más ayudan a la lectura (Hassan, 2015). El manejo de mayúsculas y minúsculas, se genera a partir de hábitos, las personas están

acostumbradas a leer textos con la primera palabra en inicial mayúscula y el resto en minúscula.

1.8.2.4 Evaluación en el diseño de la información

Frascara (2011), menciona. “La evaluación en el diseño de información tiene como foco estimar la medida en que la nueva solución mejora el desempeño de la pieza informativa” (p.49). La importancia de la evaluación de un proyecto de diseño de la información es constatar su validez, la cual se determinara mediante conclusiones objetivas tanto cualitativas como cuantitativas. La evaluación puede medir en lo que respecta a estos valores: la medida en que se reducido la dificultad de un trabajo, el tiempo de aprendizaje, la duración de la lectura, si se han reducido las acciones incorrectas, la facilidad para entender y desarrollar ideas, entre otras valoraciones que muestren su efectividad (Frascara, 2011). La evaluación debe conseguir el mejoramiento de las capacidades perceptivas y cognitivas de los seres humanos, el objetivo final del diseño de la información.

1.8.3 Diseño gráfico

Frascara (2000), señala. “El diseño gráfico, visto como una actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producir en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (p.19). El diseño gráfico es visto como una actividad en la que su principal función es la de construir y comunicar mensajes visuales a un público específico, para que se cumpla este propósito es necesario el apoyo de diferentes herramientas.

Las tres principales funciones que desempeña el diseño gráfico son: la identificación, cada objeto debe ser nombrado para saber que es o de donde proviene, muchas veces esto nos ayuda a saber la función que cumple. El informar e instruir es otra de sus funciones, puesto que se encarga de la organización de la información por medio del diseño de la información para que esta sea efectiva. Y, la presentación y

promoción, en la que su principal objetivo es la de llamar la atención, para que el mensaje llegue al público ansiado (Hollis, 2000).

El logro del diseño gráfico radica en que los elementos gráficos que participan al momento de crear un mensaje de carácter visual, alcancen un equilibrio correcto, para esto el uso de estructuras y formas es sumamente necesario. “El éxito del diseño reside en una utilización de estructuras y formas que logren el equilibrio correcto de todos los elementos implicados” (Swann, 1990, p.87).

1.8.3.1 Percepción visual

La percepción visual es una acción que busca el significado de los elementos que observamos a nuestro alrededor, para que esto suceda el cerebro procesa y organiza los estímulos que recibe de la vista. El fin de todo este procedimiento es comprender mejor el mundo que nos rodea (Merchán y Henao, 2011). La comprensión del mundo que vemos durante toda nuestra vida, se da por medio de la percepción visual.

La apreciación de los belleza de objetos que se encuentran en la naturaleza no es parte de las características fundamentales de la percepción visual ni de la percepción en general, la percepción debe mirarse como una forma de construir una idea o un concepto, que se consigue a partir de la información que obtenemos de nuestros (Frascara, 2000). En el sentido del diseño gráfico, la percepción es una teoría que nos ayuda a saber cómo la sociedad comprende los mensajes ya sean intencionales o no, para así generar una comunicación óptima en la que el receptor entiende lo que se quiere decir.

1.8.3.2 Leyes de la Gestalt

La palabra Gestalt proviene del alemán que significa figura, forma o carácter, sin embargo, su traducción además puede referirse a una estructura o a una configuración. Su principal característica es analizar las formas (Cantesano, 2011). De acuerdo al origen de la palabra, se puede referir que la Gestalt se dedica a entender como percibimos las diferentes formas que hay en la ambiente.

La escuela de la Gestalt promulgó diferentes leyes que muestran las diferentes maneras, de cómo percibimos las formas. Cantesano (2011) afirma.

Según ciertas leyes postulas por la Gestalt, nuestra percepción visual y la memoria presente en nuestro cerebro como resultado de experiencias previas provocan que nuestra mente organice los elementos que vemos de una manera primaria para llegar, luego a una percepción global, que nos permite comprender y asimilar las formas (p.210).

Las leyes propuestas por algunos psicólogos (Kóhler, Kofika, Lewin y Wertheimer) en la Psicología de la Gestalt son: ley de la proximidad, ley de igualdad o similitud, ley de la experiencia, ley de la pregnancia o de la buena forma, ley del cerramiento, ley de simetría, ley de continuidad y ley de figura/fondo (Torres, 2016). En el diseño gráfico su importancia radica desde la concepción de un proyecto. “En el entorno del arte y el diseño tiene aplicaciones a la hora de realizar composiciones” (Santo, 2017, p.4).

Ley de la proximidad

La organización de elementos que tengan cierta grado de semejanza es de las leyes más básicas de la Gestalt y con la que se encuentra el ser humano al momento de percibir ciertos objetos (Villafaña, 2007). Esta ley demuestra que le mente humana tiende a formar grupos con objetos que están próximos en dirección y semejanza. Sin embargo, el grado de semejanza que tengan los objetos promueve una mayor afinidad al momento de constituir conjuntos.

Ley de igualdad o similitud

Los elementos pueden ser agrupados por poseer características iguales, los atributos que más ayudan a la formación de grupos son: la forma, la posición y el color (Cantesano, 2011). Los grupos que se forman a partir de esta ley, generalmente son percibidos como una misma estructura, es decir, el ser humano los observa y los entiende como una unidad única y no como varios elementos en un mismo espacio.

Ley de la experiencia

Al momento de interpretar una estructura, el cerebro del individuo dará preferencia a experiencias de procesos de percepción anteriormente desarrollados (Santo, 2017). El cerebro sí reconoce la figura no realiza un nuevo proceso de percepción para entenderlo, simplemente en basa en percepciones anteriormente ejecutadas puede saber de lo que se trata, esto hace que el proceso se vuelva más ágil.

Ley de la pregnancia o la buena forma.

Para el ser humano es más sencillo entender formas simples con buena forma, los rasgos como simetría y el equilibrio definen esto. “Tendemos a percibir como unidad aquellos elementos que presentan el mayor grado de simplicidad, simetría, regularidad y estabilidad (buenas formas)” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2017, p.30). La teoría de la Gestalt nos indica que las figuras más sencillas o “puras” para percibir son: el círculo, el cuadrado y el triángulo (Villafaña, 2007).

Ley del cerramiento

El vocablo cierre, hace alusión a cuando la línea de contorno de una figura está cerrada (juntar las partes en una figura). El cerebro tiende a completar las formas con la imaginación, ya que una forma cerrada resulta más estable que una abierta, la percepción que se obtiene es de una mejor organización. “El cierre se refiere a nuestra tendencia para “llenar” o completar las partes faltantes de una configuración para así hacerla perceptualmente completa” (Hothersall, 1997, p.221).

Ley de simetría

Santo (2017), expone. “La simetría es un concepto visual muy presente en la naturaleza y relacionado con la buena forma y la belleza. Para la Gestalt, el cerebro busca en el entorno las estructuras simétricas y la prioriza sobre otro tipo de formas” (p.7). El ser humano reconoce mejor una figura cuando esta consta de simetría (repetición de una forma a lo largo de un eje), las primeras formas o imágenes, que

reconocerá el cerebro y que les dará seguramente una mayor importancia son las que ostenten simetría entre sus características.

Ley de continuidad

Las figuras que tienen un mismo destino o una continuidad de forma; este tipo de figuras suelen tener un inicio y un fin, por lo que habitualmente se les suele apreciar como una misma estructura o una unidad simple. “Es aquella disposición simple y continua para hacer la lectura perceptiva, siempre dentro de un conjunto de elementos que tienen un principio y un fin” (Villafaña, 2007, p.267).

Ley de figura y fondo

Esta ley menciona que el fondo tiene menor importancia que la figura que se representa, la figura será la protagonista y destacará en la percepción. El fondo en cambio será parte del contexto en el que se desenvuelve (Torres, 2016). El cerebro busca en toda imagen: la figura, en donde se encuentra lo que se quiere decir, y el fondo, que es el espacio que lo rodea.

1.8.3.3 Elementos básicos del diseño

Wong (1997), en su obra sobre los fundamentos del diseño, nombra que los elementos básicos que comprende el diseño son: los elementos conceptuales, los elementos visuales, los elementos de relación y los elementos prácticos.

Elementos conceptuales

Son denominados elementos conceptuales, ya que no son visibles, solo dan la sensación de estar presentes. “Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están, ya no son conceptuales” (Wong, 1997, p.11). Los elementos conceptuales básicos son el punto, la línea, el plano y el volumen (Herrera, 2015). Estos elementos sirven para la construcción de mensajes gráficos.

Se define de la siguiente manera a los elementos básicos: punto como el elemento gráfico más simple; no posee ni largo ni ancho, es el inicio y el final de una

línea. La línea, que es el resultado de un punto en movimiento; posee largo pero no ancho y define los bordes de un plano. El plano, es el camino que recorre una línea en movimiento; posee largo y ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección, establece los límites de un volumen. Y, volumen, que es el camino que recorre un plano en movimiento; es bidimensional y tiene una posición en el espacio (Wong, 1997).

Elementos visuales

Forma

Se puede entender por forma a todo lo que se puede ser visto, ya que todo tiene una forma. Al momento de identificar un objeto, la forma es la principal característica que aporta a su identificación (Wong, 1997). Toda creación de imágenes, por parte del diseño gráfico, gira en torno al manejo de la forma, indistintamente de la intención o del estilo del mensaje (Samara, 2008). La elección o construcción de una forma es suma importancia y de la cual se debe tener mucho cuidado, ya que cada forma tiene un significado. “La forma que se escoge o se crea, sea cual sea su propósito, debería considerarse con el máximo cuidado posible porque cada forma, independientemente de su abstracción o de su aparente sencillez, supone un significado” (Samara, 2008, p.32).

La forma se divide en dos grupos: En el primero grupo se ubican todas las formas orgánicas, es decir, las formas que se encuentran en la naturaleza, y no fueran transformadas intencionalmente por el hombre, estas pueden ser irregulares y onduladas. En el otro grupo se localizan las formas artificiales, que son creadas por el hombre, estas formas son especialmente del tipo geométrico (círculo, cuadrado y triángulo equilátero), suelen ser regulares y rectas. (Acaso, 2009)

Los componentes de la forma son: contorno, superficie y estructura. El contorno, es la línea que sirve como límite para la forma. La superficie, es el espacio en donde se encuentra la forma. Y, estructura, que se puede entender como unidades conceptuales que no son percibidas o vistas pero que se encuentran en la forma, y las unidades reales que pueden ser percibidas y vistas (Villafaña, 2007). Todos estos elementos sirven para

reconocer la naturaleza de una forma, en donde la estructura estará presente siempre en la forma sin importar si esta es orgánica o artificial.

Medida o tamaño

El tamaño es relativo, habitualmente las personas miden las cosas en proporción de su cuerpo o de la próxima que tenga de referencia. Por lo que describir algo como grande o pequeño se torna en un tema muy ambiguo, especialmente si toma en cuenta el campo visual que tenga una persona. Lo que sí es seguro es que todas las formas tienen un tamaño (Wong, 1997).

Textura

La textura se describe como el material del que está compuesto el mensaje visual (Acaso, 2009). Es decir, la imagen visual de cualquier material se puede entender como textura. Este elemento además puede ser plano, decorado, suave o rugoso; e incluso puede llamar la atención de sentidos como el tacto y la vista en una persona (Wong, 1997). La textura ejerce cierta influencia en algunos sentidos.

Color

El color es una de los instrumentos más indispensables al momento de crear un mensaje visual, ya que es capaz de transmitir un significado (Acaso, 2009). Es un recurso tan poderoso al momento de comunicar, que muchas veces dicta las normas durante la selección de elementos del diseño gráfico como por ejemplo, la tipografía. Igualmente, el color nos permite deducir lo cerca o lejos que se encuentra una forma. “Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color” (Wong, 1997, p.11).

Características del color

Para transmitir un mensaje, se debe tener en cuenta tres principales características que determinan a un color: tono, saturación, luminosidad y temperatura

Tono, nos referimos a este término cuando hablamos de la identidad del color, es decir, el nombre con el que se llama a cada color: amarillo, azul, naranja, etc. (Samara,

2008). La identidad de un color se basa en la percepción que tiene el ser humano, para que dicha percepción ocurra, existe el proceso por el cual nuestros ojos captan la luz que es reflejada por los objetos, y la transmite a nuestro cerebro quien es el encargado de interpretarla.

Saturación, es el nivel de pureza que tiene un color con respecto al gris, cuanto más un color sea saturado, mayor es su grado de pureza y más alejado se encuentra del gris (Acaso, 2009). Se puede decir además, que la saturación otorga la intensidad o viveza a un color. Cuando hablamos de colores saturados, hacemos referencia a intensidad o fuerza, en cambio a los colores llamados “apagados” se les considera colores menos saturados.

Luminosidad, brillo o el valor de un color, es el grado de claridad u oscuridad que tiene un tono. Para que un color sea considerado como claro u oscuro debe ser comparado con otro (Samara, 2008). La cantidad de blanco o negro en el color entonces se vuelve en gradaciones tonales. “Se refiere al brillo, que va desde la luz a la oscuridad, es decir, el valor de las gradaciones tonales” (Dondis, 1985, p.68).

La temperatura de un color, está definido por las experiencias. “La temperatura de un color es una cualidad subjetiva relacionada con las experiencias” (Samara, 2008, p.90). Este efecto divide a los colores en cálidos y fríos, los denominados colores cálidos son los que nos recuerdan a objetos o sustancias relacionados al calor; y colores fríos, que recuerdan a objetos o entornos con esa condición, por ejemplo, un paisaje nevado.

Cromática para adolescentes

Para los diseñadores que necesitan conocer los efectos de los colores, el aspecto psicológico es fundamental. La noción que desprende cada color está relacionado con las vivencias humanas, heredadas de nuestros antepasados, constituyendo rasgos instintivos y biológicos frente a los colores (Arias, 2010). Los mensajes psicológicos que tienen los colores tienen la capacidad de influenciar al momento de la selección de la tipografía y el estilo en las imágenes. En el caso de los adolescentes que forman parte de nuestra investigación; los colores vivos y saturados son los que más llaman la atención y por lo

consiguiendo ocasionan una mejor recepción del mensaje. “Colores como el naranja, rosa cálido, amarillo, verde, violeta, azul, negro y gris forman la gama cromática adolescente” (Arias, 2010, p.35).

Los colores que predominan en la paleta cromática (combinación armónica de colores), en adolescentes tienen diferentes significados que causan diversas sensaciones o respuestas emocionales, que a continuación detallaremos:

Naranja

El color naranja o anaranjado, por ser la combinación de rojo y amarillo produce sensaciones equivalentes a estos colores: el rojo denota excitación y vitalidad, mientras que calidez y simpatía por parte del amarillo (Samara, 2008). El naranja además significa entusiasmo, exaltación, sociable, aventurero y alegría. Asimismo es un color que estimula a la salivación, es decir, evoca el buen sabor y lo aromático. Por derivar su nombre de una fruta y del árbol de donde se produce, este se vuelve símbolo de fertilidad (Arias, 2010). Es el color del peligro, lo llamativo, lo inadecuado, lo subjetivo y lo original.

Rosa

Los significados asociados al color rosa generalmente son positivos. Arias (2010), expone. “El rosa es sin duda, el color del que nadie puede decir nada malo” (p.28). El rosa es color de lo femenino, pero no se debe encerrar en este significado, ya que también es el color del encanto, la cortesía, la ternura, lo sentimental, lo etéreo, lo agradable, la amabilidad y la cortesía, cualidades que representan las cualidades de los nobles (Arias, 2010). Es el color de la infancia, de la vida joven, de lo dócil y de lo pequeño. Entre otras denotaciones a que se refiere este color son: vanidad, erotismo, seducción, ilusión y romanticismo.

Amarillo

Es el color del sol y del oro. Es un color que presenta varias contradicciones con respecto a las sensaciones que produce, por ejemplo, significa optimismo pero a la vez

enfado, falsedad y envidia; simboliza entendimiento, pero también traición y desprecio (Samara, 2008). Igualmente representa gentileza, diversión, acción, voluntad, arrogancia y poderío. El color amarillo verdoso representa veneno, codicia y enfermedad.

Verde

El significado del verde está generalmente asociados a la naturaleza. “La mayoría de los significados del verde están asociados con la naturaleza, principalmente con la primavera, la vida y el desarrollo de la vegetación” (Arias, 2010, p.31). Simboliza juventud, lealtad, esperanza y promesa. Es el color de la vida, salud, crecimiento, desarrollo, prosperidad, tranquilidad, confianza, libertad y seguridad. No obstante, el verde en diferentes entornos puede denotar enfermedad y decadencia.

Violeta

Samara (2008), indica. “El violeta es a veces considerado comprometido, pero también es misterioso y esquivo” (p.210). El brillo y tono que tenga el color dependerá de gran medida el significado que tenga. Los colores violeta oscuros, representan muerte; los violetas claros en cambio simbolizan nostalgia, violetas con tono rojizo como por ejemplo el fucsia, son potentes o dramáticos (Samara, 2008).

Azul

Hablando estadísticamente, el azul es el color preferido de la mayoría de las personas. Significa perseverancia, fidelidad, esperanza, serenidad, verdad, libertad, generosidad, nostalgia, calma y dignidad. Expresa amistad, entereza, sosiego, lealtad y armonía; es el color ideal para la paz (Arias, 2010). El color azul está asociado a la calma, la pasividad, lo perceptivo, la satisfacción y lo sensible; igualmente es sinónimo de inteligencia, concentración y de la ciencia.

Negro

El negro es la ausencia de luz, por lo que no es considerado un color. Sin embargo, tienen diferentes significados pues está relacionado con los elementos

negativos del ser humano como desdicha, oscuridad, tenebrosidad, misterio, desesperanza, pánico, malicia, transgresión y egoísmo (Arias, 2010). En el occidente es usado en el contexto de luto y muerte. A la par, representa cualidades masculinas como la fuerza y la autodeterminación.

Gris

El gris es considerado un color sin carácter, ni fuerza. “En él, el noble blanco esta ensuciado y el fuerte negro debilitado” (Arias, 2010, p.21). Este color representa sentimientos sombríos indecisión, duda, melancolía, mediocridad, soledad, resignación y tristeza. Además, es el color de la pobreza, sobriedad, penitencia, piedad y lo barato. Sin embargo, es el color de la teoría y de la reflexión, pues se relaciona con la materia gris del cerebro. (Arias, 2010). En la naturaleza es sinónimo de mal tiempo.

Elementos de relación

Wong (1997), menciona. “Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño” (p.12). La función de estos elementos en el diseño son: establecer la localización de las formas y su relación entre sí; los responsables que suceda esto son: la dirección y la posición, que son percibidos por los sentidos; y el espacio y la gravedad, que provocan sensaciones al receptor, también asumen esta responsabilidad.

Los elementos de relación, se detallan a continuación. Las formas tendrán una dirección que dependerá del observador, así como del resto de componentes que conforman una imagen; por medio de este elemento, se pueden formar estructuras que contengan simetría. La posición de la forma está establecida por la relación que tenga con el marco que la delimita. El espacio genera en el observador la sensación de llenura o de vacío; una de las premisas más importantes de este elemento es que todas las formas ocupan un espacio. Sensaciones como la inestabilidad o estabilidad, pesadez o ligereza, son meramente psicológicas que parten de la gravedad (Wong, 1997).

Elementos prácticos

Los elementos prácticos son: la representación, el significado y la función. La representación, es la forma en que una forma puede ser representada, esta puede ser real, estilizada o semi abstracta (Wong, 1997). El significado se hace presente cuando el diseño muestra un mensaje de forma precisa. Mientras, la función nace a partir de que el diseño cubra el propósito al que fue encomendado.

1.8.4 Comunicación visual

Las ciencias de la comunicación estudian tres diferentes métodos de transferencia del mensaje: comunicación verbal, escrita y visual. En donde la comunicación visual se diferencia de las demás en dos aspectos: la primera en que para captar la información se utiliza el sentido de la vista. “¿Se puede definir lo que se entiende por “comunicación visual”? Prácticamente todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico...” (Munari, 1996, p.79). En este punto se diferencia exclusivamente de la comunicación verbal. En cambio, lo que le distingue respecto a la comunicación escrita es el código que en este caso se denomina lenguaje visual. Acaso (2009), señala. “la comunicación visual es, pues, el sistema de transición de señales cuyo código es el lenguaje visual” (pag.23).

Igualmente, la comunicación visual resuelve problemas o necesidades de comunicación que tiene hoy en día tiene la sociedad, ya que está respaldada por diferentes teorías de comunicación, así como del diseño en general. “La comunicación visual es una disciplina sustentada en las teorías de comunicación instrumentalmente proyectual y productiva, que puede resolver problemáticas y necesidades comunicacionales de la sociedad” (Branda y Cuenya, 2014, p.12).

1.8.4.1 Tipos de comunicación visual

La comunicación visual se puede clasificar en casual o intencional. Una comunicación visual casual es cuando el mensaje puede ser interpretado de cualquier forma por parte del receptor, por ejemplo: los girasoles al moverse a causa del aire, no

tiene un mensaje concreto puede significar varias cosas. Mientras tanto que una comunicación intencional el mensaje deber ser descifrado de acuerdo a la intención del emisor, por ejemplo: un cartel, un periódico, el semáforo, etc. (Munari, 1996).

Por su parte la comunicación visual intencional, se divide en el de la información práctica y el de la información estética. Una información práctica es cuando no se toma en cuenta lo estético sino lo funcional, como un dibujo técnico, una señal de tránsito, etc. Y por información estética puede decirse que el mensaje debe ser atractivo para el espectador y estructurado de forma sistémica por lo cual lo hace funcional (Juárez y Mazariegos, 2003).

1.8.4.2 Lenguaje visual

Cada sistema de comunicación tiene un código que es indispensable para el intercambio de información entre el emisor y el receptor. Así pues el lenguaje visual es el código en la comunicación visual, con el que podemos manifestar ideas y recibir mensajes por medio de la vista. “Pues bien, el lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual; es un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información a través del sentido de la vista” (Acaso, 2009, p.25).

El lenguaje visual se aprende de manera intuitiva desde el nacimiento sin normas específicas que determinen un esquema a seguir, por lo que la lectura y por lo tanto su comprensión se vuelven meramente superficial. De la misma forma la construcción del mensaje se vuelve incorrecta e ineficaz (Acaso, 2009). Las habilidades básicas que adquiramos con relación al lenguaje visual nos ayudarán a ver, comprender y encontrar un significado a lo que vemos y expresarlo de manera verbal, escrita o visual.

Además podemos decir que el lenguaje visual, es una herramienta que permite mediante la imagen transmitir un significado. “Es un conjunto de prácticas por medio de las cuales las imágenes se pueden usar para comunicar conceptos” (Pun, 2010, p.86). En base a lo que anteriormente se señaló podemos definir que la imagen es la unidad básica de representación del lenguaje visual, puesto que esta reemplaza a la realidad (Acaso,

2009). La imagen puede ser definida en el campo de la comunicación visual como todo lo que vemos, con un significado implícito.

1.8.4.3 Mensaje visual

Al lograr construir una imagen capaz de transmitir de manera eficaz lo que una representación visual quiere decir, por medio del lenguaje visual, entonces se forma un mensaje visual. (Acaso, 2009). Así pues, los mensajes visuales son producto de la comunicación visual y estos son percibidos por la vista de las personas, uno de tantos que pueden actuar sobre nuestros sentidos. “La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.” (Munari, 1996, p.83).

Al momento de estudiar el mensaje visual se debe considerar los dos partes que lo componen: la información propiamente dicha y el soporte visual que son los elementos básicos que hacen que el mensaje se haga visible, tomando en cuenta siempre lo que se intenta decir en el mensaje (Munari, 1996). Los elementos que conforman el soporte visual, conocidos también como elementos visuales y que anteriormente se habían descrito en los elementos del diseño, son: la textura, la forma, la estructura, el módulo y el movimiento.

1.8.4.4 Comunicación

La comunicación es la acción de comunicar y está estrechamente ligada al concepto de comunidad. “La comunicación es la acción de comunicar, de establecer una comunidad de interpretación con alguien, al compartir información, ideas, conceptos o actitudes” (Molestina, 1970, p.1). Pero entonces, ¿qué es comunicar?, pues según la Real Academia Española de la Lengua es: “hacer partícipe de lo que uno tiene”, “descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo”, “conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito”, etc. Por medio de esto podemos decir que, la comunicación es un acción en donde el ser humano se encuentra siempre inmerso para así poder comunicarse con sus semejantes y el medio que donde se desenvuelve.

Elementos de la comunicación

En el proceso de comunicación participan diferentes elementos, según el modelo propuesto por el matemático Elwood Shannon, conocido por ser el padre de la teoría de la información, en su artículo “*A Mathematical Theory of Communication*” (Una teoría matemática de la comunicación), de 1963, los principales elementos son:

Una fuente de información que puede ser un individuo u organismo, denominado emisor, quien además de producir el mensaje, es el responsable de transmitirlo al receptor. El emisor asimismo tiene que construir su mensaje en función al público al que va dirigido, para así el receptor puede responder en función de lo que se está comunicando. El medio para llevar el mensaje del emisor al receptor se nombra canal, ciertas características que el mensaje tendrá dependerá del canal pues no es lo mismo hacer un mensaje para la televisión que para la internet. Por último, el código que es el conjunto de leyes y normas que facilitan la comunicación entre el emisor y receptor. La comunicación sería defectuosa, si no se establece un mismo código. (Ferrer y Gómez, 2013).

Toda comunicación sigue un proceso básico, el emisor emite un mensaje el cual llega al receptor (mediante un canal), el cual dará respuesta. Todo esto bajo un mismo código. “Todo proceso comunicativo se rige por un esquema convencional en que el emisor hace llegar a un receptor un mensaje a través de un canal que tiene como objetivo final la respuesta del receptor” (Ferrer y Gómez, 2013, p.37)

Medios de comunicación

Los medios de comunicación se definen como el soporte o la forma en que está contenido la información, y que aportará al proceso de comunicación; según el orden de su invención se puede nombrar a los siguientes medios: prensa, cine, radio, televisión, computadora, así como diferentes medios digitales (Boni, 2008). Los medios de comunicación al ser los principales soportes del mensaje generan una gran influencia en la comunicación de las personas, tanto por su alcance como por sus características, y por lo tanto es indispensable su estudio.

Para la publicidad, los medios de comunicación son canales que sirven para transmitir un mensaje a su público objetivo, por lo tanto debe haber un correcto conocimiento de los diferentes tipos de medios que existen, ya que una correcta elección permitirá buenos resultados (Thompson, 2013). En campañas publicitarias el conocer las ventajas y desventajas de cualquier tipo de medio con respecto al público a quien va dirigido, aporta a que el mensaje que se desea comunicar llegue de forma eficiente. Entre los tipos de medios de comunicación tenemos a los medios masivos, medios auxiliares o complementarios y a los alternativos.

Según Pérez y Pérez (2006), los medios comunicacionales según el soporte técnico se pueden clasificar en medios impresos y digitales.

Medios impresos

Los medios impresos se pueden considerar como soportes para productos gráficos que tienen características definidas por el diseño editorial, que muestran tanto elementos visuales como textuales, que aportan a una mejor comprensión del contenido por parte del lector (Reyes, 2018). Estos medios parten de los medios de comunicación masivos y que de acuerdo al soporte en donde son publicados en este caso el papel u otros materiales de este tipo, se les puede llamar así; en los cuales podemos encontrar los periódicos, las revistas, los suplementos editoriales, etc.

En Ecuador, de acuerdo al anexo que fue presentado al final del informe de la Comisión para la auditoría de frecuencias de radio y televisión Noviembre 2008 – Mayo 2009, se pudo conocer un listado de los medios impresos que existen en el país. Dicha lista está conformada por 252 medios entre periódicos y revistas, donde se incluye la ubicación de donde se comercializa, su nombre comercial, la frecuencia de circulación, etc., cabe decir que solo algunos medios brindaron o poseían dicha información.

Medios digitales

Coronel (2015), indica. “Los medios digitales son los que usan el internet, más específicamente la Web, como soporte para la transmisión de noticias” (p.64). Los

medios digitales utilizan el internet como herramienta y específicamente la Web para dar a conocer algún tipo de información relevante para la sociedad. En el Ecuador hasta el año 2011, se encontraron 15 medios que se consideraban como digitales, esto de acuerdo al Mapa de la Comunicación del Ecuador desarrollado por la UTPL en ese mismo año.

Asimismo, el portal de noticias La Tribuna (2017), define a los medios de comunicación digital a aquellos que utilizan el internet como herramienta para la difusión de contenido, información y del mensaje en general que se intenta comunicar. Este tipo de medios vieron la luz a finales del siglo XX, debido a la aparición de nuevas tecnologías que encaminaron a una revolución en varios ámbitos de la sociedad, y especialmente en el de la comunicación.

Actualmente este tipo de medios siguen en expansión y desarrollo por la gran aceptación que ha tendido en las masas, inclusive ya se hablaba desde el año 2006, en el informe Digital Life, presentado en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que los medios digitales eran los más utilizados por la población mundial, dejando en un segundo plano a los medios tradicionales como televisión, radio, periódicos, etc. En este informe se pudo constatar inclusive que las personas de 18 a 54 años le dedican 16 horas a la semana a estos medios, frente a los 13 que reservan a la televisión, 8 a la radio, 2 a periódicos y revistas, y 1 hora al cine.

Variable dependiente

1.8.5 Hábitos alimenticios

Al conjunto de actitudes que tenemos al momento de alimentarnos se les denomina hábitos alimenticios. García y Martínez (2005), expresan. “Los hábitos alimenticios se pueden definir como el conjunto de actitudes que tomamos frente al hecho de alimentarnos” (p.27). Parte de estas actitudes incluyen el tiempo en que nos toma comer, el lugar en donde solemos alimentarnos, el tipo de preparación que le demos a nuestros alimentos sumado a la forma en como los consumimos y el lugar en donde los obtenemos; todo esto en base al gusto que tenemos o no por ciertos alimentos.

Los hábitos alimenticios se definen como los comportamientos que tienen las personas frente a su alimentación, y que son adquiridos durante toda su vida. Los hábitos alimenticios dictan la forma en que se alimentan los seres humanos, se los adquiere desde la infancia, la cual hace que sean difíciles de cambiarlos en la edad adulta (Cabazuelo y Frontera, 2007). Las personas en su etapa adulta tienen hábitos alimenticios que podrían considerarse buenos o malos pero que detallan su forma de alimentarse, estas llegan a ser difíciles de modificar, ya que son practicadas desde la niñez.

1.8.5.1 Factores que influyen en los hábitos alimenticios

Los hábitos alimenticios han evolucionado al igual que ha hecho la sociedad actualmente. Además de los factores individuales que cada persona forma a lo largo de su vida, lo psicológico y lo social de la que forma parte la cultura, la religión, lo familiar, etc., ha formado una nueva tendencia que hay que ahondar para entender sobre como las personas se alimentan hoy en día (García y Martínez, 2005). La alimentación es un reflejo del estilo de vida de las personas y de la sociedad, y que por el momento no es la más adecuada.

Factores Psicológicos

La alimentación no solo es una función fisiológica, en la que busca el sustento nutricional adecuado para la supervivencia del ser humano sino que es una actividad que implica aspectos como lo psicológico (Hernández y Sastre, 1999). Los alimentos además de transportar nutrientes al organismo, tienen propiedades sensoriales organolépticas (aspecto, sabor, textura, color, etc.) que ayudan a determinar si una alimento es bueno o no. “La presentación, las características visuales del alimento y el color proporcionan y asocian informaciones sobre el sabor y otras características que hacen que resulte agradable y más atractivo” (García y Martínez, 2005, p.29).

De la misma forma, la alimentación muchas veces expresa el estado emocional de una persona, el deseo de comer en forma excesiva puede ser un sutil mensaje de ansiedad o de tensión; así como el de no comer por buscar un mejor aspecto físico (García y Martínez, 2005). Los hábitos alimentarios al ser modificados por problemas emocionales es necesario una solución más prudente en la que se puede ayudar a la persona no solo en lo que concierne a alimentación y nutrición sino a su estado anímico.

Factores sociales

El desarrollo social de la persona en lo que tiene que ver con alimentación tiene sus bases primordiales en el núcleo familiar especialmente por la madre, y que seguirá desde la niñez hasta las siguientes etapas de la vida sufriendo diferentes variaciones tanto buenas como malas por parte de relaciones sociales con otros individuos y el ambiente en que se desenvuelve (García y Martínez, 2005). La etapa de la niñez al ser también la de aprendizaje es la etapa más importante, es en este momento en donde empieza a captar información sobre alimentación y la cual quedará impregnado en la mente del infante por mucho tiempo, siendo la madre la figura más importante que interviene en su dieta puesto que ella es quien decide lo que el niño va a comer. A partir de la adolescencia, los amigos y compañeros de estudio influyen en la conducta alimentaria, al querer sentirse aceptados.

Nunes dos Santos (2007), afirma. “Los hábitos alimentarios están relacionados con la identidad cultural y son influenciados por la formación cultural y social” (p.2). Los aspectos culturales no solo establecen los diferentes alimentos que consumen una sociedad sino que genera técnicas para la preparación de alimentos, instaure platos para el consumo en un día específico, incluso define los horarios para todas las comidas del día. En algunos pueblos como el judío y el hindú, algunos alimentos son prohibidos esto por la religión que instaure ciertas restricciones.

Actualmente, la publicidad y el marketing influyen directamente en los hábitos alimenticios, ya que el uso de campañas publicitarias y diferentes medios, vuelven atractivos a ciertos productos que no cumplen con normas nutritivas adecuadas (Gómez, Coral, López y López, 2016). La publicidad atribuye un valor simbólico positivo a los productos alimenticios por lo que el aspecto nutricional queda en segundo plano. Las personas al no tener conciencia sobre esto, toman decisiones de consumo respecto a una moda o a la imagen del producto, por lo que no se establece una dieta sana y que ayude al organismo.

Factores individuales

García y Martínez (2005), expresan. “Los resultados de distintos estudios nutricionales han puesto de manifiesto una relación significativa entre el nivel educativo y el modelo de consumo alimentario” (p.31). Los conocimientos que tiene la población sobre alimentación y nutrición, lleva al consumo adecuado de alimentos y por lo tanto a nutrientes que nos llevara a tener una dieta equilibrada y a una vida más sana. Cabe resaltar que muchas veces la disposición de la información nutricional no lleva a la práctica, es necesario la motivación y la predisposición por parte de la persona para que esto ocurra.

Factores como la preferencia y desagrado por algunos alimentos debido a la experiencia obtenida a lo largo de los años también modifica los hábitos que tienen las personas al momento de consumir alimentos sanos (García y Martínez, 2005). El gusto por específicos alimentos se basa en características organolépticas y especialmente por

el sabor, la sensación que provoca esto ayuda a determinar si un alimento entrara o no en la dieta diaria.

1.8.5.2 Hábitos alimenticios no saludables en adolescentes

Los hábitos alimenticios no saludables afectan a la salud y el desarrollo de las personas por lo que deben ser corregidos para tener una alimentación sana y una dieta equilibrada. Entre los hábitos característicos en los adolescentes los más principales son: “saltarse” las diferentes comidas del día especialmente el desayuno, comer fuera de la casa especialmente en restaurantes de comida rápida, consumir en exceso bocadillos o snacks como por ejemplo dulces o refrescos y realizar dietas que restringen ciertos alimentos con nutrientes esenciales para el organismo con el fin de perder peso (Gil, 2010).

Asimismo, existen hábitos que se deben contemplar y que no son característicos del adolescente pero que se encuentran en la población en general. Debido al ritmo de vida tan acelerado es muy difícil manejar un horario fijo para comer por lo que muchas veces se come en deshoras; igualmente se debe considerar que una comida debe durar por lo menos 20 minutos debido a que la masticación debe ser moderada, ya que esta afecta al momento de la deglución y digestión de los alimentos, sin embargo, el tiempo que le dedicamos a la acción de alimentarnos es limitada provocando un desequilibrio en nuestro organismo (Humanes de Madrid, 2010). Los hábitos alimenticios no saludables que pueden desarrollar las personas son variadas y dependen de diferentes factores ya mencionados, lo importante es poder identificarlas a tiempo y evitar que se convierten en una preocupación en el futuro.

1.8.6 Alimentación

La alimentación es un acto voluntario que consiste en ingerir diferentes alimentos que constituyen una dieta y que sirven para proveer los nutrientes necesarios al organismo; se puede considerar como el proceso de alimentación a la elección y la preparación de alimentos (Martínez y García, 2005). La alimentación al ser un proceso puede ser modificada por factores que no están al alcance del individuo como la

educación, lo cultural, lo social y económico. Cabe decir, que se diferencia de la nutrición por ser una acción voluntaria y en la cual se puede incidir.

Esquivel, Martínez y Martínez (2014), mencionan. “La alimentación es un conjunto de procesos biológicos, psicológicos y sociológicos relacionados con la ingestión de alimentos, mediante el cual el organismo obtiene nutrientes que necesita, así como las satisfacciones intelectuales, emocionales, estéticas y socioculturales que son indispensables para la vida humana plena” (p.3). La alimentación no se debe ver simplemente como una acción que sirve para la ingestión de alimentos sino como una actividad humana integrada por aspectos sociales, culturales, económicos, religiosos, etc., la alimentación debe satisfacer necesidades básicas de una persona.

1.8.6.1 Dietética

La dietética es la ciencia que se encarga de estudiar las dietas alimenticias que tienen los seres humanos y su relación con la salud, teniendo como base la fisiología y la fisiopatología nutricional; el objetivo primordial es combinar los alimentos de forma que proporcione una nutrición adecuada al organismo (Equipo Vértice, 2010). La dietética tiene la función de ayudar a construir dietas de acuerdo a las necesidades de una población o de una persona, incluso ayuda a desarrollar una dieta a personas enfermas (dieta terapia).

La dietética es una técnica que ayuda a definir las combinaciones de alimentos más adecuadas, con el fin de proporcionar los nutrientes necesarios al organismo, estas composiciones pueden de cierta manera modificar los hábitos alimenticios de una persona. “Es la técnica que permite utilizar los alimentos de forma adecuada para proponer formas de alimentación que deben ser suficientes, equilibrada, variada y si es posible que se adecue a los hábitos alimentarios de la comunidad” (Martínez y García, 2005, p.19).

Dieta

La dieta se puede ver como modelo o método que siguen los seres humanos para ingerir ciertos alimentos que necesita el organismo para su funcionamiento (Martínez y García, 2005). Se puede llamar dieta al conjunto de alimentos que consume una persona durante las diferentes comidas del día; existen dietas que pueden ser restrictivas con ciertos alimentos por culpa de una enfermedad (sobrepeso, obesidad, diabetes, etc.), o simplemente por el cuidado de una persona quiera tener con su alimentación, es prioritario en estos casos seguir las instrucciones de un especialista.

Dieta equilibrada

Moreno, Monereo y Álvarez (2006), expresa. “El concepto de dieta equilibrada puede ser muy concreto si sabemos qué debemos comer y en qué cantidades, pero suelen ser algo más complejo porque siempre debemos preguntarnos para quién va dirigida y cuáles son sus circunstancias” (p.45). La dieta equilibrada se constituye a partir de las necesidades alimenticias que tengan un grupo de individuos dentro de la población. Además, es necesario comprender que existen muchas combinaciones de alimentos que pueden ser una buena opción al momento de generar una dieta equilibrada.

Los parámetros que debe seguir una dieta equilibrada son discutidos en gran parte del mundo debido a que cada individuo en cada parte del mundo, tiene una alimentación que se basa en aspectos sociales, culturales, religiosos, psicológicos, etc.; lo único que todo el mundo está de acuerdo, es en que la dieta equilibrada debe conseguir un estado nutricional óptimo en el individuo (Martínez y García, 2005). Al hablar de dieta equilibrada se debe definir, ¿qué es estado nutricional? Por lo que el estado nutricional hace referencia a la condición del cuerpo resultado del balance entre la ingestión de nutrientes y su utilización por medio del organismo (Velásquez, 2006). Esta condición dependerá de los alimentos y nutrientes que se consuma el individuo en su dieta.

1.8.6.3 Guías Alimentarias.

Para facilitar el conocimiento sobre recomendaciones que debe seguir la población al momento de alimentarse, se definieron publicaciones denominadas guías alimentarias. “Hace hincapié en la elección de alimentos y patrones alimentarios en relación al estilo de vida y es más adecuada para la educación y la comunicación de recomendaciones al público en general” (Gil, 2010, p.61). Estas recomendaciones están dirigidas al público en general y deben ser parte de las políticas públicas de un país. El principal objetivo de este tipo de publicaciones es el de promover un estilo de vida más saludable y por consiguiente prevenir enfermedades que se relacionen con el déficit o exceso en el consumo de alimentos (Mañas, 2013).

Las guías alimentarias para su mejor comprensión por parte de la población se describen a través de representaciones gráficas. Entre las más utilizadas se encuentran, la rueda de alimentos, el rombo de alimentos y la pirámide de alimentos (Oliveira, 2010). Estos gráficos ayudan a elaborar dietas más saludables, al dividir a los alimentos en grupos que van desde los que la persona debe consumir regularmente, hasta los que debe procurar consumir con precaución. Un ejemplo de estas representaciones son la rueda de alimentos desarrollado en Estado Unidos por el Departamento de Agricultura en 2011, denominado “My plate”; o la pirámide de alimentos propuesto por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria en el año 2004 y que se mantiene en vigencia hasta el día de hoy, para la población española.

La mayoría de países que han elaborado sus guías dietéticas enfocándose mayormente en la población sana (adulta e infantil), aunque existen casos específicos que al realizarse las guías incluyeron a colectivos que se consideran vulnerables (adolescentes, ancianos, embarazadas, etc.), todo esto en base a organismos oficiales o expertos en nutrición (Gil, 2010). Las guías alimentarias debe adaptarse a las necesidades de toda la población, al entender sobre un grupo de individuos se puede establecer un mejor control en los alimentos que consumen.

1.8.6.4 Grupos de alimentos

Los alimentos son los que suministran los nutrientes necesarios para el correcto funcionamiento de nuestro organismo (Álvarez, 2010). A pesar de que los alimentos aportan nutrientes esenciales para la persona es fundamental hoy en día mantener una dieta equilibrada, ya que las personas han cambiado su estilo de vida y por consiguiente sus hábitos al alimentarse. Asimismo la preferencia de algunos alimentos sobre otros, los cuales muchas veces no son nutritivos afecta en cierta medida a la salud.

Existen diferentes formas de clasificar a los alimentos para su mejor entendimiento, pero para añadirlos en una dieta equilibrada se ha dispuesto de una rueda de alimentos constituida por 7 diferentes grupos (Álvarez, 2010). De acuerdo a la función que cumplen los nutrientes en el organismo y al consumo diario que debe tener una persona se clasifican en:

Grupo 1: leche y derivados. Desde los 6 primeros meses de la vida, la leche materna nos suministra los nutrientes necesarios para nuestro desarrollo, pero a partir de aproximadamente los 2 años la leche de origen animal y sus productos derivados se convierten en parte de nuestra alimentación (FAO, 2006). Estos alimentos son fuente de proteínas, grasas, vitamina A y calcio, además el queso por su composición proporciona altos valores de calcio y fósforo.

Grupo 2: carne, aves, huevos y pescados. Son alimentos que suministran proteínas y en ciertos casos grasas, aunque esto depende de su forma de cocción (FAO, 2006). La carne especialmente las vísceras proveen hierro, zinc, y vitaminas del complejo B. A lo que respecta a pescados y mariscos, constituyen un valioso porcentaje de proteínas, fósforo, sodio, yodo, potasio y hierro; siendo los moluscos los que tienen más proteínas, al igual que colesterol, zinc, cobre y calcio (Álvarez, 2010). Cabe resaltar que el pescado es importante para la salud ya que contribuye ácidos grasos omega 3 al organismo, nutrientes que protegen al corazón.

Grupo 3: tubérculos, legumbres y frutos secos. Todos los alimentos que constituyen este grupo son fuente de carbohidratos y proteínas (Álvarez, 2010). Los

tubérculos son alimentos hechos de las raíces de las plantas que son cultivadas como las patatas, la yuca, la mandioca, etc., y son fuentes de carbohidratos. Las legumbres en cambio tienen un alto valor de proteínas, aquí podemos encontrar a alimentos como lentejas, habas, soja, etc. Mientras, que los frutos secos aportan cierta cantidad de minerales.

Grupo 4: verduras y hortalizas. Son plantas que se pueden consumir tanto crudas como cocidas, son esenciales para el organismo ya que aportan nutrientes como la fibra, minerales y vitaminas, sin embargo, aporta pequeñas calorías al organismo (Álvarez, 2010). Su consumo es importante para la salud ya que tienen previenen enfermedades relacionadas al corazón y diferentes tipos de cáncer.

Grupo 5: frutas. Alimentos que para su consumo no necesitan preparación y además son fuentes importantes de vitaminas, minerales y fibras. Frutas como los llamados cítricos suministran vitamina C al organismo, mientras que frutas de color naranja (mango, papaya, etc.), son fuente de vitamina A (Álvarez, 2010). Para mantener una dieta sana es necesario variar el consumo de frutas, ya que evitan enfermedades crónicas como el cáncer.

Grupo 6: pan, pasta, cereales y azúcar. Es una gran fuente de energía, ya que proporcionan hidratos de carbono al cuerpo. Alimentos a base de cereales como el trigo, el arroz, la cebada, el maíz, etc., poseen grandes porcentajes de potasio, fósforo, magnesio, calcio, hierro y zinc (Álvarez, 2010). En el desayuno es importante incluir este tipo de alimentos, ya que es la primera energía del día. En lo que respecta a la azúcar, su principal utilidad radica en dar un mejor sabor a las comidas. Los alimentos que basan su preparación en azúcar proporcionan simplemente energía, por lo que su exceso es perjudicial al producir sobrepeso u obesidad (FAO, 2006). No debe considerarse restringir el uso de la azúcar, lo recomendable es limitar su empleo.

Grupo 7: grasas, aceites y mantequillas. Las grasas aportan grandes porcentajes de energía. Este tipo de alimentos pueden ser de origen vegetal y animal, en donde los ácidos grasos saturados son los que predominan en las grasas animales y que son

necesarios para el crecimiento (Álvarez, 2010). Debido a su alto aporte de energía es recomendable no ingerir muchos alimentos con un alto contenido de grasa.

1.8.7 Nutrición

Según la OMS (s.f.), la nutrición es el conjunto de procesos por el cual los seres vivos incorporan, transforman y eliminan sustancias procedentes del exterior. Asimismo, la nutrición a diferencia de la alimentación, es un proceso inconsciente ya que está determinado por el metabolismo del organismo y las condiciones en las que se desarrolla (Martínez y García, 2005). La nutrición depende de la alimentación para su ejecución, así como los hábitos que tienen las personas con respecto al alimento.

La nutrición llevan a cabo tres funciones principales: Función energética, en donde aporta energía a las funciones que realiza el organismo; la energía debe saciar el metabolismo basal (funciones vitales, por ejemplo: respirar, temperatura corporal, ritmo cardiaco, etc.) y el gasto energético (energía que es necesaria para cumplir un trabajo). Función plástica, en donde la nutrición abastece de componentes para la construcción y renovación de las células. Y, función reguladora, en donde las sustancias generadas por los procesos nutritivos sirven de barrera o de protección a los procesos metabólicos (Martínez y García, 2005). De la nutrición depende la vida misma.

1.8.7.1 Nutrientes

Los nutrientes son sustancias químicas que se hallan principalmente en los alimentos de origen animal y vegetal, y son necesarios para el cumplimiento de las diferentes funciones que realiza el organismo (Velásquez, 2006). Los nutrientes que encontramos en nuestro organismo son los hidratos de carbono, las proteínas, los lípidos, las vitaminas, los minerales y el agua. Muchos de estos nutrientes pueden ser sintetizados por el cuerpo mediante otros nutrientes, a los cuales se les denominan nutrientes no esenciales, mientras que otros llamados nutrientes esenciales necesitan ser consumidos de los alimentos en la dieta (Alfaro y Flores, 2007).

Para establecer el correcto consumo de alimentos y por lo tanto de nutrientes por parte del ser humano, es necesario conocer su unidad de medida. “La energía de alimentos se mide en calorías. Una caloría es la cantidad de calor necesaria para elevar la temperatura de 1 g de agua en un 1 °C” (Velásquez, 2006, p.9). Al ser la caloría una unidad muy pequeña de calor, se opta por expresar su frecuencia en kilocalorías o kcal, que es igual a 1000 calorías. Sin embargo, aunque el término de kilocaloría es el más utilizado en el medio y que para la investigación es el que se empleará, el Sistema Internacional de Unidades (SI), estableció al kilo joule (kJ), como media para las calorías alimentarias. Su equivalencia con la kilocaloría es, 1 cal = 4,184 kJ, 1000 kJ = 239 kcal (Velásquez, 2006).

1.8.7.2 Tipos de nutrientes

Los nutrientes se pueden clasificar de acuerdo a la cantidad de nutrientes requeridos por el organismo, en macronutrientes y micronutrientes. Los macronutrientes, son los que el cuerpo necesita en mayor cantidad y los que proporcionan mayor cantidad de energía metabólica, en este grupo se encuentran los hidratos de carbono, los lípidos, las proteínas y el agua; en cambio los micronutrientes son esenciales en menor cantidad y no proporcionan energía, aquí se encuentran las vitaminas y los minerales (Alfaro y Flores, 2007).

Macronutrientes

Hidratos de carbono

Denominados también como carbohidratos o glúcidos, aportan 4 kilocalorías a la dieta y son la principal fuente de energía para el ser humano en diferentes culturas, al ser las de más económica y de más fácil asimilación por parte del cuerpo (Anderson, Dibble, Mitchell y Rynbergen, 1977). Se puede decir que su principal función es la de proveer de energía al individuo. Los seres humanos obtienen entre el 50% y 70% de calorías por parte de estos nutrientes (Kratz, Friedman y Lucan, 2015). En alimentos se encuentra especialmente en granos y tubérculos.

Los hidratos de carbono debido al número de moléculas en su estructura se clasifican en monosacáridos, disacáridos y polisacáridos, Los monosacáridos son los elementos básicos en la composición de los disacáridos y polisacáridos, en la nutrición humana los más importantes son la glucosa, fructosa y galactosa (Vega y Iñarritu, 2010). La glucosa es conocida coloquialmente como el azúcar que está en la sangre, la podemos encontrar la miel de maíz y al final de la absorción de almidones. La fructosa se encuentra en la miel y mayormente en las frutas, por lo que es conocida como el azúcar de la frutas, es la más dulce todos los monosacáridos, su sabor aumenta incluso más al madurar las frutas; la galactosa que es la estructura básica de la lactosa (molécula de la leche).

Los disacáridos más importantes en la dieta humana son la sacarosa, lactosa y maltosa (Vega y Iñarritu, 2010). La sacarosa, se encuentra en el azúcar que utilizamos todos los días y en la caña de azúcar. La lactosa que se adquiere de la leche y en las glándulas mamarias de los mamíferos hembra, durante la digestión de la lactosa se forma la galactosa. La maltosa, que rara vez se encuentra de manera natural en los alimentos, por lo que su adquisición se da a través de la digestión del almidón

Los almidones y los glucógenos son los polisacáridos más importantes en la nutrición humana (Vega y Iñarritu, 2010). Los almidones son de origen vegetal pero no se pueden digerir hasta que estén cocidos, los principales alimentos de este grupo son la pasta, el pan, las tortillas, las galletas, las papas, los cereales y sus productos; y diferentes verduras. Los glucógenos, son de origen animal como el hígado y los músculos de los animales (carne).

Proteínas

El término proteínas, provienen del griego que significa “de primera importancia”, ya que son el principal elemento de las células vivas de todo el cuerpo, aproximadamente constituyen el 50% de su peso total (Vega y Iñarritu, 2010). Al ser el componente indispensable de las células, sus funciones que se expanden a los tejidos y a los órganos. Alfaro y Flores (2007), expresan. “Las funcionales nutricionales más

relevantes de las proteínas de la dieta es proveer nitrógeno y aminoácidos esenciales para la síntesis de proteínas específicas del organismo” (p.22). Las proteínas se componen de la conformación de aminoácidos, los cuales provienen de las mismas proteínas de la dieta. En la actualidad se conocen 22 aminoácidos que forman a las proteínas.

Los seres humanos sintetizan las proteínas a partir de alimentos de origen animal y vegetal, las cuales se pueden simplificar en los grupos de alimentos: grupo I en donde se encuentran la leche y productos lácteos, el grupo II de carnes, aves y pescado; y el grupo III de hortalizas, sus diferentes variaciones se explicaron anteriormente (Kratz, Friedman y Lucan, 2015). Muchos de estos alimentos son consumidos por exceso y que forman parte de las reservas de energía como los lípidos y los hidratos de carbono.

Lípidos

El término lípidos hace referencia a los compuestos orgánicos a base de grasas y aceites; se los considera como la fuente más abundante de energía, ya que contribuye al organismo 9 kilocaloría por gramo de alimento (Alfaro y Flores, 2007). Al igual que con los glúcidos y las proteínas sirve de reserva, ubicándose especialmente en el tejido adiposo del cuerpo. Las funciones que cumple a parte de su gran aporte calórico, es el transporte de ácidos grasos y vitaminas, además de dar un buen sabor a la comida (Vega y Iñárritu, 2010). En la dieta del ser humano los lípidos más importantes son triglicéridos, los ácidos grasos y el colesterol, en donde los triglicéridos componen el 95 % de los lípidos presentes en el cuerpo.

Los triglicéridos y los ácidos grasos son específicamente alimentos de origen animal como es el caso de los sesos, las vísceras, los mariscos, la yema de huevo, los embutidos, aves, la mantequilla, etc. (Alfaro y Flores, 2007). Estos alimentos se encuentran de forma sólidos. Los de origen vegetal en cambio son de forma líquida, ya que partes de alimentos que son procesados para ser utilizados como aceites, por ejemplo, las almendras, avellanas, nueces y demás semillas (Anderson, Dibble y Mitchell, 1977).

Agua

El agua es el elemento y nutriente en este caso, más importante para la vida; en un hombre adulto, constituye el 60% de su peso, mientras que en las mujeres ocupa el 54% de su masa corporal (Anderson, Dibble, Mitchell y Rynbergen, 1977). Es el elemento fundamental para la vida, una persona puede vivir sin comer por varias semanas, pero sin beber aguas solo unos cuantos días. El agua a nivel nutricional funciona como el medio para los procesos metabólicos del organismo, es el transporte de nutrientes, enzimas, sustancias activas como las hormonas, enzimas, etc.

Micronutrientes

Vitaminas

Anderson, Dibble, Mitchell y Rynbergen (1977), expresan. “Las vitaminas son potentes compuestos orgánicos presentes en baja concentración en los alimentos, que desempeñan funciones específicas y vitales en las células y en los tejidos del cuerpo” (p.55). Esta definición no se aleja por lo propuesto por Casimir Funk en 1911, quine otorgo el nombre de vitaminas (amina vital), a las sustancias que se encuentran en los alimentos y son esenciales para la vida. Cabe destacar, que la mayoría de las personas nombran a las vitaminas por sus letras, esto debido al beneficio que aporta a la salud.

Las vitaminas por su solubilidad se clasifican en liposolubles e hidrosolubles, Las liposolubles son solubles en la grasa, por lo que se relaciona con los lípidos que se extraen de los alimentos; se almacena en distintos órganos especialmente el hígado, se ha demostrado que su exceso produce enfermedades (García, 1997). En este grupo se puede encontrar a la vitamina A, D, E y K. Las vitaminas hidrosolubles son solubles en agua y no pueden ser almacenadas en el organismo por lo que es necesario que se los implemente en la dieta (alimentos de origen vegetal y animal) de todos los días; su exceso usualmente es expulsado en la orina (García, 1997). La vitamina C, B, B1, B2, B12, así como la niacina, el ácido pantoténico, el ácido fólico y la biotina forman parte de este grupo.

Minerales

Los minerales son elementos inorgánicos que se incluyen en la dieta por ser esenciales en las funciones estructurales y metabólicas vitales para el desarrollo del organismo (García, 1997). Los minerales se hallan en proporciones pequeñas en el cuerpo pero sirve para procesos esenciales, ya que el organismo no puede sintetizarlos. Especialmente se encuentra en tejidos duros (huesos, dientes, etc.), ya que sirve para su construcción, como enzimas para la regulación del metabolismo y como electrolitos (cargas eléctricas pequeñas) como activadores de otras sustancias que sirven para la actividad muscular (Williams, 2002). Los minerales representan el 4% en el peso corporal.

Los minerales se clasifican de acuerdo a su contenido en el cuerpo en mayores y menores o trazas. Los minerales mayores, son los que más se localizan en el organismo, lo cual representa el 3,25 % el peso corporal (García, 1995). En este grupo el calcio, el fósforo, el potasio el sodio, el cloro y el magnesio, son los más representativos. Los minerales menores o trazas, que tienden a presentarse en menores cantidades, y simplemente representan el 0,40% en el peso (García, 1995). Los minerales más importantes de este grupo son el yodo, hierro, cobre y flúor. Para la nutrición humana los minerales tanto mayores como menores más importantes son calcio, potasio, cloro, sodio, azufre, magnesio, hierro y yodo (Anderson, Dibble, Mitchell y Rynbergen, 1977).

1.8.7.3 Recomendaciones energéticas para adolescentes

Las recomendaciones energéticas corresponden a la cantidad o valores de nutrientes necesarios para una determinada población (Martínez y García, 2005). Para establecer las recomendaciones necesarias es necesario considerar las funciones que aporta al organismo los diferentes tipos de nutrientes, esto se basa en la cantidad y calidad de alimentos y las características de cada persona, el objetivo final es lograr un estado de nutrición óptimo. En los adolescentes el consumo recomendado de energía, difiere en hombre y mujer desde la pubertad (Gil, 2010). Los cambios que presentan los individuos en esta etapa definen su gasto energético.

Total energético

El total energético es el cálculo de nutrientes que debe consumir la persona durante 24 horas. Esto se formula a partir del gasto metabólico basal (energía en reposo y para las funciones vitales), la termogénesis (el calor de las reacciones metabólicas) y la actividad física voluntaria (Hernández y Sastre, 1999). Para el total energético del adolescente se toma en cuenta la actividad escolar y de recreación que realiza diariamente. En promedio es de 3000 kcal en hombres, mientras 2400 a 2600 kcal en mujeres de 12 a 16 años (Martínez y García, 2005). En ciertos casos estos valores pueden variar en parte por el género de una persona, y si la persona realiza un deporte de competición en que el gasto energético es mayor.

Conjuntamente, el total energético debe ser repartido equilibradamente durante las diferentes comidas que pueda tener el adolescente durante el día, 25% en el desayuno (750 kcal), 30% en la comida (900 kcal), 15% en la merienda (450 kcal) y 30% en la cena (900 kcal) (Martínez y García, 2005). Se debe tener énfasis en el desayuno de los adolescentes ya que el alimento inicial y repercute en las actividades que realiza.

Suministro nutrientes

Martínez y García (2005), afirma. “Las proteínas deben cubrir del 12 al 15 % de calorías de la comida, lo que representa 2 g de proteínas por kg de peso y por día” (p. 302). Las proteínas en un adolescente de 50 a 60 kg, el consumo de proteínas debe ser de 100 o 120 g, en donde las proteínas de origen animal deben corresponder a la mitad; el pescado, los productos lácteos, pan y cereales son fundamentales en la dieta.

Las grasas o lípidos debido a su gran aporte energético (9 kcal/g), se aconseja que en consumo sea inferior al 30% del total energético (Gil, 2010). Los excesos de estos nutrientes pueden conllevar al sobrepeso u obesidad, por lo que los alimentos deben ser escogidos con cuidado. En los adolescentes los alimentos grasos son predilectos debido a su sabor, se recomienda surtirlos con ensaladas o legumbres cocidas.

Para los adolescentes con respecto a alimentos de origen vegetal es necesario de 400 a 500 gr de verduras al día más 2 frutas, 2 veces por semana el consumo de legumbres y de los cereales con respecto al pan es de 250 g a 300 g (Martínez y Gracia, 2005). Estas recomendaciones aportan al cuerpo una gran fuente de vitaminas y minerales, incluso evita el estreñimiento.

1.8.8 Salud nutricional

El término de salud fue definido por parte de la OMS en la Conferencia Sanitaria Internacional en el año 1946 y puesto en vigor en 1948, y la cual no se ha modificado desde ese año. “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Este concepto se debe integrar en todos los aspectos de la vida del ser humano, en este caso la salud nutricional.

En lo que respecta a salud nutricional, esta es el estado nutricional que cada individuo debe tener en base a las necesidades del organismo (Velásquez, 2006). Las necesidades por parte del organismo están definidas por la edad, el género, las condiciones fisiológicas, etc. Muchas veces existe un desequilibrio en el estado nutricional que lleva a diferentes enfermedades tanto por déficit como exceso.

1.8.8.1 Malnutrición por exceso

El consumo excesivo de ciertos nutrientes en la alimentación producto de una dieta inadecuada por un tiempo prolongado produce ciertos desordenes en el estado nutricional de las personas (Velásquez, 2006). La sobre nutrición a corto plazo no muestra signos aparentes en el organismo, pero si no se modifica este exceso en la alimentación las posibles consecuencias serían sobrepeso u obesidad; factores que llevan a la aparición de diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial, etc.

1.9 Formulación de la hipótesis

Nula: El diseño editorial no aportará al momento de informar sobre hábitos alimenticios no saludables en adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

Alternativa: El diseño editorial aportará al momento de informar sobre hábitos alimenticios no saludables en adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

1.10 Señalamiento de las variables

1.10.1 Variable dependiente

Hábitos alimenticios.

1.10.2 Variable independiente

Diseño editorial.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1 Método

En el actual proyecto, el método de investigación a utilizar será el inductivo. Rodríguez (2005), menciona. “El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados” (p.29). Con la ayuda de este método, que utiliza la observación de los hechos o de documentos que hacen referencia a los hechos, establecemos los hábitos alimenticios que tienen los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, para así saber si existe una relación directa o no con el diseño editorial al formular una hipótesis que será fundamentada por la experimentación.

2.1.1 Enfoque de la investigación

El enfoque que manejará la investigación será de orden cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo porque mediante diferentes técnicas estadísticas se pretende obtener datos reales sobre el problema, para así generar una posible solución en base a teorías que aporta el diseño editorial. “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4).

Cualitativo porque el proyecto buscará comprender la realidad del tema desde la perspectiva de expertos mediante entrevistas u otros métodos de recopilación de datos, esto ayudará a comprender sobre el diseño editorial así como del problema mismo. “Los estudios de orden cualitativo tienden a comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción visto a partir de las múltiples lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales” (Galeano, 2004, p.24).

2.1.2 Modalidad básica de la investigación

2.1.2.1 Bibliográfica – documental

Para realizar la investigación es necesario optar por la búsqueda de información en libros, revistas, páginas web o diferentes fuentes que tengan el debido respaldo científico, para desarrollar un conocimiento profundo sobre las variables y las teorías propuestas en el proyecto. Por lo tanto, la modalidad bibliográfica – documental, es imprescindible ya que su intención se basa en la ampliación de la comprensión por parte del investigador, a través de documentaciones de fuentes primarias y secundarias (libros, revistas, periódicos, etc.) (Herrera, Medina y Naranjo, 2010).

2.1.2.2 De campo

Este tipo de modalidad de investigación que se empleará en el actual proyecto tiene como característica principal, el acercamiento directo con la situación en la que se encuentra en ese momento el problema, al igual de los actores involucrados; esto es indispensable ya que nos ayuda a la recolección de datos, en base a los objetivos del proyecto (Herrera, Medina y Naranjo, 2010). Para nuestra investigación es necesario acudir al lugar en donde se aplicará las técnicas e instrumentos, ya que en ese lugar es donde se recogerá la información requerida para el desarrollo del proyecto y en consecuencia el cumplimiento de los objetivos, en nuestro caso los hábitos alimenticios que tienen los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.

2.1.3 Nivel o tipo de investigación

2.1.3.1 Exploratorio

Salina y Cárdenas (2009), indica. “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con un fenómeno relativamente desconocido” (p.60). Este nivel de investigación se utiliza cuando al revisar fuentes bibliográficas se percata de que no hay investigaciones que antecedan o simplemente se encuentran con percepciones imprecisas o confusas que no porten a un mejor entendimiento del problema de estudio. En nuestro caso, la relación entre los hábitos alimenticios y el diseño editorial es un tema poco

profundizado, ya que no cuenta con antecedentes referente al tema, sin embargo, cuenta con la información necesaria para realizar un estudio que nos ayude a sobrellevarlo.

2.1.3.2 Descriptiva

La investigación descriptiva, se encarga de medir o de recolectar información sobre las variables del proyecto, en este caso, el diseño editorial y los hábitos alimenticios. “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos” (Rodríguez, 2005, p.1). El objetivo es mostrar y describir la realidad que envuelven a las variables. En esta clase de investigación se prioriza además de las variables, al grupo de personas de quienes se va a recolectar la información.

2.1.3.3 Correlacional

Este tipo de investigación permite conocer la relación o medir el nivel de asociación que existe entre la variable dependiente (hábitos alimenticios) y la independiente (diseño editorial) del proyecto; tomando en cuenta el entorno en donde se desarrolla. “El propósito fundamental es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas” (Gómez, 2006, p.68). Se pretende predecir la conducta de una variable mediante la relación que mantiene con otras variables. Para sustentar la correlación de las variables, la hipótesis es sometida a pruebas.

2.1.3.4 Explicativa

La investigación explicativa, como su propio nombre lo señala, explica las causas de un determinado problema o fenómeno, así como las situaciones que conllevan a que se produzca (Salina y Cárdenas, 2009). El conocer sobre los factores que influyen en los hábitos alimenticios, ya sean saludables o no, en adolescentes de 12 a 16 años; es uno de los objetivos que se ha planteado en el proyecto para entender mejor al problema y así saber cómo abordarlo en el planteamiento de una posible solución.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

La población es un grupo de individuos u objetos con similares características (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Es el grupo de interés de la investigación que será estudiada y sobre la que recaen los resultados y las conclusiones. Para el presente estudio se utilizará la información extraída del documento llamado población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento realizado por el INEC en el año 2010. En donde señala que en la parroquia Ambato, hay 15.988 individuos que corresponde a la edad de 10 a 14 años, mientras que 16.701 personas están en el rango de edad de entre 15 y 19 años.

Tabla 2

Población por grupo de edad de la ciudad de Ambato

Grupo de edad	Población
De 10 a 14 años	15.988
De 15 a 19 años	16.701
Total	32.689

Nota: Se determina el total de la población de nuestro público objetivo (adolescentes de 12 a 16 años), en la ciudad de Ambato; se toma en cuenta el grupo de edades disponibles.

2.2.2 Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan. “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolecta datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de ser representativo de la población” (p.173). La muestra es en un subconjunto de elementos representativo de la población, para determinar el tamaño de la muestra de nuestra investigación se utilizará la fórmula de cálculo en donde se conoce la población o población finita.

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En donde:

N = Tamaño de la muestra (32.689)

Z = Nivel deseado de confiabilidad (95%)

P = Probabilidad de ocurrencia (50%)

Q = Probabilidad de que no ocurrencia (50%)

E = Error de muestreo (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(32.689)}{(1,96)^2 (0,5)(0,5) + (32.689)(0,05)^2}$$

$$n = 384$$

2.3 Operacionalización de variables

Tabla 3

Operalización de variables. Variable independiente.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas / Instrumentos
El diseño editorial es una rama del diseño gráfico encargada de la maquetación y composición de publicaciones impresas y digitales, con el fin de transmitir un mensaje. Además es considerado periodismo visual, rasgo que lo distingue de otras disciplinas del diseño gráfico y de formatos interactivos.	Diseño editorial	Maquetación	¿Cómo se puede enfocar el diseño editorial a la educación alimentaria de adolescentes?	Entrevista Cuestionario Diseñador gráfico especializado en editorial
		Estructura	¿Qué tipografía se debería utilizar al realizar publicaciones dirigidas hacia adolescentes?	
		Elementos gráficos	¿Qué tipo de publicación se utilizaría para informar a adolescentes sobre hábitos alimenticios?	
		Tipografía	¿Qué elementos gráficos (fotografía o ilustración) serían los más idóneos al pretender mostrar sobre hábitos alimenticios que afectan a los adolescentes?	Encuesta Cuestionario Adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato
		Tipos de publicaciones		
		Diseño editorial digital	¿Cuáles son las consideraciones que se debería tomar cuando se diseña una publicación digital?	Observación Ficha de observación Publicaciones impresas y digitales
	Experiencia de usuario	¿Cómo puede influir la experiencia de usuario en una propuesta de carácter editorial con un soporte digital?		
			¿Se debe considerar los hábitos de lectura de los adolescentes al momento de desarrollar publicaciones?	
	Diseño de la información	Organización del contenido	¿Cómo se debería estructurar el texto para que exista una mejor comprensión por parte del lector adolescente?	Entrevista Cuestionario Diseñador Gráfico

	Presentación visual	¿Qué consideraciones de legibilidad se debería tener en cuenta, al desarrollar una publicación dirigida a lectores adolescentes?	Observación Ficha de observación Publicaciones impresas y digitales
	Percepción visual	¿Cómo afecta la percepción que tienen los adolescentes con respecto al entorno en una publicación?	
Diseño gráfico	Leyes de la Gestalt	¿Una imagen puede motivar a una persona?	Entrevista Cuestionario Diseñador gráfico
	Elementos básicos del diseño	¿Cuáles son los elementos del diseño gráfico necesarios al elaborar la composición de un proyecto?	
	Color	¿Cuál podría ser la cromática idónea para adolescentes de 12 a 16 años?	
Comunicación visual	Comunicación	¿Qué es lo que se tiene que tomar en cuenta para generar una correcta comunicación visual?	Entrevista Cuestionario Diseñador gráfico
	Elementos de la comunicación	¿Qué tipos de medios son los más utilizados por los adolescentes de 12 a 16 años actualmente?	
	Medios de comunicación	¿Qué tipos de medios (impresos o digitales), son los que más utilizan los adolescentes al momento de querer conocer sobre algún tópico?	Encuesta Cuestionario Adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato
	Lenguaje visual	¿Cuáles son las causas por la que un mensaje visual no es captado por el receptor?	

Nota: La presente tabla sirve para establecer los parámetros al momento de generar las técnicas e instrumentos de recolección de datos en lo que respecta a diseño editorial, diseño de la información, diseño gráfico y comunicación visual.

Tabla 4*Operalización de variables. Variable dependiente.*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas / Instrumentos
Los hábitos alimenticios se pueden definir como el conjunto de actitudes que tenemos frente al hecho de alimentarnos.	Hábitos alimenticios	Factores biológicos	¿Los factores biológicos pueden ser en cierta manera modificados en los adolescentes?	Entrevista Cuestionario Nutriólogo o nutricionista
		Factores sociales	¿Cuáles son los principales factores sociales que influyen en los hábitos alimenticios de adolescentes?	
		Factores individuales	¿Las preferencias y gustos sobre algún alimento condicionan los hábitos alimenticios en adolescentes?	Encuesta Cuestionario Adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato
		Hábitos alimenticios no saludables	¿Es necesario informar sobre los hábitos alimenticios a adolescentes de 12 a 16 años? ¿Qué hábitos alimenticios no saludables poseen los adolescentes de 12 a 16 años?	
	Alimentación	Grupos de alimentos	¿Qué tipo de dieta es aconsejable que siga un adolescente de 12 a 16 años?	Entrevista Cuestionario Nutriólogo o nutricionista
		Dietética	¿Qué tipo de alimentos son los más adecuados para generar una dieta equilibrada que se adapte a las necesidades de adolescentes de 12 a 16 años?	
		Dieta equilibrada	¿Cuáles serían las recomendaciones necesarias para elaborar una guía alimentaria dirigida a adolescentes de 12 a 16 años?	
		Guías alimentarias	¿Qué recomendaciones alimentarias les proporcionarías a adolescentes de 12 a 16 años sobre	

su alimentación?

Nutrición	Nutrientes Tipos de nutrientes Recomendaciones energéticas	¿Qué alimentos se deben consumir para cada tipo de nutriente? ¿Cuáles son los valores recomendados para la ingestión de nutrientes en adolescentes de 12 a 16 años?	Entrevista Cuestionario Nutriólogo o nutricionista
Salud nutricional	Malnutrición en exceso	¿Cómo afecta los hábitos alimenticios en la salud de un adolescente de 12 a 16 años?	Entrevista Cuestionario Nutriólogo o nutricionista

Nota: La presente tabla sirve para establecer los parámetros al momento de generar las técnicas e instrumentos de recolección de datos en lo que respecta a hábitos alimenticios, alimentación, nutrición y salud nutricional.

2.4 Técnicas de recolección de datos

Encuestas

Salina y Cardenas (2009), mencionan. “Las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio” (p.62). La primera técnica a utilizar en la investigación son las encuestas, ya que nos ayudará a obtener resultados como si se hubiera recogido información de todo el universo, con respecto a los hábitos alimenticios que poseen los adolescentes de 12 a 16 años y los parámetros a seguir para desarrollar una publicación editorial con su respectivo soporte comunicacional con el fin de informar sobre los hábitos alimenticios.

Entrevistas

La entrevista es el método que busca recolectar datos o información sobre algún tema en específico mediante el dialogo, la entrevista puede constar o no de un cuestionario que permita al investigador estructurar de mejor manera la interacción y obtener el conocimiento deseado (Behar, 2008). Por medio de esta técnica el proyecto pudo obtener información y percibir cómo es la realidad al hablar sobre diseño editorial y hábitos alimenticios en adolescentes al conversar con especialistas del tema.

Observación

Este instrumento de medición consiste en mirar con atención y cuidadosamente el objeto de estudio con el objetivo de conocerlo (Morán y Alvarado, 2010). La observación permite analizar y generar un registro de confianza de cualidades de objetos, así como de comportamientos y conductas de individuos. En el presente proyecto se utilizará la observación para analizar la estructura y contenido mediante el diseño que tienen las publicaciones editoriales tanto impresas como digitales que se expanden en la ciudad de Ambato, que abordan temas de hábitos alimenticios, alimentación y nutrición. Todo esto gracias a las bases teóricas planteadas anteriormente sobre diseño editorial y hábitos alimenticios.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos mediante las técnicas de recolección de datos establecidos para la investigación (encuesta, entrevista y observación); asimismo se plantean interpretaciones que denotan la situación en el que se encuentra la problemática, así como de diferentes aspectos que nos pueden llevar al cumplimiento de los objetivos propuestos para el proyecto.

3.1.1 Encuestas

Se desarrolló 2 tipos de cuestionarios que fueron aplicados a 384 adolescentes de 12 a 16 años en 3 instituciones educativas de Ambato (Unidad Educativa Luis A. Martínez, Unidad Educativa Ambato y Unidad Educativa Totoras). El primer cuestionario constaba de 14 preguntas, las cuales estaban encaminadas a establecer los hábitos alimenticios de los adolescentes; mientras que la segunda conformada de 5 preguntas, todo esto tiene como objetivo determinar los parámetros para desarrollar la publicación de carácter editorial con su respectivo soporte comunicacional más adecuado con el fin de informar a los adolescentes sobre los hábitos alimenticios.

Cuestionario N.-1

Pregunta 1: ¿Realiza algún tipo de actividad física?

Tabla 5

Cuestionario 1. Pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	313	82%
No	71	18%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 1. Elaborado por Johnny Túqueres.

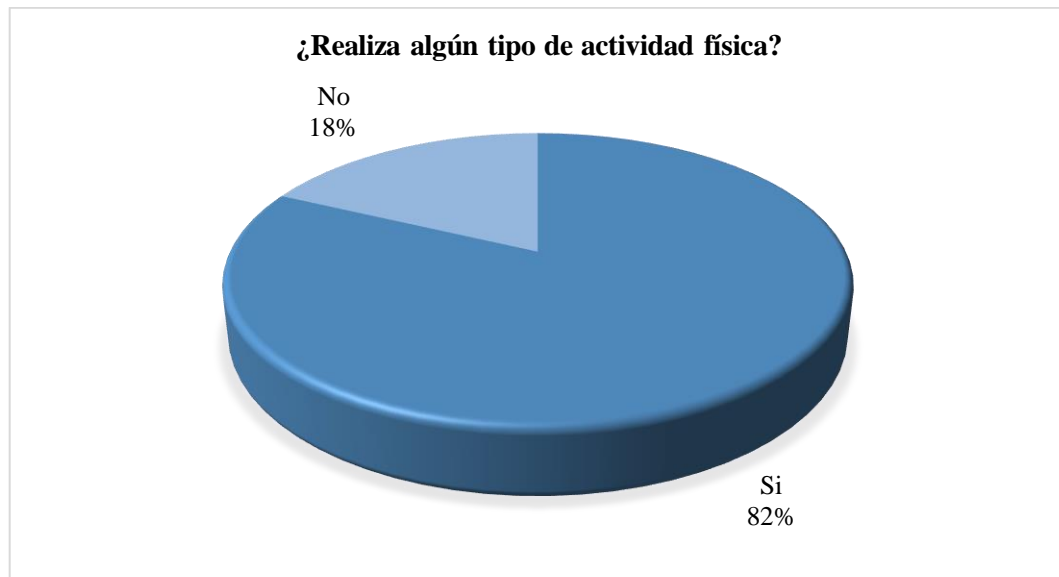


Gráfico 5. Cuestionario 1. Pregunta 1

Análisis

El 82% de los encuestados (315 adolescentes) contestaron que si realizan algún tipo de actividad física, mientras que el 18% de los encuestados (69 adolescentes) contestaron que no realizan ningún tipo de actividad física.

Interpretación

El resultado permite conocer que la mayoría de encuestados si realizan algún tipo de actividad física, por lo que es importante fortalecer este hábito para que no desaparezcan en las siguientes etapas de vida. Igualmente, hay que tener en cuenta qué tan frecuente se realicen estas actividades, ya que muchas veces estas sólo se realizan en los centros educativos y por lo tanto no se convierten en un hábito adecuado fuera de estos lugares.

Pregunta 2: En caso de haber contestado afirmativo. ¿Con que frecuencia lo realiza?

Tabla 6

Cuestionario 1. Pregunta 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1-2 veces por semana	146	45%
3-4 veces por semana	91	29%
5 veces o más por semana	76	24%
Total	313	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 2. Elaborado por Johnny Túqueres.

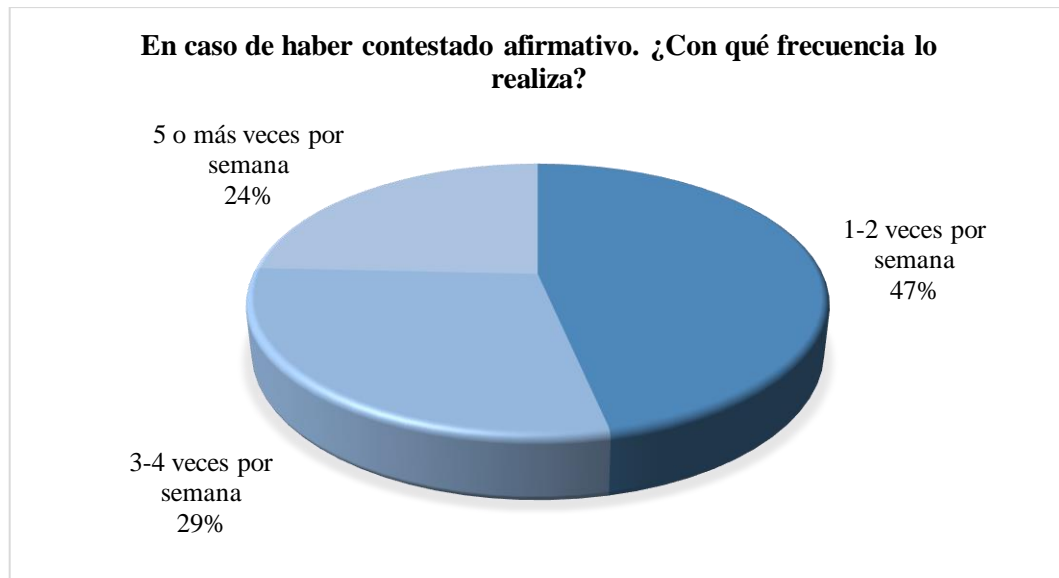


Gráfico 6. Cuestionario 1. Pregunta 2

Análisis

A partir de saber cuántas personas efectúan alguna actividad física, se pudo determinar la frecuencia con las que estas se ejecutan. Siendo el 47% de los encuestados (146 adolescentes) quienes lo realizan de 1 a 2 veces por semana, el 29% (91 adolescentes) de 3 a 4 veces por semana y el 24% (76 personas) de 5 veces o más por semana.

Interpretación

Los adolescentes que respondieron en la encuesta que si realizan algún tipo de actividad física, supieron además manifestar que la frecuencia con la que la realizan mayormente es de 1 a 2 veces por semana. El tiempo que le dediquen los adolescentes a las actividades físicas debe ser el adecuado, ya que el no hacerlo, se estaría promoviendo una vida sedentaria que sumado a una nutrición en exceso generaría enfermedades en las personas como el sobrepeso y la obesidad.

Pregunta 3: ¿Acostumbras a desayunar o comer antes de asistir a clases?

Tabla 7

Cuestionario 1. Pregunta 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	65%
A veces	101	26%
No	35	9%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 3. Elaborado por Johnny Túqueres.

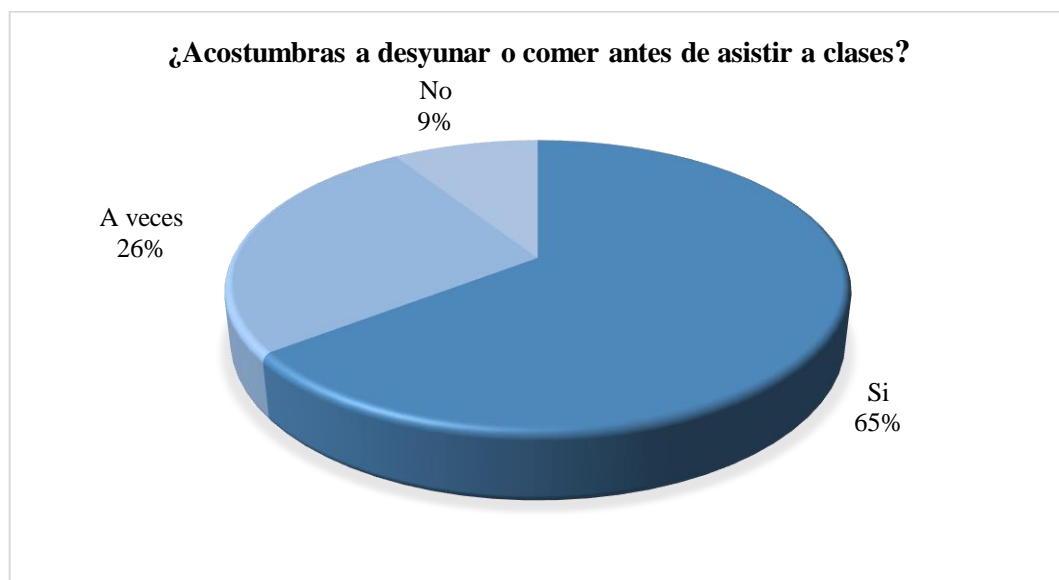


Gráfico 7. Cuestionario 1. Pregunta 3

Análisis

Se establece que el 65% de los encuestados (248 adolescentes) si desayunan o comen algo antes de asistir a clases, el 26% (101 adolescentes) contestaron que a veces y el 9% (35 personas) no desayunan o no comen algo antes de asistir a clases.

Interpretación

La mayoría de adolescentes encuestados suelen desayunar o comer algo antes de asistir a clases. Sin embargo, se debe considerar a aquellos que desayunan ocasionalmente o que no lo hacen, ya que representan un gran porcentaje y que al no dar atención a este problema puede ocasionar inconvenientes en el aspecto alimenticio y nutricional llegando a afectar a la eficiencia de las actividades que realizan los adolescentes durante todo el día. Asimismo, se debe tomar en cuenta la dieta que consumen, puesto que debe ser equilibrada.

Pregunta 4: ¿Tienes un horario fijo para todas las comidas del día?

Tabla 8

Cuestionario 1. Pregunta 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	215	56%
No	169	44%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 4. Elaborado por Johnny Túqueres.

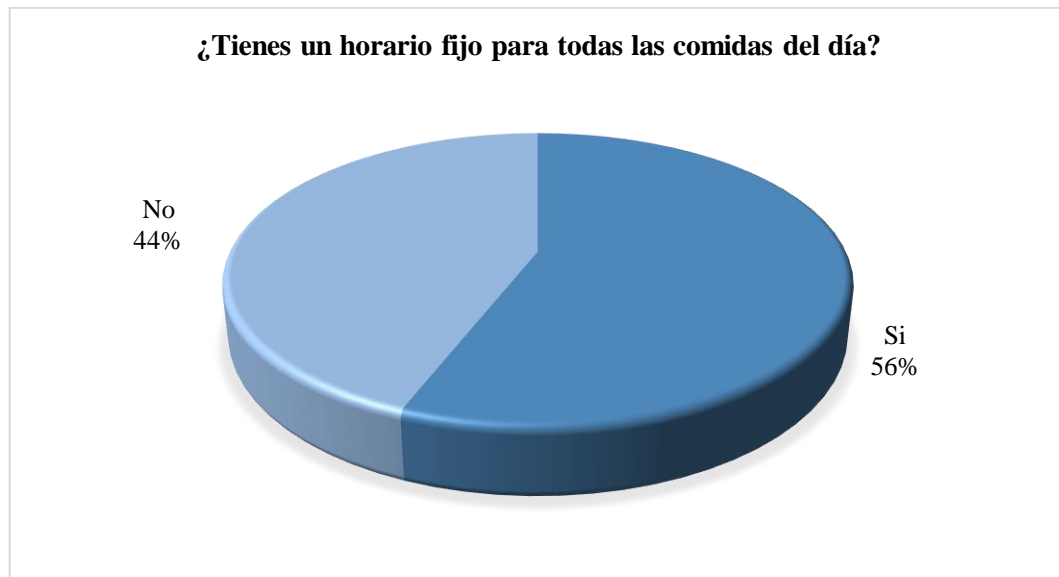


Gráfico 8. Cuestionario 1. Pregunta 4

Análisis

El 56% de los encuestados (215 adolescentes) contestaron que si tienen un horario fijo para todas las comidas del día, mientras que el 44% de los encuestados (169 adolescentes) contestaron que no tienen un horario fijo para todas las comidas del día.

Interpretación

Un número mayoritario de adolescentes contestaron que si cuentan con un horario fijo para todas las comidas del día; cabe mencionar y tomar en cuenta, el número elevado de jóvenes que no tienen este hábito. El establecer una hora fija al momento de comer permite mantener una alimentación y nutrición adecuada, ya que permite una correcta digestión e inclusive se vuelve una costumbre que te impide saltarte alguna comida durante el día.

Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a cada una de las comidas a lo largo del día?

Tabla 9

Cuestionario 1. Pregunta 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
5 minutos	26	7%
10 minutos	153	40%
15 minutos	110	28%
20 minutos	95	25%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 5. Elaborado por Johnny Túqueres.

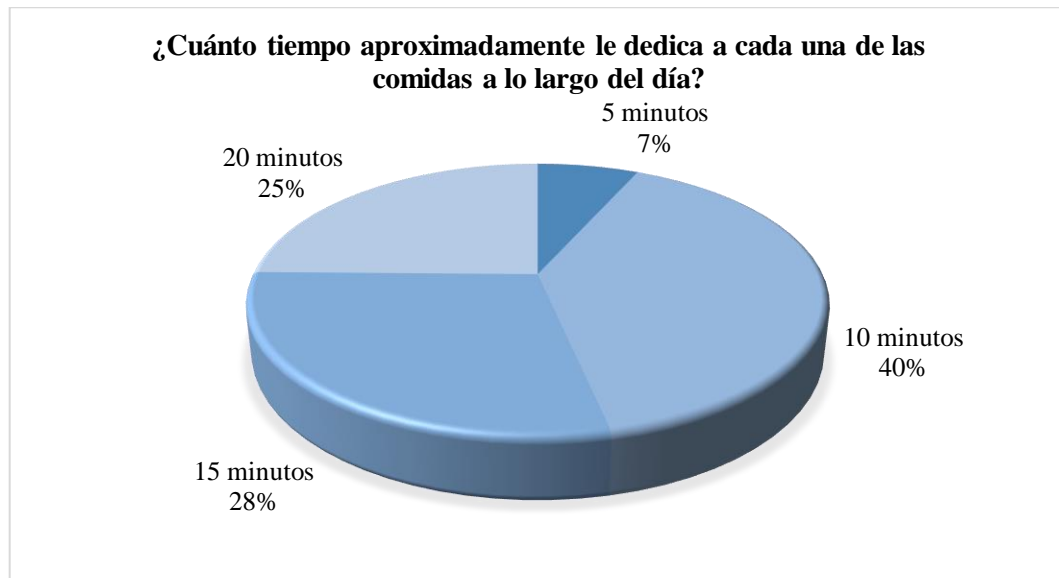


Gráfico 9. Cuestionario 1. Pregunta 5

Análisis

El 40% de los encuestados (153 adolescentes) indicaron que se demoran aproximadamente 10 minutos en cada una de las comidas a lo largo del día, mientras un 28% (110 adolescentes) se tardan 15 minutos, un 25% (95 adolescentes) 20 minutos y por ultimo un 7% (26 personas) se demoran 5 minutos.

Interpretación

El resultado permite conocer que la mayoría de los encuestados se demoran 10 minutos en cada una de las comidas que ingiere a lo largo del día. La comida debe durar por lo menos 20 minutos debido a que la masticación debe ser moderada, ya que esta afecta al momento de la deglución y digestión de los alimentos, y que como se puede observar esto no sucede.

Pregunta 6: ¿Considera usted que tiene una buena masticación durante el consumo de alimentos?

Tabla 10

Cuestionario 1. Pregunta 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	76%
No	94	24%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 6. Elaborado por Johnny Túqueres.

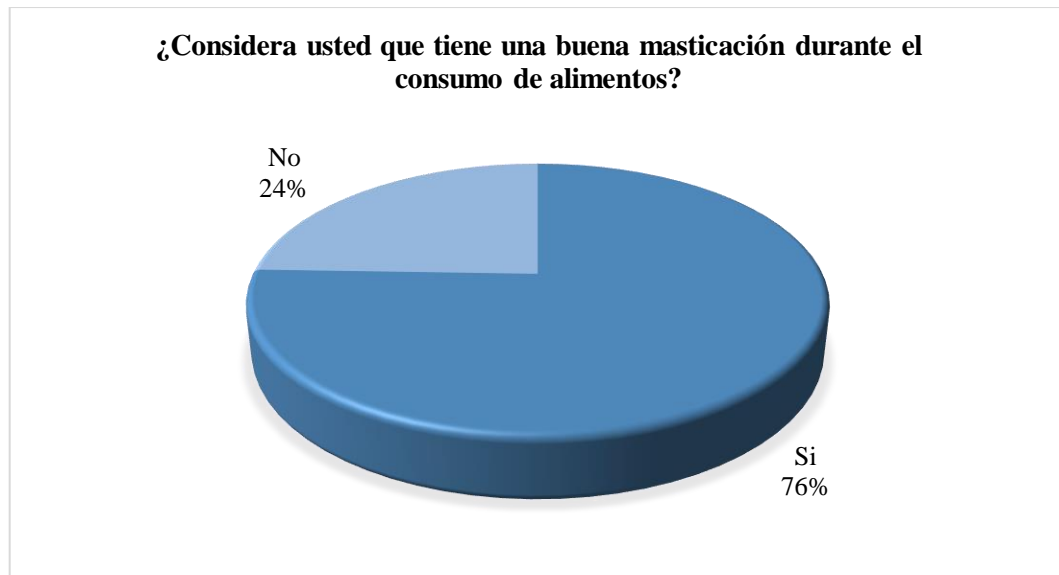


Gráfico 10. Cuestionario 1. Pregunta 6

Análisis

Un 76% de los encuestados (290 adolescentes) consideran que si tienen una buena masticación durante el consumo de alimentos, mientras que un 24% (94 adolescentes) respondieron que no tienen una buena masticación durante el consumo de alimentos.

Interpretación

Se puede determinar que más de la mitad de los adolescentes encuestados consideran que tienen una buena masticación al momento de consumir sus alimentos, pero considerando la anterior pregunta sobre el tiempo que se demoran en cada comida se puede deducir que realmente no sucede esto y que no conocen como es realmente una buena deglución de los alimentos.

Pregunta 7: Durante la semana, ¿cuántas veces come fuera de su casa?

Tabla 11

Cuestionario 1. Pregunta 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1-2	228	60%
3-4	101	26%
Más de 5	28	7%
Nunca	27	7%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 7. Elaborado por Johnny Túqueres.

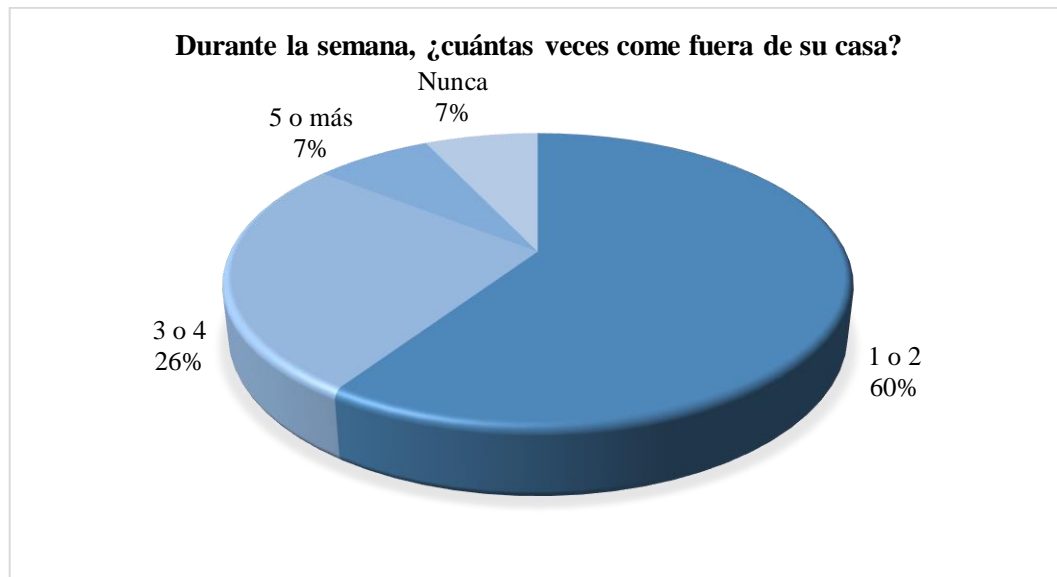


Gráfico II. Cuestionario 1. Pregunta 7

Análisis

La encuesta muestra que un 60% de los encuestados (228 adolescentes) comen fuera de su casa de 1 a 2 veces por semana, un 26% (101 adolescentes) indican que de 3 a 4 veces por semana, un 7% (28 adolescentes) más de 5 veces por semana y un 7% (27 adolescentes) nunca comen fuera de su casa.

Interpretación

La mayoría de encuestados comen de 1 a 2 veces fuera de su casa durante la semana, sin embargo hay un porcentaje considerable que come de 3 a 4 veces fuera de su casa. Es pertinente que los adolescentes cuando coman en lugares que no sean su hogar, consideren platos que en cierta manera se adapten a las necesidades nutricionales que necesitan y no acudan de manera constante a lugares de comida rápida.

Pregunta 8: ¿Cuántas veces por semana acude a lugares de “comida rápida”?

Tabla 12

Cuestionario 1. Pregunta 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1-2	243	59%
3-4	85	20%
Más de 5	20	5%
Nunca	36	16%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 8. Elaborado por Johnny Túqueres.

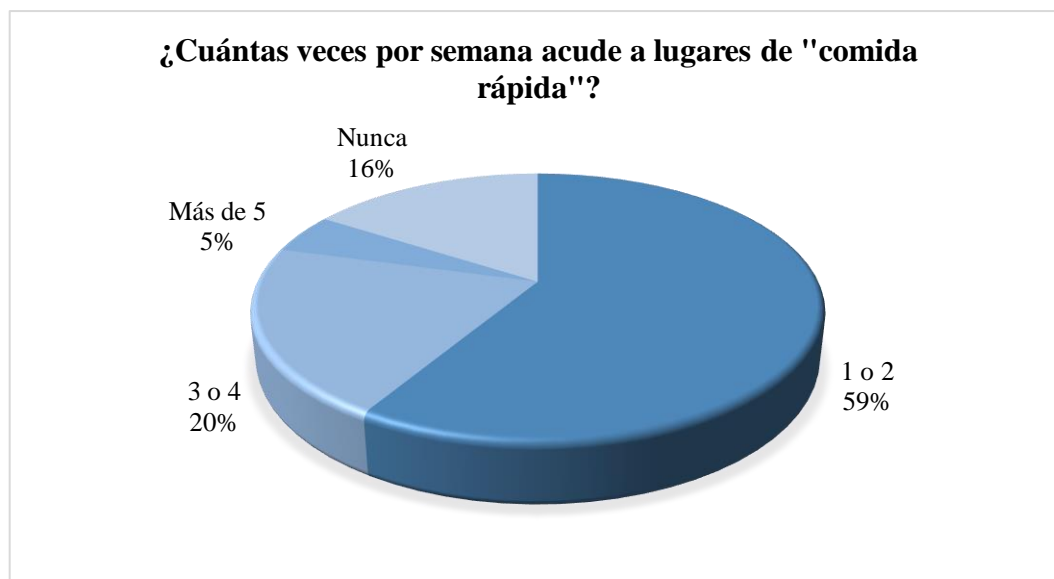


Gráfico 12. Cuestionario 1. Pregunta 8

Análisis

Un 61% (233 adolescentes) de encuestados indicaron que durante la semana acudieron 1 o 2 veces a lugares de comida rápida, un 18% (70 adolescentes) visitaron estos lugares de 3 a 4 veces en la semana, un 17% (66 personas) nunca acuden a estos lugares y un 4% (15 adolescentes) fueron más de 5 veces.

Interpretación

La mayoría de adolescentes encuestados respondieron que suelen acudir de 1 a 2 veces por semana a lugares de comida rápida; el exceso de nutrientes que tiene este tipo de alimentos resulta en sobrepeso, obesidad y otros perjuicios para la salud, por lo que hay que restringir su consumo o al menos evitar que se consuman de forma constante.

Pregunta 9: ¿Qué tan a menudo consume alimentos chatarra (dulces, frituras, golosinas, etc.)?

Tabla 13

Cuestionario 1. Pregunta 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	1%
Casi siempre	97	25%
A veces	271	71%
Nunca	11	3%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 9. Elaborado por Johnny Túqueres.

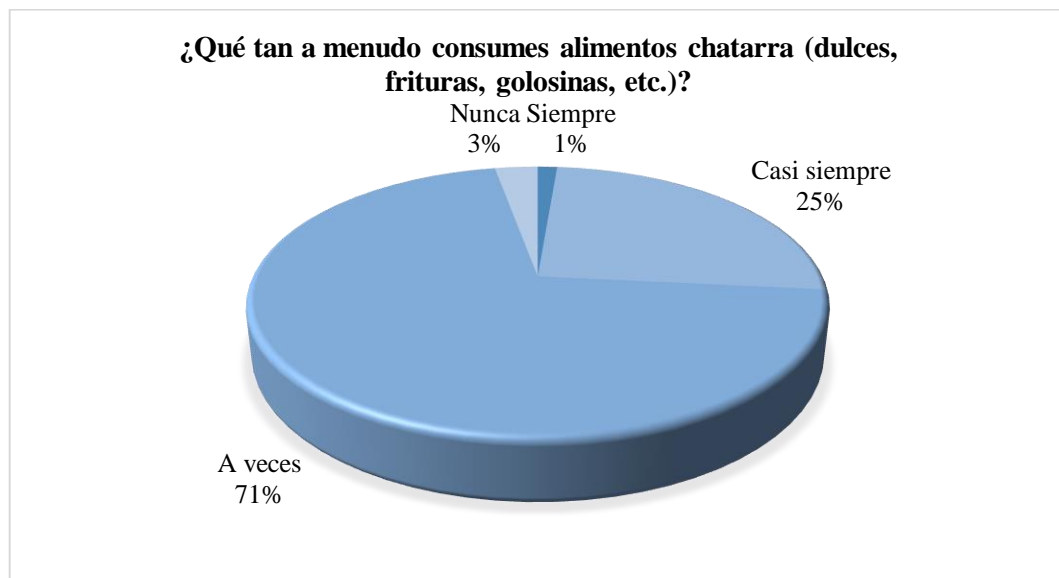


Gráfico 13. Cuestionario 1. Pregunta 9

Análisis

El 71% de los encuestados (271 adolescentes) indicaron que a veces comen alimentos chatarra, mientras un 25% (97 adolescentes) que casi siempre, un 3% (11 adolescentes) que nunca consumen este tipo de alimentos y por ultimo un 1% (5 adolescentes) que indicaron que siempre lo consumen.

Interpretación

Un número mayoritario de adolescentes indicaron que “a veces” comen alimentos chatarra (dulces, golosinas, frituras, etc.); a estos productos alimenticios se les denomina procesados o ultra procesados. Según la OPS (2014), son aquellos alimentos que durante su elaboración, son alterados por medio de la adición de aditivos (sal, azúcar, aceite, etc.), con el objetivo de aumentar su duración y hacerlos agradables a la vista y el paladar de las personas; todo esto hace que los productos finales no tengan un balance nutricional adecuado. Debido a esto, su consumo debe ser precavido e inclusive restringido.

Pregunta 10: Aparte de agua. ¿Qué otras bebidas toma con mayor frecuencia?

Tabla 14

Cuestionario 1. Pregunta 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Café	82	21%
Gaseosas	159	42%
Jugos procesados	73	19%
Energizantes	46	12%
Otros	24	6%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 10. Elaborado por Johnny Túqueres.

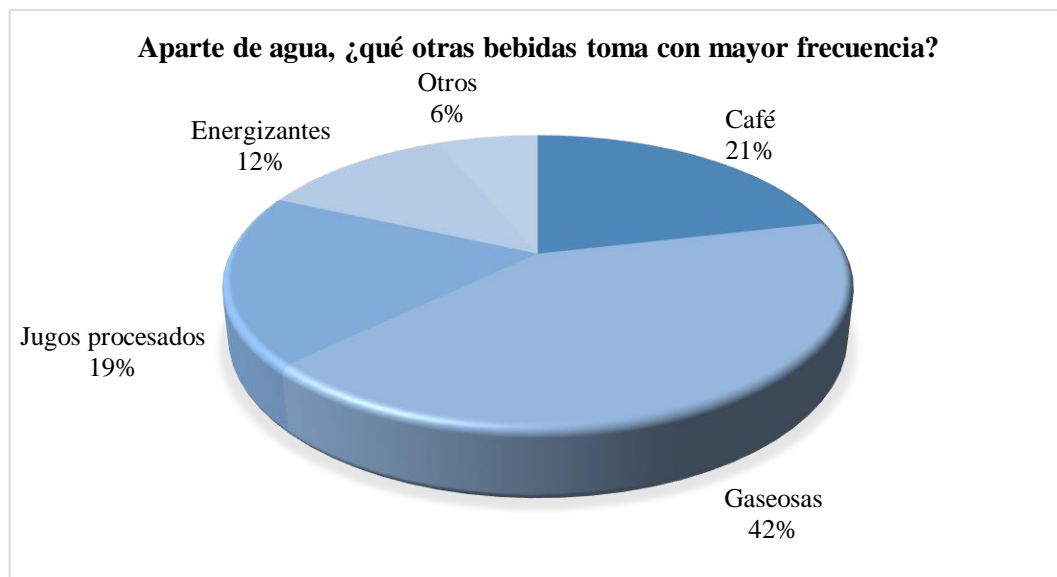


Gráfico 14. Cuestionario 1. Pregunta 10

Análisis

La encuesta expone que un 42% de los encuestados (159 adolescentes) indicaron que las bebidas que toman con mayor frecuencia a parte del agua son las gaseosas, un 21% (82 adolescentes) manifestaron que es el café, un 19% (73 adolescentes) los jugos procesados, un 12% (46 adolescentes) los energizantes y un 6% (24 adolescentes) indicaron otras bebidas como los jugos naturales hechos en casa o el té.

Interpretación

Es preocupante el porcentaje de adolescentes que consumen bebidas gaseosas, esto debido a que contienen grandes cantidades de azúcar que puede llevar al sobrepeso y la obesidad. Este es uno de los hábitos alimenticios que se encuentran más arraigados a los adolescentes y del que se debe de informar de manera correcta. De la misma forma, bebidas como el café, los jugos procesados y los energizantes deben ser prestados una cierta atención, puesto que su preferencia puede aumentar con la edad llevando a un excesivo consumo con consecuencias en su salud.

Pregunta 11: ¿Durante el último año, ha intentado controlar su alimentación?

Tabla 15

Cuestionario 1. Pregunta 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	60%
No	154	40%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 11. Elaborado por Johnny Túqueres.

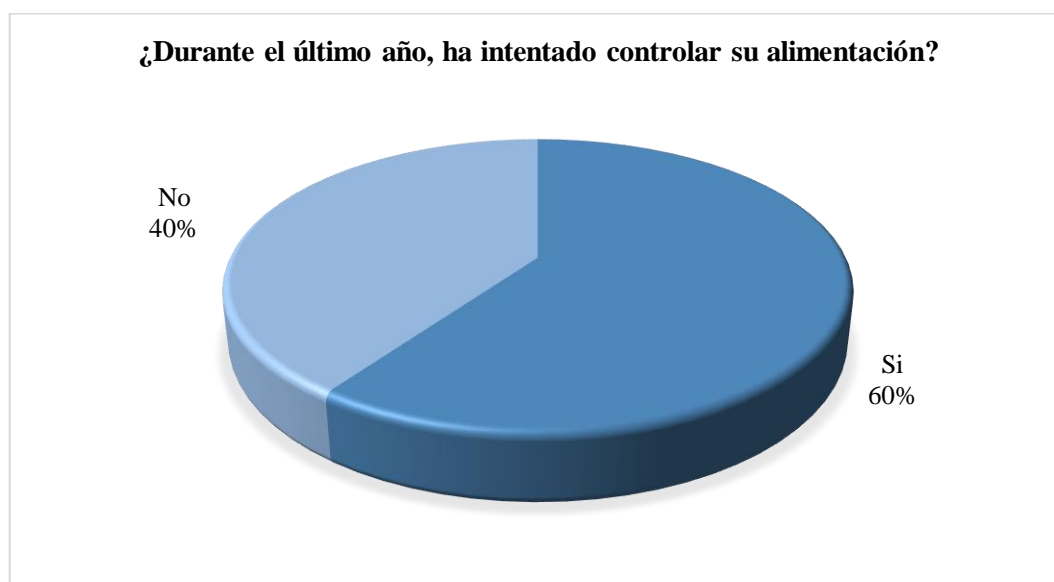


Gráfico 15. Cuestionario 1. Pregunta 11

Análisis

Un 60% (230 adolescentes) contestaron que si han intentado controlar su alimentación durante el último año, mientras que un 40% (154 adolescentes) contestaron no haber intentado controlar su alimentación.

Interpretación

El resultado permite conocer que la mayoría de los encuestados han intentado controlar su alimentación durante el último año. Muchos de estos adolescentes deben conocer cuál es la forma más segura de cómo realizar esto, sin correr el riesgo de un desequilibrio nutricional en su organismo.

Pregunta 12: En caso de haber contestado afirmativo. ¿Por qué motivo?

Tabla 16

Cuestionario 1. Pregunta 12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Salud	120	52%
Estética	18	8%
Ambos	92	40%
Total	230	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 12. Elaborado por Johnny Túqueres.

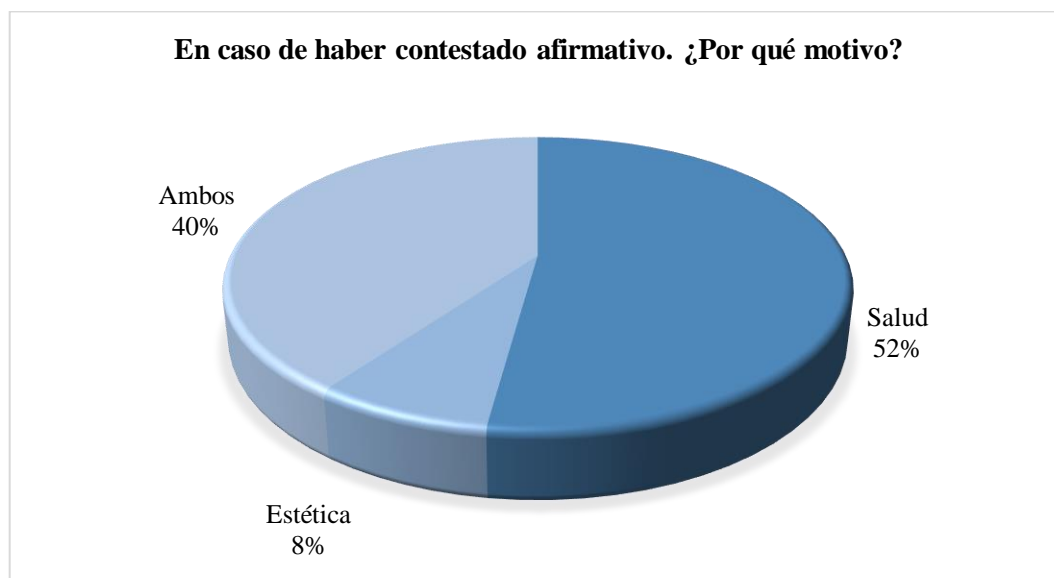


Gráfico 16. Cuestionario 1. Pregunta 12

Análisis

A partir de saber cuántas personas intentaron controlar su alimentación en el último año, se pudo determinar el motivo por el cual lo hacen. Siendo el 52% de los encuestados (121 adolescentes) que lo hicieron por motivo de salud, el 40% (93 adolescentes) por salud y estética; y el 8% (18 personas) simplemente por estética.

Interpretación

Los adolescentes que respondieron en la encuesta que si habían intentado controlar su alimentación durante el último año, supieron además manifestar que el principal motivo para realizar esto, fue por una cuestión de salud. Cabe resaltar que un porcentaje elevado respondió que el motivo además del de salud fue el estético, es decir, la persona quería “verse bien”.

Pregunta 13: ¿Considera usted qué es necesario conocer sobre hábitos alimenticios?

Tabla 17

Cuestionario 1. Pregunta 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93%
No	28	7%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 13. Elaborado por Johnny Túqueres.

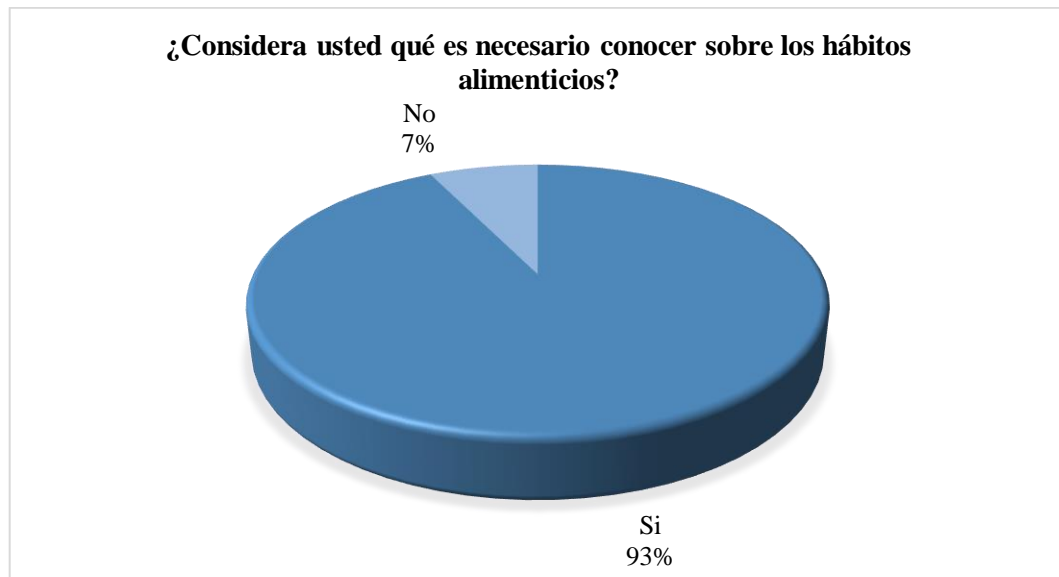


Gráfico 17. Cuestionario 1. Pregunta 13

Análisis

Un 93% de los encuestados (356 adolescentes) consideran que si es necesario conocer sobre hábitos alimenticios, mientras que el 7% (28 adolescentes) consideran que no es necesario conocer sobre hábitos alimenticios.

Interpretación

Se puede precisar que más de la mitad de los adolescentes consideran que es necesario conocer sobre hábitos alimenticios. Se puede notar que los adolescentes están conscientes que es preciso tener información sobre este tema, que influye tanto en su desarrollo; por lo que es necesario desarrollar una publicidad editorial que cumpla con este objetivo y que incluso permita que los adolescentes pongan en práctica lo aprendido en su alimentación diaria.

Pregunta 14: ¿Considera usted qué es necesario cambiar los hábitos alimenticios, qué afectan a la salud de las personas?

Tabla 18

Cuestionario 1. Pregunta 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	344	90%
No	40	10%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 1 (hábitos alimenticios), pregunta 14. Elaborado por Johnny Túqueres.

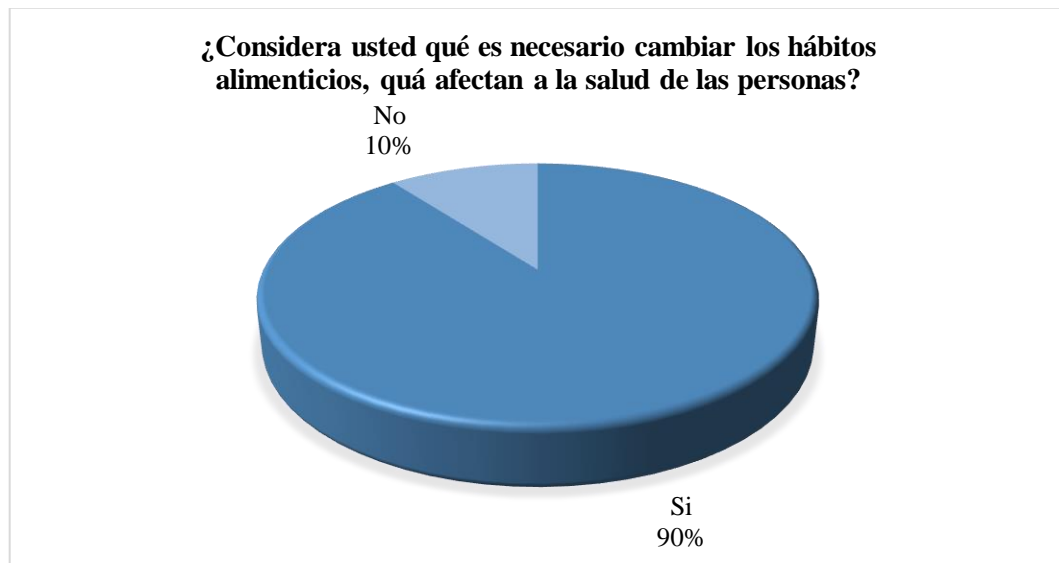


Gráfico 18. Cuestionario 1. Pregunta 14

Análisis

Se evidencia que el 90% de los encuestados (344 adolescentes) contestaron que es necesario cambiar los hábitos alimenticios, qué afectan a la salud de las personas; mientras que el 10% de los encuestados (40 adolescentes) contestaron que no es conveniente cambiar estos hábitos.

Interpretación

Un número mayoritario de adolescentes encuestados consideraron que es pertinente cambiar los hábitos alimenticios que pueden afectar a la salud de las personas. Es prudente que los adolescentes cambien los hábitos no saludables que tienen frente a su alimentación debido a múltiples consecuencias que conlleva esto y que no permiten que tengan una vida plena, por lo que es necesario informar y educar no solo a los adolescentes sino a la población en general.

Interpretación sobre los hábitos alimenticios que poseen los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

Entre los hábitos que se encontró en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato, fue que la mayoría de ellos si realizaban algún tipo de actividad física de 1 a 2 veces por semana. En lo que respecta a hábitos alimenticios se pudo conocer que un gran número si acostumbra a desayunar o comer antes de asistir a clases, sin embargo, se debe considerar si el alimento que se consume durante el desayuno es el adecuado. Igualmente, los adolescentes si cuentan con un horario fijo para la comida, en el cual se demoran 10 minutos aproximadamente, siendo el tiempo más óptimo para la masticación y deglución de 20 minutos, lo cual contradice al gran porcentaje de individuos que consideran tener una buena masticación; esto se puede considerar como una falta de información acerca de este hábito.

De igual forma se pudo saber que durante la semana los adolescentes comen fuera de sus casas de 1 a 2 veces por semana, siendo las mismas veces que acuden a lugares de “comida rápida”. En lo que tiene que ver con la frecuencia de consumo de comida chatarra, fue que a veces la consumen durante la semana; y sobre las bebidas que más gustan a esta parte de la población se pudo determinar que las gaseosas son las más predilectas.

Otro de los hábitos a considerar es que un gran número de ellos durante el último año, si intentaron controlar su alimentación, siendo el principal motivo la salud. Para finalizar se preguntó sobre si era necesario conocer sobre los hábitos alimenticios, al igual que si era debido cambiar los hábitos que afectan a la salud de las personas, siendo

la respuesta afirmativa escogida por gran parte de encuestados, se puede considerar que existe cierta motivación por parte de los adolescentes a conocer sobre esta temática.

Cuestionario N.-2

Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a cualquier tipo de lectura durante la semana?

Tabla 19

Cuestionario 2. Pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
30-40 minutos	198	52%
1-2 horas	68	18%
3-4 horas	23	6%
5 o más horas	9	2%
Ninguna / no lee	86	22%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 2 (publicaciones editoriales y soportes comunicacionales), pregunta 1. Elaborado por Johnny Túqueres.

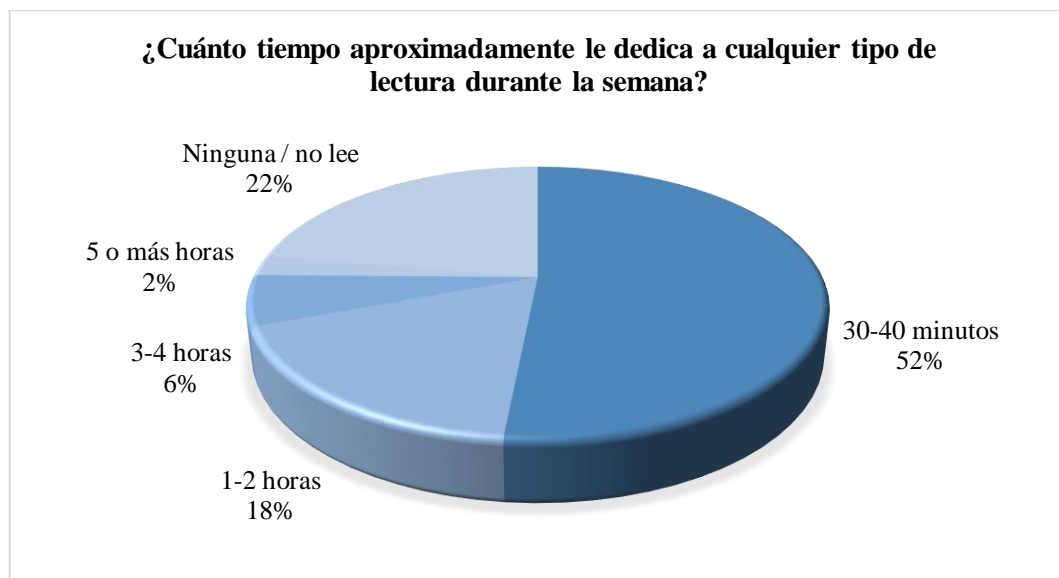


Gráfico 19. Cuestionario 2. Pregunta 1

Análisis

Un 52% (198 adolescentes) contestaron que el tiempo aproximado que le dedican a leer durante la semana es de 30 a 40 minutos, un 22% (86 adolescentes) no leen, un 18% (68 adolescentes) le dedica de 3 a 4 horas a la lectura, un 6% (23 adolescentes) indica que de 3 a 4 horas y un 2% (9 adolescentes) de 5 a más horas.

Interpretación

Se puede determinar que más de la mitad de los adolescentes encuestados le dedican de 30 a 40 minutos a leer cualquier tipo de publicación que sea de su interés durante la semana, cifras que son preocupantes y que inclusive son más alarmantes cuando se sabe que una gran mayoría afirma no leer.

Pregunta 2: ¿Cuál es el motivo por el que frecuentemente lees?

Tabla 20

Cuestionario 2. Pregunta 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entretenimiento	93	31%
Estudio / trabajo escolar	89	30%
Para informarse	54	18%
Por curiosidad	62	21%
Otros	0	0%
Total	298	100%

Nota: Cuestionario 2 (publicaciones editoriales y soportes comunicacionales), pregunta 2. Elaborado por Johnny Túqueres.

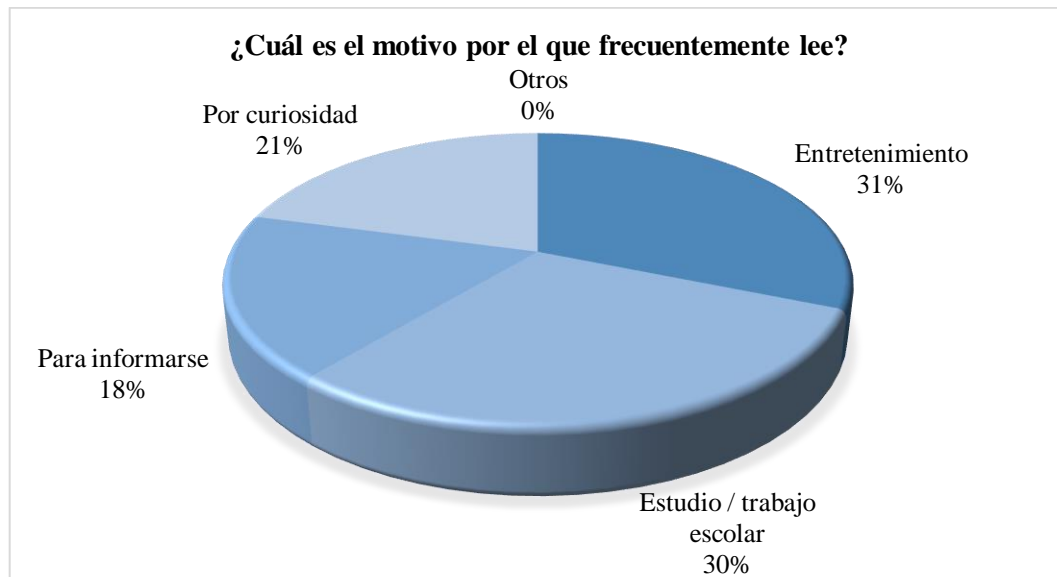


Gráfico 20. Cuestionario 2. Pregunta 2

Análisis

Un 31% de los encuestados (93 adolescentes) contestaron que el motivo por el que leen frecuentemente es el entretenimiento, un 30% (89 adolescentes) por estudio o trabajo escolar, un 21% (62 adolescentes) por curiosidad y un 18% (54 adolescentes) por curiosidad.

Interpretación

Para realizar el análisis e interpretación de esta pregunta cabe mencionar que los jóvenes que habían contestado anteriormente que no leían, no llenaron esta pregunta y por lo tanto el número total de encuestas cambió. Por lo tanto, se puede determinar que el motivo por el que más frecuentemente leen los adolescentes es por entretenimiento, es decir, la lectura en redes sociales, películas, videojuegos, etc., fueron catalogados por los encuestados. Otro motivo por tener en cuenta es por el estudio y los trabajos escolares, pero hay que considerar que si esto lo realizan por obligación o por un gusto verdadero por leer.

Pregunta 3: ¿Mediante que soporte de comunicación frecuentemente busca algún tema que sea de su interés?

Tabla 21

Cuestionario 2. Pregunta 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Impresos	96	25%
Digitales	288	75%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 2 (publicaciones editoriales y soportes comunicacionales), pregunta 3. Elaborado por Johnny Túqueres.

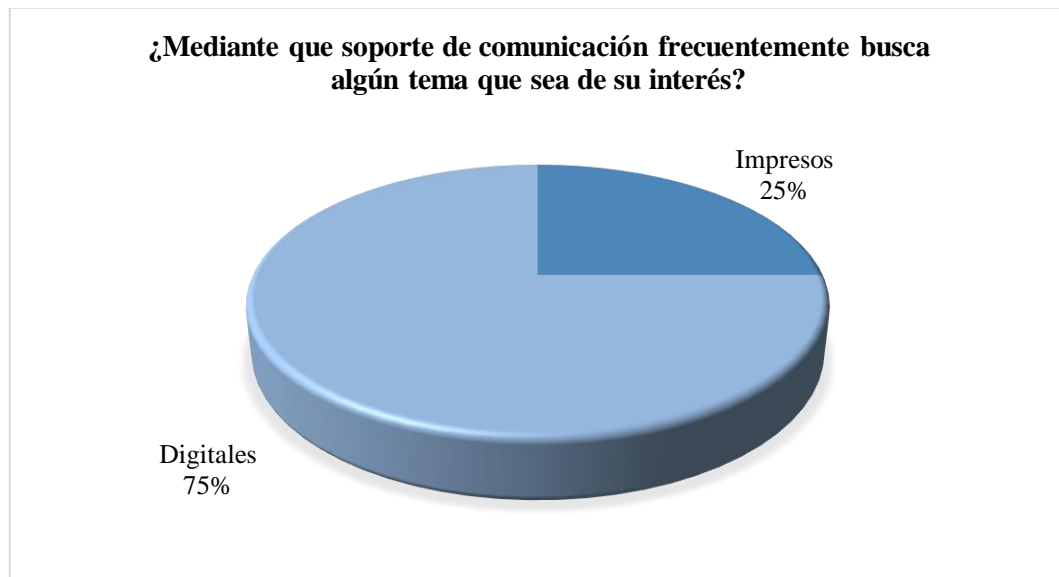


Gráfico 21. Cuestionario 2. Pregunta 3

Análisis

El 75% de los encuestados (288 adolescentes) indicaron que el soporte comunicacional más utilizado al momento de buscar algún tema que sea de su interés es el digital, mientras que el 25% de los encuestados (96 adolescentes) indicaron que el soporte impreso era que el más utilizaban al momento de buscar algún tema de su interés.

Interpretación

Este resultado permite conocer que la mayoría de encuestados utilizan un soporte digital al momento de buscar un tema que sea de su interés. De este modo, se puede suponer que las publicaciones de carácter digital son las que pueden llamar de mejor forma la atención de los adolescentes y generar un interés que nos pueda ayudar al momento de informar sobre los hábitos alimenticios.

Pregunta 4: ¿Cuál es el medio digital que más ha utilizado durante la semana?

Tabla 22

Cuestionario 2. Pregunta 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	16	4%
Facebook	209	55%
Instagram	53	14%
Páginas web	47	12%
Blogs	0	0%
Otros	59	15%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 2 (publicaciones editoriales y soportes comunicacionales), pregunta 4. Elaborado por Johnny Túqueres.

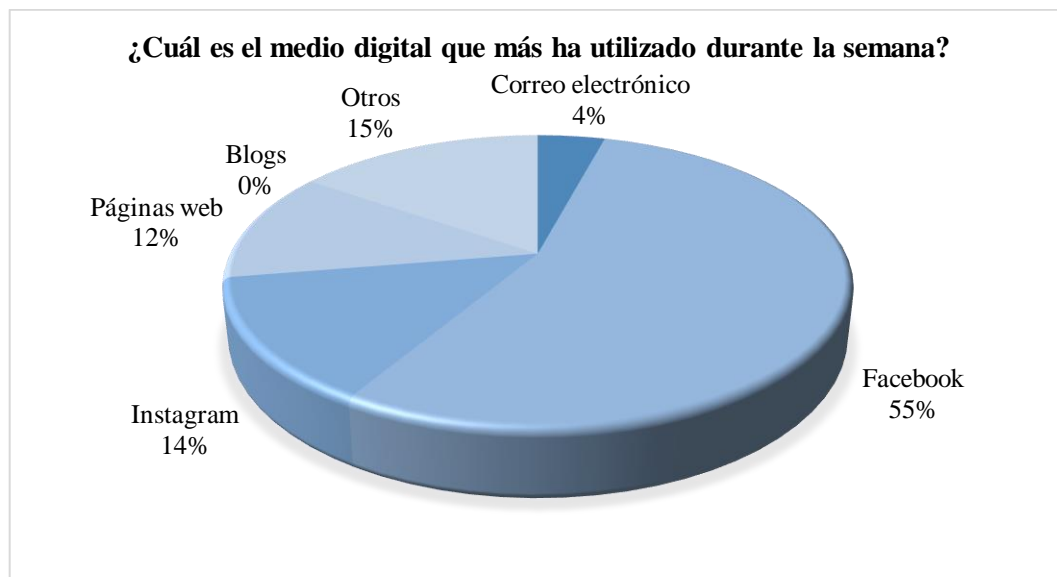


Gráfico 22. Cuestionario 2. Pregunta 4

Análisis

El 55% de los encuestados (209 adolescentes) respondieron que el medio digital más utilizado durante la semana fue Facebook, mientras un 15% (59 adolescentes) señaló otros medios digitales como el whatsapp y aplicaciones para móviles, asimismo un 14% (53 adolescentes) indicó que fue Instagram, un 12% (47 adolescentes) páginas web y por último con un 4% (16 adolescentes) el uso del correo electrónico.

Interpretación

La mayoría de los adolescentes contestaron que el medio digital más utilizado durante la última semana fue Facebook, una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad. Entre otros medios que fueron considerados por los adolescentes y que forman parte de un porcentaje representativo son Youtube, Whatsapp y aplicaciones para móviles siendo en general juegos. Las redes sociales y las aplicaciones son las que deben imperar al momento de crear una comunicación con el adolescente.

Pregunta 5: ¿Qué dispositivo electrónico utiliza con mayor frecuencia para informarse sobre algún tema?

Tabla 23

Cuestionario 2. Pregunta 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Celular	297	78%
Tablet	24	6%
Computadora	39	10%
Laptop	24	6%
Total	384	100%

Nota: Cuestionario 2 (publicaciones editoriales y soportes comunicacionales), pregunta 5. Elaborado por Johnny Túqueres.

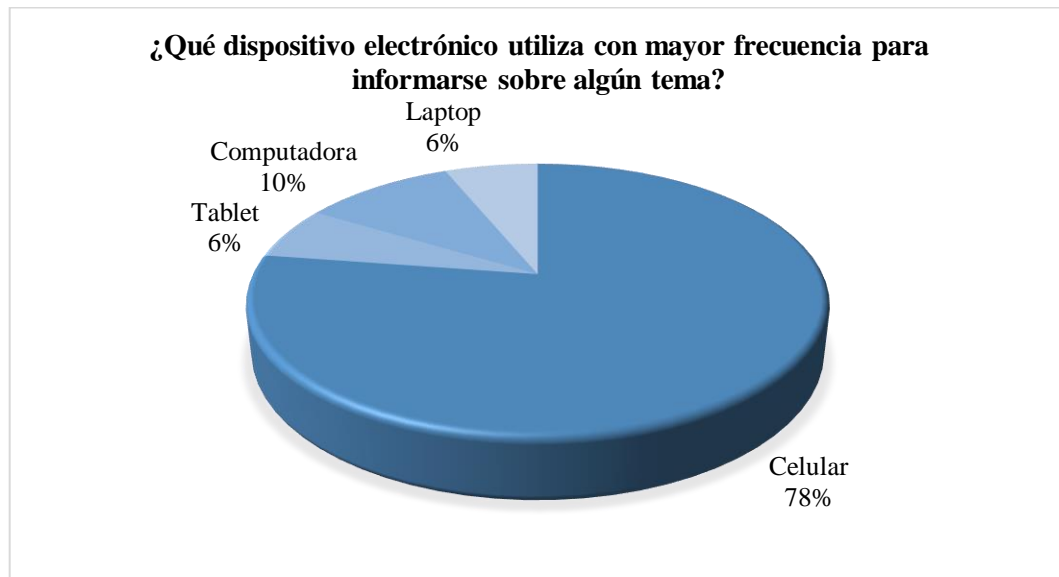


Gráfico 23. Cuestionario 2. Pregunta 5

Análisis

Un 78% de los encuestados (297 adolescentes) contestaron que el dispositivo electrónico que con mayor frecuencia utilizan para informarse sobre algún tema es el

celular, un 10% (39 adolescentes) indicaron que la computadora era el que más usaban y un 6% (24 adolescentes) la tablet y la laptop.

Interpretación

La mayoría de los adolescentes encuestados indicaron que el dispositivo electrónico que más utilizan al momento de querer enterarse sobre algún tema de la actualidad es el celular. En la actualidad, el celular se ha convertido en un dispositivo indispensable para los adolescentes.

Interpretación sobre los soportes comunicacionales que utilizan los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, con respecto al diseño editorial

Los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato, leen aproximadamente de 30 a 40 minutos por semana, siendo sus principales motivos el entretenimiento y el estudio o trabajo escolar. Asimismo, el soporte comunicacional que más utilizan para informarse son los digitales, siendo los medios más utilizado facebook, whatsapp y aplicaciones móviles; además el depósito electrónico más usado es el celular. Cabe recalcar que las consideraciones expuestas anteriormente se deben considerar durante el desarrollo de la publicación editorial y al realizar estrategias que permitan darlo a conocer.

3.1.2 Entrevista

En base a los requerimientos de la investigación se determinó entrevistar a 2 especialistas en el área de diseño gráfico con conocimiento en editorial y plataformas digitales y a 2 especialistas en alimentación y nutrición, ya sea un nutriólogo/a o nutricionista, las cuales serán archivadas por medio de una grabación de audio. En lo que concierne al campo del diseño editorial digital se entrevistó al Diseñador Gráfico Mauro Pombosa, director creativo de la agencia publicitaria POSTAL de la ciudad de Ambato y al Mg. Luis Coto, director de arte de Picante Estudio, agencia de diseño y marketing digital de la ciudad de Quito. Para la entrevista se desarrolló como referencia un cuestionario de 10 preguntas, el cual se enfocaba en los parámetros que deben constituir una publicación editorial digital.

En lo que tiene que ver con el aspecto nutricional se entrevistó a la Dra. Alexandra Minango, medica nutrióloga del centro médico NUTRILAB y al Mg. Mauricio Chacón, nutricionista dietista del Hospital Quito N.-1 de la Policía Nacional. Asimismo, se desarrolló como referencia un cuestionario de 12 preguntas, el cual se enfocaba en los hábitos alimenticios de adolescentes de 12 a 16 años.

Diseñador editorial

Entrevista N.- 1

Dis. Mauro Pombosa

1. ¿Cree usted que el diseño editorial podría llegar eficientemente a informar a los adolescentes de 12 a 16 años de edad sobre hábitos alimenticios?

Por supuesto, obviamente el diseño editorial puede ayudar a informar sobre hábitos alimenticios a adolescentes, debido a que la maquetación y el diseño de las publicaciones ayudan a llamar la atención de las personas a quien va dirigido; y después, lograr transmitir el contenido que tenga dicho producto. El problema surge en cómo hacer que este público adquiera y lea las publicaciones; ya que en la actualidad según mi criterio, los adolescentes no tienen la suficiente motivación para querer saber sobre este

tema; en este sentido las publicaciones en medios digitales pueden promocionar un libro, revista o lo que se tenga pensado desarrollar.

2. ¿Se debe tener en cuenta el tiempo que le dedican los adolescentes a la lectura al momento de diseñar productos editoriales?

De acuerdo a mi experiencia, al diseñar se debe comprender que existen dos tipos de públicos, los que leen un artículo completo y los que leen poco o casi no leen. Y, en base a esto se debe desarrollar dos tipos de publicaciones que se ajusten a las preferencias de las personas. En cuanto, a los jóvenes que no tienen el gusto por los libros y revistas, y por lo tanto difícilmente leerán sobre buenas practicas alimentarias, sería conveniente el desarrollo de un post o una página web que mezcle texto y recursos audiovisuales, y que no se alejara del ámbito editorial.

3. Sabiendo que los medios digitales son el principal medio para el consumo de información en los adolescentes. ¿Qué posibilidades (estrategias, tipo de contenido, soportes o experiencias) se tendría al momento de diseñar una propuesta que implique el uso de diseño editorial?

Conociendo esto, el trabajo se debería direccionar a un diseño interactivo que promueva el uso por parte del usuario a los diferentes recursos audiovisuales que podría tener una publicación ya sea una revista digital, una página web o un post. Una de las estrategias que pueden beneficiar al proyecto es como había mencionado, es por medio de publicaciones en redes sociales que contengan un poco de información y un enlace que lleve a un blog que contenga la información más detallada, así como otros medios digitales que actualmente uses los adolescentes como aplicaciones móviles.

4. ¿Qué tipo de publicación digital cree usted que nos podría ayudar a informar a los adolescentes sobre hábitos alimenticios?

Como había mencionado antes, un blog o una página web serían una buena opción, ya que pueden presentar diferentes recursos audiovisuales que promuevan una mejor captación y entendimiento de la información. Otro tipo de publicaciones digitales

que se podría considerar sería los anuncios tipo CANVAS que se pueden desarrollar en facebook, los cuales son pequeños blogs que permiten colocar fotografías, videos, textos y enlaces a otros sitios en la web o una revista subida al ISSUU.

5. ¿Cuáles serían sus recomendaciones al momento de elegir fuentes para esta publicación teniendo en cuenta que es para adolescentes y es un tema de alimentación y nutrición?

Básicamente, el uso de referencias gráficas podría ser de gran ayuda al conocer que está de moda en la actualidad, en la que se debería pretender emular o simular tipografías utilizadas en aplicaciones móviles que sean más utilizadas por este grupo de personas. Sería prudente, asimismo tratar al adolescente en tercera persona con un tono persuasivo al momento de dar las recomendaciones, o asimismo tratar de generar una imagen de estilo de vida en la que este grupo de edad se identifique con esto, ya que los adolescentes se dejan llevar por las tendencias que imperan hoy en día. Al igual, se debería evitar publicaciones con de mensajes de consecuencia, debido a que el adolescente aún no tiene una completa percepción de las diferentes consecuencias que tendrían temas tan “mínimos” como la alimentación.

6. ¿Cuáles serían los parámetros de diseño para lograr una mejor legibilidad en el grupo objetivo?

Al momento de hablar de publicaciones digitales, la legibilidad se torna en un tema que generará en el lector una sensación de aceptación o rechazo, ya que un texto que se torne difícil de conllevar resultará en el abandono del mismo. Por consiguiente, para que esto se debe seleccionar la tipografía correcta, y en donde el tamaño de la misma, no solamente generé buena visibilidad sino que mantenga una jerarquización en el artículo y que llame la atención.

7. ¿Qué tipo de estrategias comunicacionales se deben emplear para que un proyecto de diseño editorial digital llegue al público objetivo deseado en este caso, el adolescente?

En este caso, sería muy apropiado el pautaaje en redes sociales y aplicaciones móviles que estén de moda en ese momento. Se debe considerar que al hablar de los adolescentes, este es un público que fácilmente puede ser influenciado por modas o estilos de vida vistas en personas famosas o en “influencers” que durante este tiempo han generado un gran impacto en las nuevas generaciones.

Entrevista N.- 2

Mg. Luis Coto

1. ¿Cree usted que el diseño editorial podría llegar eficientemente a informar a los adolescentes de 12 a 16 años de edad sobre hábitos alimenticios?

Claramente el diseño editorial tiene como uno de sus objetivos informar a las personas sobre algún tema que sea de relevancia en la actualidad, sin embargo, para que esto suceda de manera eficiente, se deberá tomar en cuenta las características necesarias para que la publicación con la que se pretenda trabajar llegue a su público destinado. En este caso para los adolescentes se debe considerar la utilización de ilustraciones, fotografías o tipografías que llamen la atención. Igualmente se debe considerar que los adolescentes actualmente buscan información por medios digitales.

2. ¿Se debe tener en cuenta el tiempo que le dedican los adolescentes a la lectura al momento de diseñar productos editoriales?

El tiempo que los adolescentes le dedican a leer compromete de cierta forma el contenido que tendrá una publicación, según puedo percibir la mayoría de adolescentes no leen mucho, lo cual repercute en el diseño de productos editoriales. El diseñar publicaciones no convencionales en las que el uso de la tipografía e imágenes deben sorprender e incurrir a una mayor atracción por parte del espectador se vuelven un buen

reto, y que no solo depende de estos elementos, porque incluso el papel puede incurrir en esto, a través de la ingeniería del papel.

3. Sabiendo que los medios digitales son el principal medio para el consumo de información en los adolescentes. ¿Qué posibilidades (estrategias, tipo de contenido, soportes o experiencias) se tendría al momento de diseñar una propuesta que implique el uso de diseño editorial?

Como anteriormente mencione, hoy en día los adolescentes utilizan los medios y dispositivos digitales para buscar información, e incluso son una de sus principales fuentes de entretenimiento, por lo que se debe de pensar en una página web, un blog o un producto interactivo que hable sobre hábitos alimenticios, y que no solamente tengan el objetivo de informar sino el educar sobre alimentación y nutrición. En el caso de experiencias, se debe tener en mente el diseño centrado en el usuario en donde se plantea diferentes prototipos que son sometidos a pruebas hasta encontrar el que se adapte de mejor forma al usuario y que brinde al producto características específicas. Por último, el empleo de redes sociales también puede ser una buena herramienta para informar sobre los hábitos alimenticios o asimismo puede contribuir para que el producto editorial planteado tenga difusión.

4. ¿Qué tipo de publicación digital cree usted que nos podría ayudar a informar a los adolescentes sobre hábitos alimenticios?

Una página web puede ser una herramienta útil si se toma las medidas necesarias, puesto que la información que se publica a diario sobre alimentación y nutrición es abundante sin significar que sea de lo más confiable. Una página web diseñada de la mejor manera, en el que el concepto y el estilo se adapten a una información confiable, exacta y comprensible; y a recursos audiovisuales que generen micro interacciones permitirá que el mensaje llegue de la mejor manera posible a su destinatario.

5. ¿Cuáles serían sus recomendaciones al momento de elegir fuentes para esta publicación teniendo en cuenta que es para adolescentes y es un tema de alimentación y nutrición?

En primera instancia deben ser legibles, en la que no se permita confusión alguna ni cansancio por parte del lector. En el caso de páginas web, el uso de tipografías sans serif son obligatorias pues permiten una mejor legibilidad y que incluso son tendencia en varios sitios. El uso de referencias podría ser también útil y el uso de una marca si se plantea con el producto podría servir para definir un estilo y por lo tanto los demás elementos como ilustraciones, cromática, imágenes, etc.

6. ¿Cuáles serían los parámetros de diseño para lograr una mejor legibilidad en el grupo objetivo?

Al momento del manejo de la tipografía propuesta, se puede observar diferentes elementos que permiten una correcta legibilidad como es el caso del interlineado, el interletrado, el uso de minúsculas y mayúsculas que en ciertas fuentes no son utilizadas, y en fin varios elementos. El diseñador debe considerar como luces a primera vista en diferentes secuencias para ver si funciona. Si se decide el uso de 2 o más tipografías, se debe considerar que manejen la misma línea gráfica y que igualmente tenga los elementos pertinentes para una buena legibilidad.

7. ¿Qué tipo de estrategias comunicacionales se deben emplear para que un proyecto de diseño editorial digital llegue al público objetivo deseado en este caso, el de adolescentes?

En lo que refiere a estrategias comunicacionales, se debe apostar por redes sociales o aplicaciones móviles, específicamente los de videojuegos, que actualmente tienen mucha popularidad no solo en este grupo sino en jóvenes de más de 16 años, esto en el caso de medios digitales. En el caso de medios físicos, se podría implementar diferentes productos gráficos en lugares en donde haya mayor concurrencia de adolescentes como centros educativos.

Nutriólogo y nutricionista

Entrevista N.-1

Dra. Alexandra Miñango

1. ¿La presentación de los alimentos o cómo son percibidos por los sentidos de los adolescentes puede influir al momento de elegir lo que quiere comer?

La presentación de los alimentos es muy importante puesto que la adolescencia al ser una etapa de aprendizaje; los conocimientos o la percepción que adquieran frente a cierto tipo de comida definirán el comportamiento que tendrán con respecto a estos en el futuro. En la cuestión de alimentación y hábitos saludables, para que el mensaje llegue de forma eficiente al adolescente es necesario que los platillos llamen la atención; esto se puede lograr mediante el uso de colores que tienen los mismos alimentos, la cuestión es que la comida se vea apetitosa y no aburrida. Asimismo, el enfoque que le demos a la investigación, dependerá del nivel de información que tenga la sociedad frente a este tema, ya que muchas veces se confunde el “comer sano” con solamente comer ensaladas, el cual es un pensamiento erróneo ya que una alimentación saludable es mucho más que eso.

2. ¿Cómo afecta la influencia de los amigos o compañeros del adolescente en sus hábitos alimenticios?

El impacto es muy grande en la formación alimentaria, ya que el adolescente consumirá lo que el grupo de amigos o compañeros consuman para sentirse aceptado en el grupo. Todo esto parte en gran medida de la educación que se tiene en casa, los adolescentes que tengan unos correctos patrones de alimentación en su hogar al momento de relacionarse con otros, que así mismo fueron inculcados con hábitos de alimentación adecuados, difícilmente incurrirán a una comida que no beneficie a su salud. Igualmente, el entorno en donde se desenvuelven los individuos afecta en gran manera la formación de hábitos alimenticios en los adolescentes.

3. ¿Cree usted qué la publicidad sobre alimentos ha contribuido de cierta manera en los hábitos alimenticios no saludables que tienen los adolescentes hoy en día?

La publicidad contribuye enormemente en los hábitos no saludables de los adolescentes. Hoy en día, las industrias ofertan alimentos que tienen una condición alimentaria muy baja, es decir, alimentos que no van a nutrir de forma adecuada al organismo. A pesar de ello, muchas personas la siguen consumiendo de forma excesiva, principalmente por ser accesibles económicamente y por estrategias de marketing millonarias que utilizan empresas transnacionales para llegar de mejor forma adecuada y eficaz al consumidor. En el país se ha intentado contrarrestar esto mediante políticas de salud que promueven una alimentación más saludable, no obstante estas no llegan a impactar de forma precisa en las personas, por lo que el consumo de estos productos sigue en aumento.

4. ¿Es posible modificar las preferencias sobre algún tipo de alimento no saludable como la comida rápida?

Si es posible modificar las preferencias alimentarias que tienen los adolescentes, pero para que esto suceda es necesario tener una buena educación en lo que respecta alimentación y nutrición. Actualmente, nuestro país practica un modelo curativo y no preventivo; no existen políticas de salud que sean efectivas en lo que atañe a enfermedades crónicas como el sobrepeso, obesidad, diabetes, etc.; resultado de varios factores en los que se encuentran los hábitos de alimenticios, esto se pone en evidencia al analizar las cifras que siguen en aumento. Por ende, para que exista un mejor abordaje de la situación es necesario implementar un sistema educativo que enseñe, concientice y ponga en práctica una alimentación equilibrada, empezando desde los niños hasta llegar a todos los grupos etarios.

5. ¿Por qué es necesario informar a los adolescentes sobre los hábitos alimenticios?

Es necesario debido a que los malos hábitos alimenticios tienen un gran impacto en la salud de las personas, el sobrepeso y a la obesidad es consecuencia de ello; incluso sino se recurre a una corrección de estas anomalías por exceso, se presentan enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, presión alta, el cáncer, inclusive se ha identificado cierta relación con problemas de salud mental. Es determinante informar a los adolescentes que tener hábitos alimenticios no saludables conlleva consecuencias en su salud a corto y largo plazo.

6. ¿Cuáles son los hábitos alimenticios no saludables que poseen los adolescentes actualmente?

En los adolescentes los principales que se pueden encontrar son el consumo excesivo de comida chatarra, alimentos ultra procesados (comida rápida), alcohol, tabaco y últimamente se ha puesto de moda el consumo de bebidas energizantes; todos estos hábitos definitivamente deterioran la salud del adolescente y que no solo se encuentran en este grupo etario sino en la población en general. Cabe destacar, que así como es necesario evitar los incorrectos patrones de alimentación, es imprescindible consumir diariamente nutrientes conocidos como críticos o esenciales por medio de las comidas del día, ya que esto contribuye a que el individuo tenga un estado nutricional óptimo, el cual aportará en su crecimiento y desarrollo.

7. ¿Qué alimentos debe comprender una dieta equilibrada al tratarse de adolescentes?

La alimentación del adolescente debe ser equilibrada, con alimentos contruidos por macronutrientes (grasas, proteínas, carbohidratos) y micronutrientes (vitaminas y minerales) necesarios para su crecimiento y desarrollo. A la par, estos alimentos deben ser variados que provengan de la naturaleza, en la actualidad existe una corriente de cultivos orgánicos por el temor a los pesticidas y a la contaminación en general, el cual

puede ser una buena opción, la cuestión es evitar el consumo de alimentos ultra procesados, que se presentan en productos enlatados, empacados, enfundados, etc. Finalmente, es inadecuado pensar un solo tipo de alimento para el adolescente, ya que esta debe ser equilibrada y variada compuesta por todos los grupos de alimentos.

8. Se habla de guías alimentarias para informar sobre alimentación a la población. ¿Estas guías serían la mejor manera de informar a los adolescentes sobre una alimentación saludable?

Claro que es necesario contar con estas guías para informar a la población en general sobre la alimentación adecuada, en el país el Ministerio de Salud ha elaborado diferentes guías centradas en forma general y no específicamente para adolescentes; así mismo, estas recomendaciones no están actualizadas debido al hecho que cada día salen nuevos estudios sobre alimentación y nutrición. Cabe mencionar, que si se intenta elaborar una guía que tenga su público objetivo los adolescentes, es indispensable diseñar un plan de alimentos que contengan los requerimientos energéticos necesarios, así como atractivo y fácilmente entendido por parte del adolescente.

No obstante, todo parte de la educación (anteriormente mencionado) para lograr que un programa o proyecto de alimentación sea eficaz; por ejemplo, se puede mencionar al semáforo nutricional como un ejemplo que tenemos en nuestro medio, en su momento existió una socialización del tema, sin embargo, esto no causó el suficiente impacto en las personas para así evitar que consuman alimentos altos en grasa, sal y azúcar, debido a que muchas personas no se interesaron en el tema o simplemente no se informaron de la manera adecuada; por lo tanto la educación es clave para esto, y por ende la información que se transmite debe ser la correctamente elaborada para quienes va dirigido.

9. Existen representaciones gráficas de estas guías como pirámides, rombos o ruedas alimentarias. ¿Qué alimentos deben componer estas gráficas, si al público a quien va dirigido, son los adolescentes?

De acuerdo a varios ejemplos de pirámides que se han desarrollado en el país y en el mundo, por lo general estas graficas tienen recomendaciones de grupos alimentarios similares, no obstante la cantidad es donde varía, ya que estos dos grupos tienen requerimientos que difieren respecto a su desarrollo. Las similitudes en cambio se pueden ver al momento de su construcción ya que habitualmente se colocan en la parte más baja los alimentos que deben ser de mayor consumo y así sucesivamente hasta llegar a la parte más alta de la gráfica en donde se recomienda colocar a las grasas debido a que su consumo debe ser limitado. Lo importante de estas gráficas ya sea pirámide, rueda o cualquiera que se implemente en la población, es que se debe enfocar en abarcar a todos los grupos de alimentos con los respectivos nutrientes que contienen.

10. ¿Qué nutrientes son indispensables en la adolescencia?

Como ya se han mencionado los macronutrientes y los micronutrientes, sin embargo, una de los nutrientes que se debe tener cierta atención y cuidado son las proteínas debido a que la encuesta ENSANUT realizado en el año 2013, se detectó que la población de la sierra central tiene talla baja debido a la deficiencia de este nutriente, sabiendo que el exceso también es inadecuado. Asimismo, las grasas son importantes ya que son parte del proceso de producción de hormonas sexuales, que aportan a la diferenciación sexual del adolescente.

11. ¿Es conveniente que los adolescentes conozcan los valores energéticos de los nutrientes que necesita el cuerpo al momento de desarrollar una dieta equilibrada?

Es realmente importante que los adolescentes y la población en general conozcan sobre las necesidades energéticas diarias, dado que al momento de abordar de una forma correcta el tema de alimentación es necesario que las personas conozcan la medida

básica que aparecen en ciertos productos como son las kilocalorías. Por ejemplo, si se establece a un paciente una determinada dieta y de cierta manera se le informa sobre este tipo de información, él podrá analizar la información nutricional de los alimentos y concientizar sobre si lo consume o no. Igualmente, se tiene que llevar a colación que para determinar una medida estándar para la población adolescente en general, se debe contemplar que el requerimiento energético varía en cada individuo por la talla, el peso, el sexo, las actividades que realiza, etc.

12. ¿Cuáles son las consecuencias de poseer hábitos alimenticios no saludables?

Las consecuencias a nivel de salud son la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles. La obesidad es una enfermedad en la cual hay una inflamación generalizada en el cuerpo debido al exceso de grasa que se deposita a nivel de vísceras, esta acumulación es el precursor de padecimientos crónicos como la diabetes, la hipertensión, 7 diferentes tipos de cáncer que se han relacionado con la obesidad, etc. A nivel social, el estigma del sobrepeso y la obesidad llevan a los adolescentes, al no querer asistir a clases debido a las burlas y al maltrato (bullying) que estos sufren por parte de sus semejantes, el problema es tan que causan ansiedad, depresión y daños emocionales que son difíciles de tratar. El asunto es evitar que suceda esto mediante un manejo multidisciplinario no solo a nivel alimenticio sino a nivel de la sociedad.

Entrevista N.-2

Mg. Mauricio Chacón

1. ¿La presentación de los alimentos o cómo son percibidos por los sentidos del adolescente puede influir al momento de elegir lo que quiere comer?

La presentación de los alimentos influye en gran manera en los sentidos de los adolescentes, ya que de esta forma determinara las preferencias sobre ciertas comidas. Sin embargo, las preferencias también son establecidas por las costumbres alimentarias producto del estilo de vida familiar, en donde los padres son la base de la educación alimentaria que tendrá el adolescente.

2. ¿Cómo afecta la influencia de los amigos o compañeros del adolescente en sus hábitos alimenticios?

El grupo de amigos al que pertenece el adolescente tienen ciertas preferencias o tendencias alimentarias (ya sean buenas o malas), que influyen en la manera que se alimentara el grupo, el adolescente para evitar ser excluido y asilado no tiene más opción que seguir la corriente. Y, no solo el grupo de amigos y compañeros de colegio definen la conducta alimentaria del joven, el entorno en donde se desarrolla generará ciertos hábitos que el adolescente manejará durante toda su vida.

3. ¿Cree usted que la publicidad sobre alimentos ha contribuido de cierta manera en los hábitos alimenticios no saludables que tienen los adolescentes hoy en día?

Actualmente, no se ha podido apreciar publicidad positiva que hable sobre hábitos alimenticios exclusivamente dirigidos hacia adolescentes, pero lo que si se puede observar es la propongna de ciertos productos o alimentos no nutritivos que generan una tendencia o moda en los jóvenes. Los adolescentes son una población que puede ser fácilmente manipulada y que se basa en modas para establecer su estilo de vida, el adoptar un hábito o el consumir un tipo de alimento dependerá de que tan eficiente sea el mensaje publicitario.

4. ¿Es posible modificar las preferencias sobre algún tipo de alimento no saludable como la comida rápida?

Al ser una población que está en un proceso de desarrollo y de aprendizaje es posible cambiar sus preferencias alimentarias, pero para que esto ocurra es necesario orientar correctamente a los adolescentes sobre cómo llevar unos hábitos alimenticios saludables que no afecten a su salud, ya que si no ocurriría todo lo contrario.

5. ¿Por qué es necesario informar a los adolescentes sobre los hábitos alimenticios?

Es necesario que los adolescentes y la población en general tengan una cultura alimentaria saludable de las cuales son parte fundamental los hábitos alimenticios saludables, no obstante para que exista esto es necesario disponer de una educación nutricional adecuada; especialmente el adolescente que está en un periodo de desarrollo y crecimiento, en la parte física y mental.

6. ¿Cuáles son los hábitos alimenticios no saludables que poseen los adolescentes actualmente?

Se ha evidenciado entre las comunes, el no desayunar o el no tener un desayuno correctamente equilibrado, el comer en el colegio a media mañana un snack, un dulce y en general comida chatarra que no aportan ningún beneficio nutricional al organismo, el almorzar en horas tardías como son las 2 o 3 y el cual no debe ser constituido por alimentos de establecimientos de comida rápida, el consumo de alimentos ultra procesados en donde destaca las gaseosas, el no comer en horarios definidos, en cierta manera rechazar alimentos tradicionales preparados en casa, el poco consumo de frutas y verduras que muchas veces depende de la disponibilidad y el acceso limitado a estos alimentos; y especialmente en el género femenino se ha observado que evitan comer para mejorar su estética corporal.

7. ¿Qué alimentos debe comprender una dieta equilibrada al tratarse de adolescentes?

Primeramente, se debe entender que no hay comida ni alimento malo, lo que realmente sucede es la inadecuada forma en que se preparan, por lo que se debe considerar alternativas más saludable (coccción, asado, a la plancha, al horno, etc.) evitando completamente freír con aceites procesados a los alimentos puesto que se producen grasas consideras “malas”, que se acumulan en el tejido adiposo promoviendo el sobrepeso y la obesidad.

Asimismo, se debe considerar una alimentación compuesta por alimentos que contengan los macronutrientes y micronutrientes requeridos por el organismo de la persona. Por parte de los macronutrientes se mencionan a las proteínas que sirven para que el adolescente tenga una buena estatura, los carbohidratos que son fuente de energía y las grasas que no deben faltar en ninguna dieta pero que se deben consumir mayormente de forma natural o de una forma preparación adecuada que genere grasas de calidad. En lo que respecta a micronutriente se puede nombrar a las vitaminas y minerales, que se encuentran en las frutas y verduras.

8. Se habla de guías alimentarias para informar sobre alimentación a la población. ¿Estas guías serían la mejor manera de informar a los adolescentes sobre una alimentación saludable?

La elaboración de guías está enfocada en grupos poblacionales que tienen un desorden en su alimentación y que por lo tanto no existe una nutrición que permita un desarrollo completo en su entorno, en el caso de los adolescentes es un tanto complicado definir recomendaciones generales, ya que se dividen en 2 distintos grupos; los que empiezan la adolescencia (12 a 13 años) y los que están por finalizarla (17 a 18 años). Por lo tanto es trascendental y necesario que su elaboración sea verificada y evaluada para evitar problemas en el futuro, y posterior a todo esto es necesario una socialización que permita conocer todo lo que implica esta guía, ya que lamentablemente estas guías no llegan a todas las personas del grupo para quienes se realizó.

9. Existen representaciones gráficas de estas guías como pirámides, rombos o ruedas alimenticias. ¿Qué alimentos deben componer estas gráficas si al público a quien va dirigido, son los adolescentes?

La esquematización no siempre es la mejor opción, ya que en ciertos casos los alimentos no son nombrados debido a que a que la gráfica represente en forma general lo que la persona debe consumir, como se indicó antes todos los alimentos y nutrientes son esenciales en una dieta que debe ser variada. Se debe considerar que al uso de estas herramientas facilitan y complementan las guías alimentarias para un mejor aprendizaje.

Finalmente, si se debe considerar un tipo de gráfica que contribuya a informar a los adolescentes, se puede nombrar al plato saludable que en el país se ha venido utilizando y desarrollando durante años.

10. ¿Qué nutrientes son indispensables en la adolescencia?

Todos los nutrientes son necesarios, sin embargo, el adolescente requiere en mayor medida de vitaminas y minerales, ya que es una etapa de desarrollo que evita que en nuestra adultez existan padecimientos por carencia o exceso. Entre las vitaminas que se puede señalar está el calcio como factor de crecimiento y que además evita problemas de osteoporosis específicamente en la mujer, y el hierro para la coagulación de la sangre y que evita el apareamiento de anemias en el individuo; en el caso de los minerales, el sodio y el potasio como elementos que ayudan a la composición corporal en cuanto a líquidos; el cromo para el fortalecimiento del metabolismo e inclusive el zinc que fortalece al sistema inmunológico. Y, así se puede nombrar a todas las vitaminas y minerales con su respectiva función que ayuda al organismo, el asunto es mantener una dieta equilibrada compuesta por todos los grupos de alimentos y los nutrientes recomendados.

11. ¿Es conveniente que los adolescentes conozcan los valores energéticos de los nutrientes que necesita el cuerpo al momento de desarrollar una dieta equilibrada?

Se debe brindar un sistema de alimentación adecuada y equilibrada, pero se debe tener mucho cuidado al hablar de valores numéricos energéticos ya que se corre el riesgo de que las personas empiecen a contar las calorías que consumen y se vuelva un problema peor del que se intenta evitar. Esta psicosis en el paciente de contar calorías se puede evitar informando a los pacientes que los productos no siempre marcan la calidad del producto, ya que pueden los nutrientes referidos en el producto pueden ser inadecuados en proteínas pero adecuados en vitaminas.

La referencia que se debe tener en cuenta siempre para informar sobre los valores energéticos es que se necesita de 35 calorías por cada kilogramo de peso, asumiendo que el valor total de un adolescente oscila entre 1800 a 2600 kilocalorías, el cual puede variar dependiendo de la actividad física y del género. Es preciso comunicar sobre este tema a los adolescentes, siempre y cuando se tomen las medidas necesarias para que el mensaje no se desvirtúe y aporte en los hábitos alimenticios.

12. ¿Cuáles son las consecuencias de poseer hábitos alimenticios no saludables?

Está comprobado que el insuficiente aporte de nutrientes en el organismo genera en el adolescente, una disminución en el rendimiento escolar. A la par, si no hay un buen aporte de proteínas se observan problemas en la talla de los adolescentes, y si hay un exceso de carbohidratos tendremos problemas de sobrepeso. El sobrepeso incide en gran manera en enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, la cual se está empezando a observar en poblaciones cada vez más jóvenes, hace dos años la Asociación Americana de Diabetes (ADA) mencionaba que se están empezando ver casos de diabetes en pacientes entre 40 y 45 años; en nuestro medio actualmente esto es en una realidad que se ha agravado, ya que se pueden mirar casos de adultos, adolescentes e inclusive niños que por el tener hábitos y tendencias alimentarias no saludables se vuelven más propensos a padecer de estas enfermedades.

3.1.3 Observación

Para determinar los parámetros y características que debe tener una publicación que contenga contenido sobre hábitos alimenticios, alimentación o nutrición ya sea en soportes impresos o digitales. Para su análisis se desarrolló 2 tipos de fichas de observación, la primera para 5 publicaciones editoriales impresas (Documento Técnico de Guías Alimentarias basadas en Alimentos (GABA) del Ecuador, revista Hogar, revista Vistazo, periódico El Comercio y El Herald) que se venden en la ciudad y 5 publicaciones editoriales digitales (revista digital VidActiva, revista digital Vive, sitio web de la revista Hogar, sitio web de la revista Vistazo y sitio web del periódico Herald) que se fueron adaptadas desde las publicaciones o que tienen cierto renombre en el país.

Fichas de observación para publicaciones impresas

Tabla 24

Ficha de observación N.-1

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Tipo de publicación	Libro
Nombre de la publicación	Documento Técnico de las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) del Ecuador
Fecha de publicación	2018
Autor de la publicación	Ministerio de Salud Pública del Ecuador y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
Número de páginas	240
Editorial	Ministerio de Salud Pública del Ecuador y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
Público objetivo	Diferentes grupos poblacionales, así como también, para orientar políticas públicas sectoriales vinculadas con la Seguridad Alimentaria y Nutricional del país.
B. CONTENIDO	
Temas en la publicación	Metodología de la guía alimentaria, diagnóstico de la situación alimentaria y nutricional en el Ecuador, perfil epidemiológico nutricional, recomendaciones técnicas, pruebas de campo y mensajes e identidad visual de las guías
Hábitos alimenticios, alimentación o nutrición	Si X No
	Todos los temas mencionados en generales

Comprensión (Leibilidad)	Temas para personas con cierta formación académica aunque se dirija a toda la población			
Bases científicas	Basada en una investigación realizada por el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional de Estadística y Censos			
C. ESTRUCTURA				
Formato	A4 (210x297 mm)			
Tipo de retícula	Retícula de manuscrito			
Tamaño de los márgenes (mm)	Superior	40 mm	Inferior	30 mm
	Lateral int.	30 mm	Lateral ext.	30 mm
Columnas	# de columnas	1	Tamaño (mm)	150 mm
D. ELEMENTOS GRÁFICOS				
Familia tipografía	Sin serifa: AG Book Pro, Aptifer Sans LT Pro Con serifa: Foral Pro			
Estilos tipográficos	Bold, regular, light, itálica, condensada			
Elementos tipográficos	Tamaño (pts.)	Tamaño de las tipografías en forma general: encabezado 10 pts., títulos 60 pts., subtítulos 16 pts., entradilla 12 pts., párrafos 9 pts., # de página 7 pts., letra capital 65 pts.		
	Tipo de alineación	Justificado		
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Interlineado	2 mm		
	Longitud de la línea	12 – 17 palabras		
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital.		
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.		
	Otros	Uso de letra capital, tablas y gráficos estadísticos		
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Realidad del estilo de vida la población		
	Ilustración	Si	x	No
Estilo caricatura e iconográfica				
E. DISEÑO				
Cromática	Colores pasteles			
NOTAS	Publicación tanto para soportes impresos como digitales.			

Nota: Ficha de observación, GABA. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 25

Ficha de observación N.-2

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN				
Tipo de publicación	Revista			
Nombre de la publicación	Hogar			
Fecha de publicación	Junio 2019	Número de publicación	658	
Autor de la publicación	Vistazo			
Número de páginas	98			
Editorial	Vistazo			
Público objetivo	Dirigida a la mujer ecuatoriana de 18 a 65 años, especialmente amas de casa.			
B. CONTENIDO				
Temas en la publicación	Te Cuento (Lo Nuevo, Libros, Aquí y Ahora), Bienestar (Malabares Cotidianos, Pareja, Desde mi visión, Nutrición), Estilo de Vida (Moda, Cocina), A Fondo (Entrevista), Especial (Salud), Gente (Estrellas), Horóscopo e Intercultural			
Hábitos alimenticios, alimentación o nutrición	Si	x	No	
	Cocina: Ayuno intermitente. Mitos y verdades.			
Comprensión (Leibilidad)	El tema de ayuno aporta de cierta forma a informar sobre dicho hábito pero se debe incluir la fuente de donde fue recuperado, igualmente se debe considerar a quien va dirigido y que como fue mencionado en el apartado teórico cada persona tiene un organismo diferente.			
Bases científicas	La revista se basa en su mayoría en entrevistas por lo tanto, se basan en el conocimiento de las personas entrevistadas. En ciertos casos sobre artículos que informan sobre un tema social, científico o técnico utilizan fuentes confiables de información, por ejemplo, el INEC, la revista TIMES, investigación de mercados (IPSOS), etc.			
C. ESTRUCTURA				
Formato	220x270 mm (Toma de referencia la A4)			
Tipo de retícula	Retícula de columnas			
Tamaño de los márgenes (mm)	Superior	10 mm	Inferior	15 mm
	Lateral int.	18 mm	Lateral ext.	18 mm
Columnas	# de columnas	2 y 3 columnas		
	Tamaño (mm)	2 columnas: 70 mm y 95 mm 3 columnas: 55 mm		
D. ELEMENTOS GRÁFICOS				
Familia tipografía	Tipografía utilizada en la publicación sobre ayuno intermitente.			

	Con serifa: Chardonnay, Body Old Fashion)			
	Sin serifa: PL Westerveldt, Bebas Neue, Neue Plank			
Estilos tipográficos	Bold, regular, light, itálica, condensada.			
Elementos tipográficos	Tamaño (pts.)	Encabeza 12 pts., títulos 50 pts., subtítulos 20 pts., entradilla 11 pts., párrafos 9 pts., # de página 6 pts., letra capital.		
	Tipo de alineación	Justificado		
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Interlineado	2 mm		
	Longitud de la línea	En 2 columnas: 8 – 11 palabras En 3 columnas: 5 – 8 palabras		
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos		
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.		
	Otros	Uso de letra capital		
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Dependiendo del estilo de la publicación		
	Ilustración	Si	No	x

E. DISEÑO

Cromática	Colores vivos y llamativos, que se acoplen a la publicación y al público objetivo
------------------	---

NOTAS Publicación tanto para soportes impresos como digitales (No se muestra en forma digital desde Diciembre del 2018)

Nota: Ficha de observación, revista Hogar. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 26

Fichas de observación N.-3

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN				
Tipo de publicación	Revista			
Nombre de la publicación	Vistazo			
Fecha de publicación	Junio 2019	Número de publicación	19050	
Autor de la publicación	Vistazo			
Numero de paginas	114			
Editorial	Vistazo			
Público objetivo	Hombres y mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio y alto.			
B. CONTENIDO				
Temas en la publicación	Editorial, entrevista, radar, país, fotorreportaje, columnas, internacional, la foto, salud, tecnología, gente, transiciones, intercultural, sociales y notimpresas.			
Hábitos alimenticios, alimentación o nutrición	Si	No	x	
	El número de publicación de este mes no contó con temas específicos de alimentación y nutrición en esta edición de la revista, lo cual sabe ser recurrente en este tipo de revistas, sin embargo, cuenta con publicidad para alimentos (Ejemplo: ducales)			
Comprensión (Leibilidad)	Mantienen un lenguaje formal en los temas que tengan temáticas políticas, negocios, etc.; mientras en temas de variedades como entretenimiento, entrevistas, etc., manejan un lenguaje un tanto informal pero que no legitima la publicación.			
Bases científicas	La revista en casos sobre artículos que informan sobre un tema social, científico o técnico utilizan fuentes confiables de información, por ejemplo, el INEC, la revista TIMES, investigación de mercados (IPSOS), etc. Mientras en entrevistas se basan en el conocimiento de las personas.			
C. ESTRUCTURA				
Formato	220x270 mm (Toma de referencia la A4)			
Tipo de retícula	Retícula de columnas			
Tamaño de los márgenes (mm)	Superior	18 mm	Inferior	18 mm
	Lateral int.	20 mm	Lateral ext.	20 mm
Columnas	# de columnas	2 y 3 columnas		
	Tamaño (mm)	2 columnas: 87 mm 3 columnas: 57 mm		
D. ELEMENTOS GRÁFICOS				
Familia tipografía	Dependiendo del tema y el tipo de publicación			

Estilos tipográficos	Bold, regular, light, itálica, condensada.		
Elementos tipográficos	Tamaño (pts.)	Tamaño de las tipografías en forma general, se toma de base los artículos sobre salud: encabezado 24 pts., títulos 39 pts., subtítulos 15-18 pts., entradilla 12-15 pts., párrafos 9 pts., # de páginas 7 pts., letra capital 36 pts.	
	Tipo de alineación	Justificado	
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado	
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado	
	Interlineado	2 mm	
	Longitud de la línea	En 2 columnas: 8 – 11 palabras En 3 columnas: 5 – 8 palabras	
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital	
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.	
	Otros	Letra capital	
Imágenes	Fotografía	Si	X No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.	
	Ilustración	Si	X No
		Estilo caricatura	

E. DISEÑO

Cromática	Colores de acuerdo a la marca de la revista y de la temática del artículo que se esté hablando en la publicación
NOTAS	Publicación tanto para soportes impresos como digitales, cada mes presentan suplementos editoriales que muestran un tema en específico, este mes fue la industria y la producción; así como los posgrados que ofertan las distintas universidades del país.

Nota: Ficha de observación, revista Vistazo. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 27

Ficha de observación N.-4

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN				
Tipo de publicación	Periódico			
Nombre de la publicación	El Comercio			
Fecha de publicación	1 de julio 2019	Número de publicación	42595	
Autor de la publicación	Grupo El Comercio			
Número de páginas	3 cuadernos: actualidad 12 páginas, tendencias 6 páginas y deportes 7 páginas.			
Editorial	Grupo El Comercio			
Público objetivo	Hombres y mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio y alto.			
B. CONTENIDO				
Temas en la publicación	Cuaderno 1, actualidad: reporte, política, negocios, seguridad, quito, ecuador, mundo, opinión y mundo. Cuaderno 2, tendencias: cine, letras, tecnología, intercultural y pasatiempo. Cuaderno 3, deportes: fútbol, copa américa, liga pro, entrevista, mundial femenino, personaje, F1 y clasificados			
Hábitos alimenticios, alimentación o nutrición	Si	No	X	
	La publicación de esta fecha no cuenta con temas específicos de alimentación y nutrición.			
Comprensión (Leibilidad)	Lenguaje formal para ciertas publicaciones.			
Bases científicas	El periódico al hablar sobre artículos que informan sobre un tema social, científico o técnico utiliza fuentes confiables de información, mientras en entrevistas se basan en el conocimiento de las personas entrevistadas.			
C. ESTRUCTURA				
Formato	270x530 mm (Tamaño sábana 540x1060 mm)			
Tipo de retícula	Retícula de columnas			
Tamaño de los márgenes (mm)	Superior	30 mm	Inferior	25 mm
	Lateral int.	15 mm	Lateral ext.	15 mm
Columnas	# de columnas	4 y 6 columnas		
	Tamaño (mm)	4 columnas: 58 mm 6 columnas: 40 mm		
D. ELEMENTOS GRÁFICOS				
Familia tipografía	Con serifa: Stilson Sin serifa: Neue Haas Grotesk			
Estilos tipográficos	Bold, regular, light, itálica, condensada.			
Elementos tipográficos	Tamaño (pts.)	Tamaño de las tipografías en forma general, se toma de base los artículos sobre salud: encabezado 25 pts., títulos 45 pts., subtítulos 25 pts., entradilla 19 pts., párrafos 9 pts., # de páginas 11 pts., letra capital 54 pts.		
	Tipo de alineación	Justificado		

	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Interlineado	2 mm		
	Longitud de la línea	En 4 columnas: 6 – 9 palabras En 6 columnas: 3 – 6 palabras		
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos		
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.		
	Otros	Letra capital		
Imágenes	Fotografía	Si	X	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si	x	No
		Estilo caricatura		

E. DISEÑO

Cromática Colores de acuerdo a la marca del periódico.

NOTAS Publicación tanto para soportes impresos como digitales

Nota: Ficha de observación, periódico El Comercio. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 28

Ficha de observación N.-5

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN			
Tipo de publicación	Periódico		
Nombre de la publicación	El Heraldo		
Fecha de publicación	1 de julio 2019	Número de publicación	21683
Autor de la publicación	El Heraldo		
Número de páginas	2 secciones: 26 páginas		
Editorial	El Heraldo		
Público objetivo	Hombres y mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio y bajo.		
B. CONTENIDO			
Temas en la publicación	Primera sección: ciudad, opinión, pasatiempo y salud. Segunda sección: deportes, interculturalidad, social, lo último.		
Hábitos alimenticios, alimentación o nutrición	Si	x	No
	En la sección de salud muestra temas de alimentación y nutrición, al igual que en la página 10-A, donde se muestra la receta de un plato tradicional.		
Comprensión (Leibilidad)	Lenguaje formal para ciertas publicaciones.		
Bases científicas	El periódico al hablar sobre artículos que informan sobre un tema social, científico o técnico utiliza fuentes confiables de información, mientras en entrevistas se basan en el conocimiento de las personas entrevistadas.		
C. ESTRUCTURA			
Formato	290x390 mm (Tamaño completo 580x780 mm)		
Tipo de retícula	Retícula de columnas		
Tamaño de los márgenes (mm)	Superior	20 mm	Inferior 15 mm
	Lateral int.	10 mm	Lateral ext. 20 mm
Columnas	# de columnas	4 y 5 columnas	
	Tamaño (mm)	4 columnas: 61 mm 5 columnas: 48 mm	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS			
Familia tipografía	Con serifa: Times New Roman Sin serifa: Clearface Gothic, Neue Helvetica		
Estilos tipográficos	Bold, regular, light, itálica, condensada.		
Elementos tipográficos	Tamaño (pts.)	Tamaño de las tipografías en forma general: encabezado 25 pts., títulos 45 pts., subtítulos 25 pts., entradilla 19 pts., párrafos 9 pts., # de página 11 pts., letra capital 54 pts.	

	Tipo de alineación	Justificado		
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado		
	Interlineado	2 mm		
	Longitud de la línea	En 4 columnas: 4 –9 palabras En 5 columnas: 4 –6 palabras		
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos		
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.		
	Otros	Letra capital solamente en la sección opinión		
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si	x	No
		Estilo caricatura		

E. DISEÑO

Cromática Colores de acuerdo a la marca del periódico.

NOTAS Publicación tanto para soportes impresos como digitales

Nota: Ficha de observación, periódico El Heraldo. Elaborado por Johnny Túqueres.

Análisis e interpretación

Contenido

De acuerdo a la observación y al análisis realizado se puede definir que fundamentalmente el contenido se adapta al público objetivo de cada publicación; en lo que tiene que ver con temas relacionados con hábitos alimenticios, alimentación o nutrición se pudo encontrar que únicamente 3 de las publicaciones observadas abordaban estos temas, aunque cabe mencionar que el periódico El Comercio anteriormente publica suplementos de salud en donde se puede encontrar este tipo de contenido, asimismo en la revista Vistazo aunque en esta edición de julio de 2019 no se menciona nada sobre esto, si se suele dar a conocer información sobre estos temas, como se puede ver en su sitio web en donde encontramos los mismos temas abordados en ediciones impresas anteriores.

En el tema de leibilidad (comprensión de lo leído), se debe considerar la formación educativa de cada individuo para entender de una mejor manera los temas de alimentación y nutrición como en el caso del libro GABA, que aunque se señale en la guía que es para toda la población, esto es difícil que suceda sino se tiene cierto grado de conocimiento. Para artículos que encontramos en revistas o periódicos, el individuo para debe tener cierta motivación, preferencia o curiosidad sobre algún tema en particular para realizar una lectura a profundidad o a consciencia para informarse. Por último, una de las problemáticas que se consideró fue el hecho de que este tipo de artículos muchas veces no cuentan con fuentes de información, pero se pudo constatar que cada artículo comparte la fuente con el lector, lo que promueve confianza y credibilidad.

Estructura

En cuanto a estructura: el tamaño de la publicación se basa en la A4 para revistas y el libro, en el caso de periódicos el tamaño varía de acuerdo a la editorial que lo desarrolla pero mantiene los estándares de proporción. En lo que respecta a retícula, se puede ver una incidencia en lo que concierne a la retícula basada en columnas, en cuanto

al margen, este depende del tipo de publicación y de la impresión a la cual será sometida. Igualmente, el número de palabras en cada columna se cumple en revistas mientras que en periódicos no (se recomienda 10 palabras), en lo que concierne a espaciado de letras y palabras, esta se determina por la tipografía y la alineación utilizada, siendo en todo los casos revisados el justificado. Finalmente, se observa un interlineado de 2 mm en todas las publicaciones, en donde se recomienda el 20% de acuerdo al tamaño de la tipografía.

Diseño y elementos gráficos

Los tipos de publicación deben adaptarse al público a quien va dirigido, ya que el contenido, el estilo de la publicación, la cromática y las familias tipográficas que se utilicen dependerán de esto, del mismo modo se puede definir el estilo de la publicación de acuerdo a la marca de la publicación o a la temática que se está abordando. En lo que concierne a los estilos de la tipografía que se pueden manejar se pudo observar que estos generan jerarquía en el artículo, asimismo el tamaño de las letras varia en todas las publicaciones pero se puede apreciar un manejo correcto de las mismas. El uso de mayúsculas y minúsculas se atiende a las recomendaciones de legibilidad e incluso se utiliza para llamar la atención de algún título o subtítulo de importancia, así mismo se debe considerar el uso de la letra capital ya que la podemos encontrar en diferentes publicaciones.

Finalmente, el elemento gráfico utilizado en la gran mayoría de publicaciones es la fotografía, en donde se intenta representar la realidad de los acontecimientos o generar cierta familiaridad con el acontecimiento presentado, la ilustración en cambio es una herramienta de sátira en las revistas y periódicos, mientras que el libro ayuda a mostrar cierta información que pueda llegar a ser confusa al lector. En lo que respecta a cromática, el manejo que se le da es de acuerdo a la marca que tenga la publicación o de acuerdo a la temática del artículo que se esté dando a conocer, como ya hemos mencionado antes.

Fichas de observación para publicaciones digitales

Tabla 29

Ficha de observación N.-6

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo de publicación	Revista digital	
Nombre del sitio	VidActiva	
Fecha de publicación	2019	
Público objetivo	Deportistas de elite y amateur	
URL	https://vidactiva.com.ec/	
B. CONTENIDO		
Temas en la publicación	Home, actualidad, gente activa y yoga master class	
Nombre de la publicación para analizar	Calcula las calorías que necesitas al día y cumple tus objetivos.	
Sección	Actualidad	
Comprensión (Leibilidad)	Mantiene un contenido adecuado para el público a quien va dirigido	
Bases científicas	No se nombra la fuente de donde se obtuvo la información, pero se recomienda el nombre de un profesional en nutrición	
C. ESTRUCTURA		
Tipo de retícula	Retícula de 12 columnas	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS		
Familia tipografía	Sin serifa: Helvetica Neue, Open Sans, Lato	
Estilos tipográficos	Bold, regular, light	
Elementos tipográficos	Tamaño (píxeles)	Cabecera (pestañas) 16 px, títulos 36 px, entradilla 15 px, párrafos 15 px.
	Tipo de alineación	Alineación izquierda
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Interlineado	2 mm
	Longitud de la línea	17 - 24 palabras
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos,

			subtítulos, párrafos, etc.	
	Otros		Uso de tablas	
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si	x	No
		Sirve como ejemplo para términos que puedan ser confusos al lector		

E. DISEÑO

Cromática	Colores de acuerdo a la marca de la revista y de la temática del artículo que se esté hablando en la publicación
------------------	--

F. EXPERIENCIA DE USUARIO

Valoraciones: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente

Indicadores	Valoraciones					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Es sencillo (intuito, de fácil uso)				x		
Es accesible (fácil de ingresar)				x		
Presenta recursos variados				x		
Sus contenidos sirven en múltiples formatos (responsive)				x		Hay imágenes que no se adaptan de una manera adecuada.
Plantea varios tipo de participación con el usuario			x			Únicamente a través de redes sociales
Los recursos son adecuados a los contenidos			x			
La información se visualiza de forma fácil (colores, contrastes, etc.)				x		Se adaptan a la página web y a la marca
El sitio tiene herramientas de soporte para la búsqueda de información		x				No existe la forma de buscar información
La información está organizada			x			
Comodidad al utilizar el sitio				x		
El contenido que contiene la página está correctamente rotulada				x		

NOTAS Se puede encontrar este tipo de publicación en soportes digitales e impresos.

Nota: Ficha de observación, revista digital VidActiva. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 30

Ficha de observación N.-7

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo de publicación	Revista digital	
Nombre del sitio	Vive	
Fecha de publicación	2019	
Público objetivo	Familias naturales (Doctrina Social de la Iglesia Católica)	
URL	https://revistavive.com/	
B. CONTENIDO		
Temas en la publicación	Actualidad, familia vive, vive tu fe, historias, diálogos, formación, estilo de vida, empresas.	
Nombre de la publicación para analizar	Bajar de peso más allá de lo estético y Al rescate de nuestros platillos olvidados	
Sección	Estilo de vida – nutrición	
Comprensión (Leibilidad)	Mantiene un contenido adecuado para un público adulto, aunque su público objetivo sea la familia, incluso se puede observar que en la sección jóvenes no cambia esto.	
Bases científicas	Artículo realizado por una nutricionista, aunque no se muestra la fuente de donde se obtuvo la información	
C. ESTRUCTURA		
Tipo de retícula	Retícula de 12 columnas	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS		
Familia tipografía	Sin serifa: Helvetica Neue, Open Sans, Roboto, Verdana, Lato	
Estilos tipográficos	Bold, regular, itálica, light	
Elementos tipográficos	Tamaño (píxeles)	Cabecera (pestañas) 14 px, títulos 60 px, subtítulos 22 px, entrada 22 px, párrafos 15 px, etiquetas 11px.
	Tipo de alineación	Justificado
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Interlineado	2 mm
	Longitud de la línea	12 - 19 palabras
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos,

			subtítulos, párrafos, etc.	
	Otros		Uso de videos, tablas	
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si	x	No
		Sirve como ejemplo para términos que puedan ser confusos al lector		

E. DISEÑO

Cromática	Colores de acuerdo a la marca de la revista
------------------	---

F. EXPERIENCIA DE USUARIO

Valoraciones: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente						
Indicadores	Valoraciones					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Es sencillo (intuito, de fácil uso)				x		
Es accesible (fácil de ingresar)			x			Se demora un poco en pasar de una página a otra
Presenta recursos variados				x		
Sus contenidos sirven en múltiples formatos (responsive)					x	Su diseño en dispositivos móviles mejora bastante
Plantea varios tipo de participación con el usuario				x		
Los recursos son adecuados a los contenidos				x		
La información se visualiza de forma fácil (colores, contrastes, etc.)				x		Se adaptan a la página web y a la marca
El sitio tiene herramientas de soporte para la búsqueda de información				x		
La información está organizada				x		
Comodidad al utilizar el sitio				x		
El contenido que contiene la página está correctamente rotulada					x	

NOTAS Desarrollada por la empresa VIVIR S.A. que brinda servicios de comunicación y asesoría editorial y gráfica. Además, se puede encontrar este tipo de publicación en soportes digitales e impresos.

Nota: Ficha de observación, revista digital Vive. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 31

Ficha de observación N.-8

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo de publicación	Sitio web	
Nombre del sitio	Hogar	
Fecha de publicación	2019	
Público objetivo	Dirigida a la mujer ecuatoriana de 18 a 65 años, especialmente amas de casa.	
URL	https://www.revistahogar.com/index.php	
B. CONTENIDO		
Temas en la publicación	Actualidad, cocina, decoración, moda, belleza, dieta, salud, ejercicios, a fondo, new age, turismo, videos, staff editorial	
Nombre de la publicación para analizar	Desayunar pastel de chocolate te ayudará a bajar de peso	
Sección	Dieta	
Comprensión (Leibilidad)	Mantiene un contenido adecuado para el público objetivo	
Bases científicas	Se nombra la fuente de donde se obtuvo la información, la cual es extraída de una investigación externa (Israel)	
C. ESTRUCTURA		
Tipo de retícula	Retícula de 8 columnas	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS		
Familia tipografía	Sans serif, no se pudo determinar por falta de información.	
Estilos tipográficos	Bold, regular, light	
Elementos tipográficos	Tamaño (píxeles)	Cabecera (pestañas) 13 px, títulos 21 px, subtítulos 12 px, entradilla 13 px, párrafos 12 px, etiquetas 10 px.
	Tipo de alineación	Justificado
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Interlineado	1,8 mm
	Longitud de la línea	9 - 15 palabras
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y subtítulos
	Uso de minúsculas	Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.

	Otros			
Imágenes	Fotografía	Si	X	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si		No x

E. DISEÑO

Cromática Colores de acuerdo a la marca de la revista

F. EXPERIENCIA DE USUARIO

Valoraciones: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente

Indicadores	Valoraciones					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Es sencillo (intuito, de fácil uso)				x		
Es accesible (fácil de ingresar)				x		
Presenta recursos variados		x				Falta de recursos
Sus contenidos sirven en múltiples formatos (responsive)	x					No se adapta a ningún otro dispositivo
Plantea varios tipo de participación con el usuario		x				Únicamente a través de redes sociales
Los recursos son adecuados a los contenidos		x				Escases de recursos al presentar un artículo
La información se visualiza de forma fácil (colores, contrastes, etc.)			x			Se adaptan a la página web y a la marca
El sitio tiene herramientas de soporte para la búsqueda de información			x			Utiliza la búsqueda que ofrece el buscador google
La información está organizada				x		
Comodidad al utilizar el sitio			x			
El contenido que contiene la página está correctamente rotulada				x		

NOTAS Es un sitio web en donde se muestra lo que se publicó en la versión impresa.

Nota: Ficha de observación, sitio web de la revista Hogar. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 32

Ficha de observación N.-9

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo de publicación	Sitio web	
Nombre del sitio	Vistazo	
Fecha de publicación	2019	
Público objetivo	Hombres y mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio.	
URL	https://www.vistazo.com/	
B. CONTENIDO		
Temas en la publicación	<i>País:</i> actualidad, política; <i>Mundo:</i> actualidad, política <i>Opinión;</i> <i>Vida moderna:</i> salud, ambiente; <i>Ciencia y tecnología;</i> <i>Tendencias:</i> virales, turismo; <i>Entretenimiento</i>	
Nombre de la publicación para analizar	Poca ingesta de frutas afecta sistema cardiovascular	
Sección	Vida moderna - salud	
Comprensión (Leibilidad)	Mantienen un lenguaje formal en los temas que tengan temáticas políticas, negocios, etc.; mientras en temas de entretenimiento, entrevistas, etc., manejan un lenguaje un tanto informal pero que no legitima la publicación.	
Bases científicas	Se nombra la fuente de donde se obtuvo la información, la cual es extraída de una investigación externa (EEUU)	
C. ESTRUCTURA		
Tipo de retícula	Retícula de 8 columnas	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS		
Familia tipografía	Sin serifa: Droid Sans, Arial, Source Sans Pro, Lucida Sans Unicode	
Estilos tipográficos	Bold, regular, light	
Elementos tipográficos	Tamaño (píxeles)	Cabecera (pestañas) 17 px, títulos 31 px, subtítulos 16 px, párrafos 15 px, etiquetas 13 px, contactos 15px.
	Tipo de alineación	Justificado
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Interlineado	2 mm
	Longitud de la línea	17 - 24 palabras
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración,

			siglas, letra capital, títulos y subtítulos	
	Uso de minúsculas		Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.	
	Otros			
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si		No x

E. DISEÑO

Cromática Colores de acuerdo a la marca de la revista

F. EXPERIENCIA DE USUARIO

Valoraciones: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente

Indicadores	Valoraciones					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Es sencillo (intuito, de fácil uso)				x		
Es accesible (fácil de ingresar)				x		
Presenta recursos variados			x			Falta de recursos
Sus contenidos sirven en múltiples formatos (responsive)				x		
Plantea varios tipo de participación con el usuario			x			Únicamente a través de redes sociales
Los recursos son adecuados a los contenidos			x			Falta de recursos
La información se visualiza de forma fácil (colores, contrastes, etc.)				x		Se adaptan a la página web y a la marca
El sitio tiene herramientas de soporte para la búsqueda de información				x		
La información está organizada				x		
Comodidad al utilizar el sitio				x		
El contenido que contiene la página está correctamente rotulada				x		

NOTAS Es un sitio web en donde se muestra temas adicionales, así como lo que se publican en la versión impresa

Nota: Ficha de observación, sitio web de la revista vistazo. Elaborado por Johnny Túqueres.

Tabla 33

Ficha de observación N.-10

A. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo de publicación	Sitio web	
Nombre del sitio	El Heraldo	
Fecha de publicación	2019	
Público objetivo	Hombres y mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio y bajo.	
URL	https://www.elheraldo.com.ec/	
B. CONTENIDO		
Temas en la publicación	Inicio, ciudad, cantones, deportes, seguridad, nacionales, opinión (editorial, columnistas, caricatura), partes mortuorios, interculturalidad, suplementos (barrios, viviendas, empresas, emprendedor)	
Nombre de la publicación para analizar	Los peores errores para el metabolismo	
Sección	Suplementos	
Comprensión (Leibilidad)	El periódico al hablar sobre artículos que informan sobre un tema social, científico o técnico utiliza fuentes confiables de información, mientras en entrevistas se basan en el conocimiento de las personas entrevistadas.	
Bases científicas	No se nombra la fuente de donde se obtuvo la información.	
C. ESTRUCTURA		
Tipo de retícula	Retícula de 12 columnas	
D. ELEMENTOS GRÁFICOS		
Familia tipografía	Con serifa: Droid Serif, Sin serifa: PT Sans	
Estilos tipográficos	Bold, regular, light	
Elementos tipográficos	Tamaño (píxeles)	Cabecera (pestañas) 14 px, títulos 26 px, subtítulos 15 px, párrafos 14 px, etiquetas 14 px, contactos 14 px.
	Tipo de alineación	Alineación izquierda
	Espaciado entre letras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Espaciado entre palabras	Dependiendo de la tipografía y el alineado
	Interlineado	2 mm
	Longitud de la línea	14 - 21 palabras
	Uso de mayúsculas	Primera letra de la oración, siglas, letra capital, títulos y

				subtítulos
	Uso de minúsculas			Letras después de las mayúsculas en títulos, subtítulos, párrafos, etc.
	Otros			
Imágenes	Fotografía	Si	x	No
		Muestra la realidad tal como es o mediante una representación, el estilo depende de la publicación.		
	Ilustración	Si		No x

E. DISEÑO

Cromática Colores de acuerdo a la marca de la revista

F. EXPERIENCIA DE USUARIO

Valoraciones: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente

Indicadores	Valoraciones					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Es sencillo (intuito, de fácil uso)			x			Difícil de encontrar temas de alimentación y nutrición
Es accesible (fácil de ingresar)				x		
Presenta recursos variados			x			Falta de recursos
Sus contenidos sirven en múltiples formatos (responsive)						Imágenes que no se adaptan de una manera adecuada.
Plantea varios tipo de participación con el usuario			x			Únicamente a través de redes sociales
Los recursos son adecuados a los contenidos			x			Falta de recursos
La información se visualiza de forma fácil (colores, contrastes, etc.)			x			Se adaptan solamente a la marca
El sitio tiene herramientas de soporte para la búsqueda de información				x		
La información está organizada				x		
Comodidad al utilizar el sitio				x		
El contenido que contiene la página está correctamente rotulada				x		

NOTAS Es un sitio web en donde se muestra temas adicionales, así como lo que se publican en la versión impresa

Nota: Ficha de observación, sitio web del periódico El Heraldó. Elaborado por Johnny Túqueres.

Análisis e interpretación

Contenido y estructura

De acuerdo a la observación y al análisis realizado se puede definir que el contenido se adapta al público objetivo a quien se dirige cada publicación digital o en ciertos casos los sitios web que sirven como herramienta para la difusión de las publicaciones impresas; en lo que tiene que ver con temas relacionados con hábitos alimenticios, alimentación o nutrición se pudo observar que en los soportes digitales se puede encontrar muchas más variedad de estos temas que en las impresas. Cabe mencionar, que los artículos de las revistas digital VidActiva y Vive verificaban la veracidad de la información, nombrando al especialista en nutrición que lo investigó y redactó, lo cual otras publicaciones no realizaban.

En el tema de leibilidad (comprensión de lo leído), las publicaciones mantienen un lenguaje formal en los temas que tuvieron tintes políticos, negocios, religión, etc.; mientras en temas de entretenimiento, entrevistas, etc., manejan un lenguaje un tanto informal pero que no legitima la publicación; inclusive en la sección “jóvenes” de la revista Vive se mantiene un tono un tanto formal.

Para el análisis de la estructura de la página, se parte de la retícula, la cual se pudo apreciar el empleo de 12 columnas en la mayoría de sitios web, y siendo utilizada una sola columna para la disposición del párrafo del artículo. Para determinar el número de palabras en la columna se debe considerar la recomendación de longitud de línea que menciona de 60 a 70 palabras lo ideal, lo cual todas las publicaciones cumplen; en lo que concierne a espaciado de letras y palabras está se determina por la tipografía y la alineación utilizada, siendo en la mayoría de casos revisados, la alineación izquierda y justificado. Finalmente se observa un interlineado de 2 mm en todos las publicaciones (se recomienda el 20% de acuerdo al tamaño de la tipografía).

Diseño y elementos gráficos

Como se mencionó anteriormente, las publicaciones se deben adaptar al público objetivo, ya que el contenido, el estilo, la cromática y la tipográfica se basan en esto; del mismo modo se puede definir el estilo de acuerdo a la marca de la publicación o a la temática que se está abordando. En lo que concierne a tipografía, la familia más utilizada fue la que derivaba de la sans serif, los estilos de la tipografía fueron escasos pero generaban la jerarquía adecuada, asimismo el tamaño de las letras varía en todas las publicaciones pero se puede apreciar un manejo correcto de las mismas. El uso de mayúsculas y minúsculas se atiende a las recomendaciones de legibilidad e incluso se utiliza para llamar la atención de algún título o subtítulo de importancia.

Finalmente, el elemento gráfico utilizado en la gran mayoría de publicaciones es la fotografía, en donde se intenta representar la realidad de los acontecimientos o generar cierta familiaridad con el acontecimiento presentado, la ilustración es escasamente usada para mostrar datos relevantes al lector. En lo que respecta a cromática, el manejo que se le da es de acuerdo a la marca que tenga la publicación o de acuerdo a la temática del artículo que se esté dando a conocer, como ya hemos mencionado antes.

Experiencia de usuario

La evaluación heurística (EH), fue implementada para analizar el funcionamiento de las páginas web y revistas digitales. Este método no utiliza usuarios para determinar la usabilidad de los sitios, en cambio utiliza el conocimiento de expertos o teorías establecidas (Carraro y Duarte, 2015). Por lo tanto, en términos generales se puede señalar que la mayoría de sitios cumplen de una manera aceptable con los parámetros establecidos en la ficha de observación, pero que deben mejorar en ciertos aspectos como el estilo que manejan, los pocos recursos audiovisuales que muestran en cada artículo, la falta de contacto e interactividad con el uso lo que provoca que no llame la atención adecuada, se debe comprender a la experiencia del usuario como una herramienta que ayude a desarrollar un propuesta que contenga las necesidades de las personas.

3.2 Verificación de hipótesis.

Las hipótesis que se plantean en el proyecto son, “El diseño editorial no aportará al momento de informar sobre hábitos alimenticios no saludables en adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato” considerada como nula y “El diseño editorial aportará al momento de informar sobre hábitos alimenticios no saludables en adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato” considerada como alternativa.

Para comprobar una de las hipótesis, la investigación se ha apoyado en el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC), el cual es un modelo que permite corroborar y validar resultados a través de un cruce de datos cuantitativos y cualitativos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Por lo tanto, el procedimiento a seguir es comparar los datos cuantitativos de las encuestas realizadas a adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato acerca de hábitos alimenticios, diseño editorial y soportes comunicacionales; con los resultados de la entrevista dirigida a especialistas en temas de diseño editorial digital y nutrición; la observación aplicada a publicaciones editoriales impresas y digitales que entre su contenido hablen sobre hábitos alimenticios o nutrición; y finalmente con el criterio técnico sobre hábitos alimenticios y diseño editorial encontrada en diferentes fuentes bibliográficas que fueron revisadas anteriormente en la investigación. Por consiguiente, se ha desarrollado la siguiente tabla para comparar las categorías que se establecieron por el método anteriormente nombrado.

Tabla 34

Triangulación concurrente

Categorías	Encuestas a adolescentes (método cuantitativo)	Entrevistas (método cuantitativo)	Observación (método cualitativo)	Criterio técnico del diseño
Hábitos alimenticios no saludables	<p>Los hábitos alimenticios que se encontraron en adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, fueron:</p> <p>Un 40% de encuestados dedican 10 minutos aproximadamente a cada una de las comidas a lo largo del día, aunque el 76% de individuos consideran tener una buena masticación.</p> <p>El 60% de individuos durante la semana, han comido de 1 a 2 veces fuera de su casa.</p> <p>El 50% de encuestados acuden de 1 a 2 veces a lugares de “comida rápida”, cabe mencionar que el 20% de encuestados acuden de 3 a</p>	<p>Los especialistas en nutrición y alimentación en la entrevista supieron manifestaron sobre los hábitos alimenticios, que:</p> <p>El consumo excesivo de comida chatarra, alimentos ultra procesados (comida rápida), alcohol, tabaco y últimamente se ha puesto de moda el consumo de bebidas energizantes; todos estos hábitos definitivamente deterioran la salud del adolescente y que no solo se encuentran en este grupo etario sino en la población en general.</p> <p>Cabe destacar, que así como es necesario evitar los incorrectos patrones de alimentación, es imprescindible consumir diariamente nutrientes conocidos como críticos o esenciales por medio de las comidas del día, ya que esto</p>	<p>En la observación de publicaciones impresas y digitales se pudo apreciar:</p> <p>En publicaciones impresas como la revista Hogar, el tema “Ayuno, mitos y verdades”, se relacionan con los hábitos al alimentarse; así mismo el periódico El Comercio pública en ciertos periodos de tiempo suplementos que mencionan temas relacionados a alimentación y nutrición.</p> <p>En publicaciones digitales tanto revistas digitales (VidActiva y Vive) como en sitios web de revistas y periódicos (Vistazo, Hogar y El Herald), se pudo encontrar una mayor variedad de artículos que hablan sobre estos temas.</p>	<p>Entre los hábitos no saludables característicos en los adolescentes los más principales son: “saltarse” las diferentes comidas del día especialmente el desayuno, comer fuera de la casa especialmente en restaurantes de comida rápida, consumir en exceso bocadillos o snacks como por ejemplo dulces o refrescos y realizar dietas que restringen ciertos alimentos con nutrientes esenciales para el organismo con el fin de perder peso (Gil, 2010).</p> <p>Asimismo, existen hábitos que se deben contemplar y que no son característicos del adolescente pero que se encuentran en la población en general. Debido al ritmo de vida tan acelerado es</p>

4 veces.

El 71% de adolescentes respondieron que “a veces” consumen alimentos “chatarra“, conocidos también como productos ultra procesados, mientras que el 25% los consume “casi siempre”.

Los individuos señalaron que las bebidas que consumen con mayor frecuencia a parte del agua, son las gaseosas con un 42%.

El 60% de adolescentes han intentado controlar su alimentación durante el último año, siendo el principal motivo la salud con un 52% seguido por motivos combinados de salud y estética con un 40%.

contribuye a que el individuo tenga un estado nutricional óptimo, el cual aportará en su crecimiento y desarrollo.

Se ha evidenciado entre las comunes, el no desayunar o el no tener un desayuno correctamente equilibrado, el comer en el colegio a media mañana un snack, un dulce y en general comida chatarra que no aportan ningún beneficio nutricional al organismo, el almorzar en horas tardías como son las 2 o 3 y el cual no debe ser constituido por alimentos de establecimientos de comida rápida, el consumo de alimentos ultra procesados en donde destaca las gaseosas, el no comer en horarios definidos, en cierta manera rechazar alimentos tradicionales preparados en casa, el poco consumo de frutas y verduras que muchas veces depende de la disponibilidad y el acceso limitado a estos alimentos; y especialmente en el género femenino se ha observado que

muy difícil manejar un horario fijo para comer por lo que muchas veces se come en deshoras; igualmente se debe considerar que una comida debe durar por lo menos 20 minutos debido a que la masticación debe ser moderada, ya que esta afecta al momento de la deglución y digestión de los alimentos, sin embargo, el tiempo que le dedicamos a la acción de alimentarnos es limitada provocando un desequilibrio en nuestro organismo (Humanes de Madrid, 2010).

evitan comer para mejorar su estética corporal.

Consecuencias

El 90% de los encuestados, considera que es necesario cambiar los hábitos alimenticios, que afectan a la salud de las personas.

Las consecuencias a nivel de salud son la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles. La obesidad es una enfermedad en la cual hay una inflamación generalizada en el cuerpo debido al exceso de grasa que se deposita a nivel de vísceras, esta acumulación es el precursor de padecimientos crónicos como la diabetes, la hipertensión, 7 diferentes tipos de cáncer que se han relacionado con la obesidad, etc.

A nivel social, el estigma del sobrepeso y la obesidad llevan a los adolescentes, al no querer asistir a clases debido a las burlas y al maltrato (bullying) que estos sufren por parte de sus semejantes, el problema es tal que causan ansiedad, depresión y daños emocionales que son difíciles de tratar. El asunto es evitar que suceda esto mediante un manejo multidisciplinario no solo a

El estilo de los mensajes que se utilizan en la mayoría de publicaciones impresas no indica las consecuencias de realizar prácticas alimenticias no saludables, en cambio muestran un mensaje positivo en donde quieren mostrar un estilo de vida saludable que puede ser llevado por cualquier persona que lea este tipo de artículos.

El consumo excesivo de ciertos nutrientes en la alimentación producto de una dieta inadecuada por un tiempo prolongado produce ciertos desordenes en el estado nutricional de las personas (Velásquez, 2006).

El informe realizado por la FAO y la OPS (2017), indica que el comportamiento de las personas frente a la alimentación, es uno de los principales factores de riesgo en la aparición del sobrepeso y la obesidad. Asimismo, este aumento corporal excesivo por grasas promueve el desarrollo de enfermedades no transmisibles como la diabetes mellitus, ciertos tipos de cáncer y las enfermedades cardiovasculares, principales causas de

		nivel alimenticio sino a nivel de la sociedad.		muerte en el mundo.
Informar	El 93% de los encuestados consideran que es necesario conocer sobre hábitos alimenticios.	<p>Según los especialistas en nutrición:</p> <p>Es determinante informar a los adolescentes que tener hábitos alimenticios no saludables conlleva consecuencias en su salud a corto y largo plazo.</p> <p>Es necesario que los adolescentes y la población en general tengan una cultura alimentaria saludable de las cuales son parte fundamental los hábitos alimenticios, no obstante para que exista esto es necesario disponer de una educación nutricional adecuada</p> <p>De acuerdo al diseñador:</p> <p>El diseño editorial puede ayudar a informar sobre hábitos alimenticios a adolescentes, debido a que la maquetación y el diseño de las publicaciones ayudan a llamar la atención de las personas a</p>	<p>El informar sobre nutrición o alimentación, parece no ser de prioridad en las publicaciones impresas y digitales.</p> <p>En el caso de las publicaciones impresas analizadas el 1 de julio, solo la revista Hogar contaba con un artículo de Alimentación, en la sección cocina, y no en una específica para esto.</p> <p>La revista digital VidActiva y el periódico El Herald, en la cabecera no había una sección que llevara a artículos de esta temática, simplemente se encontraban en la página de inicio como artículos esporádicos.</p> <p>En las demás publicaciones digitales, no existía una sección única para esto, siendo adjuntas a otras, por</p>	<p>“Estas etapas, la infancia y la adolescencia son fundamentales para la interiorización y adquisición de unos hábitos alimenticios saludables, por ello es necesario cuidar sobremanera el tipo y la forma de suministrar una información nutricional clara, sencilla y útil” (p. 29).</p> <p>El objetivo del diseño editorial es presentar la información de una manera eficiente, de tal manera que las ideas o el mensaje que se intentar dar a conocer lleguen de manera correcta a su destino... (Zanón, 2008).</p>

	<p>quien va dirigido; y después, lograr transmitir el contenido que tenga dicho producto.</p>	<p>ejemplo, Hogar la sección era dietas, en Vive era estilo de vida y en Vistazo era salud.</p>
<p>Público objetivo</p>	<p>De acuerdo al especialista en nutrición:</p> <p>Los adolescentes son una población que puede ser fácilmente manipulada y que se basa en modas para establecer su estilo de vida, el adoptar un hábito o el consumir un tipo de alimento dependerá de que tan eficiente sea el mensaje publicitario.</p> <p>De acuerdo al diseñador:</p> <p>Se debe considerar que al hablar de los adolescentes, este es un público que fácilmente puede ser influenciado por modas o estilos de vida vistas en personas famosas o en “influencers” que durante este tiempo han generado un gran impacto en las nuevas generaciones.</p>	<p>Las publicación tanto impresas como digitales se adaptan al público a quien va dirigido, para realizar su contenido, el estilo de la publicación, la cromática, las familias tipográficas y los elementos gráficos, que se utilizan.</p> <p>Del mismo modo se puede definir el estilo de la publicación de acuerdo a la marca de la publicación o a la temática que se está abordando.</p> <p>El público objetivo que manejan las publicaciones impresas analizadas, y que fueron las que se encontradas en los puestos de venta del centro de la ciudad de Ambato, no tienen como target a los adolescentes. En su mayoría son hombres y</p>

“A la hora de desarrollar una publicación, el hecho de conocer el mercado objetivo o el mercado meta nos obliga hacerlo con unas características propias que consigan comunicar lo que queremos” (Zanón, 2008, p.9).

En lo que respecta a la nutrición, las necesidades del organismo empiezan a diferenciarse por el sexo y por el individuo, a partir de los 12 años en la en la mujer y en los 14 años en el hombre, debido a que existe un periodo de maduración tanto física como mental (Marín, 1998).

		mujeres de 18 a 65 años, de nivel socioeconómico medio.	
<p>Publicaciones y soportes digitales</p>	<p>De acuerdo al diseñador:</p> <p>Un blog o una página web serían una buena opción, ya que pueden presentar diferentes recursos audiovisuales que promuevan una mejor captación y entendimiento de la información. Otro tipo de publicaciones digitales que se podría considerar sería los anuncios tipo CANVAS que se pueden desarrollar en facebook, los cuales son pequeños blogs que permiten colocar fotografías, videos, textos y enlaces a otros sitios en la web o una revista subida al ISSUU.</p> <p>El trabajo se debería direccionar a un diseño interactivo que promueva el uso por parte del usuario a los diferentes recursos audiovisuales que podría tener una publicación ya sea una</p>	<p>Las revistas digitales adaptadas a la web cuentan con una versión impresa.</p> <p>Los sitios web sirven como herramienta para colocar los artículos que fueron desarrollados para las publicaciones impresas, teniendo un tratamiento específico para esto.</p> <p>Las revistas digitales VidActiva y Vive, verificaban la veracidad de la información de un artículo, nombrando al especialista en nutrición que lo investigó y redactó.</p>	<p>Publicaciones que no contaron con un proceso exclusivo para ser llevado al internet, sino que fueron transformadas desde un soporte impreso a uno digital (Yunquera, 2016).</p> <p>Y, como publicaciones que tuvo un proceso de maquetación especialmente dirigido hacia un sitio en la web (Voutssás, 2006).</p>

revista digital, una página web o un post.

Hábitos de lectura y el diseño editorial

El 52% de los adolescentes, le dedican de 30 a 40 minutos aproximadamente a leer cualquier tipo de lectura durante la semana.

Los motivos por el cual frecuentemente leen es el entretenimiento con un 31% y el estudio / trabajo escolar con un 30%.

De acuerdo a mi experiencia, al diseñar se debe comprender que existen dos tipos de públicos, los que leen un artículo completo y los que leen poco o casi no leen. Y, en base a esto se debe desarrollar dos tipos de publicaciones que se ajusten a las preferencias de las personas.

En cuanto, a los jóvenes que no tienen el gusto por los libros y revistas, y por lo tanto difícilmente leerán sobre buenas practicas alimentarias, sería conveniente el desarrollo de un post o una página web que mezcle texto y recursos audiovisuales, y que no se alejara del ámbito editorial.

Al momento de hablar de publicaciones digitales, la legibilidad se torna en un tema que generará en el lector una sensación de aceptación o rechazo, ya que un texto que se torne difícil de conllevar

Para la lectura se debe considerar la legibilidad, es decir, tipografía y a los elementos que lo componen.

En publicaciones impresas:

El número de palabras en cada columna se cumple en revistas mientras que en periódicos no, donde se recomienda 10 palabras.

En lo que concierne a espaciado de letras y palabras, esta se determina por la tipografía y la alineación utilizada, siendo en todo los casos revisados el justificado.

Finalmente, se observa un interlineado de 2 mm en todos las publicaciones (se recomienda el 20% de acuerdo al tamaño de la tipografía).

Actualmente, muchas personas piensas que el diseño editorial basado en el papel ha perdido terreno frente a lo digital, debido a que los hábitos de leer han disminuido en las personas, sin embargo, las personas han mantenido sus viejos hábitos de lectura, así como las preferencias a conocer sobre alguna temática mediante su tipo de publicación de agrado. Lo que en verdad ha cambiado son las expectativas y las experiencias que tienen los individuos frente a nuevos dispositivos (iPads, tablets, computadoras, etc.), ya que estas se han adaptado a las necesidades de los lectores (Apfelbaum y Cezzar, 2014).

La leibilidad es un término que utiliza para definir a la facilidad de comprender un

resultará en el abandono del mismo.

Por consiguiente, para que esto se debe seleccionar la tipografía correcta, y en donde el tamaño de la misma, no solamente generé buena visibilidad sino que mantenga una jerarquización en el artículo y que llame la atención.

En publicaciones digitales:

El espaciado de letras y palabras, se mantiene igual que en las publicaciones impresas, así como el interlineado.

El número de palabras en la columna se debe considerar la longitud de línea que menciona de 60 a 70 palabras lo ideal, lo cual todas las publicaciones cumplen.

En la mayoría de casos revisados, la alineación a la izquierda y justificado, predominaba.

Asimismo, para una lectura es necesario considerar a la legibilidad, que es la comprensión adecuada de la lectura. En el caso de las publicaciones impresas y digitales, mantienen un lenguaje que no dificulta la comprensión de temas sobre alimentación y nutrición, este se puede diferenciar al relacionar con

texto. La comprensión de una publicación por parte de los lectores depende del nivel de educación que desarrolla su intelecto, el interés por parte de la persona, su motivación y el modo en que está escrito (Frascara, 2011).

La legibilidad de símbolos, letras, frases, en general todo lo que tiene que ver con el texto, ya que esto facilita en gran manera la lectura y por consiguiente una mejor comprensión del contenido por parte de los lectores (Frascara, 2010).

			temas con tintes políticos, de negocios, economía, etc.; donde el lenguaje es un tanto complejo
Medios digitales	Los medios digitales más utilizados por los adolescentes durante la última semana fueron facebook con un 55%, seguido por instagram con un 14% y las páginas web con un 12%.	En la actualidad según mi criterio, los adolescentes no tienen la suficiente motivación para querer saber sobre este tema; en este sentido las publicaciones en medios digitales pueden promocionar un libro, revista o lo que se tenga pensado desarrollar.	En los sitios web entre los elementos analizados sobre experiencia de usuario, se buscó recursos que permitieran un tipo de participación con el usuario, lo cual la mayoría de página utilizó las redes sociales.
			“Los medios digitales son los que usan el internet, más específicamente la Web, como soporte para la transmisión de noticias” (Coronel, 2015, p.64). En el informe Digital Life 2006, señala que los medios digitales son los más utilizados por la población mundial, dejando relegados a los medios tradicionales.

Nota: Triangulación concurrente para la verificación de la hipótesis mediante las bases teóricas y las técnicas e instrumentos de recolección de datos propuestos en la investigación.

De acuerdo a la investigación se pudo comprobar que los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, están conscientes de que es importante informarse sobre los hábitos alimenticios no saludables, asimismo los expertos en nutrición concuerdan y consideran que es necesario que las personas se informen sobre las conductas alimentarias inadecuadas ya que estas conllevan a consecuencias en su salud a corto y largo plazo, por lo tanto el diseño editorial al tener como objetivo informar de forma eficiente a las personas mediante la maquetación y composición de publicaciones impresas y digitales, logra ser una herramienta que puede servir para este cometido. El término informar se relaciona con información lo cual hace referencia a algo novedoso, el mensaje que no se conoce es considerado información mientras que el que ya es conocido se le puede definir como confirmación del mensaje o redundancia, el desconocimiento que tienen los adolescentes sobre hábitos alimenticios hace que este proceso en teoría funcione.

Sin embargo, se debe considerar el tiempo de lectura que le dedican la mayoría de adolescentes durante la semana, ya que es solamente es de 30 a 40 minutos; esto impide que el campo editorial encargado de maquetar libros o revistas de un gran número de hojas sea lo menos eficiente al momento de informar a este grupo etario, así como se ha observado que publicaciones impresas comercializadas en Ambato no publican suficiente información sobre nutrición o alimentación.

Para evitar esto, se debe considerar al diseño editorial que trabaja con medios digitales a través de sitios web, blogs o publicaciones en redes sociales, como nos menciona los especialistas en diseño editorial; el uso de medios digitales puede aportar al momento de informar sobre hábitos alimenticios, ya que son los más utilizados por los adolescentes hoy en día. Considerando además, que este tipo de publicaciones, pueden contar con un vasto contenido de alimentación y nutrición, pero que a la par del contenido, se debe tener recursos audiovisuales que se adapten a las preferencias de este grupo y que llamen la atención para que esta vuelva a ser visitada.

En base a todo lo anteriormente mencionado, para definir cuál de las dos hipótesis es la correcta, se debe diseñar una publicación digital dirigida especialmente a

los adolescentes, y que tendrá todos los parámetros de diseño que se establecieron en la investigación; y que mediante pruebas se considerará si es efectivo o no al informar sobre hábitos alimenticios. Mediante la triangulación realizada se pudo determinar los hábitos alimenticios no saludables que poseen este grupo etario y que deben ser prioridad al momento de establecer el contenido que deberá tener la publicación digital, y que nos podrá referir de mejor manera si en verdad funciona o no este tipo de publicaciones, ya que son conductas que se muestran con mayor regularidad y aumento.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El aporte que tiene el diseño editorial en los hábitos alimenticios de adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, es la de informar o servir como fuente de información sobre las practicas alimentarias no saludables que afectan su desarrollo y su salud de una manera más eficiente. Todo esto evita la desinformación, uno de los principales motivos para que no exista una alimentación y nutrición equilibrada.

Los hábitos alimenticios no saludables encontrados en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato, que afectan a su desarrollo y su salud, son: el poco tiempo que se le dedica a las comidas para su correcta masticación y deglución, el acudir varias veces a la semana a lugares de comida rápida, el consumo regular de comida chatarra y de bebidas gaseosas. Además, se debe considerar que un gran número de adolescentes intentó controlar su alimentación por motivos de salud o estética, lo cual pudo haber sido por medio de un profesional o no.

Los medios digitales son los más utilizados por los adolescentes actualmente para buscar algún tema de su interés, por lo que se determinó que las publicaciones que se elaboraren para informar a los adolescentes sobre los hábitos alimenticios, sea de carácter digital. Así como la mayoría de estrategias que se proponga para difundir estos productos, ya que la mayoría de individuos de este grupo etario utilizan redes sociales, en donde predomina facebook; y dispositivos electrónicos, siendo el celular el de mayor uso.

Para realizar un producto de carácter editorial dirigido hacia adolescentes de 12 a 16 años se debe considerar sus hábitos de lectura, siendo el tiempo que le dedican a la lectura, de 30 a 40 minutos a la semana aproximadamente, y que los principales motivos para leer son el entretenimiento y los trabajos escolares. Todo esto con el fin de

determinar el contenido y los recursos que se debe emplear para informar de una mejor manera.

4.2 Recomendaciones

Los hábitos alimenticios no saludables que tienen los adolescentes depende en gran medida de la familia y especialmente de la madre, por lo que se recomienda a todos los miembros de la familia encabezados por los padres tener un mayor cuidado acerca de los alimentos que se consumen en el hogar y de los hábitos no saludables que se presentan, ya que pueden llevar a consecuencias en la salud a corto y largo plazo.

El tener hábitos alimenticios saludables se relaciona con tener una buena educación alimentaria no solo en el hogar sino en las instituciones de educación, debido a que este es el lugar en donde los adolescentes pasan la mayor cantidad de su tiempo, por lo que se recomienda a las instituciones informar sobre este tema, y no únicamente mediante un producto editoriales sino a través de otras herramientas gráficas.

Si bien la elaboración de una publicación editorial digital aporta al momento de informar sobre hábitos alimenticios en adolescentes, se recomienda generar estrategias de difusión para que este tipo de publicaciones tengan un mayor alcance y una mejor recepción por parte de los individuos de este grupo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alberich, J., Gómez, D., & Ferrer, A. (2017). *Percepción visual*. Barcelona: Oberta UOC Publishing,.
- Alfaro, N., & Flores, B. (2007). *Unidad didáctica: nutrición en el ciclo de vida* (Segunda ed.). Ciudad de Guatemala: INCAP / OPS.
- Almazán, L. (2015). *UF1904 - Definición y diseño de productos editoriales*. Elearning.
- Álvarez, J. (7 de Junio de 2010). *Grupos de alimentos*. Obtenido de Fundación para la diabetes: <https://www.fundaciondiabetes.org/infantil/200/grupos-de-alimentos>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Layout*. Barcelona: Parramón Ediciones.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2009). *Fundamentos de la tipografía*. Barcelona: Parramón.
- Anderson, L., Dibble, M., Mitchell, H., & Rynbergen, H. (1977). *Nutrición humana. Principios y aplicaciones*. Barcelona: Ediciones bellaterra.
- Arias, C. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. Santiago de Chile: Editorial LFNT.
- Aubele, C. (2015). *¡Color! Potencia tu imagen y estilo de vida con los poderes del color*. Argentina: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Barthes, R. (1982). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Bhaskaran, L. (2008). *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona: Index Book.
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Branda, M., & Ana, C. (2014). *Enseñanza, comunicación visual. reflexión y práctica de la enseñanza*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad de la Plata.
- Buen, J. (2005). *Manual de diseño editorial*. México D.F.: Editorial Santillana.
- Cabazuelo, G., & Frontera, P. (2007). *Enseñame a comer. Hábitos, pautas y recetas para evitar la obesidad infantil*. Madrid: EDAF .
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial. Periódicos y revistas/Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili .

- Cambizaca, G., Castañeda, I., & Sanabria, G. (2015). Sobrepeso, obesidad y diabetes mellitus 2 en adolescentes de América Latina en 2000-2010. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252015000200011
- Cantesano, S. (2011). *Photoshop: proyectos y secretos*. Buenos Aires: Fox andina.
- Carraro, J., & Yanina, D. (2015). *Diseño de la experiencia de usuario (UX)*. Buenos Aires: Autores de Argentina. Obtenido de Diseño de la experiencia (UX).
- Casteñada, O., Rocha, J., & Ramos, M. (10 de Enero-Marzo de 2008). *Evaluación de los hábitos alimenticios y estado nutricional en adolescentes de Sonora, México*. Obtenido de Medicina familiar: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50713090003>
- Cheng, K. (2006). *Diseñar tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili .
- Comisión de auditoría de frecuencias de radio y televisión . (2009). *Informe definitivo de la Comisión de auditoría de frecuencias de radio y televisión* . Quito: Asamblea Constituyente de la República del Ecuador.
- Coronel, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador . *Revista Pauta General*, 51-71.
- Costa, J. (1998). *La esquemática: visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- Dabner, D., Stewart, S., & Zempel, E. (2015). *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas*. Barcelona: Hermann Blume.
- Dalley, T. (1981). *Ilustración y diseño. Técnicas y materiales*. Madrid : Hermann Blume.
- Equipo Vértice. (2010). *Nutrición y dietética*. Málaga: Vértice.
- Esquivel, R., Martínez, S., & Martínez, J. (2014). *Nutrición y salud* (Tercera ed.). México: El Manual Moderno.
- FAO. (2006). *Guía de nutrición de la familia*. Roma: FAO.
- FAO, & OPS. (19 de Enero de 2017). *FAO/OPS: sobrepeso afecta a casi la mitad de la población de todos los países de América Latina y el Caribe salvo por Haití*. Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/463396/>

- FAO, & OPS. (2017). *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2010). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de la información?* (Primera ed.). Buenos Aires: Infinito.
- Freire, W., Ramirez-Luzuriaga, M., Belmont, P., Mendieta, M., Silva-Jaramillo, M., Romero, N., . . . Monge, R. (2014). *Tomo I: Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de la población ecuatoriana de cero a 59 años. ENSANUT-ECU 2012*. Quito, Ecuador: Ministerio de Salud / Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Fundación EROSKI. (4 de Diciembre de 2006). *EROSKI Consumer*. Obtenido de Los medios de comunicación digitales son ya los más utilizados entre la población mundial: <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/2006/12/04/157872.php>
- Galeano, M. (2004). *Diseños de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo editorial.
- García, M., Gómez, G., Lorea, R., López, M., Ochoa, K., Ornelas, R., . . . Soto, J. (2014). *Manual de diseñ editorial profesional* . Aguascalientes : MTRO Universidad la Concordia Campus Fórum Internacional.
- García, P. (2000). *Fundamentos de nutrición*. San José, Costa Rica: EUNED.
- García, P., & Martínez, J. (2005). *Técnicas de alimentación y nutrición aplicada*. Valencia: Alfaomega.
- Gil, Á. (2010). Madrid: Medica panamericana .
- Gil, Á. (2010). *Tratado de nutrición (Tomo III): Nutrición humana en el estado de salud* (Segunda ed.). Madrid : Medica panamericana.
- Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *Campaña “Tungurahua produce calidad”*. Obtenido de <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/estrategia-agropecuaria-de-tungurahua/730-campana-tungurahua-produce-calidad>

- Gómez, C., Coral, S., López, C., & López, B. (2016). *Manual de alimentación. Planificación alimentaria*. Madrid: Universidad Nacional Educación a Distancia
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Editorial brujas.
- González, L., & Pérez, P. (2001). *Principios básicos sobre el diseño periodístico*. Madrid : Universitas S.A.
- Hassan, Y. (2015). *Experiencia de usuario: principios y métodos*. Obtenido de www.yusef.es: https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- Hernández, M., & Sastre, A. (1999). *Tratado de nutrición*. Madrid: Díaz de santos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Herrera, B. (2015). *UF 2400 - Técnicas de diseño gráfico corporativo*. Elearning.
- Herrera, C., & López, A. (2008). *Introducción al diseño*. Málaga: Vértice.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la investigación científica* (Cuarta ed.). Ambato: Gráficas Corona.
- Hollis, R. (2000). *El diseño gráfico*. Barcelona: Destino.
- Hothersall, D. (1997). *Historia de la psicología*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Humanes de Madrid. (2010). *Manual de alimentación, nutrición y dietética. Formación para el empleo*. Madrid: CEP.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Estadísticas vitales - Registro Estadístico de Nacidos vivos y Defunciones 2016*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/2016/Presentacion_Nacimientos_y_Defunciones_2016.pdf
- Jara, J., Yáñez, P., García, G., & Urquiza, C. (2018). Perfil antropométrico y prevalencia de sobrepeso y obesidad de adolescentes de la zona andina central de Ecuador. *Nutrición clínica y dietética hospitalaria*, 97-104. doi:10.12873/382jjara
- Kane, J. (2012). *Manual de tipografía* (Segunda ed.). Barcelona: Gustavo Gili .

- Katz, D., Friedman, R., & Lucan, S. (2015). *Nutrición medica*. Barcelona: Wolters Kluwer Health.
- La Tribuna. (16 de Septiembre de 2017). *Medios digitales*. Obtenido de La tribuna: <https://www.latribuna.hn/2017/09/16/medios-digitales/>
- Lowenberg, M., Todhunter, E., Wilson, E., Feeney, M., & Savage, J. (1979). *Los alimentos y el hombre*. México D.F.: Limusa .
- Mañas, M. (2013). *Principios generales de la nutrición*. Madrid : Díaz de santos.
- Mariné, A., & Piqueras, M. (2006). Alimentación y publicidad. *Humanitas, Humanidades Médicas*, 11-23.
- Mariño, R. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico. Metodología y técnicas para la implementación de sitios web y para el diseño gráfico*. (Primera ed.). Ideaspropias Editorial .
- Martínez, J., & García, P. (2005). *Nutrición humana*. Valencia : Alfaomega.
- Merchán, M., & Henao, J. (2011). Influencia de la percepción visual en el aprendizaje. *Ciencia y tecnología para la salud visual y ocular*, 93-101.
- Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. Atlacomulco: Pearson educación de México.
- Moreno, B., Monereo, S., & Álvarez, J. (2006). *La obesidad en el tercer milenio* (Tercera ed.). Buenos Aires - Madrid: Medica panamericana.
- Müller, J. (2012). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Munari, B. (1996). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili .
- Nunes dos Santos, C. (2007). *Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo*. Obtenido de Estudios y perspectivas en Turismo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713889006>
- Olveira, G. (2010). *Manual de nutrición clínica y dietética*. Madrid: Díaz de santos.
- OMS. (15 de Septiembre de 2004). *Preguntas frecuentes* . Obtenido de OMS: <https://www.who.int/es/about/who-we-are/frequently-asked-questions>
- OMS. (1 de 12 de 2015). *Desarrollo de la adolescencia*. Obtenido de OMS: https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/

- OPS. (12 de 8 de 2011). *Las enfermedades no transmisibles en la región de las Américas*. Obtenido de OPS: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2011/paho-policy-brief-1-sp-web1.pdf>
- OPS. (19 de Febrero de 2014). *Clasificación de los alimentos y sus implicaciones en la salud*. Obtenido de OPS Ecuador: https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1135:clasificacion-alimentos-sus-implicaciones-salud&Itemid=360
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). *La comunicación con el mercado. Los medios de comunicación y otros factores*. Madrid: EOI Escuela de negocios.
- Pino, J., Díaz, C., & López, M. (2011). Construcción y validación de un cuestionario para medir conductas y hábitos alimentarios en usuarios de la atención primaria de salud. *Rev Chil Nutr*, 38, 41-51.
- Portillo, K., & Velis, C. (2011). *Principios básicos del diseño editorial*. San Salvador: Dprint Print on Demand.
- Quintanilla, R., & Aguilar, M. (2011). *Anatomía descriptiva del diseño editorial* (Primera ed.). San Salvador: 7 Veinti/cuatro.
- Reyes, C. (Octubre de 2018). La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Rivera, J., Barquera, S., González-Cossio, T., Olaiz, G., & Sepúlveda, J. (2004). Nutrition Transition in Mexico and in Other Latin American. *Nutrition Reviews*, S149-S157.
- Rivera, J., Barquera, S., González-Cossio, T., Olaiz, G., & Sepúlveda, J. (2004). Nutrition Transition in Mexico and in Other Latin American. *Nutrition Reviews*, S149-S157. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1753-4887.2004.t.b00086.x>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Salina, P., & Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*. Quito: Editorial Quipus, CIESPAL.

- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula* (Primera ed.). Barcelona: Gustavo Gili .
- Santo, D. (2017). *Diseño gráfico de productos editoriales multimedia*. IC Editorial.
- Steane, J. (2016). *Fundamentos del diseño interactivo* (Primera ed.). Barcelona: Promopress.
- Swann, A. (1990). *Bases del diseño gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Torres, Á. (2016). *Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos*. IC Editorial.
- Vega, L., & Iñarritu, M. (2010). *Fundamentos de nutrición y dietética* . México D.F.: Pearson Educación de México.
- Velásquez, G. (2006). *Fundamentos de alimentación saludable*. Medellín : Universidad de Antioquia.
- Visschers, V., Hess, R., & Siegrist, M. (2009). Health motivation and product design determine consumers visual attention to nutrition information on food products. *Public Health Nutrition*, 1099-1106.
- Voutssás, J. (2006). *Bibliotecas y publicaciones digitales* . México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México .
- Williams, M. (2002). *Nutrición para la salud, la condición física y el deporte*. Barcelona: Paidotribo.
- Wong, W. (1997). *Fundamentos del diseño bi y tri dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Yunquera, J. (2015). Tabletas y smartphones. El diseño editorial obligado a adaptarse a los nuevos soportes informativos digitales. *adComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*(9), 133-155. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.9>.
- Yunquera, J. (2016). *Revistas y diarios en España: historia de una evaluación*. UOC.
- Zanón, D. (2008). *Introducción al diseño editorial*. Madrid: Vision Net.
- Zoila, M. (1998). *Elementos de nutrición humana*. San José: EUNED.

ANEXOS

Propuesta

1. Objetivo

Diseñar una página web basada en parámetros de diseño editorial destinado a informar sobre hábitos alimenticios no saludables a adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

2. Investigación del público objetivo

2.1 Elaboración de USER PERSONAS

Tabla 35

User persona 1



USER PERSONAS de adolescentes de 12 a 16 años.	
PERFIL DEMOGRÁFICO	
	Pablo López, estudiante de la Unidad Educativa Luis A. Martínez de 14 años de la ciudad de Ambato, tiene una personalidad atrevida, aventurera y liberal, en la que pretende ser tratado como adulto. Se considera de estrato social medio. Su frase es “que nos escuchen y nos comprendan”.
TECNOLOGÍA	MOTIVACIÓN
Pablo para buscar algún tema de su interés utiliza mayormente medios digitales, siendo los principales motivos para su uso el entretenimiento, estudios o trabajos escolares. Además, el medio donde se encuentra mayormente es facebook mediante el celular.	Entre las principales motivaciones que tiene Pablo para buscar información son: Entretenimiento, trabajos escolares, socializar con otras personas, su imagen corporal y la “popularidad” ante sus semejantes o el sentirse aceptados.
METAS	VALORA
La principal meta de Pablo al buscar sobre hábitos alimenticios, alimentación o nutrición es que sirva como fuente de información confiable y que tenga un contenido preciso a través de un medio interactivo que llame su atención.	Pablo en publicaciones de carácter digital valora: Lo divertido, es decir, que tenga sentido de humor, recursos audiovisuales como los videos, audios, imágenes, etc., Así como información concisa y confiable.
FRUSTRACIONES	EXPECTATIVAS
Al momento de buscar información Pablo tiene frustraciones al encontrar una página que sea aburrida, que tenga demasiado texto en un artículo, la falta de recursos que permitan comprender el tema y el no encontrar específicamente los temas que buscan.	Pablo tiene como expectativas: Que sirva para socializar con otras personas, que sea confiable al ser una fuente de información, el de satisfacer necesidades específicas y una buena seguridad y estar consciente de la privacidad de las personas al socializar.

Tabla 36

User persona 2

USER PERSONAS de adolescentes de 12 a 16 años.	
PERFIL DEMOGRÁFICO	
	<p>Andrea Ortiz, estudiante de la Unidad Educativa Ambato de 15 años de la ciudad de Ambato, quien ocasionalmente sale a correr los fines de semana. Tiende a pasar de 5 a 6 horas en medios digitales, principalmente para entretenerse o sociabilizar con otras personas, sin embargo, también lo utiliza para buscar información que sea necesaria para un deber del colegio o para temas que siente cierta curiosidad.</p>
TECNOLOGÍA	MOTIVACIÓN
<p>Andrea al buscar algún tema de su interés utiliza mayormente medios digitales, por motivos de entretenimiento, estudios o trabajos escolares. Además, el medio que utiliza con frecuencia es facebook por medio del celular.</p>	<p>Entre las principales motivaciones de Andrea para buscar información son: entretenimiento, deberes del colegio, socializar con otras personas, su imagen corporal y busca la “popularidad” ante sus semejantes o al menos sentirse aceptados.</p>
METAS	VALORA
<p>La principal meta de Andrea al buscar sobre hábitos alimenticios, alimentación o nutrición es que sirva como fuente de información confiable y que tenga un contenido preciso a través de un medio interactivo que llame su atención.</p>	<p>Andrea en publicaciones de carácter digital valora: Lo divertido, es decir, que tenga sentido de humor, recursos audiovisuales como los videos, audios, imágenes, etc., Así como información concisa y confiable.</p>
FRUSTRACIONES	EXPECTATIVAS
<p>Al momento de buscar información Andrea tiene frustraciones al encontrar páginas que sean aburridas o que tenga demasiado texto; la falta de recursos y el no encontrar específicamente los temas que buscan son otros problemas.</p>	<p>Andrea tiene como expectativas: que sirva para socializar con otras personas, que sea confiable al ser una fuente de información, el de satisfacer necesidades específicas y una buena seguridad y estar consciente de la privacidad de las personas.</p>

3. Modelado de la experiencia




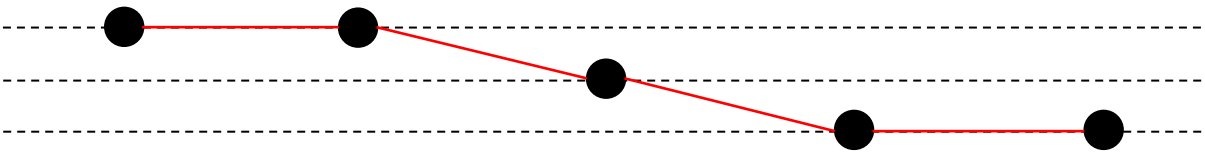
3.1 Creación de historia

Carlos de 15 años, busca información sobre dietas y ejercicios ya que desea bajar de peso y tonificar su cuerpo. En el buscador de su preferencia de su celular ingresa las palabras dieta y ejercicio, lo cual hace que aparezcan varios sitios web que tienen este tipo de información. Carlos entra en la primera opción y encuentra demasiado contenido que no lee porque lo aburre; ingresa a la segunda opción y observa que el contenido está dirigido hacia otro público, por lo que continúa explorando. Cuando finalmente encuentra una publicación que se adapta a lo que busca, él intenta replicarlo en su vida diaria, pero no se percata que este artículo no tiene bases científicas, lo cual provocará que no funcione de una buena forma y que en ciertos casos ponga en riesgo su salud.

3.2 Viaje de usuario

Tabla 37

Viaje de usuario

Viaje de usuario		PRE		DURANTE		POST
Experiencia de usuario ACTUAL que planteada para la página web.		1	2	3	4	5
Interacciones de usuario	Proceso	El usuario utiliza el buscador de su preferencia para buscar información sobre hábitos alimentos, alimentación o nutrición	El usuario escoge la mejor opción de acuerdo a los temas que busca.	El usuario inicia la búsqueda de la información requerida en la página de inicio.	El usuario se frustra al encontrar páginas que contienen párrafos extensos, que lo aburren y que por lo tanto no lo leen.	Cierra la página y busca otra opción que se acomode a sus necesidades.
Representación gráfica						
Estado emocional del usuario	  					

Nota: Se muestra la posible navegación de un adolescente de 12 a 16 años al buscar información sobre hábitos alimenticios, alimentación o nutrición.

4. Arquitectura de la información

4.1 Priorización de contenidos

Tabla 38

Priorización de contenidos

Contenidos de la página web		
Primarios	Secundarios	Terciarios
Inicio (INICIO)		
Hábitos alimenticios (TUS HÁBITOS)	Hábitos alimenticios saludables (LOS BUENOS)	
	Hábitos alimenticios no saludables (LOS MALOS)	
Alimentación (SUPER ALIMENTOS)	Rueda de alimentos (LA RUEDA ALIMENTARIA)	
	Alimentos para cada comida (LA COMIDA COMO DIOS MANDA)	Desayuno (DESAYUNO)
		Almuerzo (ALMUERZO)
		Cena o merienda (CENA)
Nutrición (NUTRICIÓN A LO BESTIA)	Dietas (DIETAS CON YAPA)	
	Proteínas (PROTEÍNAS)	
	Vitaminas y minerales (VITAMINAS Y MINERALES)	
	Carbohidratos (CARBOHIDRATOS)	
	Grasas (GRASAS)	
Actividad física (PARA VERSE ALHAJA)		
Contáctanos (¿COMO TE ACOLITÓ?)		

Nota: En el siguiente cuadro se muestran los contenidos, en donde se dividirán dichos contenidos en primarios, secundarios y terciarios de acuerdo a su prioridad, a la par debajo de cada contenido se encuentra entre paréntesis y en mayúscula los nombres que se colocaran en el página.

4.2 Mapa de sitio

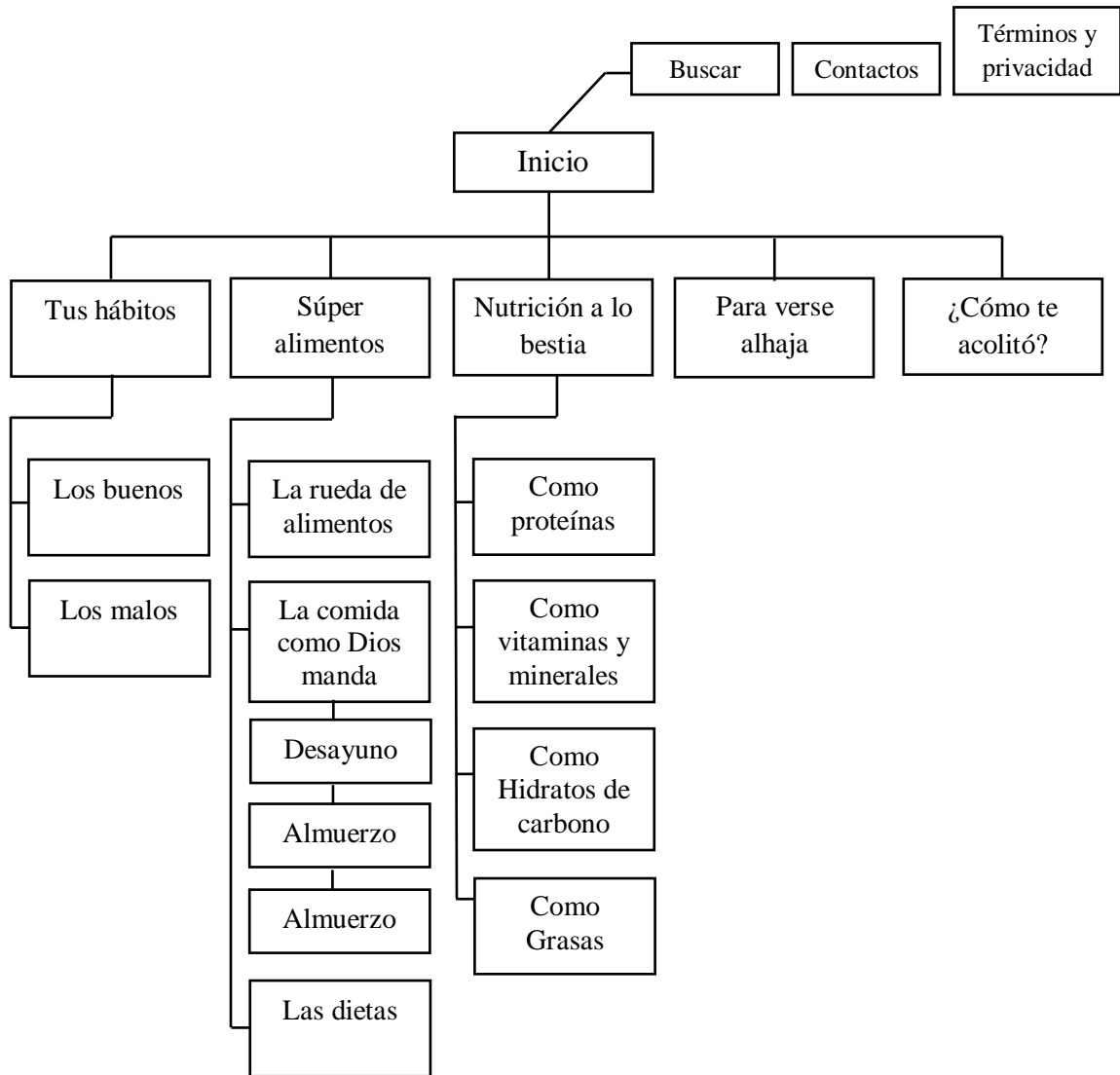


Gráfico 24. Mapa de sitio

4.3 Construcción de wireframes (prototipo de baja fidelidad)

Versión para computadora de escritorio

1. Página de inicio



2. Menú tus hábitos



3. Opción super alimentos



4. Menú super alimentos



5. Opción nutrición a lo bestia



6. Menú nutrición a lo bestia



7. Opción para verse alhaja



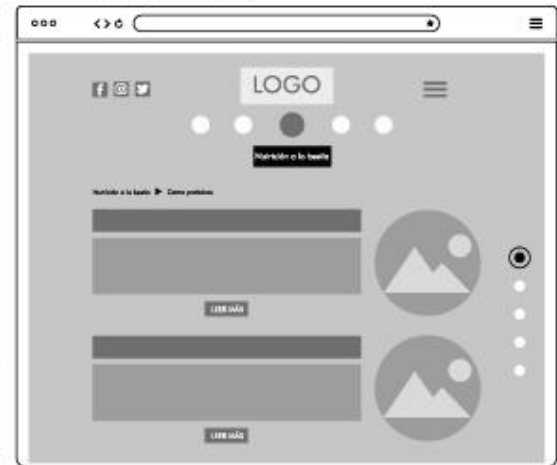
8. Opción ¿cómo te acollito?



9. Menú de configuración



10. Lista de artículos



11. Artículo específico



Gráfico 25. Wireframes, versión computadora de escritorio

Versión para móvil

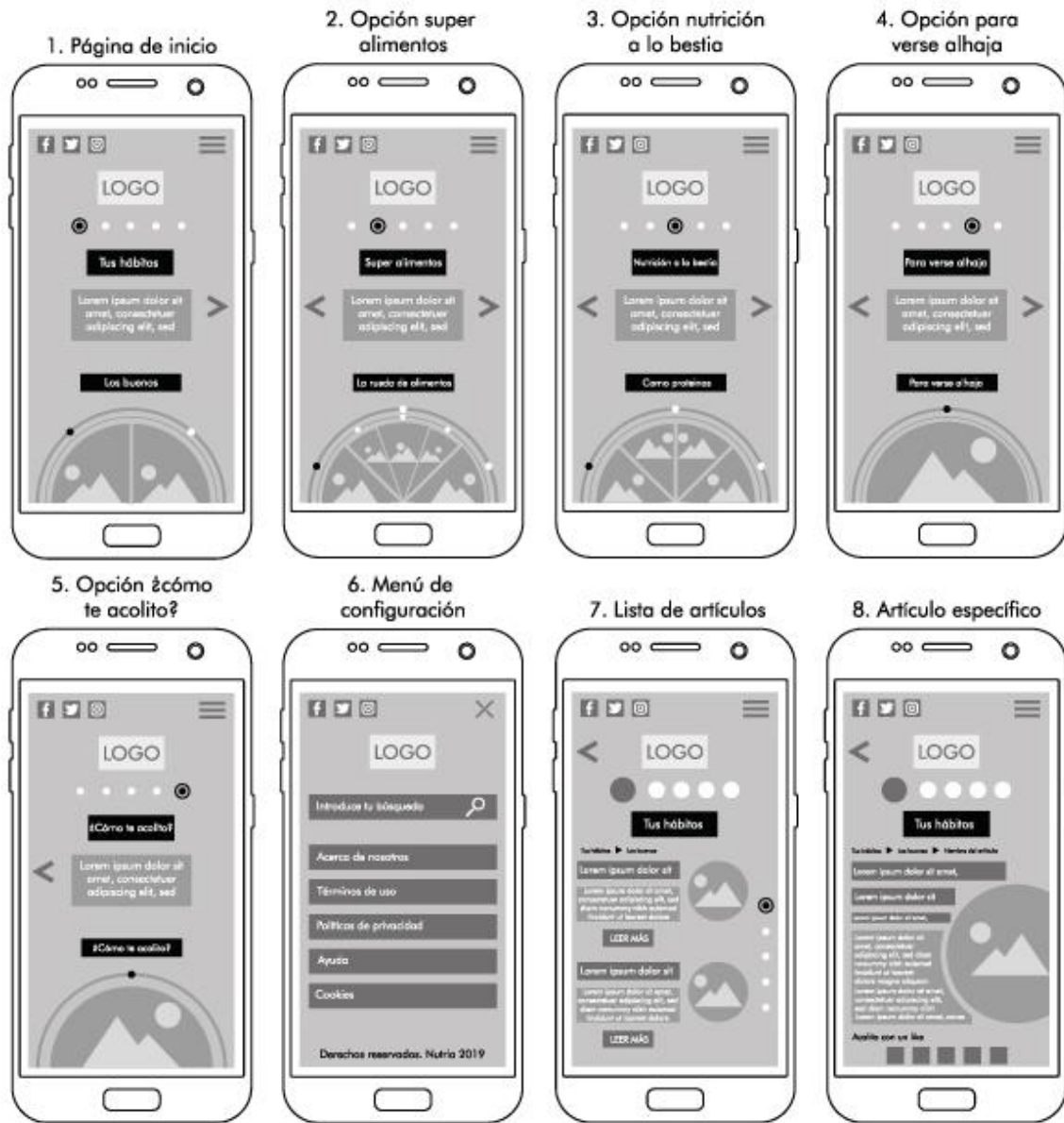


Gráfico 26. Wireframes, versión celular o smartphone

5. Diseño visual

Construcción del identificador

Significado del identificador

El nombre de la página que se propone es NUTRIA, haciendo referencia al animal, debido a que se pudo conocer que utilizan herramientas para obtener fácilmente su alimento (emplean rocas para triturar los mejillones u otros animales en concha), siendo uno de los pocos animales en hacerlo, aparte del ser humano y el simio. Los valores como el esfuerzo y la creatividad para facilitar su alimentación fueron tomadas no solo para el nombre sino para la construcción de la marca. El logotipo propuesto, presenta una representación gráfica de la nutria combinada con la letra a y con un texto que da a conocer sobre la finalidad de la marca que es nutrición y alimentación saludable.

Digitalización



Gráfico 27. Identificador de la página web

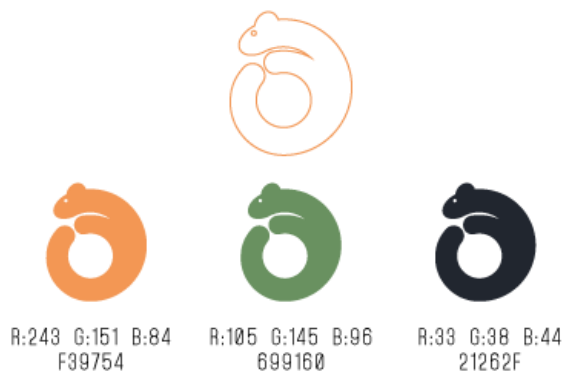


Gráfico 28. Cromática del identificador

Fuente: Doctor JekyllNF

nutri
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 -.,!"#\$%&()=?

Gráfico 29. Tipografía identificador 1

Fuente: Mohave

NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 -.,!"#\$%&[]=?

Gráfico 30. Tipografía identificador 2

Página web

Modelo de estructura o retícula

La distribución y alineación de los elementos gráficos, están diseñados en base de una reticular de 17 columnas, para optimizar la visualización y permitir espacios de descanso visual apropiado para el usuario.

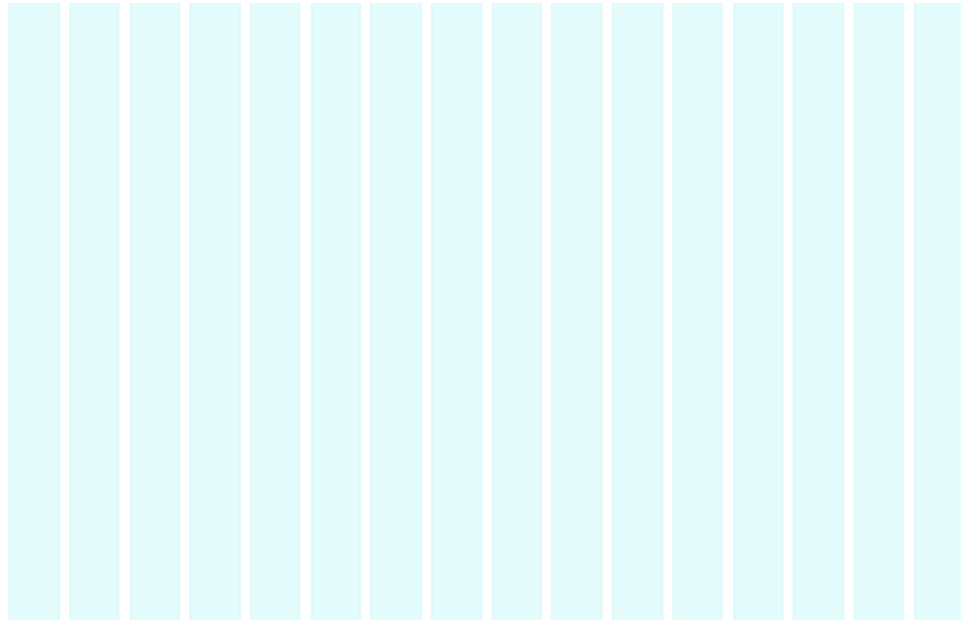


Gráfico 31. Modelo de estructura o retícula

Tipografía

Es importante el uso tipográfico y todos sus elementos implicados para una correcta lectura y visualización de los contenidos por tales motivos utilizamos tres diferentes tipografías que guardan similitud con el tema, el identificador y el contenido, a continuación se muestra la fuente y la arquitectura que posee.

Títulos y subtítulos del menú principal

Fuente: Mohave

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 - . ! " # \$ % / & [] = ?

Tipografía sin serifa, regular, y de tamaño de 32 puntos para títulos y de 28 para subtítulos del menú principal.

Títulos y subtítulos de los párrafos

Fuente: Lato

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 -.,!"#\$%&()=?

Tipografía sin serifa, estilo heavy para títulos y subtítulos. El tamaño de los títulos varía según la página en donde se encuentre; en páginas de inicio es de 32 puntos, en páginas intermedias donde muestran los artículos es de 44 puntos y en página donde se encuentran los artículos es de 95 puntos.

Párrafos

Fuente: Montserrat

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 -.,!"#\$%&()=?

Tipografía sin serifa, estilo heavy para títulos y subtítulos. El tamaño de los títulos varía según la página en donde se encuentre; en páginas de inicio es de 32 puntos, en páginas intermedias donde muestran los artículos es de 44 puntos y en página donde se encuentran los artículos es de 95 puntos.

Cromática

Para la cromática utilizada en la página web es la misma del identificador y mostrada anteriormente.

Descripción de la página web

Portada y página inicial

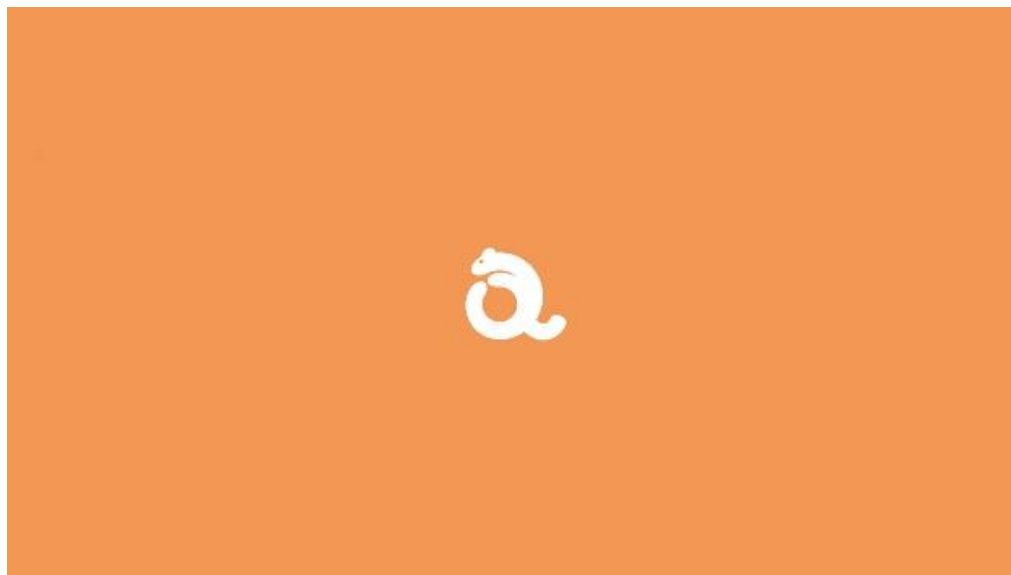


Gráfico 32. Portada



Gráfico 33. Página de inicio

En la portada se muestra la representación gráfica del identificador, mientras en la página de inicio se observa el logotipo completo de la página web, así como un plato en la parte inferior de la pantalla donde se encuentra el menú de los temas a tratar y que sirva para la navegación, asimismo se muestra datos curiosos sobre alimentación y nutrición encerrados en un cuadrado con la palabras ¿sabías que?, en la parte central para llamar la atención del usuario; y por último encontramos redes sociales, un buscador y un menú hamburguesa en la parte superior para datos extras que se explican a continuación.

Opción de búsqueda y menú de información sobre la página



Gráfico 34. Opción de búsqueda

Menú en donde se puede buscar los temas que sea de mayor interés por parte del usuario.



Gráfico 35. Opción de datos de la página

Menú que despliega información correspondiente a la página.

Menú principal



Gráfico 36. Opción tus hábitos

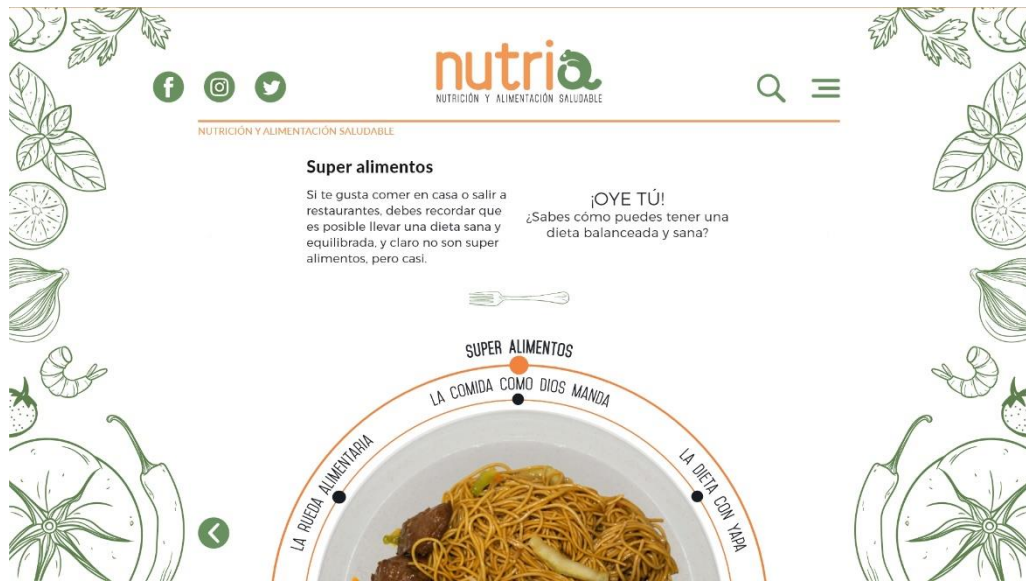


Gráfico 37. Opción súper alimentos



Gráfico 38. Opción nutrición a lo bestia

Al ingresar a las opciones de tus hábitos, súper alimentos o nutrición a lo bestia se muestra las otras temáticas que abordan las opciones mencionadas y que observamos en la priorización de contenidos y mapa de sitio Tus hábitos (los malos y los buenos), súper alimentos (la rueda de alimentos, la comida como dios manda y la dieta con yapa),

y nutrición a lo bestia (proteínas, carbohidratos, grasas, vitaminas y minerales). Igualmente, vemos una pequeña descripción del tema.



Gráfico 39. Opción tus hábitos 2



Gráfico 40. Opción súper alimentos 2



Gráfico 41. Opción nutrición a lo bestia 2

Al ingresar en el icono de la flecha en la parte inferior derecha del menú con las opciones de ese tema escogido se abre otra pantalla en donde se muestra las opciones del menú principal.

Sección de artículos

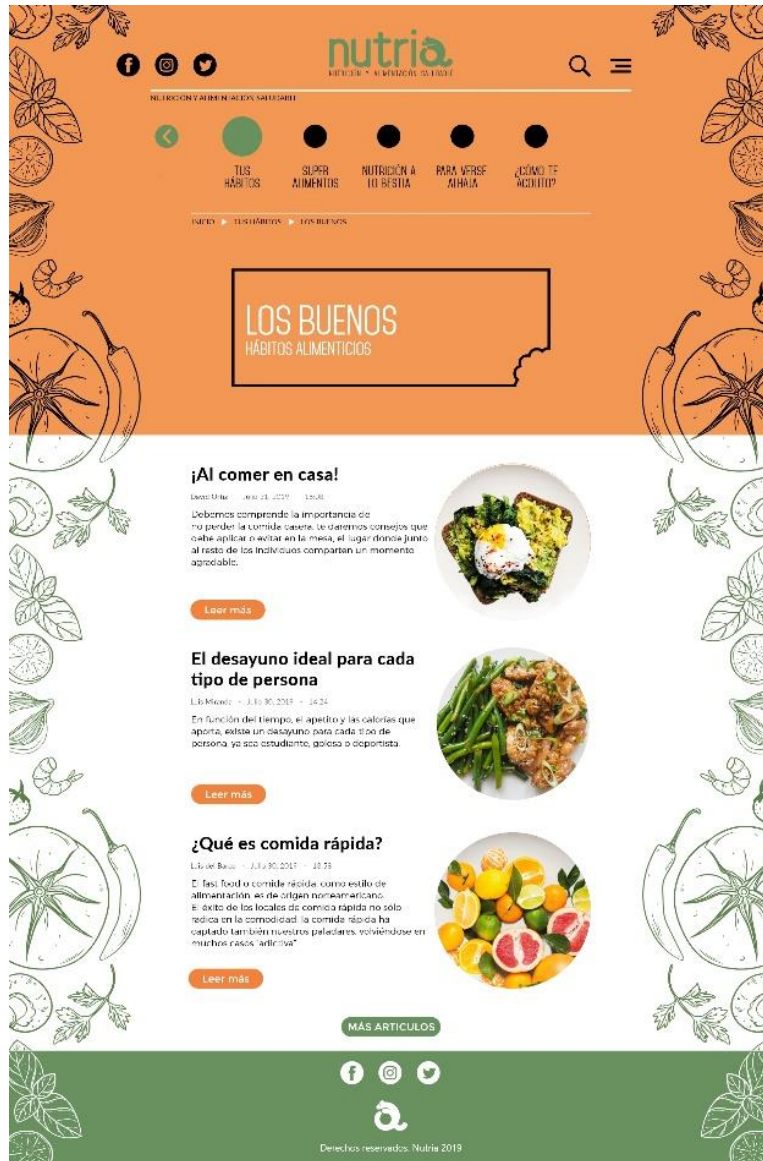


Gráfico 42. Sección de artículos

Un ejemplo de cómo se mira la sección en donde se muestran los artículos de la página web y en donde se puede elegir el de nuestro interés. Se presenta el menú principal con círculos y su respectivo nombre, se muestra al inicio de la página el título en donde se encuentra en este momento en la página, así como los artículos que tiene esta sección con su respectiva fotografía.

Opción para verse alhaja y ¿cómo te acolito? Del menú principal.



Gráfico 43. Ejemplo de la opción para verse alhaja y ¿cómo te acolito?

Se muestra el mismo diseño que la sección de artículos, ya que las opciones de para verse alhaja y ¿cómo te acolito?, no tienen subtemas.

Artículo



Gráfico 44. Artículo

Finalmente, al elegir la publicación de preferencia se observan los elementos como el menú principal, el tema del menú principal específico en este caso “LOS BUENOS”, el nombre del autor del artículo, fecha de la publicación, una descripción de la publicación, los párrafos de la publicación con todo el contenido, redes sociales y otros temas.

5.1 Diseño de interacción

Para diseñar la interactividad del prototipo se utilizó el programa adobe XD, ya que se pretende aplicar una evaluación heurística (EH), que anteriormente se mencionó para establecer una correcta experiencia por parte del usuario.

Interacción principal



Interacción secundaria 1



Interacción secundaria 2



6. Especificaciones técnicas

6.1 Características

Tabla 39

Especificaciones técnicas

Formato	1920 x 1080 pixeles para desarrollo en la web.
Cromática	Código RGB que permite visualizar los colores de manera correcta en monitores y pantallas.
Ilustraciones	Formato: JPG y PNG. Composición: representación gráfica de alimentos como frutas, verduras, legumbres, etc.; se debe observar el concepto propuesto para la página. Tamaño: 1250 x 850 pixeles (página de inicio). Para ilustraciones en publicaciones se replica los requerimientos de fotografías. Resolución: 96 ppp
Fotografías	Formato: JPG y PNG. Composición: plano detalle, primerísimo primer plano y primer plano. Tamaño: Desde 775 x 775 hasta 392 x 392 pixeles. Resolución: 96 ppp
Contenido e información	La información y el contenido que se publique debe de adaptarse a los requerimientos de la página web y deben ser avalada por un técnico en web,
Visualización y compatibilidad del producto	Se ejecuta en monitores tradicionales de computadoras de escritorio y pantallas touch screen para dispositivos como tablets y smartphones.

Tiempo de carga de la página	Tiempo optimo 1 segundo hasta la página de inicio, asimismo depende del tipo de conexión.
Tasa de transferencia de datos	Subida: 120 Kb/s Bajada: 598 Kb/s
Tipo de producto	De servicio diseñado para cumplir una función específica, en este caso el informar sobre nutrición y alimentación.

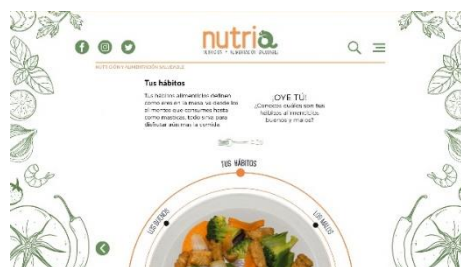
Nota: Características técnicas de la página web.

6.2 Diseño responsive

Laptop



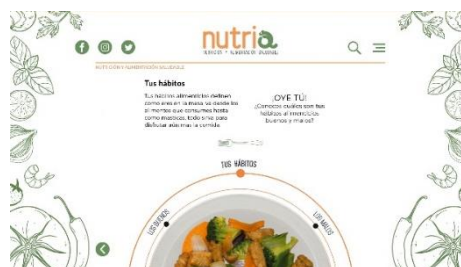
Formato 1280 x 720 pixeles.



Tablets



Formato horizontal 1024 x 768 pixeles.

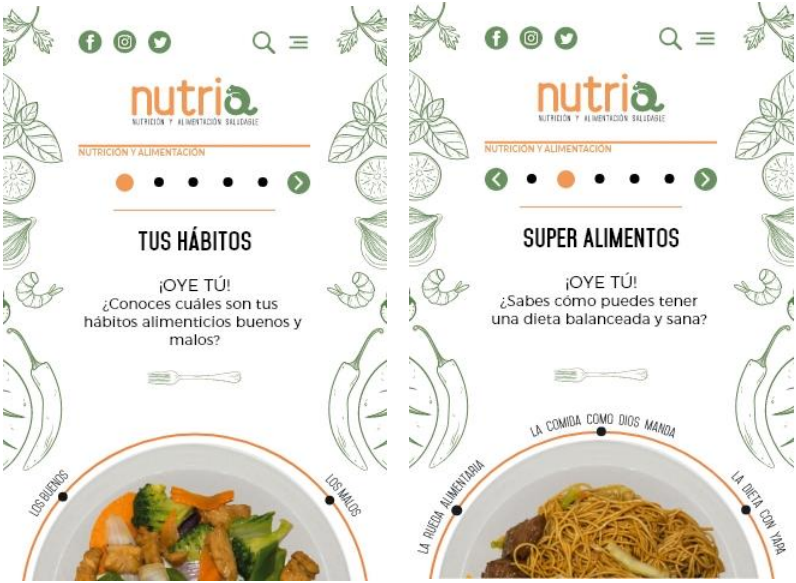


Formato vertical 768 x 1024 pixeles



Smartphone

Formato vertical 320 x 480 pixeles



Encuestas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
ENCUESTA SOBRE HÁBITOS ALIMENTICIOS



La siguiente encuesta está dirigida a adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

Objetivo:

Identificar los hábitos alimenticios no saludables que tienen los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Ambato.

Instrucciones:

Lea atentamente las siguientes preguntas y marque con una X solamente una respuesta a su elección.

Edad: _____ Género: M F

1. ¿Realiza algún tipo de actividad física?

Si No

2. En caso de haber contestado afirmativo. ¿Con qué frecuencia lo realiza?

1-2 veces por semana 3-4 veces por semana 5 o más veces por semana

3. ¿Acostumbra desayunar o comer antes de asistir a clases?

Si A veces No

4. ¿Tiene un horario fijo para todas las comidas del día?

Si No

5. ¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a cada una de las comidas a lo largo del día?

5 minutos 10 minutos 15 minutos 20 minutos o más

6. ¿Considera usted que tiene una buena masticación durante el consumo de alimentos?

Si No

7. Durante la semana, ¿cuántas veces come fuera de su casa?

1 - 2 3 - 4 Más de 5 Nunca

8. ¿Cuántas veces por semana acude a lugares de “comida rápida”?

1 - 2 3 - 4 Más de 5 Nunca

9. ¿Qué tan a menudo consumes alimentos chatarra (dulces, frituras, golosinas, etc.)?

Siempre Casi siempre A veces Nunca

10. Aparte de agua, ¿Qué otras bebidas toma con mayor frecuencia?

Café Gaseosas Jugos procesados Energizantes

Otros _____

11. ¿Durante el último año, ha intentado controlar su alimentación?

Si No

12. En caso de haber contestado afirmativo. ¿Por qué motivo?

Salud Estética (Para verse bien) Ambos

13. ¿Considera usted que es necesario conocer sobre hábitos alimenticios?

Si No

14. ¿Considera usted que es necesario cambiar los hábitos alimenticios, que afectan a la salud de las personas?

Si No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
ENCUESTA SOBRE DISEÑO EDITORIAL**



La siguiente encuesta está dirigida a adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato.

Objetivo:

Determinar el tipo de publicación y el soporte más adecuado a partir de las preferencias de los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Ambato, con el fin de dar a conocer sobre hábitos alimenticios.

Instrucciones:

Lea atentamente las siguientes preguntas y marque con una X solamente una respuesta a su elección.

Edad: _____ **Género:** M F

1. ¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a cualquier tipo de lectura durante la semana?

30-40 minutos 1-2 horas 3-4 horas 5 o más horas
Ninguna

2. ¿Cuál es el motivo por el que frecuentemente lees?

Entretenimiento Estudio/trabajo escolar Para informarse
Por curiosidad Otros _____

3. ¿Mediante que soporte de comunicación frecuentemente busca algún tema que sea de su interés?

Impresos Digitales

4. ¿Cuál es el soporte digital que más ha utilizado durante la semana? (Marque solo una respuesta)

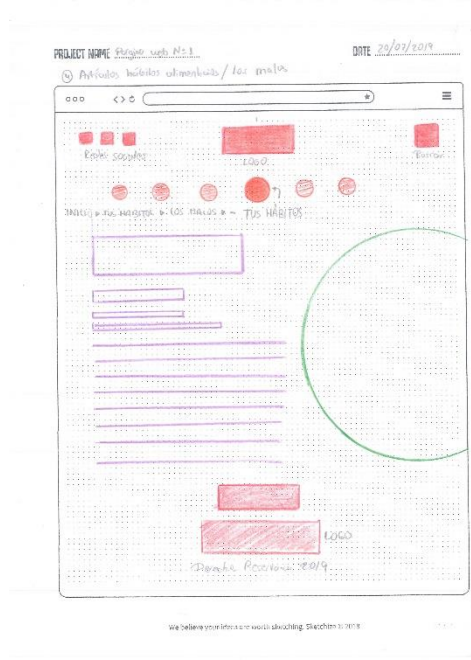
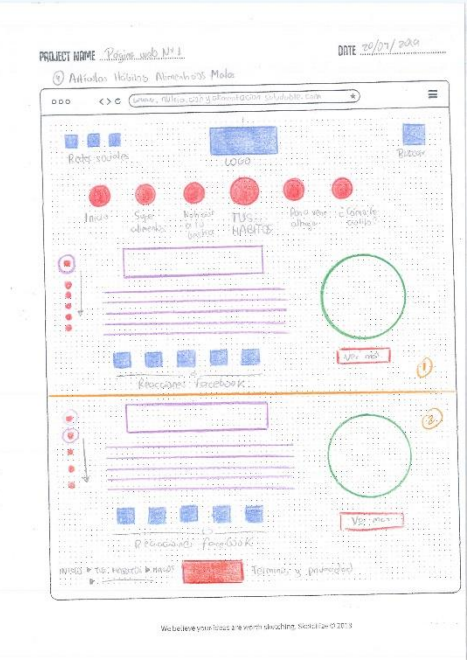
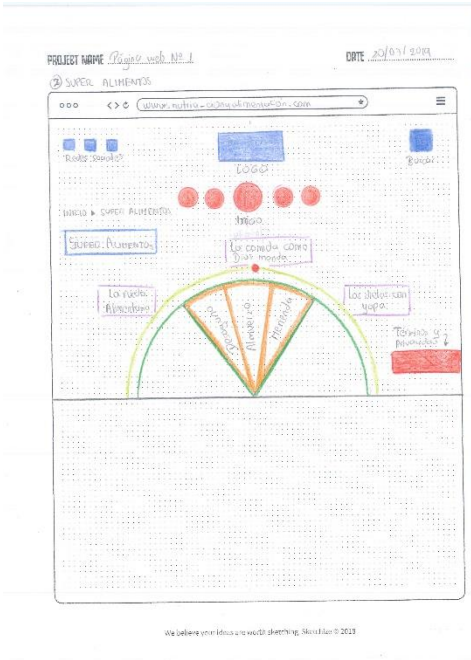
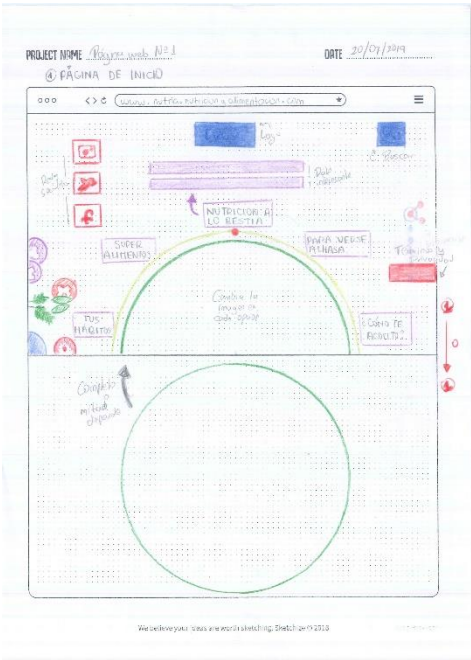
Correo electrónico Facebook Instagram Páginas web
Blogs Otros _____

5. ¿Qué dispositivo electrónico utiliza con mayor frecuencia para informarse sobre algún tema? (Marque solo una respuesta)

Celular Tablet Computadora de escritorio Laptop

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Bocetos



Evidencia fotográfica

