UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - UNIDAD CUAJIMALPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO
MAESTRÍA EN DISEÑO, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

SISTEMA INTERACTIVO DE VISUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN PARA MOTIVAR EL CAMBIO DE HÁBITOS ALIMENTARIOS EN EMPLEADOS CORPORATIVOS

Idónea Comunicación de Resultados para obtener el grado de: Maestro/a en Diseño, Información y Comunicación

DIANA MARCELA SEPÚLVEDA BARRERA
CÉSAR ALFONSO DELGADO CARRILLO

ASESORES:
DRA. DINA ROCHMAN BEER
DR. JOAQUÍN SERGIO ZEPEDA HERNÁNDEZ
DR. RAÚL ROYDEEN GARCÍA AGUILAR

LECTOR INTERNO:
DRA. INÉS MARÍA DE LOS ÁNGELES CORNEJO PORTUGAL

LECTOR EXTERNO:
DRA. MARTHA GUTIÉRREZ MIRANDA

CIUDAD DE MÉXICO
30 DE NOVIEMBRE 2017

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todas las personas involucradas en nuestra investigación, ya que sin su valiosa ayuda esto no hubiera sido posible. A nuestros asesores Dina, Roydeen y Sergio porque a pesar de sus múltiples actividades, nos brindaron su guía semana con semana durante más de un año. A la Dra. María del Rocío Abascal Mena, Coordinadora de la Maestría, por todas sus enseñanzas y el cariño que demuestra a su labor como docente e investigadora. A nuestras lectoras Inés y Martha, a quienes elegimos por el amor que transmiten a su vocación. A la MSP Fiorella Espinosa de Candido por abrirnos las puertas de El Poder del Consumidor y participar con nosotros para incidir en promoción de salud pública desde una trinchera más. A la Sección de Vinculación y Desarrollo Profesional Unidad Cuajimalpa, dirigida por el MEGI. Luis Márquez Borbolla por su apoyo con trámites y documentación. A Enrique García Salazar por su ayuda en el laboratorio de Diseño de la UAM-C. A Ana, asistente de la Coordinación de MADIC. A cada uno de los empleados corporativos que nos regalaron de su tiempo para participar en las investigación y que nos compartieron de su vida, de su intimidad; este trabajo es por ustedes y para ustedes. A los profesores de MADIC por abrirnos nuevas puertas a nuevos conocimientos. Gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por los estímulos económicos a modo de beca que nos permitieron cursar el programa de Maestría y llevar a cabo la presente investigación (CVU: 708534 y 545997).

Diana:

Gracias a mi familia por su amor incondicional y su paciencia; mis padres, porque no hay logro más grande en mi vida que seguir su ejemplo.
A mis hermanos y a mis sobrinos por darme alegría.
A Diego, mi compañero de vida, gracias por ser mi motivo para dar mi mejor esfuerzo siempre, a pesar de los obstáculos; gracias por compartirme tu vida.
Gilberto, Roxana, Rodrigo, Caro, Mau y Chío, que son mi segunda familia, gracias por todo su cariño y sus consejos.
Fer, Anabell, Adrián, Lupita, Diawits, gracias por las risas, por los consejos; cada vez que no pude estar con ustedes, sepan que siempre están en mis pensamientos.

César:

Agradezco a Lucía, mi madre, quien siempre ha sido guía en la búsqueda de mi superación personal.
A mi pareja, Alejandra, por su tremendo soporte y compañía, sin su apoyo no pude haber concluido esta maestría.
A mis asesores por estar al pendiente de nuestra investigación.
A todos mis compañeros de generación que me acompañaron en el viaje.
A mis amigos Tania, Jessica, Briana, Slim, Erevan, José Andrés, Pavel, Norman y Juan por enseñarme todo lo que sé.
Gracias a todos y cada uno por tanto amor.

ÍNDICE

ÍNDICE

Sistema Interactivo de Visualización de Información para Motivar el Cambio de Hábitos Alimentarios en Empleados Corporativos

INTRODUCCIÓN 06

CAP. 1 | **SOBREPESO Y OBESIDAD COMO CONTEXTO DE ESTUDIO** 09

1.1 Sobrepeso y obesidad como problema mundial 11

1.2 Sobrepeso y obesidad como problema nacional 13

1.2.1 Estrategias actuales 17

1.2.2 Alianza por la salud alimentaria 23

1.2.3 Aspectos culturales de lo alimentario 23

CAP. 2 | **RECOPILACIÓN ETNOGRÁFICA** 29

2.1 Estudio contextual 30

2.2 Territorio de estudio 31

2.2.1 Población de estudio 33

2.2.2 Identidad del empleado corporativo 35

2.2.3 Ejercicios etnográficos 36

2.2.4 Hallazgos 38

2.2.4.1 Estructura Social 39

2.2.4.2 Hábitos 42

2.2.4.3 Conocimientos alimentarios 46

2.2.4.4 Colectividad y motivación 47

2.2.5 Selección de variables para una propuesta 48

2.3 Apropiación de información 51

2.4 Aprendizaje significativo y aprendizaje situado 53

CAP. 3 | **DISEÑO Y DESARROLLO DE PROPUESTA** 57

3.1 Propuesta 58

3.2 Elección y desarrollo de mensajes gráficos 60

3.3 Elección y desarrollo de tecnologías para la interacción 64

CAP. 4 | **EVALUACIÓN Y RESULTADOS** 69

4.1 Mensajes 71

4.2 Prueba del prototipo inicial 72

4.3 Mejoras al prototipo 73

CONCLUSIONES 77

REFERENCIAS 83

ANEXOS 91

A. Transcripción de observación participante en convivencia posterior al horario de trabajo 92

B. Atributos totales de la bolsa de palabras (BoW) y número de incidencias en documentos 93

C. Diccionario guía resultante del PLN para elaboración de mensajes 105

D. Tabla de contenidos para elaboración de mensajes gráficos (previo a la aplicación de la guía de estilo y diccionario) 106

E. Tabla de mensajes empleados en pruebas de usabilidad con categoría emocional y clave de identificación 114

F. Código fuente de L.E.I.A. usado en arduino para vincular la comunicación con hairless, los botones y el video mapping 116

INTRODUCCIÓN

Actualmente el problema del sobrepeso y la obesidad ocupa un papel importante en la agenda pública internacional, en la que entidades como la Organización Mundial de la Salud (OMS) lo catalogan como “epidemia global”. El reporte más reciente de la OMS publicado en el año 2016 , dice que existen en el mundo aproximadamente 8,000 millones de personas con sobrepeso, y al menos 300 millones de ellos son obesos. La distribución del sobrepeso y la obesidad es desigual, pues las prevalencias van desde menos de 5% en países como China y algunos de África, hasta 75% en las Islas del Pacífico Sur.

Las tasas de obesidad en adultos, en el contexto mundial, se han incrementado drásticamente en las últimas décadas, por lo que se han realizado diversos estudios, creado metodologías y propuesto programas para la prevención de sobrepeso y la obesidad. Hasta ahora, han sido insuficientes para alcanzar una situación favorable. Se requiere sensibilizar a la sociedad de los riesgos para la salud que conlleva el sobrepeso y la obesidad y de la importancia de transformar los hábitos alimentarios de la población mundial según la cultura de cada país.

A partir de las consideraciones antes mencionadas, surge la siguiente pregunta: ¿Cómo se puede contribuir, desde una perspectiva interdisciplinar a la comprensión del sobrepeso y la obesidad como problemas?

En la búsqueda de una solución interdisciplinaria, el saber proviene de diferentes campos que ayudan a la comprender, resolver y a crear estrategias. En esta investigación se propusieron tres ejes principales disciplinares: el Diseño de la Información, los Sistemas para la Interacción y las Estrategias para la Comunicación; también tener una vinculación con disciplinas como la Nutrición y la Pedagogía, para lograr incidir en la disminución y prevención del sobrepeso y la obesidad a través de la apropiación de la información.

A partir de este contexto, se planteó la siguiente hipótesis de investigación:

Un sistema interactivo que permite la visualización de información alimentaria por medio del uso de estrategias de aprendizaje, podría ayudar a una población específica a apropiarse de la información y modificar sus hábitos alimentarios para prevenir o disminuir el sobrepeso y la obesidad.

Para entender la problemática sobre la obesidad y sobrepeso, en esta investigación se planteó un estudio contextual que permitiera entender el entorno en el cual interactúan los participantes del estudio. Durante el proceso de investigación nos percatamos de que un análisis cualitativo nos ayudaría a obtener información con una mayor profundidad sobre el sentir del entorno, toma de decisiones y las principales influencias para lograr un cambio.

La investigación se dividió en tres etapas que serán detalladas con mayor profundidad en los siguientes capítulos:

1. Recopilación de información (fuentes bibliográficas, digitales y ejercicios etnográficos)
2. Análisis de la información (selección de variables, correlación de estas y propuesta de posibles estrategias)
3. Ejecución de propuesta (desarrollo de prototipo, pruebas con usuarios, implementación de ajustes y comprobación de la hipótesis)

A partir de los principios del Diseño Centrado en el Usuario[1] (UCD por sus siglas en inglés), la metodología denominada Design Thinking y técnicas de investigación cualitativas, se planteó la siguiente metodología:

- Definir el área de estudio (Santa Fe, en la Ciudad de México) la cual cuenta con las condiciones que respaldan las observaciones del Reporte Global de Salud Urbana de la OMS en torno a los factores que han aumentado el sobrepeso y la obesidad en poblaciones urbanas.
- Elegir como técnicas de recolección cualitativa: observación contextual (física y virtual), entrevistas a profundidad, entrevistas cortas (in situ y remotas), encuestas.
- Analizar la información recolectada.
- Definir una propuesta acorde a las características del grupo de población estudiado.
- Desarrollar e implementar un sistema de visualización de información alimentaria.
- Realizar pruebas con usuarios de forma iterativa para mejorar la interfaz y la forma de comunicar información alimentaria.
- Implementar mejoras a la interfaz y a la interacción con el sistema de acuerdo a los resultados de las iteraciones.

En la maestría en Diseño, Información y Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa, la idónea comunicación de resultados se compone de un documento escrito y una propuesta de aplicación tecnológica.

La estructura de este documento pretende dar como punto de partida un acercamiento general de la problemática de forma global para ir adentrándonos en la situación nacional

1 Metodología de Interacción Humano-Computadora.

y en la contextualización del caso de estudio, así como su propuesta resultante.

En el capítulo 1 abordaremos el sobrepeso y la obesidad como problema de estudio, conceptos generales principalmente definidos por la Organización Mundial de la Salud. Se explicará tanto el panorama mundial, como la situación actual en México; se dará una breve descripción de algunas estrategias que hoy en día se llevan a cabo por diversas instituciones gubernamentales y asociaciones civiles. Se abordarán aspectos culturales desde un punto de vista cualitativo, finalizando el capítulo con un breve contexto sobre cuestiones en torno a la cultura de la comida.

En el capítulo 2 nos adentraremos en el caso de estudio ubicado en Santa Fe, Ciudad de México. Se abordarán datos contextuales tanto de la delimitación geográfica, como del grupo específico de empleados corporativos de 25 a 35 años de edad. En este capítulo se explicarán a detalle las diversas técnicas etnográficas utilizadas para la recopilación de información, así como los hallazgos encontrados. Para concluir el capítulo se dará una descripción de tres de los ejes teóricos que servirán de fundamento para el desarrollo de la propuesta: la apropiación de la información (John B. Thompson), el aprendizaje significativo (David Ausubel) y el aprendizaje situado (Jean Lave y Etienne Wenger).

El capítulo 3 está destinado al desarrollo y ejecución del sistema de visualización de información (mesa interactiva) que resultó del acercamiento etnográfico. Profundizamos en el diseño y desarrollo, así como su pertinencia retomando fundamentos del cuarto eje teórico empleado en la investigación, la Interacción Humano-Computadora (HCI), principalmente en sus conceptos de Usabilidad y Experiencia de Usuario (UX).

El capítulo 4 comprende la evaluación con pruebas de usuario y los resultados obtenidos.

Al final del documento, compartimos nuestras conclusiones generales sobre la investigación en espera de que puedan aportar al entendimiento del problema, así como una invitación a la comunidad investigadora para continuar con este estudio en trabajos a futuro.

Ponemos a disposición del lector todas las referencias utilizadas durante la investigación, así como los anexos, en los que se podrán encontrar el diccionario resultante del análisis lingüístico, la guía de mensajes y material adicional referente a la investigación.

CAPÍTULO 1

Sobrepeso y obesidad como contexto de estudio

CAPÍTULO 1

Comenzamos con una explicación general sobre el estado del problema, la investigación académica sobre el mismo y algunas acciones implementadas por distintas organizaciones preocupadas por la salud; nos aproximamos a estas iniciativas desde su aspecto global y nacional. Solo desde este panorama será posible plantear una aportación significativa para contribuir a las acciones que ya se toman actualmente y ayudar a la atención del problema.

Hoy en día el sedentarismo, o la falta de actividad física regular, y la incorporación de hábitos alimenticios deficientes, han sido resultantes de los estilos de vida urbanos; la incidencia de sobrepeso y obesidad en la población ha provocado un estado de alerta a nivel mundial, a tal grado que ha sido necesaria la implementación de leyes y programas para su tratamiento y prevención. (Hjalmar, P., 2015)

El sobrepeso y la obesidad se han convertido en unos de los principales problemas que afectan la salud pública internacional. La Organización Mundial para la Salud (OMS) los define como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. Una de sus principales causas es el desequilibrio energético propiciado por la cantidad de calorías ingeridas versus las gastadas, situación que se ha agudizado por el incremento en el consumo de alimentos hipercalóricos[1] y la disminución de la actividad física diaria.

Para detectar sobrepeso y obesidad, y hacer una diferenciación de entre estos dos dependiendo del grado de enfermedad, la OMS propone el uso del índice de masa corporal (IMC o BMI en sus siglas en inglés), que relaciona el peso y la estatura[2].

De acuerdo a la OMS el sobrepeso y la obesidad eran detectados principalmente en países con altos ingresos económicos, sin embargo, desde 2006 aproximadamente, ambos problemas de salud han permeado países con ingresos económicos medianos y bajos, resaltando en ellos las áreas urbanas.

Según el Reporte Global de Salud Urbana de la OMS, de 2016, se han detectado factores relacionados con la urbanización que tienen incidencia directa en el incremento de sobrepeso y obesidad. Algunos de estos son: el aumento de vehículos motorizados como vía principal de transporte, crecimiento de la mancha urbana que prolonga las jornadas de trabajo y disminuye áreas dedicadas a la agricultura y ganadería, dificultad para acceder a alimentos no industrializados debido a políticas públicas deficientes. También inciden factores como la incorporación de las mujeres al mercado laboral y el surgimiento paulatino de familias de doble ingreso, que ha repercutido en el crecimiento del consumo de productos industrializados (por cuestiones de tiempo y rapidez) y la disminución de preparación de comidas caseras.

1 Alimentos altos en calorías y con alto índice de sal, azúcar y grasa.
2 Altura, medida de una persona desde los pies a la cabeza.

De acuerdo a las estadísticas que realizó la OMS, en 2014 más de 1900 millones de adultos padecían de sobrepeso, que corresponde al 39% de la población mundial, y más de 600 millones, que corresponde al 13% de la población mundial, obesidad.

Debido a las afectaciones multivariables de estos padecimientos, son varios los esfuerzos que se llevan a cabo para combatir los problemas de salud relacionados con sobrepeso y obesidad a nivel mundial. La OMS establece que:

> Son fundamentales unos entornos y comunidades favorables que permitan influir en las elecciones de las personas, de modo que la opción más sencilla (la más accesible, disponible y asequible) sea la más saludable en materia de alimentos y actividad física periódica, y en consecuencia prevenir el sobrepeso y la obesidad. (OMS, 2016)

Por lo que la OMS plantea, cada persona debería ser responsable de su propia salud independientemente de su entorno y su estilo de vida; esto es, la cobertura de las necesidades básicas y el tener condiciones idóneas para una actividad física periódica, así como opciones alimentarias saludables (con baja ingesta de azúcares, grasas y un aumento en el consumo de vegetales, frutas, legumbres, cereales integrales y frutos secos). Es responsabilidad gubernamental proporcionar estas herramientas a los individuos.

La Estrategia Mundial de la OMS sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud, pactada en 2011 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, sugiere políticas y medidas para promover un consumo alimentario saludable y el aumento de la actividad física entre los habitantes. La mayor parte de las investigaciones que la OMS ha realizado en torno al sobrepeso y la obesidad, se centran en niños y población vulnerable en zonas de recursos bajos y medios.

1.1 Sobrepeso como problema mundial

La obesidad es una enfermedad crónica que representa un desafío para los servicios sanitarios de todo el mundo, de acuerdo con estudios realizados en Cuba, tanto por su elevada prevalencia como por las mayores probabilidades de morbilidad y mortalidad que genera. (Miguel, P., Niño, A., 2009)

Adicionalmente al aumento de tasas de morbilidad y mortalidad, el sobrepeso y la obesidad también inciden en el riesgo de contraer Enfermedades No Comunicables[3] (ENC), en reducir la esperanza de vida, y de acuerdo a la OMS, aumentan la probabilidad de desarrollar cierto tipo de trastornos psicológicos. También son problemas que afectan la calidad de vida[4] y el desarrollo económico de la población.

3 Aquellas que no se transmiten de persona a persona; se desarrollan en largos periodos de tiempo, por lo que su evolución es lenta y no pueden percibirse con facilidad algunos de sus síntomas, a diferencia de otro tipo de enfermedades. (OMS, 2015) También llamadas Enfermedades No Transmisibles o Enfermedades Crónicas.
4 El nivel de ingresos y comodidades de una persona, una familia o un colectivo.

Según el reporte OECD Health Statistics 2014, por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, una persona con sobrepeso u obesidad gasta 25% más en servicios de salud; también percibe un sueldo 18% inferior a la población que no padece estos problemas y presenta ausentismo laboral. Este mismo reporte detalla que México es el país con mayor número de personas obesas en el mundo. No solo se genera un impacto en la productividad de los individuos, también genera problemas para alcanzar el potencial en concentración y asimilación de información y obstaculiza la contribución en la economía. (OMS, 2016)

La tasa de aumento anual en la prevalencia de obesidad en Estados Unidos y Europa es de aproximadamente 0.25, mientras que en países de Asia, África y Latinoamérica llega a ser de 2 a 5 veces mayor, haciendo notar una clara diferenciación en el aumento de la obesidad de acuerdo al nivel de ingreso de los países (desarrollados versus subdesarrollados).

Estudios realizados por el Departamento de Nutrición y la Escuela de Salud Pública de Chile mencionan que la tendencia observada entre los años 1980 y 2008, el promedio de Índice de Masa Corporal (IMC) a nivel mundial incrementó en 0.4 kg/m2 por década en hombres y en 0.5 kg/m2 en mujeres. (Erazo, M., 2012)

En México, al igual que en otros países en vías de desarrollo, se han modificado los hábitos de consumo, y aunque las deficiencias nutricionales persisten, coexisten con la obesidad y las enfermedades asociadas con la misma.

En el informe realizado por la OMS en el año 2016, se hace hincapié en las posibilidades de mejorar la salud pública adoptando medidas para reducir la prevalencia de los factores de riesgo de las ENC (especialmente la combinación de regímenes alimentarios poco sanos con la falta de actividad física). Este informe plantea además cómo se deben ejecutar estrategias basadas en investigaciones y pruebas científicas disponibles, además de ser integrales y capaces de incorporar políticas y actividades abordando el conjunto de las causas principales de las ENC; deben ser multisectoriales y adoptar una perspectiva a largo plazo que abarque a todos los sectores de la sociedad y también ser multidisciplinarias y participativas.

La OMS presenta además un informe en 2016 sobre los progresos realizados en la aplicación de la Estrategia Mundial y las estrategias nacionales, en las que se consideran:

- Las pautas y tendencias en materia de alimentación y actividad física y los principales factores de riesgo de ENC relacionados con la dieta y la actividad física.
- Una evaluación de la eficacia de las políticas y los programas para mejorar el régimen alimentario y aumentar la actividad física.
- Información sobre limitaciones u obstáculos para la aplicación de la Estrategia y medidas adoptadas para superarlos.

- Información sobre medidas legislativas, ejecutivas, administrativas, financieras o de otro tipo adoptadas en el contexto de esta Estrategia.

1.2 Sobrepeso y obesidad como problema nacional

Actualmente, junto con los padecimientos infecciosos, las ENC (enfermedades cardiovasculares, diabetes y cáncer), se encuentran entre las principales causas de muerte en nuestro país; estas altas tasas de morbilidad y mortalidad coinciden con el rápido crecimiento de las incidencias de sobrepeso y obesidad.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) es la división de la OMS especializada en Salud Pública en América y a la que México pertenece desde 1929. Ellos son quienes definen en la actualidad lo que es Salud Pública:

> La práctica social integrada que tiene como sujeto y objeto de estudio, la salud de las poblaciones humanas y se le considera como la ciencia encargada de prevenir la enfermedad, la discapacidad, prolongar la vida, fomentar la salud física y mental, mediante los esfuerzos organizados de la comunidad, para el saneamiento del ambiente y desarrollo de la maquinaria social, para afrontar los problemas de salud y mantener un nivel de vida adecuado. (Figueroa, S., 2012, 2)

En México, los organismos encargados en velar por la salud pública son la Secretaría de Salud, órgano del Gobierno Federal, y el Instituto Nacional de Salud Pública, que depende de la Secretaría de Salud y está encargado de llevar a cabo investigaciones científicas que se traducen en estrategias y campañas a nivel nacional.

De acuerdo a un estudio del Instituto Nacional de Salud Pública (Gómez, H., Fullman, N., et al., 2016), México presenta un escenario de salud pública calificado como disonante, esto a causa de una disminución en el tipo de enfermedades que afectan a todos los grupos de edad, pero un aumento exponencial en los índices de enfermedades que afectan a grupos específicos (diabetes, violencia intrafamiliar y enfermedad crónica del riñón), particularmente a partir del año 2000.

En esta misma investigación se observa también un aumento en la esperanza de vida[5], pero una brecha mayor entre este indicador y el de los años de vida con salud plena, dónde los años ganados en longevidad no se equiparan a los vividos sin padecer enfermedades. A pesar de que los fundamentos de la Salud Pública remarcan labores hacia promover la longevidad de la población, mencionan también el bienestar que debe formar parte de esta longevidad, bienestar que según indicadores de instituciones y organizaciones de salud, no se está logrando en la población mexicana.

Dentro de las ENC, México ha sustituido la desnutrición y el agua sucia como factores de riesgo con prioridad nacional

5 De 72.1 años a 75.5 años entre 1990 y 2013

en materia de prevención, por los altos niveles de glucosa. (Secretaría de Salud, 2013) El sobrepeso, la obesidad y la diabetes tipo 2 se imponen como riesgo sanitario que se ha escalado en los últimos años y que necesita de atención inmediata de acuerdo a la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes.

El 18 de noviembre de 2016 la Secretaría de Salud emitió de forma oficial a través de un comunicado de prensa, una alerta epidemiológica por diabetes mellitus y obesidad, en el que a través del Subcomité de Enfermedades Emergentes, emitió la declaratoria de emergencia epidemiológica EE-4-2016 que consta de cuatro fases: la primera, hacer visible el problema de salud a nivel nacional; segundo, categorizarla como alta prioridad para el país; tercero, coordinar todas las instancias gubernamentales; cuarto, asegurar los insumos para su detección, tratamiento y prevención.

Una evaluación inicial sobre las estrategias muestra que existe una gran cantidad de estudios alrededor del sobrepeso y la obesidad que arrojan información mayormente cuantitativa. Estos estudios se enfocan principalmente en cuantificar a las personas que padecen ENC, el costo de estos padecimientos para la Secretaría de Salud, y las características demográficas de quienes las padecen, entre otros datos. A pesar de que esta información es básica y necesaria para conocer la magnitud del problema, no da suficientes pautas para la implementación de programas y acciones preventivas. La generalización nacional de las campañas de prevención, basada en una comunicación de masas, podría dificultar la apropiación de la información por parte de grupos específicos. La implementación de estrategias enfocadas a estos grupos requiere de información cualitativa.

Las estadísticas de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes indican que el sobrepeso y la obesidad afectan más a adultos de 25 a 35 años de edad, y dentro de este grupo, afecta más a mujeres que a hombres. Para comprender en qué radica la alfabetizacióninformacional[6] sobre materia alimentaria, resulta importante conocer más allá de los números, a los grupos poblacionales: quiénes son, cómo se desenvuelven en su vida diaria y cómo se vinculan los alimentos en su rutina.

En la actualidad se lleva a cabo la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) con el propósito de identificar el estado de salud de la población. Su metodología consiste en encuestar de forma aleatoria a una muestra representativa de habitantes del territorio nacional para conocer sus hábitos de consumo de alimentos y bebidas, la comprensión que tienen sobre la información en las etiquetas de los productos alimentarios, actividad física, servicios de salud y programas gubernamentales en materia alimentaria, principalmente,

6 Definida por la UNESCO como el proceso de evaluar, utilizar y crear información para lograr objetivos personales, sociales, laborales y de educación.

además de sus respectivas características sociodemográficas y mediciones antropométricas como peso, circunferencia de la cintura, muestras de sangre y presión arterial. Los resultados más vigentes que se tienen al momento de realizar esta investigación, corresponden al 2012.

La Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, establece que:

> Por su magnitud, frecuencia, ritmo de crecimiento y las presiones que ejercen sobre el Sistema Nacional de Salud, el sobrepeso, la obesidad y las Enfermedades no Transmisibles (ENT), y de manera particular la diabetes mellitus tipo 2 (DM2), representan una emergencia sanitaria, además de que afectan de manera importante la productividad de las empresas, el desempeño escolar y nuestro desarrollo económico como país. Estamos frente a una situación crítica que, de no ser atendida en el corto y mediano plazo, puede comprometer nuestra viabilidad como nación. (Secretaría de Salud, 2013, 8)

Sin embargo, a pesar de enfrentarnos ante una emergencia sanitaria con posibilidad de comprometer nuestra viabilidad como nación, dentro de la lista de los "Estudios y opiniones sobre el quehacer gubernamental, financiados con recursos públicos que el Instituto Nacional de Salud Pública ha realizado para contribuir al cumplimiento de sus objetivos"[7] solo se realizaron los siguientes estudios relacionados en materia de alimentación, seguidos del año de realización y de su inversión en pesos:

Tabla 1
Estudios financiados con recursos públicos que el Instituto Nacional de Salud Pública ha realizado en materia de salud alimentaria.

ENSANUT 2012[9]	$3,784,500
Lineamientos técnicos para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo[10] (2010)	$230,000
Asesoría para la implementación de estrategias de orientación al consumo de los Productos Alimenticios Básicos que proporciona el Esquema PAL- SINHAMBRE atendido por DICOSNSA, S.A. de C.V.[11] (2015)	$3,540,765.25
Realización de una Guía Alimentaria Regional para el Programa de Comedores Comunicatios de la Secretaría de Desarrollo Social[12] (2015)	$385,766.65
Validación Final del Componente de Educación en Nutrición del Programa Saludarte Durante tres etapas de Implementación[13](2015)	$2,758,321
Evaluación específica de desempeño de programas federales de ayuda alimentaria y generación de capacidades 2014-2015 y análisis de problemáticas alimentarias [14]	$1,400,000.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-201815, en materia de salud alimentaria, tiene contemplado únicamente disminuir el indicador de obesidad en niños de 5 a 11 años de edad de 14.6% a 12%. Su objetivo se centra en "consolidar las acciones de protección, promoción de la salud y prevención de enfermedades."

7 https://www.insp.mx/transparencia-y-rendicion-de-cuentas/estudios-y-opiniones.html

Por otro lado, dentro de los Lineamientos técnicos para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo, actualizados en 2012, se detalla una guía de productos industrializados[8] que cumplen con criterios nutrimentales, y entre los que destacan, bebidas gasificadas con edulcorantes artificiales basados en aspartamo (refrescos light), bebidas saborizadas, tés embotellados, yogurts frutales y bajos en grasa, néctares, botanas (frituras, barras de granola, chicharrones, cacahuates japoneses), galletas, pastelillos, confites, postres y quesos light.

Estos lineamientos tienden a sugerir la supresión completa de alimentos azucarados o con exceso de grasas, además, subordinan al alimento como objeto de supervivencia y sustraen los significados placenteros que se han construido culturalmente alrededor de lo culinario, especialmente en una cultura con una fuerte tradición gastronómica como lo es la mexicana; dichos lineamientos también trabajan bajo escenarios ideales, en los que la población tiene el suficiente tiempo libre para preocuparse por su estado de salud, de indagar información, de acudir a servicios médicos para su monitoreo, de realizar actividad física y de establecer vínculos sociales satisfactorios más allá de sus círculos laborales.

Públicamente, las instancias gubernamentales manejan datos estadísticos proporcionados por el Informe de Resultados de Sobrepeso y Obesidad, como parte de la ENSANUT 2012, en los que los resultados se analizan agrupándolos en rangos de edades demasiado abiertos (de 12 a 49 años de edad), donde los sujetos de estudio tienen diferencias cualitativas muy grandes. Desde las necesidades particulares de cada sector que conforma ese grupo, hasta las actividades diarias y los roles sociales que desempeñan. Incluso las funciones metabólicas y fisiológicas del cuerpo humano: no es lo mismo un adolescente versus un adulto de 40 años[9]. El resultado final se compone de dos subgrupos, el adolescente, de 12 a 19 años de edad, y el adulto, de 20 a 49 años. Los resultados únicamente contemplan al género femenino. Para el grupo de mujeres adultas los resultados fueron de 37.8% de sobrepeso y 35.4% de obesidad. En la redacción del informe se comunican los resultados de forma general, lo que dificulta el análisis y la asimilación del problema de salud por sectores particulares. Al promediar los resultados estadísticos entre el grupo de 12 a 19 años y de 20 a 49 años, se minimizan los resultados, ya que el problema en el grupo adolescente no tiene la misma magnitud de presencia que en los grupos adultos. Los resultados también se generalizan en localidad, urbana y rural, en los que claramente se detecta una mayor prevalencia del problema, principalmente la obesidad, en las zonas urbanas. Mujeres adultas de localidades urbanas, principalmente en la Ciudad de México, presentaron 40.4% de obesidad. En las tablas de resultados

8 http://alimentosescolares.insp.mx/alimentos_permitidos/
9 Para obtener el resultado del comportamiento metabólico, se utilizan fórmulas diferentes dependiendo del grupo de edad al que se pertenece.

finales promedian este valor con el 10% del grupo de 12 a 19 años de edad, dando un resultado final de 29.5%, minimizando la situación del problema de salud por mucho.

Una de las críticas que hacen asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales, como la Alianza por la Salud Alimentaria, se centra en la implementación de programas y estrategias federales, particularmente en los conflictos de interés entre el Estado y la iniciativa privada, como la participación de la industria de bebidas y alimentos en las tomas de decisiones dentro del Observatorio Mexicano de Enfermedades No Transmisibles (OMENT). (Alianza por la Salud Alimentaria, 2016)

1.2.1 Estrategias Actuales

Son varias las estrategias y herramientas que la población conoce para combatir el sobrepeso y la obesidad; algunas provenientes de iniciativa privada y otras públicas, todas compuestas por un conjunto de aciertos y errores, en menor o mayor medida. Cabe mencionarse que el hecho de que la población ubique ciertas herramientas, o campañas, no quiere decir que conozcan la información que estas difunden. Durante la recolección de información a través de las técnicas etnográficas, la mayoría de la gente demostró un desconocimiento sobre la información puntual que manejan estas herramientas. Su percepción general es de difusión al cuidado a la salud. Este grupo específico entiende como "cuidado a la salud" las acciones relacionadas con evitar enfermedades en una edad avanzada, particularmente en la vejez.

Nuestro objetivo no es hacer una descripción y análisis sobre las herramientas y estrategias, sin embargo, necesitamos considerarlas como punto de partida sobre lo que se ha hecho, lo que se conoce y se utiliza, así como las oportunidades existentes para retomar aciertos y mejorar fallas detectadas.

Dentro de los programas públicos podemos encontrar el realizado por el Gobierno del Distrito Federal en 2011, "No a la Obesidad", y que incluía el subprograma "Métete en Cintura", dirigido a la salud de los oficinistas, principalmente, o personas con estilos de vida muy sedentarios. A nivel nacional se lleva a cabo la campaña "Chécate, Mídete y Muévete", desde el 2014, como parte de la estrategia "Más Vale Prevenir", realizada por la Secretaría de Salud y con el objetivo de promover un estilo de vida saludable y sus beneficios individuales, familiares y sociales, a través del fomento y la promoción de la activación física y una alimentación saludable.

Tanto en la campaña de "No a la Obesidad" como la de "Más Vale Prevenir" los mensajes utilizan diversos canales de comunicación: radio, televisión, redes sociales, boletines electrónicos y publicidad exterior (espectaculares, carteles y

dovelas[10]). La falta de información pública sobre el monitoreo de estas campañas y su eficiencia, así como la falta de mantenimiento de las herramientas que ponen a disposición de la población[11], dificultan la posibilidad de analizar la pertinencia de los mensajes y de las campañas, así como su efectividad; también dificultan la elección pertinente de canales para la difusión de mensajes sobre salud pública, por lo que otras campañas, tanto públicas como privadas, replican los modos de operar de Gobierno Federal, tanto en lo comunicativo, como en la arquitectura de la información.

Algunos de los canales empleados tradicionalmente por gobiernos locales y federales no están diseñados para propiciar la posibilidad de una interacción entre el mensaje y quien lo recibe, como en el caso de la publicidad exterior. Thompson señala que quien emite el mensaje no puede controlar de forma directa la respuesta del receptor y quita la posibilidad de efectuar cambios en las acciones, dependiendo de las respuestas de estos. (Thompson, J., 1998, 152)

Otro tipo de canales, como las redes sociales, tienen la ventaja de poder recibir una retroalimentación en tiempo real de las interacciones entre los mensajes y los destinatarios, sin embargo, basta una revisión a la cuenta de Facebook de Más Vale Prevenir, y a las métricas de su fan page, para evaluar su contenido. Las limitantes existentes entre las interacciones de la comunidad con sus publicaciones[12] muestran que los contenidos no están siendo apropiados para la multiplicidad de grupos específicos que siguen la cuenta.

Una de las constantes en ambas campañas, es el uso de una comunicación de masas. La comunicación de masas, de acuerdo a Thompson, debe entenderse no en términos cuantitativos (de número de receptores), sino de mensajes enviados a una pluralidad de destinatarios, como en el caso mencionado anteriormente. (Thompson, J., 1998, 44) Para Thompson, la principal problemática radica en el desplazamiento espacial y temporal, contextual, de quien emite el mensaje y de quien lo recibe, en donde además, generalmente, el flujo de comunicación es unidireccional, por lo que no hay un proceso recíproco de intercambio. Max Horkheimer y Theodor W. Adorno en su obra Dialéctica de la Ilustración, han generado crítica hacia este tipo de comunicación, y una de sus posturas es que suele dirigirse a un público pasivo, es decir, el individuo únicamente es un receptor de mensajes y no interactúa con estos o motiva la génesis de un pensamiento crítico; se vuelven mensajes que no son susceptibles de crítica, de reflexión.

10 Publicidad montada en el interior de transporte público, como autobuses, metro o metrobus.
11 Links rotos o páginas inexistentes en las secciones de recomendaciones para mejorar el estilo de vida en los portales de Chécate, Mídete y Muévete.
12 Con más de un millón de suscriptores en su fan page de Facebook, al 17/03/17 tenía un engagement del 1.1%. Datos estadísticos sobre el tráfico: https://www.facebook.com/pg/MasValePrevenirSalud/likes/

Imagen 1 y 2
Relación de módulos visuales. (Secretaría de Salud, 2014)

Una de las observaciones sobre las campañas gubernamentales antes mencionadas, es que fomentan sistemas teóricos rígidos y centralizados; retoman la búsqueda de un perfeccionamiento social, a modo de adoctrinamiento. Desprenden cualidades placenteras y sociales, como el estilo de vida, dentro de la toma de decisiones alimentarias. También ligan su discursos de una forma íntima con la iniciativa privada, una de las condiciones del sistema capitalista, sin embargo, los intereses de estos y de los consumidores son divergentes.

Vamos a centrarnos en algunos ejemplos de mensajes utilizados por las campañas de No a la Obesidad y Más Vale Prevenir para analizar su pertinencia comunicativa, tanto en los mensajes y sus significados, como en su estructura gráfica.

Wucius Wong plantea una ideología que comprende tanto la teoría, como la práctica del diseño. Cabe mencionar que los fundamentos del diseño de Wong están encaminados a resolver necesidades y promover aspectos funcionales, en los que el conocimiento del individuo y su contexto es fundamental, por lo que concuerda con la ideología de Thompson.

En la teoría de Wucius Wong se distinguen 4 tipos de elementos en todo producto gráfico: 1) Elementos Conceptuales: no son visibles; son puntos, líneas y planos que no se encuentran realmente ahí, pero parecen presenciales. 2) Elementos Visuales: objetos presenciales con propiedades (forma, medida, color, textura). 3) Elementos de Relación: ubicación y el vínculo que existe entre las formas (dirección, posición, espacio, gravedad). 4) Elementos Prácticos: comprenden el contenido y el alcance del producto mismo (representación, significado, función[13]). (Wong, W., 1995)

Sobre los Elementos Visuales y de Relación: Un módulo es un bloque de formas semejantes o idénticas que ayuda a llevar un ritmo visual y a facilitar la estructura de la información. En el caso de cartel, la función del módulo recae en llevar la lectura de un punto A a un punto B, a un punto N; de acuerdo a Wong, debe existir una relación entre los elementos pertenecientes a cada módulo. Esta relación se justifica con el uso de retículas (Wong, W. 1995, 49). El riesgo de hacer módulos complejos es que anulan el efecto de unidad, por lo que cada módulo se interpreta como una estructura independiente. De acuerdo a este principio, en la imágen 1 y 2 se distinguen en color rosa cada uno de los módulos visuales; la retícula básica carece de concordancia estructural (líneas anaranjadas), por lo que los módulos pierden una secuencia lógica de lectura (elipses azules). El tipo de contrastes jerárquicos por tamaño y repetición, por mencionar los más utilizados en este ejemplo, generan rupturas modulares y tensión visual.

13 Para definir la función, utilizaremos como referencia el esquema de funciones de Roman Jakobson (1975).

Sobre los Elementos Conceptuales: De acuerdo a Wong, se puede interpretar un indicio de dirección y de movimiento con la fotografía de fondo, sin embargo, visualmente la dirección se lleva hacia afuera del cartel. La textura inferior, con un tratamiento gráfico de desenfoque, debería de tener la función de situar espacialmente los elementos encima de ésta, sin embargo, aparentemente solo cumple con una función decorativa. (Wong, W., 1995, 119)

Sobre los Elementos Prácticos, se puede decir que si se utiliza el esquema de funciones de Jakobson[14], se detecta que el cartel tiene una función conativa (Jakobson, R., 1975, 355) ya que orienta su comunicación hacia el destinatario por medio de oraciones imperativas. También cumple una función referencial, centrada en el contexto de lo que se dice (textos informativos). Se considera que las funciones fática y metalingüística son las más pertinentes en cuestiones de aprendizaje y de apropiación de información, por los factores de interacción y comprensión que involucran.

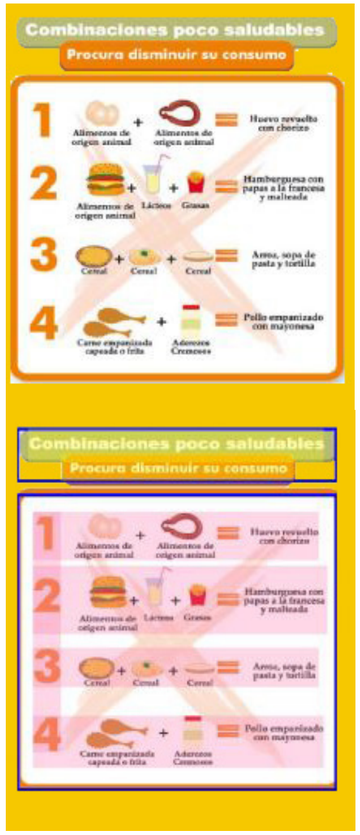
Las imágenes 3 y 4 son una muestra perteneciente a la campaña No a la Obesidad. A diferencia del caso anterior, el canal de comunicación es digital y el entorno es el sitio web de la campaña. La postal es un descargable que pretende servir como guía para el usuario de qué alimentos consumir.

Sobre los Elementos Visuales y de Relación: tiene una relación modular más sencilla, y al tener elementos enumerados, establece un orden jerárquico de lectura; a pesar de esto, se tiene un mayor peso visual en los elementos no
significativos, como los números. De acuerdo con Wong, hay carencia de contrastes: la gama cromática es muy semejante entre sí, salvo detalles rojos que resaltan por saturación; los ritmos monocromáticos, tienen el problema de producir monotonía en la lectura. El tache del fondo, con función indicativa de prohibición, queda subordinado a todos lo demás elementos por su posición.

Sobre los Elementos Conceptuales: se establece una dirección en dos sentidos: hacia abajo, reforzada por indicadores numéricos, que dan una secuencia de lectura, y hacia la derecha por los símbolos matemáticos que indican suma de productos y resultante. Se puede observar que la información tiene una sola jerarquía, por lo que el orden numérico se vuelve irrelevante.

Sobre los Elementos Prácticos: Los códigos pictográficos se manejan bajo el supuesto de que todos tenemos la misma representación mental de productos alimentarios. A pesar de que la imagen del platillo se refuerza con palabras, la relación no se da por el vínculo entre los dos

Imagen 3 y 4
Módulos visuales.
(Gobierno del Distrito Federal, 2011)



14 Roman Jakobson propone que todo producto de la comunicación recae en uno, o más, de seis aspectos básicos que determinan una función diferente del lenguaje dependiendo de los factores implicados en la comunicación: destinador, destinatario, mensaje, contexto, contacto y código. (Jakobson, R., 1975, 353)

elementos. Adicional a esto, los conceptos de las palabras no se encuentran en el mismo nivel.
Así en el primer nivel, se tienen grupos alimentarios generales como “alimentos de origen animal”, “cereal”, alimentos concretos como “carne empanizada, capeada o frita”, y se tienen macronutrientes[15] como “grasas”, lo que puede generar ambigüedad al entender el mensaje.

La principal función comunicativa de la postal digital, es referencial, ya que se centra principalmente en el contenido y busca proveer información al receptor. En un segundo nivel, trata de tener una función metalingüística, sin embargo, los problemas de ambigüedad que describimos anteriormente, perjudican la posibilidad de llevarlo a cabo.

En el caso de la campaña Más Vale Prevenir, se puede tener acceso a todos los mensajes realizados hasta la fecha en su sitio web[16]: los productos gráficos (impresos y digitales), audiovisuales (spots para televisión y redes sociales) y auditivos (radio). Para la campaña No a la Obesidad, también se puede tener acceso a los mensajes utilizados para los diversos canales de comunicación en su página oficial[17]. Hicimos un recorrido por todos los materiales contenidos en los sitios en la fase de acercamiento al problema, sin embargo, se dio continuidad a la revisión de estos en la fase de elaboración de mensajes para el prototipo.

Existen aplicaciones móviles orientadas a ayudar a combatir el sobrepeso, muchas de ellas se centran en el monitoreo de la ingesta calórica. Algunos ejemplos son: My Fitness Pal, Calorie Counter and Diet Tracker, Diet & Food Tracker, Lose it!, Noom Weight Loss Coach, Fooducate. En todas estas aplicaciones, la graficación[18] de la información para su visualización es un paso relevante en la detección de patrones alimentarios para hacer conscientes las acciones involucradas en la toma de decisiones alimentarias. El principal problema de las aplicaciones mencionadas, es que ninguna está hecha para satisfacer las necesidades nacionales, ni responden a los hábitos de consumo de los mexicanos por ser extranjeras. De acuerdo con Thompson, los aspectos sociales de un mismo contexto son muy relevantes para poder alcanzar la apropiación de la información (Thompson, J., 1998, 151), por lo que es pertinente que las herramientas se adapten a las condiciones nacionales, e incluso locales.

Una aplicación que está hecha en México y que considera los alimentos consumidos en el país es el Semáforo Nutrimental. Cuenta con un escáner de código de barras para reconocer el alimento e indicar el nivel de daño que provoca, esto con la finalidad de fomentar el aprendizaje sobre la lectura de etiquetas, principalmente la tabla nutricional y la lista de ingredientes. Una desventaja es que únicamente se enfoca a

15 Son los que suministran la energía metabólica. Proteínas, Azúcares y Lípidos.
16 http://www.masvaleprevenir.gob.mx/
17 http://www.noalaobesidad.df.gob.mx/index.php
18 Por medio de tablas, gráficas y esquemas.

los alimentos industrializados, por lo que deja fuera alimentos naturales que no han pasado por procesos de industrialización o que no cuenten con un código de barras.

A pesar de la utilidad de estas herramientas para el monitoreo de los hábitos alimentarios, son herramientas que requieren de una fuerte voluntad y disciplina por parte del usuario para mantener constancia en el llenado de información y poder mostrar datos relevantes que le sean significativos.

Algunas de las cuestiones que hemos observado no recaen únicamente en la pertinencia del canal, o herramienta a utilizar, sino en el mensaje en sí. Los emisores que tienen como finalidad generar un aprendizaje en el receptor, tienen que plantearse en primera instancia el objetivo concreto del mensaje, es decir, su función es determinar en qué parte centrar su principal atención, y qué códigos y canales utilizar. Cabe resaltar que ninguna herramienta tecnológica resuelve por sí misma el problema, sea cual sea. En la búsqueda de la apropiación de la información pueden presentarse obstáculos, como las asimetrías comunicacionales, visibles en el ejemplo de las ambigüedades que genera la postal digital de No a la Obesidad; también pueden existir antagonismos socioculturales y socioeconómicos, sobre todo en una comunicación para las masas, en donde los referentes sociales y culturales son tan variados como los grupos específicos que comprenden esa masa. En el mismo ejemplo de la postal digital de No a la Obesidad, solo quien hace un consumo frecuente en una fonda o comida económica puede saber que el número 3 de arroz, pasta y tortilla[19] (o cereal + cereal + cereal) hace referencia a un menú usual de esos establecimientos; quien no esté familiarizado con ese contexto, quedará marginado de ese mensaje. De la misma manera, quien no tenga el referente de McDonald's en su esquema mental, no puede relacionarse con el pictograma de las papas a la francesa que corresponde a la palabra "grasas", en donde la fuerza del concepto radica en el envase rojo contenedor del alimento, no en el alimento en sí -mucho menos en el macronutriente-.

Instituciones, como la de Salud Pública, representan un poder asignado por el Estado con cargas contextuales particulares: como sistemas de autoridad; de desconfianza a esta; la percepción de que los programas públicos se dirigen a estratos socioeconómicos bajos; de un estilo de vida que no los representa y del cuál se quieren mantener alejados[20].

Es necesario incursionar en nuevas estrategias focalizadas que permitan la apropiación de la información acorde a la cultura del país.

19 Es nuestra interpretación de esos pictogramas.
20 De acuerdo a los hallazgos de investigación. Muchos de los participantes se encuentran migrando de nivel socioeconómico, de C- a C, o de C a C+, por lo que constantemente hacen fluctuaciones en acciones propias de cada NSE.

1.2.2 Alianza por la salud alimentaria

Como parte de la naturaleza de realizar un estudio interdisciplinario, se buscó la asesoría de expertos en salud y nutrición. Lo que conllevó a un trabajo colaborativo con la Alianza por la Salud Alimentaria (ASA), una división de la asociación civil de El Poder del Consumidor, cuyos objetivos de difusión a la salud y la educación basada en esquemas colaborativos son afines a los nuestros.

El Poder del Consumidor es una asociación civil mexicana con experiencia en incidir en las políticas públicas y en las prácticas empresariales en beneficio de los consumidores, logrando impactos en regulaciones específicas, y en la sensibilización y el conocimiento de la población mediante sus campañas. (El Poder del Consumidor)

La asociación se fundó, en 2006 por Alejandro Calvillo Unna, actual Director General, quien fundó también Greenpeace México y ha trabajado con la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización de los Estados Americanos (OEA) y es miembro de Consumers International y del grupo experto en alimentos de esta organización internacional, al igual que del Consejo Consultivo del Consumo de Profeco.

1.2.3 Aspectos culturales de lo alimentario

Sin el conocimiento cualitativo de los grupos específicos, las estrategias para disminuir y prevenir el sobrepeso y la obesidad podrían fallar en su intento de proveer información, y de la misma forma, en la elección de los canales de comunicación adecuados para su difusión. Por cualitativo nos referimos a toda información adicional desde un punto de vista demográfico: necesidades, deseos, creencias e intereses.

Existe una gran brecha entre el conocimiento sobre la elección de alimentos y la génesis de hábitos de los individuos. Para implementar una acción de prevención y promoción es necesario conocer el punto de vista de las personas y la forma de dar sentido a su vida, así como las razones sobre su toma de decisiones alimentarias y el lugar que ocupa la salud en su lista de prioridades. Las encuestas[21] por parte de organismos nacionales e internacionales muestran que en México hay un deterioro en la calidad de vida de las personas, sin embargo, se encuentra analizado de forma muy superficial. Creemos que el fracaso en las acciones implementadas tiene parte de su explicación debido al desconocimiento del fenómeno en grupos específicos.

Dentro de nuestro país se han observado conductas

21 Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, OECD Health Statistics 2014, Encuesta Intercensal 2015.

relacionadas con el sedentarismo y el desconocimiento sobre la

alimentación saludable, mismas que han generado problemas físicos y emocionales en los ciudadanos, como el aumento de peso, el aumento en la medida de la cintura, entre otros. Ante esto, la Organización Mundial de la Salud ha recomendado adoptar y practicar estilos de vida saludables, que promuevan el ejercicio físico, una alimentación sana y otras actividades que garanticen la obtención y el mantenimiento de una buena salud integral durante todas las etapas de la vida.

Dentro de la Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2005, promovida por la Secretaría de Salud, se dictaminan los criterios para brindar orientación dentro de los servicios básicos de salud. Aquí se establecen acciones de promoción y educación para la salud en materia alimentaria, en el que resalta "el plato del bien comer", el diagrama oficial educativo para tener una alimentación saludable en México y que se divide en 3 principales categorías (imagen 5): frutas y verduras, cereales y leguminosas y alimentos de origen animal. En cada categoría se establece una sugerencia de consumo basado en suficiencia de cantidad (mucho, suficiente, poco) sin embargo, no se establece una métrica de unidad, por lo que los valores de suficiencia podrían interpretarse de diferente manera de individuo a individuo. Tampoco se habla de porciones o de calidad alimentaria, se deja mucho a la interpretación del individuo, quien por el diagrama podría inferir que es lo mismo el consumo de pan dulce, tamales o tortillas en cantidad por el trato jerárquico igualitario que se realiza en la imagen. Lo mismo sucede con la industrialización de productos, como la lata que se ejemplifica en la sección de alimentos de origen animal. A pesar de que este diagrama es símbolo del hábito alimentario ideal para mantener un estado de salud saludable, se puede decir que no habla en términos objetivos de las acciones necesarias para mantenerse en buen estado de salud.

La conducta alimentaria se compone de motivaciones biológicas, psicológicas y socioculturales, motivaciones que son sujetas a factores multivariables y que van más allá del valor nutricional del alimento y de las necesidades dietéticas de los individuos. Radilla y Vega dicen que hay factores que deben de ser considerados en los hábitos que conforman la conducta alimentaria, como los estímulos y las características personales y del entorno, por lo que los planes no pueden se generalizados ya que tienen una cualidad contextual. (Radilla, C., Vega, S., et al., 2015, 16) Dentro de estos estímulos se incluyen la publicidad, los medios de comunicación y las políticas gubernamentales.

Los hábitos alimentarios se construyen por costumbre y por la incorporación de experiencias nuevas. La costumbre se forma generacionalmente, en donde el aprendizaje, generalmente, se adquiere de patrones mostrados por padres, abuelos, hermanos o amigos. Culturalmente, en México, la elaboración casera de alimentos era una labor propia del

Imagen 5
El plato del buen comer. (Secretaría de Salud, 2014)

género femenino, y concretamente del ama de casa.

Tradicionalmente la cocina en el entorno doméstico ha sido un espacio femenino, un enclave desde donde la mujer demuestra su mando en el hogar.

> Tras los fogones, ella toma las decisiones de la alimentación familiar, la organización del hogar y las fechas especiales. Ella planea y distribuye la cocina a su manera y es así como logra hacer el espacio suyo: un recodo de independencia. Los avances tecnológicos permitieron ahorro de tiempo y así la mujer fue capaz de tener más libertad y espacio para pensar y dedicarse a otros menesteres. (Mallet, A., 2016, 9)

A pesar de que México es un lugar de fuerte arraigo a las tradiciones, la globalización y la urbanización han permeado las dinámicas sociales, y evidentemente, la toma de decisiones. La incorporación de las mujeres al mercado laboral se considera como un factor que ha aumentado la incidencia de sobrepeso y obesidad en poblaciones urbanas de acuerdo con el Reporte Global de Salud Urbana de la OMS, modificando los roles tradicionales de las amas de casa descritos por Mallet. La preparación casera de platillos tradicionales ha disminuido y ha sido reemplazada por el consumo de alimentos industrializados.

Como parte de la globalización y diversos tratados de libre comercio, la oferta de productos extranjeros se hizo más popular en el país, generando una curiosidad en el consumidor por enfrentarse a nuevas experiencias y conocer cosas diferentes a lo cotidiano. Una de las cuestiones es que gran parte de esta diversidad alimentaria corresponde a productos industrializados. Otros fenómenos, como las modas alimentarias, comenzaron a seguirse por la misma curiosidad, incorporándose poco a poco en el imaginario colectivo de lo que es rutinario; ejemplo de esto es el consumo de productos light o bajos en calorías, las bebidas energizantes, el consumo de fibras y suplementos alimenticios, justificando estilos de vida sedentarios y una mala nutrición. (García, P., 2012, 118)

También juegan aquí aspectos psicológicos, en los que se asocia a los alimentos tradicionales con "el deber ser", el cuidado paterno, y a los no tradicionales con la independencia y lo placentero. (García, P., 2012, 143) Es así que ingredientes milenarios que han sido la base de la alimentación mexicana, como el frijol y el maíz, se han enfrentado en la última década a un alarmante decremento en su consumo, de acuerdo a la Secretaría de Economía y a la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) en su investigación La alimentación de los mexicanos: cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos alimenticios. Estas modificaciones en los modos alimentarios son resultado de diversos cambios económicos y sociales en la población como los descritos anteriormente.

La investigación mencionada anteriormente, financiada por la CANACINTRA, contiene un estudio detallado de indagación sobre cómo los aspectos sociales han afectado

los cambios alimentarios en México. Ellos distinguen 4 tipos de consumidores alimentarios: hedonistas, desinteresados, conscientes y glotones. Para los hedonistas el sabor es lo importante en la comida y no tienen preocupación por cómo repercute la comida su salud.

> Los hedonistas hacen los tres alimentos y rara vez se saltan una comida. Comen entre comidas la mayoría de las veces, se vuelven a servir si el platillo les gustó y les afecta mucho si no pueden comer. [...] Casi nunca se ponen a dieta; por lo tanto no se pesan... (García, P., 2012, 183)

Para los desinteresados la comida es poco relevante; comen por necesidad fisiológica.

> Comen poco, pueden saltarse alguna comida, si no pueden comer no les afecta mucho y se satisfacen rápidamente. [...] Como para ellos la comida es algo funcional, les preocupa poco si engordan... (García, P., 2012, 184)

Los conscientes tienen una preocupación por su salud y esto se ve reflejado en sus decisiones alimentarias, tanto en la calidad de los alimentos, como en las cantidades y horarios.

> Están muy interesados en la información de los empaques [...] permanentemente se fijan en las calorías y en los alimentos altos en éstas. Se sirven poco postre para no engordar, se pesan con frecuencia y regularmente se ponen a dieta. (García, P., 2012, 184)

Para los glotones, lo más relevante es la cantidad. Consumen alimentos en abundancia, sin embargo, presentan contínuamente sentimientos de culpa por lo que ingieren.

> En su etapa de sentimientos de culpa leen los empaques para encontrar la información del producto y con esto se sienten mejor al haber considerado el valor nutrimental, pero sin importarles las porciones. (García, P., 2012, 185)

A pesar de que esta categorización considera aspectos placenteros y de motivación en los individuos, el estudio considera aspectos cualitativos, sin embargo, al ser una investigación de mercado, su enfoque es más cuantitativo y responde a intereses comerciales. Al jugar diversos roles dependiendo del círculo social en el que un individuo se mueve, creemos que algunas características de diversas tipologías pueden ser compartidas, o que un tipo predominante puede tener actitudes de otro en ciertos momentos particulares.

A continuación retomaremos algunos de los puntos más relevantes de
dicho documento:

- En la comida casera lo principal es el sabor. A pesar de que su consumo está disminuyendo, se le relaciona con lo familiar y las costumbres del hogar. (García, P., 2012, 116)
- A pesar de que el fast food se interpreta como algo artificial, su consumo va en aumento por su cercanía a los espacios laborales y porque se le relaciona con lo individual. (García, P., 2012, 116)
- Población de NSE medio alto suele recurrir a fondas, tianguis o mercados a pesar de tener la capacidad económica para acudir a restaurantes. (García, P., 2012, 120)
- Existe una percepción errónea de lo que es comida chatarra, en la que productos como refrescos y frituras

no se consideran por la población dentro de este grupo. (García, P., 2012, 129)

- La mayor parte del consumo de alimentos entre comidas (colaciones) no se realizan con la finalidad de atenuar el hambre, sino por autocomplacencia. (García, P., 2012, 130)
- El significado de algunos alimentos está muy polarizado dependiendo del NSE, como la carne de res, que resulta aspiracional para NSE bajos y que se percibe como nocivo en los altos. (García, P., 2012, 131)
- Hay alimentos, que a pesar de su simpleza, dan una connotación de autonomía: sándwiches, hamburguesas, hot dogs, tortas. (García, P., 2012, 145)
- Los adultos jóvenes NSE medio alto tienden a basar sus decisiones alimentarias en la indulgencia y la socialización, entre los que destacan las pastas, hamburguesas, bebidas alcohólicas, hamburguesas, tacos y antojitos. (García, P., 2012, 155)
- Distinción entre alimentos de antojo (botanas saladas) y el apapacho (platillos dulces y bebidas alcohólicas) consumidos por jóvenes adultos para disminuir el estrés, relajarse y a modo de recompensa. (García, P., 2012, 156)
- Tendencias alimentarias: Comida on the go[22]; disminución en el consumo de ingredientes y guisados tradicionales; medicalización de los alimentos[23]. (García, P., 2012, 142)

Como mencionamos, muchos de estos puntos se ven reflejados en los resultados de nuestra investigación, por lo que el cruce de los datos recopilados da mayor validez a las respuestas que recibimos por parte de los empleados corporativos que participaron durante los ejercicios etnográficos.

Muchas de las observaciones realizadas por este estudio coinciden con hallazgos encontrados en nuestra recopilación etnográfica, que será detallada a mayor profundidad en el siguiente capítulo.

22 Para consumirse durante los traslados.
23 Sustituir el consumo de nutrientes por medicamentos.

CAPÍTULO 2

Recopilación Etnográfica

CAPÍTULO 2

En este capítulo abordaremos el contexto con el que se trabajó este caso de estudio. Ahondaremos en la ubicación geográfica y algunas cuestiones sociales muy particulares de la dinámica del entorno. En una segunda instancia, ahondaremos en el proceso y resultados de recolección de información cualitativa de los empleados corporativos que participaron voluntariamente en la investigación. Finalmente, se darán a conocer los hallazgos etnográficos relevantes para el problema de investigación que sirvieron como base para proponer una estrategia con un componente de herramienta tecnológica para incidir en la disminución y prevención del problema de sobrepeso y obesidad.

2.1 Estudio Contextual

En México, 77.8% de la población vivía en un área urbana en 2010 de acuerdo a datos del Global Health Observartory, de la OMS. Estos procesos de urbanización han conllevado a nuevas realidades demográficas y a diferentes tipos de implicaciones en materia laboral, social, ambiental, de salud y económica. Una mala planeación urbana en conjunto con políticas públicas deficientes, dificultan el acceso a alimentos con altos aportes nutrimentales, tales como frutas y verduras frescas, cereales integrales y carnes magras, no solo en los alrededores de las áreas domiciliarias, sino que también en el resto de espacios públicos en los que se lleva a cabo el ejercicio de las actividades cotidianas: escuelas, espacios laborales, áreas de ocio y esparcimiento. (Organización Mundial de la Salud, 2016)

Cuestiones como las asimetrías socioeconómicas, afectan la posibilidad de tener estructuras capaces de desarrollarse, de acuerdo al Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). Este mismo Instituto se encarga de estudiar la competitividad urbana[1] de las diferentes entidades mexicanas, así como también mencionar los factores indispensables que deben tomarse en cuenta para analizar la productividad y el bienestar de los habitantes. El último reporte corresponde al Índice de Competitividad Estatal 2016: "Un puente entre dos Méxicos" y son 10 los factores que analiza:

1. Sistema de derecho confiable y objetivo (mide el entorno de Seguridad Pública y Jurídica)
2. Manejo sustentable del medio ambiente (evalúa la capacidad para relacionarse de manera sostenible y responsable con los recursos naturales y su entorno)
3. Sociedad incluyente, preparada y sana (mide rendimiento académico, oferta médica y servicios de salud, condiciones socioeconómicas, pobreza y desigualdad)
4. Sistema político estable y funcional (información sobre corrupción, participación ciudadana en la vida política del estado y libertades civiles)
5. Gobiernos eficientes y eficaces (mide la promoción del desarrollo económico y la formalidad de la economía)
6. Mercado de factores (evalúa la productividad de los trabajadores y características del empleo)
7. Economía estable (describe la distribución del PIB, el dinamismo de la economía, el nivel de deuda, así como la dependencia y la diversificación económica)
8. Sectores precursores (evalúa a los diferentes sectores financiero, de telecomunicaciones y de transporte)
9. Aprovechamiento de las relaciones internacionales (califica el grado con el cual se capitaliza la relación con el exterior para elevar la competitividad)
10. Innovación en los sectores económicos (mide la capacidad para competir con éxito en la economía, particularmente en sectores de alto valor agregado, intensivos en conocimiento y tecnología de punta).

A pesar de que este estudio analiza a la Ciudad de México como totalidad, estos parámetros sirven de base a SEDUVI para analizar la situación de competitividad en Santa Fe, principalmente porque debe de existir un trabajo en conjunto entre las dos delegaciones que conforman su territorio para el desarrollo de planes y estrategias que mejoren la calidad de vida en la región.

> En lo que respecta al ámbito meramente social, en primer lugar son de sobra conocidos los problemas de infraestructura que afronta esta zona los cuales indudablemente repercuten en la puntuación correspondiente al manejo del medio ambiente; en segundo lugar, la puntuación consignada para el factor sociedad incluyente, con categoría intermedia responde en gran medida a los atributos sociales y económicos de los habitantes de la zona. En adición, también se observó un contraste notable en lo relativo a la población sin acceso a servicios de salud. La cantidad de población en esta situación era de poca a moderada en la Zona de Santa Fe, la cual la coloca en una posición privilegiada si se considera que en ese año aproximadamente 41.46% de la población de Cuajimalpa y 40.57% de la población de Álvaro Obregón carecían de acceso al servicio ya citado. (SEDUVI, 2015, 33)

2.2 Territorio de estudio

Santa Fe es una exclusiva colonia de la Ciudad de México que en pocos años pasó de ser uno de los vertederos de la urbe a una de las más vanguardistas y costosas zonas de todo el país. Son dos las delegaciones que dividen el territorio de 1,250 km2. Por una parte, la delegación Cuajimalpa con el 39.5% total del área, y la mayor parte, perteneciente a la delegación Álvaro Obregón, con el 60.5% restante. (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda)

El proyecto de la creación corporativa y residencial de Santa Fe, conocido como ZEDEC (Zonas Especiales de Desarrollo Controlado), se llevó a cabo gracias a un grupo formado por ingenieros, arquitectos y urbanistas que visualizaron el potencial del área gracias a diversas cualidades que tenía, como la cercanía con áreas residenciales y empresariales de

1 La capacidad de atraer talento y retener inversiones.

nivel socioeconómico alto. El terreno, rodeado por barrancas de poniente a oriente, se encontraba principalmente formado por bancos de arena y grava, así como tiraderos de desechos sólidos a cielo abierto. Con una topografía principalmente formada por socavones y pendientes, producto de la explotación minera de principios de siglo XX. Cabe señalarse, que para la construcción de la zona fue necesario un proceso de relleno de los tiraderos de basura con capas de arena aplanada. Es decir, en la actualidad aún continúan los millones de toneladas de basura en el subsuelo.

ZEDEC se diseñó gracias a un plan integral de desarrollo urbano para rescatar la zona. Los principales puntos del Plan Maestro ZEDEC, de 1987, se enfocaron en fraccionar el uso de suelo y construir infraestructura para posibilitar la recaudación de fondos por parte de iniciativa privada, junto con el gobierno del Distrito Federal, y posteriormente financiar una ciudad modelo, inspirada en asentamientos urbanos del primer mundo. (Kunz, G., 2014)

ZEDEC se sitúa a un costado de la Carretera Federal No. 15D México-Toluca y la Autopista México-Toluca 134D dando acceso por Toluca, Estado de México. Del lado de la Ciudad de México, son 3 las vías de acceso principales: Avenida Constituyentes, Avenida Paseo de la Reforma (que permiten el acceso desde la zona Centro y Poniente) y Avenida de los Poetas, que conecta con la Supervía Poniente (de cuota), para dar acceso desde el Sur de la Ciudad. Estas rutas de acceso resultan insuficientes, y generalmente presentan elevados índices de saturación por la gran afluencia de gente que día a día viaja a la zona.

Por estas razones, en menos de una década, la zona de Santa Fe se llenó de corporativos transnacionales y nacionales, convirtiéndola en un clúster empresarial, a la par de zonas como Polanco, en la misma Ciudad de México.

Junto con el comienzo de la construcción de ZEDEC, inició el desarrollo del Centro Comercial Santa Fe, un espacio comercial elaborado por el Arq. Juan Sordo Madaleno e inaugurado el 19 de noviembre de 1993, creado con el objetivo de convertirse en uno de los desarrollos comerciales más exclusivos y grandes de Latinoamérica. Tomó como inspiración los centros comerciales estadounidenses, lo que atrajo importantes cadenas internacionales para su establecimiento de locales (Cornejo, I., Bellón, E., 2001) y facilitando la población residencial de la zona. De esta forma es que surgen grandes proyectos inmobiliarios dirigidos a segmentos empresariales y poblacionales con un alto poder adquisitivo.

El Centro Comercial Santa Fe se convirtió en uno de los símbolos comerciales más importantes de la demarcación y se ha convertido en referencia para el desarrollo arquitectónico de otras plazas comerciales. Actualmente se ha remodelado, aumentando su extensión comercial y adaptándose a necesidades de tendencias recientes en centros comerciales. De acuerdo a su sitio electrónico, posee 35 establecimientos

Imagen 6
Centros comerciales de Santa Fe con alta oferta de fast food.

dedicados a la venta de alimentos en modalidad de restaurantes, 34 locales asignados al área de comida rápida y 36 establecimientos de venta de alimentos especializados distribuidos en toda la plaza (pastelerías, cafeterías, heladerías, por mencionar algunos).

Existen también otros centros comerciales, que aunque no son de la magnitud del primero, tienen relevancia en la actividad comercial de quienes llevan su vida diaria en Santa Fe: Garden Santa Fe, Centro Comercial Patio Santa Fe, Samara Shops, Park Plaza, Zentrika Santa Fe y Vía Santa Fe.

De acuerdo con Gustavo Kunz Lara, para el 2013 Santa Fe se había convertido en el centro financiero de la Ciudad de México, contando con 62 torres de oficinas, 1 millón 17 mil 800m^2 de espacios de oficinas construidas y con 115 mil m^2 de oficinas libres que se traducen en un 11.3 % de espacios de oficinas disponibles.

Santa Fe para muchos, tiene un simbolismo distinto al de progreso económico y financiero; considerando la desigualdad y pobreza gracias a la distinción económica tan visible que hay entre esta área y los pueblos que la rodean. Un gran ejemplo de la polaridad financiera a causa de la política neoliberal que existe en la población mexicana.

> Este espacio urbano busca y crea una identidad distinta a la del centro, es de decir, la de la Ciudad de México, ya que expresa mediante su configuración urbana una realidad distinta, simboliza estatus y promete un estadío distinto al de la realidad nacional. Proyecta una sensación de estar dentro de una realidad mejor; estar dentro de esta realidad o lugar mejor proyecta una noción de un futuro mejor que es parte fundamental del discurso de la modernidad y eje del sistema capitalista donde recae el neoliberalismo y por ende podemos observar la representación simbólica/discursiva del ZEDEC. (Kunz, G., 2014, 4)

La actividad económica del área ha apreciado los costos de la tierra, generando mayor plusvalía y encareciendo la oferta habitacional de los complejos residenciales; así, se ha dificultado el acceso a ellos por parte de quienes laboran en la demarcación y ha generado una exclusión social, por lo que se presentan asimetrías socioeconómicas.

2.2.1 Población de estudio

El área de Santa Fe, como se mencionó anteriormente, tiene características particulares que podrían desatar problemas de salud, según las observaciones del Reporte Global de Salud Urbana de la OMS en torno a los factores que han

aumentado el sobrepeso y la obesidad en poblaciones urbanas. Para esta investigación se seleccionó un área de 4 x 1.4 km que comprende la colonia Santa Fe Cuajimalpa, de la Delegación Cuajimalpa, y las colonias Santa Fe, Santa Fe Centro y Santa Fe Peña Blanca, pertenecientes a la Delegación Álvaro Obregón, ya que este fragmento corresponde a la mayor actividad corporativa de ZEDEC.

De acuerdo con la SEDUVI en su Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la Zona de Santa Fe, en el 2004, alrededor de 120,000 personas se dedicaban al principal sector laboral de la zona, al terciario; y 118,000 personas se dedicaban al trabajo corporativo distribuido en los 245 corporativos, que en ese entonces, se encontraban en ZEDEC.

Diversos estudios del Instituto Nacional de Salud Pública, como la ENSANUT 2012 han advertido el aumento del sobrepeso y la obesidad en el sector de adultos jóvenes que viven en el área urbana, muchos de estos, laborando en el área de Santa Fe. A pesar de esto, la mayoría de los esfuerzos actuales en materia de promoción a la salud alimentaria para este grupo de edad (menor a los 40 años de edad) se enfocan principalmente en otros padecimientos, como la anorexia o la bulimia.

Una de las características del grupo poblacional que se va a investigar es que se encuentran en edades productivas, es decir, generan una derrama económica por su actividad laboral, derrama, que como mencionó la OECD en su reporte sobre Estadísticas de Salud 2014, se ve afectada por el sobrepeso y la obesidad.

En la siguiente tabla se pueden ver algunos puntos principales detectados en otras investigaciones de por qué resulta importante enfocarnos en este segmento poblacional:

Hecho	Fuente
La mortalidad es 12 veces mayor en jóvenes de 25 a 35 años de edad que padecen sobrepeso y obesidad.	(Servicios de Salud Pública del Distrito Federal, 2011)
El sobrepeso y la obesidad de se han incrementado significativamente en áreas urbanas.	(OMS, 2016) (Baquera, S., & Campos, I., 2013)
El problema ha incrementado en la población con nivel socioeconómico alto (A/B), medio-alto (C+) y medio (C).	(OMS, 2016) (Instituto Nacional de Salud Pública, 2012)
Se afecta el desarrollo económico nacional a causa de la disminución de productividad y de ingresos de quien padece sobrepeso y obesidad.	(OECD, 2014) (Secretaría de Salud, 2013)
En áreas urbanas del continente americano, se demostró la prevalencia de obesidad en hombres y mujeres de 25 a 49 años de edad pertenecientes a clases sociales media y alta, incrementando en un 6% comparado con el mismo estudio realizado en 1999, y superando a la población perteneciente a clases sociales bajas.	(OMS, 2011)

Tabla 2
Pertinencia del problema de investigación

Tomando como base el cruce de información entre los estudios que hablan sobre el desarrollo del sobrepeso y la obesidad, consideramos pertinente enfocarnos a la población que labora y lleva su vida diaria en Santa Fe, principalmente en la que población flotante que está viviendo migración de NSE (C y C+) y que se encuentra en su etapa laboral productiva. Nos enfocaremos a un grupo de edad en el que comienza a aumentar la incidencia de sobrepeso y obesidad, de los 25 a los 35 años de edad, y que realizan trabajo corporativo, es decir, su labor principal se desarrolla dentro de espacios de oficinas debido a las profesiones que ejercen, las cuales en su mayoría, se enfocan a rutinas sedentarias.

2.2.2 Identidad del empleado corporativo

Santa Fe crea una identidad distinta a la de la Ciudad de México. (Kunz, G., 2014)

La identidad es uno de los puntos medulares que deben abordarse para entender el contexto en el que el empleado corporativo realiza sus actividades diarias, y que de acuerdo a Thompson, (Thompson, J., 1998) se construye con ciertos conocimientos apropiados por el individuo, esos que lo diferencian de otro. Gilberto Giménez, en el mismo sentido, define a la identidad como "la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en el entorno social [...] su función es marcar fronteras entre un nosotros y los otros". (Giménez, G., 2003, 1)

Estos repertorios culturales son heterogéneos y dinámicos, así como sus significados, que tienen una variabilidad dependiendo de tendencias o del número de personas con características similares. Muchos de estos repertorios han tenido construcciones generacionales que se han enraizado como tradiciones, una identidad nacional, por ejemplo, a diferencia de otras construcciones más recientes que son compartidas por grupos pequeños, como la identidad laboral compartida por los integrantes de un corporativo determinado. Todos estos repertorios culturales se interiorizan en el individuo cumpliendo una función de diferenciación con el otro, hacia afuera, o de definición con el nosotros, hacia adentro. (Giménez, G., 2003, 6) Ambas funciones simbolizan un reconocimiento de la existencia de los grupos (del que se quiere formar parte o diferenciarse).

> Sin el concepto de identidad no se podría explicar la menor interacción social, porque todo proceso de interacción implica, entre otras cosas, que los interlocutores implicados se reconozcan recíprocamente mediante la puesta en relieve de alguna dimensión pertinente de su identidad. (Giménez, G., 2003, 6)

Dado que pertenecemos a grupos muy diversos, tenemos referentes culturales provenientes de distintos grupos, sin embargo, los que interesan a nuestra investigación, son los que tienen una relación directa con los hábitos alimentarios y los que sean más representativos entre los participantes. Distinguimos así identidades construidas con referentes culturales nacionales, familiares, generacionales y laborales

como los más relevantes. Esta identidad se debe tomar como un atributo relacional más que como una etiqueta. En esta parte consideramos también lo planteado en el capítulo anterior en el punto 1.2.3 sobre cultura alimentaria.
Se utiliza coloquialmente el término Godínez[2] para referirse a las personas que desarrollan su actividad laboral en oficina, y usualmente se trata de un peyorativo para diferenciar las jerarquías dentro de lo laboral. El Godínez, como diferencia jerárquica, es usualmente el que se encuentra en posiciones de subordinación, el que no tiene poder de decisión sobre la actividad que realiza. Este término ha estado pasando por un proceso de reconfiguración de su significado, adquiriendo un nuevo sentido con la apropiación del término entre los mismos individuos[3]; "la autoidentificación del sujeto requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente." (Giménez, G., 2003, 10)

Actualmente, el término representa a burócratas, empleados mid management[4], coordinadores de área y creativos de corporativos. (Santamaría, F., Aguilar, A., 2012)

La construcción social de este término, y sus explicaciones, han sido mayormente difundidas por medios coloquiales, como páginas de noticias y blogs, más que en fuentes académicas, parte de esto, quizás, por lo reciente del término. Cuando el empleado corporativo se refiere a sí mismo como Godínez, incluso de forma sarcástica, se vuelve parte de su identidad, aún muy a su pesar, de esta construcción social que se tiene en relación al trabajo de oficina. Independientemente del origen del término, que posiblemente parte de objetos audiovisuales de la idiosincrasia mexicana, podemos interpretar que se ejerce una especie de violencia simbólica, de afuera hacia dentro[5], ante el empleado corporativo, y en nuestro caso de estudio, el que labora en el área de Santa Fe. "Los excluidos radicalmente de la textura de las relaciones simbólicas se convierten en seres transparentes y etéreos o, en su defecto, en seres construidos en espacios específicamente significativos." (Silva, R., 2009, 5)

2.2.3 Ejercicios etnográficos

Algo que diferencia la zona de Santa Fe de otras zonas de la Ciudad de México, es su acceso únicamente por vías de vehículos motorizados (automóviles y camiones) privados (de cuota) y públicos. Actualmente no existen rutas de transporte urbano Metro o Metrobus aunque ya se encuentran las obras para complementar la oferta de transporte público, la

2 No se sabe con certeza el origen del término, sin embargo, la explicación más común en los medios informativos es que proviene de la caracterización de personajes televisivos y cinematográficos (como Hermelinda Linda).
3 Principalmente entre los pertenecientes a la generación Y o millennial.
4 Estructura organizacional media, debajo de puestos directivos pero arriba de ejecutivos.
5 Es decir, de aquellos que no son oficinistas.

construcción de la continuación de la Línea 7 del Metrobus, que conectará con Reforma y el tren interurbano México-Toluca. La situación topográfica del área, dificulta el acceso por medios peatonales o ciclistas.

Estas dificultades se ven claramente exteriorizadas por los empleados corporativos, descubiertas en entrevistas a profundidad como parte del ejercicio etnográfico realizado.

> Detesto tener un horario tan Godín, las horas pico son la muerte. Mi trayecto es de una hora y media (si bien me va) promedio, desde la Colonia Narvarte. Y las opciones siguen siendo pocas. Salir de Tacubaya es peligroso pero creo que sigue siendo lo más cercano en transporte posible a este pueblo. La otra es subir a un RTP que toma Constituyentes, pero con un accidente mínimo, ya se hace un caos que Dios guarde la hora, y el de Reforma que viene de La Villa, tarda en pasar como si viniera de rodillas. Santa Fe ha sido y sigue siendo un acto de fe y heroísmo para quienes nos arriesgamos día a día a venir a este punto de la Ciudad de México, que no es el más fácil para trabajar ni transitar... ¡la jungla urbana de lujo! (Enrique Pérez, diseñador)[6].

Inicialmente se detectó que era necesario indagar sobre los hábitos, sentires e inquietudes de la población, además de realizar una observación etnográfica para contrastar las respuestas recibidas y comprender la naturaleza del fenómeno desde una selección de diferentes variables que lo componen.

Durante el 2015 se registraron alrededor de 850 mil viajes diarios de empleados que se trasladan desde diversos puntos de la ciudad y del área metropolitana para trabajar en Santa Fe, de acuerdo al Estudio de Movilidad de la zona de Santa Fe en Ciudad de México por CTS EMBARQ México en el 2015.

Dadas las características de la población y la zona, aunado al objetivo de realizar una investigación cualitativa, se llevaron a cabo convocatorias en redes sociales digitales buscando voluntarios para elaborar entrevistas, encuentros aleatorios en Santa Fe y contactando áreas de Recursos Humanos de algunos corporativos en la zona.

Se trabajó con un total de 53 empleados corporativos, a los cuales se realizaron encuestas y entrevistas a profundidad. Los entrevistados pudieron detener su participación en los diferentes ejercicios de recopilación en el momento que desearon, por lo que toda la información recabada se hizo de forma voluntaria. Garantizamos la confidencialidad, por lo que sus nombres se cambiaron, y los corporativos a los que pertenecen se mantuvieron anónimos, únicamente mencionando el giro de negocio y su relevancia en la industria. En el caso de las entrevistas a profundidad, se llevaron a cabo 15 entrevistas. Esto, con el objetivo de entender las prácticas comunes e indagar en aspectos adicionales a los laborales y a los alimentarios. Se eligió este tipo de entrevista porque buscamos que los participantes tuvieran mayor libertad para dar a conocer los factores culturales, económicos, sociales e ideológicos de su cotidianeidad de una forma holística. Debido a que en este proceso se compartieron experiencias

6 En entrevista para Grupo Reforma "El infierno de ir a trabajar a Santa Fe". Marzo 2017.

personales, incluso íntimas, se contemplaron algunas cuestiones para facilitar el proceso; la entrevistas se llevaron a cabo de forma individual en espacios seleccionados por los entrevistados, a manera de que se sintieran cómodos (cafeterías y restaurantes cercanos a su oficina o domicilio, en la recepción de su oficina y en su domicilio particular); la temática y duración de las entrevistas fue aclarada desde los primeros encuentros. En todos los casos el rapport[7] consistió en una breve explicación de lo que se pretendía con el encuentro, la finalidad académica, y el procedimiento a seguir, sin embargo, se les dijo que la investigación iba más encaminada a estudiar cómo Santa Fe moldea los hábitos de quienes trabajan ahí, esto para evitar una incomodidad inicial con los participantes que padecen sobrepeso. Las entrevistas fueron registradas en audio y tuvieron una duración promedio de 1 hora. Posteriormente se escucharon los audios de las entrevistas para realizar transcripciones, detectar puntos clave y encontrar coincidencias.

La observación contextual y la observación participativa se llevó a cabo desde el inicio de la investigación, y continuaron hasta el final de esta. A través de la observación fue posible entender Santa Fe, su dinámica urbana y detectar distintos espacios de convivencia: los actores que lo componen, las relaciones y los vínculos entre ellos.

Nos resultaron útiles las observaciones realizadas en medios digitales para entender mejor sus vínculos y comportamientos, principalmente, con la comida, así como descubrir hábitos que presentan los empleados corporativos y cruzar información con cosas que dijeron en entrevistas. Son tres las redes sociales que se analizaron: Facebook, Instagram y Twitter. Como parte de la observación participante, se realizó un análisis del comportamiento social y cultural dentro de una convivencia entre uno de los participantes y sus compañeros de trabajo para ver un partido de fútbol el 09 de junio de 2016, esto con la finalidad de percibir la interacción que existe con uno de sus círculos inmediatos[8].

Para disminuir la carencia de tiempo de los empleados corporativos y poder mantener un contacto continuo con ellos, se tuvo la necesidad de realizar encuestas online y entrevistas vía remota (videollamadas).

2.2.4 Hallazgos

Dado que nuestra investigación se enfoca en el conocimiento cualitativo, en las siguientes secciones del capítulo estarán intercaladas por citas de los entrevistados, quienes desde su misma voz exponen su contexto. Cabe resaltar que las interpretaciones que realizamos no se pueden generalizar a

7 Es el fenómeno en el que dos o más personas sienten que están en "sintonía" psicológica y emocional (simpatía), porque se sienten similares o se relacionan bien entre sí.
8 Transcripción del evento en Anexo A.

toda la población, únicamente responden al grupo específico con el que se trabajó.

Algunos de los objetivos planteados, y que fueron de suma importancia para la investigación, fueron:

- Entender sus procesos de toma de decisiones alimentarias, tanto en espacios laborales como fuera de estos.
- Entender sus intereses y carencias de información para facilitar la apropiación de esta.
- Entender su motivación colectiva para la tomas de decisiones y para promover el aprendizaje autodidacta.
- Visualizar las relaciones entre los factores principales mencionados por ellos, y cómo afectan sus decisiones alimentarias.

2.2.4.1 Estructura Social

Una de las características en común del grupo específico que abordaremos es la migración económica[9]. La mayoría de los individuos con los que se trabajó en la investigación se criaron en un nivel socioeconómico (NSE) C- y C, que corresponden a clase media baja y clase media. Se entiende NSE como parámetros que miden el bienestar patrimonial de un hogar. En el caso del NSE C- se tienen cubiertas necesidades espaciales de forma higiénica (drenaje, ventilación) y se poseen algunos artículos modestos para facilitar la comodidad de vivienda. El NSE C, además de tener cubiertas las necesidades de una forma un poco más holgada y cómoda, invierte en artículos para esparcimiento.

Dentro de las profesiones que los padres de los participantes tuvieron, o tienen, encontramos algunos casos de licenciatura o posgrado, como último nivel educativo, pero en su mayoría, tienen una preparación técnica, nivel media superior, es decir secundaria. Algunas de las profesiones más mencionadas fueron: taxista, secretaria, enfermera, profesor, educadora, capturista, estilista, taquero y comerciante. Aunque en muchos de los casos había la necesidad de un doble ingreso, seguía siendo muy común que la madre se dedicara a la labor doméstica, algunas de ellas con ingresos por venta de productos de catálogo, venta de manualidades y labores domésticas en casas ajenas (además de ser responsable de la alimentación familiar). Parte de las oportunidades económicas que se fueron presentando en casa permitieron que muchos de ellos realizaran sus estudios en escuelas privadas, algunos en su formación completa y otros en sus estudios universitarios, en donde resaltan escuelas como la Universidad del Valle de México (UVM) y la Universidad Tecnológica de México (UNITEC) que se han caracterizado por dar su oferta educativa principalmente dirigida a la clase media. También se observó mucho la preparación académica de universidades públicas,

9 Cambio de nivel socioeconómico. Para fines de esta investigación, serán cambios de un nivel a otro estrato mayor.

entre las que resaltan el Instituto Politécnico Nacional (IPN), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y universidades estatales (Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma del Estado de México, Instituto Tecnológico de Mérida, Universidad Michoacana). Algunos de los que estudiaron en universidad pública, hicieron estudios de posgrado en universidades privadas (UVM, ITESM, UP, Anáhuac) o en el extranjero. Parte del ideal que se tiene es la responsabilidad de tener un desempeño laboral exitoso como retribución a los esfuerzos familiares que se hicieron para brindarles una educación universitaria. Se percibe fuertemente una sensación de "tengo oportunidades que mis padres no tuvieron" como menciona Marlene, egresada del ITESM Campus Estado de México de la Lic. en Mercadotecnia, quien realizó sus estudios por medio de una beca financiamiento del 60% y quien actualmente labora en una empresa de comercialización masiva de productos.

> Mi papá hizo doctorado en la UNAM y mi mamá se dedicaba al hogar, ella dejó de trabajar para cuidarnos. Yo fui la única de mi casa que estudió en escuelas de paga porque la situación económica estaba mejor, pero siempre estuve becada, desde primaria. Creo que tengo oportunidades que mis padres no tuvieron, es más, que mis hermanos no tuvieron. Yo llevé inglés y computación de toda la vida. Ahorita hasta te dicen en los trabajos que solo de ciertas escuelas, que las públicas se abstengan o de paga medio chafonas. La verdad sí me ha hecho paro mi título y las escuelas en las que estuve, se nota mucho de dónde viene cada quién.

Como se mencionó en el capítulo 2 en el estudio realizado por CANACINTRA, hay comportamientos que permanecen del NSE previo, como el alto consumo en fondas o puestos callejeros, a pesar de tener el poder adquisitivo para acceder a otro tipo de establecimientos (que también deben considerarse variables adicionales como el tiempo y la facilidad de acceso a los establecimientos). Adicional a esta migración de estilo de vida, llevan también a cabo un movimiento diario de locación, en el que su lugar de domicilio y de trabajo tienen características muy diversas, como lo expuesto en puntos previos. Se ha promovido una multiplicidad de estilos de vida, el "yo" profesionista y el otro, el que existe los fines de semana o en los tiempos libres.

Ninguno de los participantes vive en Santa Fe, incluso a nadie le toma menos de 30 minutos en llegar a esa zona. Resaltan las viviendas en zonas populares como Ecatepec, Ciudad Nezahualcóyotl, Atizapán, Tlalnepantla, Cuautitlán Izcalli, Iztapalapa, Huehuetoca, Coacalco; pero también zonas que solían ser barrios y que actualmente se están renovando para consumidores jóvenes con poder adquisitivo en crecimiento, como Nápoles, Narvarte, Santa María la Ribera, Verónica Anzures, Del Valle y Tlalpan por mencionar algunas. Santa Fe, para muchos de ellos, se convierte en la identidad anhelada, compuesta por la identidad dominante, por el rol jerárquico que desempeñan, y por la identidad sumisa, por

ser subalternos de otras jerarquías y la toma de decisiones limitada únicamente lo que está a su alcance.

> La posición que ocupa un individuo dentro de un campo o institución está íntimamente relacionada con el poder que él o ella poseen. [...] Los individuos que ocupan posiciones dominantes en grandes instituciones pueden contar con inmensos recursos a su disposición, que les permite tomar decisiones y perseguir objetivos que tienen implicaciones de largo alcance. (Thompson, J., 1998, 29)

Quienes continúan viviendo en la casa de sus padres mencionan que no se quieren mudar porque no quieren mermar su estilo de vida, dejar de gastar en placeres para gastar en necesidades, y de cierta forma esos placeres se han convertido en sus necesidades. María tiene 31 años, vive en Cuautitlán Izcalli y recibe un salario aproximado de dieciocho mil pesos mensuales. Diariamente pasa entre 4 y 5 horas en el coche para ir y regresar del trabajo, sin embargo, prefiere eso que hacer menos tiempo y hacer labores del hogar.

> Me da mucha hueva tener que pensar en cosas de la casa. Con mis papás me limpian el cuarto, me tienden la cama, me dejan mi comida preparada... eh... no me tengo que preocupar por nada. Ellos tienen un departamento que, que rentan y ahí podría ir, no pagaría renta, pero... pero tengo que comprar muebles y cosas y es como que más gasto ¿no? Prefiero seguir así, así puedo ir a más conciertos je je o lo que me plazca.

También están quienes ya se independizaron pero viven con roomies, justamente para poder mantener cierto estilo de vida, como Federico, quien renta en un pent-house en Polanco con otras 4 personas para pagar alrededor de seis mil pesos mensuales[10].

Se comienza a ver una cierta resistencia a los procesos, sobre todo a los que toman un cierto tiempo en estabilizarse, como el independizarse, y hasta el mismo proceso de pérdida de peso. Hay una inseguridad no solo a salir del área de confort, sino a sentirse vulnerables o a perder el control.

> Tal vez lo podría encontrar en mí y no, no sé, algo que me haga... que me haga decir ¡Güey! En principio eso no es lo que querías ¿Por qué tienes miedo de empezar otra vez? ¿No? Cambia tú y vuelve a empezar y no hay un pedo... (Ismael, Coordinador de IT)

10 Únicamente renta, sin servicios.

Sin embargo, los empleados corporativos dedican tiempo y dinero a mantener comunicación e interacción social en medios digitales, gracias al ejercicio etnográfico se encontró que el tiempo de navegación en Internet de esparcimiento (no laboral) fue de 1 a 3 horas al día, donde la frecuencia de uso se centra en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, y servicios de mensajería, como WhatsApp.

Fuera de estas plataformas, el uso de aplicaciones como buscadores, correo electrónico, sistemas de almacenamiento, entre otras, tienen un uso es más esporádico; no suelen borrarlas, simplemente las ignoran.

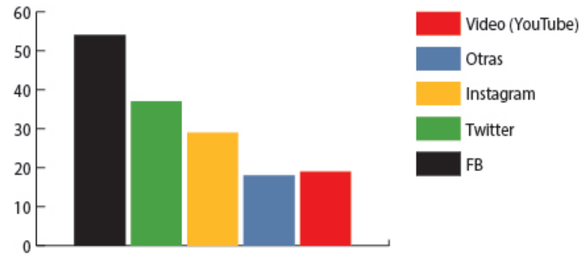


Figura 1
Redes sociales más empleadas.

2.2.4.2 Hábitos

De acuerdo al artículo Habits in Everyday Life: Thought, Emotion and Action, de la Asociación Americana de Psicología, un hábito es el resultado de una acción repetida frecuentemente de forma inconsciente. Dichas acciones son realizadas de forma automática y no requieren de mucha atención, esfuerzo o motivación. Una cualidad inherente al hábito, es la automatización, es decir, la ejecución del acto de forma mecánica, sin un proceso de reflexión detallado durante el mismo o de forma consciente. Un hábito se forma por la repetición constante sobre un tiempo determinado, cualquiera que sea este.

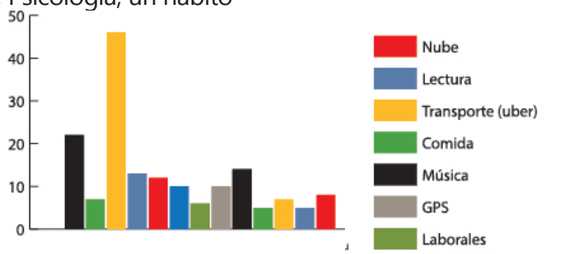


Figura 2
Otros tipos de aplicaciones utilizadas.

Manuel es un empleado corporativo al que se le realizó una entrevista a profundidad, se detectaron ciertos problemas en cuanto a sus hábitos alimenticios, los cuales están regidos por su carga de trabajo y la oferta que hay dentro de tu oficina o al rededores. Usualmente su rutina comienza despertando a las 6 de la mañana, Manuel vive en una zona residencial del área de Valle Dorado, Estado de México, toma su smartphone y revisa sus notificaciones sobre sugerencias de ruta para llegar desde su casa, hacia su trabajo, en uno de los gigantes corporativos en el área de tecnología, ubicado en el corazón de Santa Fe. Si no hay tráfico sale en camino a su oficina para entrar a las 9 am, de lo contrario, comienza a trabajar desde su casa para esperar a que disminuya el tránsito y opta por llegar entre 10 y 11 de la mañana. A pesar de que decida entrar tarde, o hacer trabajo desde casa, se baña y se arregla, pues considera que no estar presentable o reflejar flojera con su vestimenta, permea en sus actividades laborales. Generalmente desayuna en el trabajo, a veces en la cafetería de la empresa y otras veces en los puestos ambulantes que se ubican cerca.

> A veces una torta, chilaquiles, un café... para la comida es lo mismo, a veces como en el comedor y otras salgo. El comedor

> después de las 4 está cerrado y hay maquinitas donde puedes comer papitas, fruta deshidratada, cosas así.

Cuando decide comer en el comedor corporativo, por $60 tiene acceso a una comida corrida, que consta de agua, sopa, arroz o pasta y algún guisado.

> Cuando salimos a comer fuera es porque alguien tiene algún antojo y nos empieza a sonsacar así de "oigan ¿no quieren una hamburguesa? Ir así a comer y acá... entonces a la mejor nadie quiere, verdad, pero pues uno acá, comienza a sonsacar, nos gana la tentación y ándale pues, ya vamos por la hamburguesa.

Hay diversas características que vinculan la labor del empleado corporativo con los hábitos alimentarios, y que se vuelven parte de la identidad del empleado corporativo, que podrían fomentar o mantener sobrepeso y obesidad en ellos, prácticas que llevan a cambiar sus estilos de vida.

La práctica de llevar comida casera al trabajo es una de las recomendaciones de nutriólogos y especialistas de la salud para evitar el consumo de alimentos industrializados, que de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016), se relaciona con el aumento de sobrepeso y obesidad en áreas urbanas, sin embargo, dentro de la idealización del empleado corporativo, se utiliza como burla sobre la búsqueda de ahorrar dinero, sobre todo, por el sueldo distribuido en pagos quincenales, donde el final de la quincena se relaciona con pobreza -a pesar de que tengan sueldos superiores a la media en México.

Daniela tiene 30 años y se dedica al diseño gráfico y de interiores en un despacho de arquitectura. A finales de quincena, busca alimentos que van a saciar su hambre durante bastante tiempo, principalmente panes y harinas, muchos de estos comprados en tiendas de conveniencia, como Oxxo, o tiendas y puestos "de la esquina". Su decisión de compra no se guía por el factor económico, sino más bien por el factor de tiempo, ya que sus actividades laborales muchas veces no le permiten buscar opciones más lejanas para que su alimentación sea más saludable. Muy semejante es la situación de Francisco, gerente de sistemas en un banco y quien ha detectado su aumento de peso en los últimos años a partir de su incorporación en el mundo laboral:

> Mi alimentación trato de cuidarla pero no siempre se puede porque pues ahora sí que por las prisas, el tiempo, este, se complica un poco ahí el hecho de cuidar la alimentación porque no siempre se puede tener a la mano lo más saludable, generalmente te queda a la mano lo que más te hace daño y uno está consciente de eso. De hecho, al menos en mi caso muy particular, estoy muy consciente de lo que como y sé que me hace daño pero pues es lo único que hay, o es lo único que me da tiempo, y pues ni modo.

Esteban es encargado del área de redacción en una empresa de noticias de entretenimiento, quien optó por hospedarse en un hotel durante la época que tenía horarios de trabajo más excesivos para evitar pasar el promedio de 5 horas al día trasladándose a su domicilio, en Ecatepec, Estado de México[11].

> La dinámica de Santa Fe debe de ser estudiada, es un micro

11 Fragmento de entrevista a profundidad realizada en mayo 2016.

> cosmos muy particular, odio este lugar. [...] Santa Fe no es el espejo de la gente que trabaja aquí, Santa Fe está hecha para la gente que trabaja en otro lado, que hace su vida en otro lado, que gana dinero en otro lado, la que lo gana aquí, vive en otro lado. La gente que ves caminando en Santa Fe no es acorde al estilo de vida de la zona y odio que muchas empresas digan ¡Ah! Creció nuestra agencia de publicidad que estaba en la Roma y como creció necesitamos un corporativo, y los corporativos están en Santa Fe. Haces pasar a tus trabajadores de un lugar medianamente cómodo y más viable para ellos a una especie de paraíso falso, o sea, Santa Fe, volteas a ver todos los condominios de lujo y te das cuenta de que es lavado de dinero, que no hay nadie viviendo ahí. La vida de Santa Fe no existe, el Santa Fecino, si bien te va, es alguien que vive en el pueblo. El prototipo del Santa Fecino, de trabajo en Santa Fe, vivo en Santa Fe, consumo en Santa Fe, no existe.

Debido a que la mayoría de los participantes cuenta con un tiempo menor a una hora para llevar a cabo su comida, sin importar si el consumo se realiza dentro o fuera del área laboral, usualmente se combina la comida en espacios corporativos con el consumo en establecimientos, entre los que destacan las taquerías, los puestos informales de "garnacha[12]" y guisados, y las comidas corridas o fondas. La razón principal de la elección de estos lugares es por sus tiempos rápidos en servicio y el fácil acceso a ellos (menor a un rango de una manzana alrededor de la ubicación de su oficina), aunque también hubieron quienes mencionaron que les gustaba recordar la comida casera de sus padres o abuelos.

Los participantes que padecen sobrepeso u obesidad, o lo padecieron con anterioridad, detectaron que los factores que generaron el problema fueron la mala alimentación y el sedentarismo, seguido por el estilo de vida subordinado a tiempos muy apretados por la actividad laboral. De este segmento, quienes tuvieron una pérdida de peso o lograron éxito en disminuir el sobrepeso y la obesidad, lo hicieron modificando su alimentación, en primer lugar, seguido por la incorporación de actividad física. Quienes fracasaron en el proceso, atribuyen el fracaso a la falta de tiempo para incorporar nuevos hábitos, junto con falta de motivación y la falta de apoyo de su círculo inmediato.

En los recorridos realizados en el área comercial de Santa Fe, se pudo identificar, a través de los gafetes, a algunos de los empleados corporativos y el lugar en el que laboran.

Se observó que los restaurantes y bares de la zona promocionan sus establecimientos con ofertas como lunes a jueves de 2x1 o descuentos en el consumo de bebidas alcohólicas o alimentos hipercalóricos, a partir de las 6pm,

que es el horario de salida de la mayoría de los empleados corporativos, lo cual provoca un cambio de hábitos y una ruptura en la rutina del hartazgo laboral y citadino[13].

12 Alimento del grupo de los antojitos, que consiste en una tortilla de maíz pequeña, frita en manteca, a la que se pone encima frijoles, salsa picante, y trocitos de chorizo, papas o carne.

13 Muchos de los entrevistados comentaron que preferían ir a bares después de su hora de salida para esperar a que disminuyera el tránsito

> Pues mira, te voy a ser honesto, somos gordos y flojos, entonces vamos a lo que tenemos inmediatamente en frente, entonces es "Ah bueno, ¿qué quieres? ¡Ah, quiero una hamburguesa! Ah bueno, está el Carl's Jr., o está el Ruben's, es en este cuadro, no pasamos de la cuadra, o sea de la cuadra de en frente, no pasamos de ahí, o sea, es, "¿Qué quieres comer? Ah pues ahí está el Ruben's, Sushi Itto, lo más lejos es cuando de repente, si nos tenemos que quedar muy tarde a trabajar, y nos sonsacan, a la mejor venimos aquí al Papa John's, y ah bueno, traemos una pizza, y nos la regresamos a la oficina, pero... pero generalmente no salimos ya más de ahí, porque, eh, tenemos una hora de comida nada más, y aunque sí, somos flexibles, pero generalmente durante ya la hora de la, digamos, de la comida, digamos que del medio día a las 3, 4 de la tarde, ya es cuando hay bastante trabajo, entonces si 3 o 4 de nosotros nos vamos a comer dos horas, se nota el vacío y ahí ya puede haber problema, no, entonces lo que generalmente hacemos es, pues si nos vamos a ir todos juntos, nos vamos a algo cerca para que nos de tiempo de comer tranquilos, a gusto, incluso tal vez platicar, un poco de sobre mesa, y ya regresarnos con calma. (Manuel, Ing. en Sistemas)

Además, se identificaron diversos puntos de venta de alimentos preparados y/o empaquetados (supermercados, tiendas de conveniencia, restaurantes, cafeterías), centros comerciales (con food courts[14]), y comercio informal (puestos callejeros, vendedores ambulantes en vehículo y peatonales).

Imagen 7
La mayoría de las promociones en el área se relaciona con el consumo de bebidas hipercalóricas.

Al cuestionar por primera vez a los participantes sobre el conocimiento que tienen de temáticas alimentarias, la primera

de Santa Fe hacia sus hogares, ya que únicamente hay dos vías principales de acceso al área que rápidamente se saturan y sin posibilidad de transportarse por otras vías como metro, metrobus, bicicleta, o incluso a pie, como en otras áreas de la Ciudad de México.

14 Áreas de comedores públicos rodeadas de mostradores con venta de alimentos fast food, principalmente de franquicias.

respuesta de la mayoría fue que tenían un nivel alto de conocimiento. Al pedir que explicaran brevemente algunos de los conocimientos adquiridos, replantearon su respuesta y se percataron de tener un conocimiento medio o bajo sobre información alimentaria. De los conocimientos que poseen, algunos fueron adquiridos durante los niveles básicos de su educación escolar, de sus familias y de conocimiento popular, parte de este el que han adquirido gracias a Internet y redes sociales.

Uno de los problemas que se detectaron, es que algunos de esos conocimientos tienen raíces en mitos o suposiciones, como el de anular el consumo de grasas para bajar de peso o consumir diariamente jugo de frutas por la mañana.

Quienes buscaron información por su cuenta sin la guía de un especialista se encontraron con problemas como información que se contradice o el uso de términos y temáticas que no dominaban, por lo que les generó frustración y terminaron con interrogantes que optaron por ir olvidando. Este desconocimiento, aunado a las largas jornadas de trabajo, es responsable, según ellos, de lo que comen, y es razón importante por la cual padecen, o padecieron en algún momento, sobrepeso y obesidad.

> -¿Cómo decides lo que comes en un día normal de trabajo?
> -Depende... es pararme y decir "tengo este sabor en la boca", si son papas, papas, si son unos chocorroles, chocorroles, si es otra cosa, pues, tengo este sabor en la boca. Una vez mi psicóloga me dijo, lo que pasa es que tu ansiedad, lo que hace tu cuerpo es como una droga, o sea, quitas la ansiedad anímica, pero la sustituyes con otro tipo de cosas, entonces lo que está haciendo sustituir tu ansiedad conductual, por una... por hábitos alimenticios diferentes. (Esteban)

Quienes se encuentran mejor informados tuvieron un acercamiento previo con especialistas de la salud (médicos, nutriólogos e ingenieros químicos) quienes fueron inspirando una investigación autodidacta del tema. Después del contacto con especialistas, las fuentes de consulta más utilizadas para conocer temas de alimentación son las páginas especializadas de Internet y blogs relacionados, seguidos por foros de consulta, y finalmente libros y revistas. (Gráfica 3)

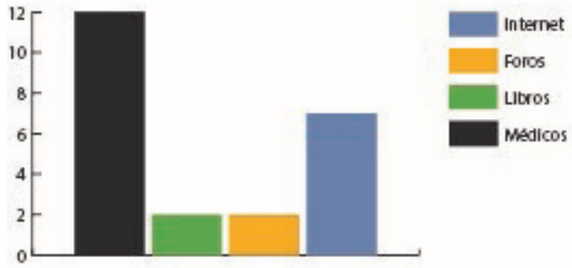


Figura 3
Fuentes de consulta de información alimentaria

Las principales razones que tienen los empleados corporativos para investigar información alimentaria son el cuidado a la salud (mantener un peso saludable y la incorporación de hábitos saludables de alimentación y actividad física); la prevención de enfermedades de la vejez; para mejorar su calidad de vida y para elevar su autoestima (a través de la imagen y el rendimiento físicos). Dentro de los intereses que tienen sobre información alimentaria, o cosas que buscarían en una herramienta para mejorar sus hábitos alimentarios, se pueden destacar: el intercambio de

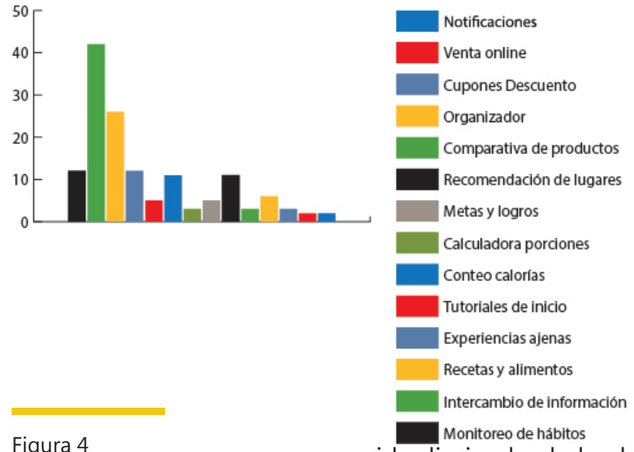


Figura 4
Funcionalidades deseadas para interesarse en una herramienta alimentaria.

información general, glosarios de términos, recetas, explicaciones sobre alimentos concretos, sugerencias de platillos, principalmente, en donde la información se vincule con lo sensorial a través de imágenes, animaciones, tablas y gráficas.

2.2.4.4 Colectividad y Motivación

Para los participantes la colectividad[15] es una consideración importante en su vida diaria, desde la elección de alimentos, hasta en la decisión de hacer cambios en los estilos de vida.
La mayoría expresó que prefieren realizar sus alimentos acompañados por sus compañeros de trabajo, en especial cuando el consumo se realiza fuera del área laboral.
También tienen la percepción de que ocasiones especiales como cumpleaños, promociones laborales o despedidas son situaciones que ameritan un festejo entre mayor cantidad de gente y generalmente hay una búsqueda de llevar la celebración en parámetros no cotidianos, es decir, elegir otro tipo de restaurantes o incluir bebidas alcohólicas en la oferta alimentaria.

Como la mayoría de la gente tiene horarios complicados y escasos para comer sus alimentos, para quienes tienen amistad con personas de diferentes departamentos es complicado sincronizarse, por lo que la opción es reunirse después de la jornada laboral, una práctica muy frecuente entre los empleados corporativos de Santa Fe. El tráfico entre las 5 y las 7 pm es tan pesado que muchos de ellos buscan alternativas para matar el tiempo y esperar a que disminuya el tránsito. Fueron dos las técnicas más mencionadas: salir a establecimientos cercanos a consumir bebidas, principalmente, en especial los que tienen promociones a partir de las 6 pm y entre los que destacan bares, restaurantes de comida rápida (sobretodo de alitas), bufetes y cafeterías. La otra estrategia empleada para evadir el tráfico es prolongar el horario de trabajo, adelantando pendientes, donde quienes lo practican mencionaron hacerlo de forma voluntaria y no por exigencias de sus superiores (incluso hay quienes mencionaron que en sus trabajos se monitorea la hora de salida para asegurarse de que no salgan tarde de forma continua, sobretodo en corporativos relacionados con desarrollo tecnológico).

Quienes se encuentran cómodos con sus equipos de trabajo, suelen ver las tareas de todos como una labor compartida, en

15 Grupo formado por las personas que viven en un mismo lugar o territorio, que actúan bajo las mismas condiciones o que comparten ciertas circunstancias

la que si alguno se atrasa recibe u ofrece ayuda para concluir esa tarea, en especial quienes tienen personal a su cargo.
La percepción general es que los círculos inmediatos inciden en la construcción de los hábitos alimentarios y rutinas, por lo que basan su motivación en la gente que los rodea; no solo para concretar objetivos de salud, también para los laborales y los personales, como adquirir ciertos artefactos electrónicos, por ejemplo.

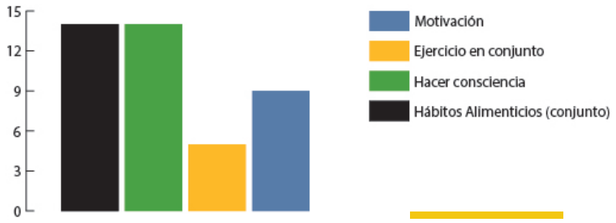


Figura 5
Influencia de círculos inmediatos en la construcción de hábitos alimentarios.

Se presentaron perspectivas motivacionales muy polarizadas, por un lado, individuos con una motivación para cambiar hábitos alta a causa de los acontecimientos de su vida, y por otro lado, individuos muy desmotivados, en los que resaltaron dos rubros: la percepción de estancamiento laboral con miedo a buscar un nuevo empleo y la falta de una pareja sentimental.

Esteban es otro empleado corporativo al que se entrevistó, su sentir es compartido por otros como él, Esteban refleja una explícita apertura para probar cualquier experiencia que le ayude a sentirse mejor, sin embargo, la falta de identificación con quienes realizan su misma actividad, provoca un cese a la continuidad; sobre todo se hace referencia a que ese algo tiene que mantener su interés, no "aburrirlos".

> -¿En qué te falta motivación?
> - Pues en todo, yo creo... no hay nada que, pues, hago las cosas por hacerlas, así como robot, solo por estar, y mi motivación más cercana tal vez sea "¡A huevo! Voy a tragar salmón a la pimienta", y, o sea, está chido, o sea, esas cosas sí me llenan, pero pues en el instante nada más, como algo que me, no sé, que me inspire tal vez, cosas como que, que me motive a salir de esto en lo que estoy, no sé si la pueda encontrar en mi mismo, pero casi siempre buscamos exteriormente, o sea que alguien llegue y te diga "Wey, vamos a hacer cosas juntos", o no sé, tal vez, solo estar enamorado, o algo así, esas cosas luego motivan, creo, ja ja ja, y ya, tal vez nunca me vuelva a enamorar.

Existe un alto interés en vínculos sociales a largo plazo, como el enamoramiento o la amistad; en encontrar redes de apoyo que ayuden en el proceso de conseguir un objetivo.

2.2.5 Selección de variables

Una de las variables encontradas fue que el principal problema radica en la apropiación de información alimentaria. De una muestra de 53 personas entrevistadas, 21 personas indicaron tener conocimientos alimentarios regulares o malos; muchos coincidieron en que los conocimientos existentes provienen del aprendizaje en casa, con sus padres, en la escuela, principalmente del nivel básico, y de conocimientos adquiridos en Internet. Solo 13 personas[16] consideraron tener un conocimiento avanzado, todos, a causa de la asesoría

16 La suma no da 53 ya que se omitieron las respuestas "No sé" o los que se negaron a responder, sin embargo, se podría interpretar la negativa a contestar como un desconocimiento del tema.

de especialistas, ya sea médicos, nutriólogos o coaches para la salud, quienes además motivaron un aprendizaje de forma autodidacta.

Son tres las consideraciones principales que se tomaron como guía para la propuesta de estrategia de solución del problema:

1) el tiempo, subordinado a la carga laboral, ya que en promedio, los empleados corporativos cuentan con menos de una hora para tomar sus alimentos[17];
2) la ubicación, es decir, el lugar donde realizan generalmente su ingesta alimentaria, principalmente dentro de su espacio de trabajo[18];
3) lo colaborativo, ya que indicaron su preferencia por comer acompañados, por tomar decisiones de manera consensuada con sus colaboradores y para mantenerse motivados.

Si entonces, el problema radica en el poco manejo de información alimentaria, debemos conocer cuál es el punto de partida de los conocimientos del grupo específico, guiados por los principios del aprendizaje situado y significativo, ya que es importante que el espacio de trabajo se convierta en un espacio de conocimiento, de esta forma la información pueda ser puesta en práctica en su vida diaria, y se genere una participación periférica legítima, que estos conocimientos sean compartidos dentro de sus círculos inmediatos. Los participantes nos orientaron sobre la carencia de acceso a información: 42 personas indicaron que les gustaría tener al alcance a información general que puedan entender; que esta información sea simple y gráfica (que sea muy visual, con imágenes, gráficas, que sea dinámica); fácil de utilizar, entre menos tengan que hacer para acceder a la información, mejor para ellos; 22 personas nos indicaron que pasan menos de 3 horas al día utilizando redes sociales o aplicaciones, por lo que no les gustaría que fuera en este formato, sin embargo, les gusta la idea de que sea algo comunitario. Las aplicaciones que más utilizan son Facebook (53) y WhatsApp (46) por la importancia que le dan a sus círculos inmediatos y el compartir algo con ellos. Una de las características más mencionadas es "que se adapte a mi estilo de vida". La mayor parte del tiempo se encuentran en su área de trabajo, por lo que esa área sería la más relevante para ubicar la herramienta, ya que además no se encuentran aislados, sino con su equipo de trabajo.

Dentro de la observación contextual de redes sociales se observó una fuerte actividad en torno a mostrar y compartir información personal en forma de imágenes de comida, principalmente alimentos hipercalóricos, algunos reforzados por el uso de hashtags. Muchas de las

17 26 personas indicaron que cuentan con menos de una hora para consumir sus alimentos, sin importar si es dentro o fuera del área de trabajo.
18 31 personas hacen su consumo regular en su oficina, ya sea en un área destinada para comedor o en su escritorio.

veces, se hicieron comentarios de humor relacionados con los hábitos alimenticios, dentro de los que se observó que llaman la atención: Forever Gordo, Gordinez, Soy Tu Fat, Like a Boss, Puerco come puerco. Esta información es relevante para la investigación por su alto contenido cultural, además, conocer los códigos de comunicación nos ayuda a comprender más a los empleados corporativos desde un sentido etnográfico.

Las bebidas juegan también un papel muy importante dentro de las imágenes que comparten en redes sociales, donde destacan las cervezas, principalmente las artesanales, bebidas alcohólicas (cocteles y shots), café y Coca Cola. Muchas veces las imágenes se refuerzan con conceptos emocionales vinculados con la comida, principalmente de felicidad y amor, ya sea de forma textual, o con el uso de símbolos y emojis.

Imagen 8
Publicación en redes sociales compartida por participante de la investigación.

Es necesario analizar "las circunstancias reales en las que los individuos utilizan el lenguaje en el transcurso de su vida cotidiana." (Thompson, J., 1998, 28) Es por esto, que como parte del proceso, se llevó a cabo una fase de procesamiento de información, en la que se utilizaron técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN), en donde se condensaron todas las transcripciones de entrevistas, encuestas y mensajes de texto percibidos durante la observación de las redes sociales de los usuarios.

El PLN vincula las ciencias computacionales con la lingüística para hacer un tratamiento del lenguaje de forma automática. En nuestro caso, el objetivo de utilizar PLN es para extraer información, por medio de la búsqueda de patrones lingüísticos, y obtener una colección de términos relevantes para el grupo específico (vocabulario más común, signos de puntuación o símbolos más utilizados); de esta manera, se busca generar mensajes gráficos con los que la comunidad se pueda relacionar, de esa forma será más fácil que se apropien de dichos mensajes.

Previamente se realizó una limpieza de textos y etiquetado de información[19] en elementos como emoticones, fotografías y emojis[20], para poder hacer uso de técnicas de PLN. El modelo empleado fue el de bolsa de palabras (BoW), una representación de los documentos por medio de los atributos que los componen en su totalidad. Se definió como atributo, toda palabra, signo de puntuación o elemento no lingüístico (como un emoji) empleado en un texto. En el indexado[21] de documentos se mapea un documento a

19 Sustitución de elementos que no pertenecen a caracteres alfanuméricos o signos de puntuación por etiquetas alfanuméricas.
20 Ideogramas y símbolos comúnmente utilizados en web y mensajería instantánea. Diferentes a los emoticones que se generan con signos de puntuación, por ejemplo, :), x_x, etcétera.
21 La relación de los atributos y su presencia en un documento por medio de una matriz.

una forma compacta. Lo más común es representar cada documento con un vector con sus términos ponderados como entradas; un texto es representado con los términos que ocurren al menos una vez en algún documento del conjunto. (Sepúlveda, D., Martínez D., et al, 2016, 46) En este caso, se hizo uso de un ponderado booleano, asignando un valor de 1 o 0 dependiendo de la presencia del atributo en el documento.[22]

La finalidad fue compilar un diccionario[23] para generar mensajes dirigidos al grupo específico. La colección quedó representada por 3246 atributos, de los cuáles se hizo una segunda selección de los más relevantes por frecuencia de uso, resultando 242 atributos[24], en los que distinguimos términos referentes a rubros alimentarios, laborales, aspiracionales y tecnológicos.

También se realizó un análisis del número promedio de palabras, por oración, para definir la longitud de los mensajes. La longitud que se detectó, y que posteriormente se estableció como métrica, fue de 7 a 12 palabras por oración. Con dichos parámetros se elaboraron mensajes puntuales con información alimentaria, en el capítulo 4 se profundiza sobre el diseño de dichos mensajes y sus características particulares.

2.3 Apropiación de Información

Se detectó que el problema principal se centra en la apropiación de la información, por lo que las aproximaciones que John B. Thompson hace en sus estudios sobre teoría de los medios de comunicación nos parecen pertinentes para generar una puntual comunicación de la información.

Thompson denomina apropiación de la información al proceso de comprensión y autocomprensión de un mensaje. "En tomar su contenido significativo y hacerlo propio; en asimilar el mensaje e incorporarlo a la propia vida." (Thompson, J., 1998, 66). Para Thompson, la apropiación de la información va más allá de la adquisición de conocimiento, es una pieza fundamental en la construcción de la identidad que permite al individuo situarse temporal y espacialmente y reafirmarse a sí mismo. Para que esta situación llegue a darse, es necesario involucrar en el mensaje aspectos que se relacionen con el individuo: sus pensamientos, sus experiencias o sus emociones, atributos sociales que le permitan encontrarse reflejado él mismo. De otro modo, sería muy complicado el proceso de adaptar ese mensaje a su vida cotidiana.

Cuando una persona se apropia de la información, esta no se queda solo en él, sino que se hace extensiva a la comunidad de la persona, a sus círculos inmediatos; "esta información

22 Sin tomar en cuenta las denominadas "palabras vacías" (artículos, pronombres, preposiciones), filtradas previamente al procesamiento de los documentos.
23 Ver Anexo A.
24 Ver Anexo B.

se somete a conversación, a crítica, se difunde". (Thompson, J., 1998, 67) Esta persona también puede modificar su percepción sobre el mensaje por la respuesta de los otros a este, es decir, las opiniones y puntos de vista de los miembros de su círculo inmediato, por lo que la información es dinámica.

Como se puede apreciar con las teorías de Thompson, la apropiación de información es un proceso muy íntimo, particularmente por los atributos sociales antes mencionados, y la forma en la que se interactúa con el medio que funge como canal del mensaje, en los estímulos que se generan. Sin embargo, "los individuos que comparten rasgos contextuales parecidos, pueden llegar a tener respuestas semejantes". (Thompson, J., 1998, 151) Esta es una de las principales justificaciones que consideramos sobre la pertinencia de mensajes de salud pública dirigidos a grupos específicos, en especial esos mensajes que promueven que se lleve a cabo una acción determinada.

En el proceso de apropiación se habla también de estructuras de poder. El grupo específico con el que se trabajó se sitúa en una posición jerárquica de toma de decisiones, áreas gerenciales y de coordinación, y esta labor incide completamente en sus relaciones contextuales, en la forma en la que interactúan con su mundo y en las herramientas a las que pueden acceder. Thompson considera al poder como "la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados." (Thompson, J., 1998, 29) Esta acción que afecta resultados depende en gran medida de los recursos disponibles para el individuo, y en consecuencia, el logro de objetivos de manera efectiva.

Basados en las observaciones de Thompson, es fácil identificar en este grupo específico tanto el poder económico (acumulación de materias primas y su transformación en bienes), como el poder político (coordinación y regulación de individuos), sin embargo, el poder simbólico (capacidad para influir en las acciones de otros a través de medios de producción y formas simbólicas -o capital cultural[25]-) se encuentra presente conviviendo con los otros e interviniendo en básicamente cualquier actividad diaria. Al igual que el poder económico crece con una mayor acumulación de materia prima, el poder simbólico aumenta a medida que el capital cultural crece.

La falta de conocimiento, o la carencia de la apropiación de cierta información, limita los recursos disponibles para llevar a cabo tomas de decisiones, tanto en actividades productivas, como en las alimentarias. Es necesaria la posesión plena de conceptos y datos, para poder emplearlos en la vida personal, y así, llevar a cabo ese ejercicio del poder con una mayor consciencia, pero también, con una mayor certeza y un mayor alcance.

25 Información y comunicación.

2.4 Aprendizaje significativo y aprendizaje situado

En la búsqueda de la apropiación de la información, una parte fundamental fue el entender cómo se lleva a cabo el aprendizaje y cuáles son los elementos que interactúan entre sí para lograrlo ayudándonos a se decidir qué mensajes, qué medios y qué interacciones nos acercarán a nuestro objetivo.

De acuerdo con David Ausubel, usualmente se consideraba que el aprendizaje y el cambio de conductas eran lo mismo, sin embargo, sus teorías proponen que la diferencia radica en el significado de la experiencia para el individuo, en donde el pensamiento y las cuestiones afectivas van a enriquecer en conjunto, esa experiencia. (Ausubel, D.,1983, 1) Este punto tiene mucha relación con la teoría de Thompson, y con la disciplina denominada Interacción Humano-Computadora, en la que ahondaremos más adelante, en donde la carga personal es indispensable para el proceso de apropiación.

Nos referimos al aprendizaje significativo cuando un conocimiento nuevo se relaciona de forma no arbitraria y sustancial, es decir, no de forma literal o mecánicamente, con la estructura cognitiva[26] del individuo. La teoría del aprendizaje significativo de Ausubel, considera el aprendizaje como un proceso sistémico en el que intervienen tres factores: la persona que va a proporcionar el conocimiento, la estructura de lo que se va a enseñar y la forma en la que se va a mostrar este conocimiento. (Ausubel, D.,1983, 4)

La estructura cognitiva existente es la que favorecerá el aprendizaje a manera de anclaje, al vincularse con la información nueva por medio de una interacción, por lo que es necesario tener conocimiento de cómo se conforma esa estructura en los individuos para saber qué y cómo debe presentarse de una forma que les sea relevante y pueda generar significados. Gracias a esta interacción[27], la información nueva y la previa se modifican y evolucionan, es ahí cuando el aprendizaje significativo se manifiesta.

En estos procesos cada una de las partes mantiene su propio valor, pero a través de la interacción entre ellas se da un tercer resultado, un nuevo significado, que comprende los valores de las partes que le dieron origen. También podría ser explicado de la forma $A_{\leftarrow}^{\rightarrow}B = C$ en donde A no deja de ser A por su interacción con B, ni B deja de ser B por su interacción con A, sin embargo, la interacción de A y B dará un nuevo significado, algo que no existía cuando A y B comenzaron a interactuar, un producto C. Aunque estos procesos son iterativos, el aprendizaje no se detiene con C, sino que se incluye a la interacción entre A y B, y de igual forma, dará un

nuevo producto, esto repetido n cantidad de veces. Para que C exista forzosamente deben de haber un A y B, donde, A es el conocimiento previo, B es el material con nuevo conocimiento

26 Ideas, experiencias y conceptos previos en el individuo.
27 Denominada como Principio de Asimilación en la Teoría de Ausubel.

y C el resultado del aprendizaje, algo nuevo en la estructura cognitiva del individuo.

Durante la fase de los ejercicios etnográficos se recabó información que permitió conocer el contexto del empleado corporativo, y no solo eso, también los referentes y conocimientos previos que tienen sobre información alimentaria, de dónde los obtuvieron y lo que les gustaría llegar a aprender.

También se incorporó otra teoría sobre aprendizaje que nos parece pertinente para abordar el problema de investigación, el aprendizaje situado.

El aprendizaje situado parte de la misma premisa que el aprendizaje significativo, de la estructura cognitiva previa del individuo. Añade como factor la situación63 en la que se produce el conocimiento, componente indisociable del proceso de aprendizaje; "una dimensión integral e inseparable de la práctica social." (Lave, J., Wenger, E., 1991, 2) No es únicamente realizar una actividad in-situ, comprende un proceso integral dentro de una práctica social definido espacial y temporalmente, explorando relaciones concretas. En otras palabras, es considerar la actividad que se desarrolla dentro de un contexto determinado. Esta consideración debe centrarse en el individuo, sin embargo, al individuo que pertenece a una comunidad sociocultural y a sus relaciones con esta.

> Las actividades, tareas, funciones y comprensión no existen aislados; son parte de sistemas más amplios de relaciones en los cuales adquieren sentido(...)el aprendizaje involucra la construcción de las identidades. (Lave, J., Wenger, E., 1991, 13)

Lave y Wenger consideran que el aprendizaje, al ser una actividad situada, funciona con base en comunidades de práctica. Thompson, al igual que Lave y Wenger, hace aproximaciones al respecto de las comunidades de práctica. Dentro de las comunidades, el aprendizaje permea a los aprendices (novatos en adquirir un nuevo conocimiento) gracias a su participación en estas, y a la interacción con los veteranos (individuos que ya poseen los conocimientos que tratan de enseñarse); esto se denomina como participación periférica legítima.

> "Participación periférica legítima" permite hablar de las relaciones entre novatos y veteranos y de las actividades, identidades, artefactos, y comunidades de conocimiento y práctica. Trata del proceso por el que los nuevos participantes se convierten en parte de una comunidad de práctica. (Lave, J., Wenger, E., 1991, 1)

Una investigación cualitativa resulta pertinente para abordar el sobrepeso y la obesidad ya que es necesario conocer casos reales y concretos; para entender cómo se desarrollan las comunidades de práctica dentro de un grupo específico en donde hay un aumento en la incidencia de sobrepeso y obesidad. Los hallazgos etnográficos nos permitieron ver las relaciones de ayuda entre compañeros de trabajo y personas del círculo inmediato, tanto en los aspectos laborales como en los de cambios de hábitos, por lo tanto, es evidente que existe una gran importancia al trabajo comunitario: para

cumplir sus tareas laborales, crear hábitos nuevos, fortalecer su motivación, concretar objetivos, e inclusive, para decidir qué y dónde comer; también para la transmisión de conocimiento especializado de uno a otro (empleo de ciertas tecnologías, búsqueda de identidad con el corporativo, conocimientos experto-novato[28] entre colegas).

Teniendo esto en consideración, tanto el aprendizaje situado, como el significativo, resultan pertinentes para guiar nuestra propuesta de estrategia ya que consideran la acción de aprender como una situación que va más allá del aspecto individual, sino que se lleva a cabo en un entorno definido por cierta cantidad de estímulos en los que diferentes individuos intervienen y en la que los referentes previos son fundamentales para marcar un punto de partida -o prever los alcances que pudieran llegar a tener los individuos, tomando en cuenta la falta de referentes.

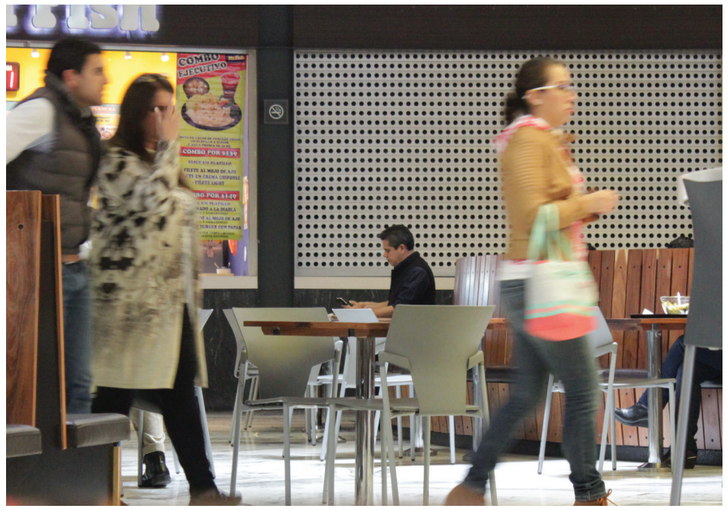


Imagen 9
Entornos en los que los empleados corporativos suelen llevar su actividad diaria.

28 Los lugares a los que son asiduos, los teléfonos de quienes llevan comida a domicilio, costumbres dentro de los equipos de trabajo.

CAPÍTULO 3

Diseño y Desarrollo de Propuesta

Como el problema de investigación se enfoca a la apropiación de la información, nos fundamentamos en la Interacción Humano-Computadora (HCI), y se define como: Una disciplina concerniente al diseño, evaluación e implementación de sistemas de cómputo interactivos para uso humano, así como el estudio de fenómenos alrededor de ellos. (ACM SIGCHI, 1992, p. 5)

En esta etapa se conjunta cada una de las fases y los componentes de la investigación: el análisis arrojado del estudio contextual (observación, encuestas y entrevistas), el acercamiento con la asociación civil Alianza por la Salud Alimentaria y los principios del aprendizaje situado y el aprendizaje significativo. Estos elementos nos indican la necesidad de mensajes dirigidos a los empleados corporativos por la carencia de conocimientos alimentarios que se refleja en su toma de decisiones, pero considerando el poco tiempo que tienen para educarse en esta materia y considerando las necesidades sensoriales qué tienen (la conjugación de diversos medios para la transmisión de los mensajes y el componente interactivo derivado de la cotidianeidad mediática que tienen actualmente). La variable del poco tiempo disponible por este grupo específico nos indica la importancia de implementar una herramienta situada en alguno de los lugares en los que realizan la mayoría de sus actividades: su espacio laboral.

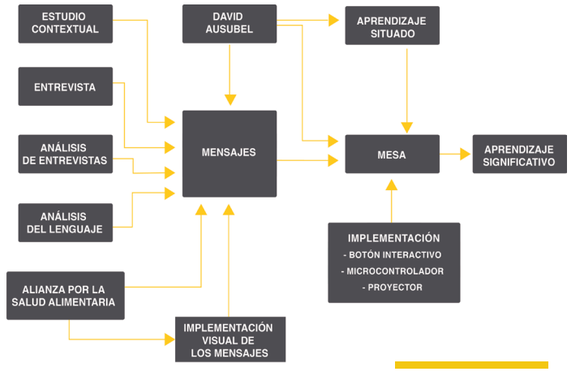


Figura 6
Integración de los componentes de investigación.

3.1 Propuesta

Como se mencionó en el capítulo 1.2.3, México es un país con un fuerte arraigo culinario con muchos símbolos asociados a esto. La mesa es un ícono que retoma diversos significados: la tradición heredada de generación a generación, la familia, el disfrute, lo social, la plática, la reflexión, la complacencia. Durante nuestro acercamiento etnográfico se nos mencionó la relevancia de la hora de la comida en la rutina diaria de los empleados corporativos, no solo durante el horario laboral, también en días de descanso. Uno de los principios del aprendizaje situado recae en el entorno y en los elementos que lo componen para facilitar la asimilación de conceptos. Un entorno dentro del espacio laboral -que no sea interpretado con la rigidez de dicho espacio- podría facilitar la difusión de mensajes con conceptos alimentarios. Los empleados corporativos, en su mayoría, dejaron muy claro no estar dispuestos a salir fuera de sus espacios rutinarios para educarse sobre alimentación. Cruzando esto con los resultados de los ejercicios etnográficos, en donde 31 personas (de 53) realizan el consumo de sus alimentos dentro de su espacio

de trabajo, consideramos que podría ser un medio pertinente un objeto cotidiano involucrado en la acción del consumo de alimentos: la mesa. La finalidad de que sea algo relacionado con la cotidianeidad es que facilite la apropiación del objeto y de los mensajes contenidos en él.

La propuesta de investigación se centra en crear una una mesa interactiva con video mapping[1] dentro del espacio laboral, para ayudar a los empleados corporativos a aprender sobre alimentación y nutrición, además de promover la identificación de sus propios patrones de alimentación y cómo se vinculan con sus actividades diarias. La pertinencia de la mesa radica en los aspectos culturales que detectamos durante la recopilación etnográfica, como mencionamos anteriormente, en donde la carga de significados que se le asigna a la mesa retoma aspectos de colectividad, de placer y de compartir experiencias (fundamental en el aprendizaje significativo).

La estrategia seguida no sólo radicó en la elaboración de la mesa y los mensajes que serán difundidos a través de ella, sino que se consideró que se tenga la posibilidad de que la difusión de información fuera entre los compañeros de trabajo y a su vez entre los círculos inmediatos de cada empleado (pareja, familia, amigos).

Ya que para la mayoría de los participantes el momento de "la hora de la comida" es considerado como un espacio placentero, con una fuerte carga simbólica por relaciones que hacen ellos con momentos positivos, como la comida de la mamá, las reuniones familiares de los domingos; "...disfrutar una rica comida bien hecha y sentada es lo mejor que puedes hacer, para mi es como estar con la familia..." (Carolina, 35 años, Gerente de Nuevos Negocios). Es un momento con el que fácilmente los empleados corporativos pueden relacionarse, ya que es una actividad que forma parte de su vida cotidiana. Ana Mallet habla de los significados culturales que tenemos de la mesa, y de la sobremesa[2], como "momentos de reflexión y actos litúrgicos que retratan a la sociedad mexicana: referencias a nuestras raíces que nos hacen pertenecer y nos generan identidad." (Mallet, A., 2016, 5) En la mesa podemos identificarnos con el otro, podemos vernos reflejados en ellos. Es una pieza clave en la construcción de la identidad alimentaria y de la experiencia gastronómica. Al tener un contexto de co-presencia, en el que físicamente se comparten espacialidad y temporalidad, hay referentes que pueden ser muy semejantes entre los individuos.

Por otra parte, el uso de video mapping otorga adaptabilidad para usar la herramienta en el espacio que sea, sin importar las características de este espacio, por lo que permite que sea replicable con facilidad; se adapta "al estilo de

1 Consiste en el uso de un dispositivo de proyección móvil para proyectar sobre cualquier tipo de superficie.
2 Tertulia o plática que se genera después de concluir los alimentos, aún sentados en la mesa.

vida" de cualquier espacio laboral y hace partícipe al receptor de una experiencia multisensorial en un entorno cotidiano. Algunos de los principios en HCI para el diseño de sistemas radica en que estos deben ser accesibles y usables (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002, 7), valores que buscamos en los elementos que componen nuestro sistema.

La ejecución de la propuesta, en la parte técnica, se dividió en dos: la generación de contenidos o mensajes gráficos y la elaboración física del dispositivo.

3.2 Elección y desarrollo de mensajes gráficos

El objetivo de la disciplina HCI es estudiar el intercambio de información mediante el uso de software y/o hardware entre los humanos y las computadoras, enfocándose principalmente en El Diseño Centrado en el Usuario(User Centered Design UCD), evaluación (Usabilidad) e implementación de dispositivos tecnológicos interactivos. (Pérez, S., 2014)

Para realizar los procesos de diseño y usabilidad se estuvo en constante comunicación con el usuario para entender sus necesidades particulares, sus habilidades y su contexto, esto, de forma iterativa en el que se está recibiendo se recibió retroalimentación constante del usuario para ir implementando los ajustes pertinentes en la herramienta. Este punto es una parte fundamental para el desarrollo de mensajes de acuerdo a sus los intereses, necesidades y conocimientos previos. Todo esto Estas consideraciones, coincide completamente con los requisitos del aprendizaje significativo, del situado y de la apropiación de la información. Ya que, la relevancia del contexto no solo es fundamental para elegir los mensajes, sino que también para seleccionar los canales pertinentes, o como Thompson los denomina, los medios técnicos.

La utilización de medios técnicos ofrece a los individuos nuevas maneras de organizar y controlar el espacio y el tiempo, así como nuevas maneras de utilizar el espacio y el tiempo para lograr sus propósitos. (Thompson, J., 1998, 42)

Como resultado del Procesamiento de Lenguaje Natural para la elaboración del diccionario con atributos empleados por el grupo específico, así como sus patrones lingüísticos, se desarrollaron puntos guía para la elaboración de los mensajes desplegados en la mesa interactiva:

1. Mensajes redactados en segunda persona
2. Uso de términos anglosajones
3. Uso de hashtags y emojis
4. Tono ligeramente cómico
5. Frases cortas
6. Utilizar una voz de experto o recomendador
7. Uso de onomatopeyas
8. Uso de términos coloquiales locales y de internet (lol, foodporn)
9. Uso de emojis
10. Uso de sarcasmos e ironías
11. Uso de mayúsculas
12. Uso de puntos suspensivos y comillas
13. Uso de referencias de cultura popular
14. Uso de acrónimos
15. Uso de superlativos y diminutivos
16. Uso de referencias de tendencias[3] geek, hipster, rockabilly, indie, normcore, folk, friki, mods, pop

En la siguiente tabla podemos apreciar algunos ejemplos de textos provenientes de redes sociales de empleados corporativos, en los que se muestran algunas de las características descritas en las guías para la elaboración de mensajes. Estos textos fueron recopilados entre junio de 2016 y enero de 2017 de redes como Facebook e Instagram.

Estoy tan a gusto en la pozolería y su aire acondicionado que no me quiero ir nunca. Tienen pozole, cerveza y tele con el partido. This is home.
Equilibrando los 7 tacos de suadero de ayer con una ensalada... Que tiene aderezo mil y Coca :'(
En esta casa hasta el cereal es de #StarWars .#Shenanigans
Buena idea esa del Starbucks al hacer un frappucino sabor "churro". Vaya, vaya. (Yo lo escribo así, sorry).

Tabla 3
Ejemplo de textos de redes sociales de participantes.

De acuerdo a la información recabada, La Alianza por la Salud Alimentaria (ASA) nos proporcionó información pertinente para el grupo específico correspondiente a sus intereses y necesidades de información. Cruzando esta información con los hallazgos etnográficos, se dividieron los mensajes en grupos, de acuerdo a los hábitos y conductas identificados en los empleados corporativos.

> En realidad yo sí creo que falta mucha educación sobre educación alimentaria a todas las personas, no, porque creo que son una minoría los que en realidad se basan en las calorías, en las proteínas, en llevar... no sé, una, una dieta balanceada, que hacen sus 5 comidas al día, eh, la verdad es que, pues yo hago creo que dos, que es el desayuno y la comida, este, y ya, no, entonces yo sí creo que me falta muchísima información sobre, sobre, los alimentos, porque no, de plano yo sí no sigo, yo como lo que hoy se me antoja, mañana se me antojará otra cosa, y sí, la verdad es que no cuido mucho como que ese aspecto, y tampoco tengo mucho tiempo para poder hacerlo, entonces yo creo que ahí radica todo. Si la gente trabaja, es muy complicado poder comer, no sé, 5 comidas al día, 'tonces ps' 'ta complicado. (María, 30 años, Recursos Humanos)

3 Estas tendencias provienen de la industria de la moda y de subculturas urbanas.

Se crearon 7 categorías entre los que se distribuyeron 72 mensajes[4]:

1. Incrementar el consumo de agua simple
2. Incrementar el consumo de frutas y verduras frescas
3. Disminuir el consumo de alimentos industrializados y comida rápida
4. Disminuir el consumo de azúcar
5. Promover la preparación casera de alimentos y la cocina tradicional mexicana
6. Educar sobre términos alimentarios, significados y porciones
7. Reducir la frustración al intentar cambios de hábitos alimentarios

Todos los mensajes pasaron posteriormente a una fase de "traducción" en la que se sustituyeron términos por los que formaban parte del diccionario resultante de la fase de PLN. También se hizo corrección de estilo para seguir la guía con las características de sus patrones lingüísticos.

Para las primeras pruebas de Usabilidad se eligieron 8 mensajes que se presentaron a manera de animación o de mensajes dinámicos. Esta cantidad de mensajes fue elegida para no saturar a los participantes y poder generar ajustes con mayor rapidez en un proceso iterativo de retroalimentación. Cada mensaje recibió una representación visual con referencias gráficas de las tendencias mencionadas con anterioridad.

Intenta un cambio de hábito a la vez. Cuando seas master en ese, incorpora uno nuevo. Puede ser semanal, quincenal o cuando estés listo. #JustDoIt
Desayuno Ganador: Menos azúcar, más poder. Échate mejor unos huevitos, unas tostadas con aguacate o frijolitos.
¿Te saltas comidas y no bajas de peso? #LoEstásHaciendoMal Come 5 veces al día... Eso sí, no abuses y equilibra la garnacha. *emoji ok*
Que tus tortillas sean de maíz para que la fuerza esté contigo. May taquitos be with you.
Pa' que no te quedes sin gasolina (y no te des atascones después). Son 5 comidas al día: desayuno, comida, cena y 2 snacks. Mejoras tu energía √ Evitas el cansancio √ Plus… Controlas mejor tus calorías √
Una porción significa: - una fruta mediana, - una taza o vaso (250 ml o equivalente en gramos), - un puño (frutas y verduras pequeñas) #InformaciónQueCura

Tabla 4
Mensajes para las primeras pruebas de usabilidad

4 Ver Anexo D.

Dentro del diseño de la interfaz (imagen 10) se buscó vincular la parte emocional del usuario como punto de partida del sistema, en el que los mensajes se relacionan directamente con las opciones propuestas. Para este prototipo se seleccionaron tres posibles opciones: cansado, ansioso y curioso. Estas opciones se eligieron con base las principales emociones que se mencionaron durante la indagación etnográfica, en la que detectamos que los participantes identificaban con más facilidad la relación entre sus emociones y el consumo de algunos alimentos en particular.

> Me he dado cuenta que cuando me angustio necesito escuchar como truena o como desgarran mis dientes, y, y, me he dado cuenta que regularmente busco alimentos salados cuando estoy enojada, cuando estoy triste busco alimentos muy dulces y muy suaves que yo pueda como estar palpando mucho con la lengua, entonces, ya que como que identifiqué esas cosas, ahora las sustituyo por cosas que no me lastiman tanto, no, tal vez jícama, eh, para escuchar como desgarro y un poquito de sal o un poquito de limón para darle ese sabor que necesita mi psique, este, guanábana cuando necesito algo agridulce, algo para palpar, como de ese tipo de cosas, no, y que he ido cambiando y ya. (Daniela, 30 años, Diseñadora de Interiores)

De acuerdo a Wong, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de un objeto en los que se contemplan elementos conceptuales, visuales, relacionales y prácticos. Por lo que para el diseño de información y para la agrupación de los elementos dentro de la interfaz se consideraron dentro de la función del sistema las siguientes áreas: (1) Área de mensaje; (2) Área de comida (con simbología índice de plato,vaso y cubiertos) y (3) Área de controles (esta se divide en controles de opción y controles de navegación). Cabe mencionar que el diseño de la interfaz se realizó a partir de módulos para que su identificación sea clara para el usuario.

Para la elección de los estilos gráficos, tanto en la interfaz como en las animaciones, se consultaron las tendencias actuales de diseño en las plataformas digitales que son referentes en el diseño contemporáneo para que concuerden con las características de nuestro grupo específico[5]. De esta manera, el lenguaje visual de las animaciones tendrá un mayor impacto por sus cualidades estéticas y su personalidad pertinente a los empleados corporativos. Cromáticamente se eligieron tonos saturados de alto contraste para delimitar y enfatizar los bordes, fondos y las profundidades de cada uno de los módulos de la interfaz, para lograr jerarquía, una guía y un sentido entre los elementos de interacción.

Imagen 10
Diseño de interfaz

Para el desarrollo gráfico bidimensional de los mensajes nos basamos en el esquema de formas planas que Wong menciona en el libro Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional (Wong, W., 1995), formas

5 Sitios web como www.creativeapplications.net, www.behance.net, http://thecoolhunter.net/

geométricas (construidas con retículas básicas: cuadrado, triángulo, círculo, romboide), orgánicas (rodeadas de curvas libres que sugieren fluidez y desarrollo), irregulares (generando disrupción y buscando delimitar por líneas rectas y curvas que no están relacionadas reticularmente entre sí) y accidentales (asemejando efectos de procesos, como manchas o boronas). (Wong, W., 1995, 46)

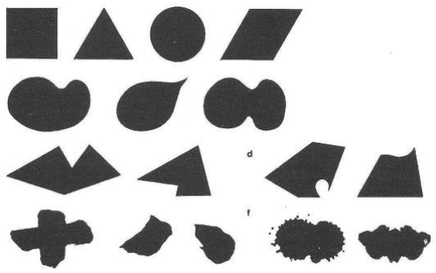


Imagen 11
Clasificación de las formas planas de Wucius Wong

Y los mensajes se reforzaron con fotografías e ilustraciones de la franquicia Star Wars y de la serie animada The Simpsons por ser fuertes referentes generacionales e indicadores de la cultura popular audiovisual.

En cuanto a la tipografía, se utilizaron 2 tipos: con serifas[6] y sin serifas, en ambos casos se utilizó un interlineado de 20 puntos para facilitar la lectura. El tamaño del cuerpo de letra de los mensajes tuvo variaciones en función a la composición tipográfica, usualmente de un puntaje mayor a 72 y menor a 250. Se hizo combinación de 2 colores para darle formato y jerarquía a ciertas palabras o frases importantes como "SIN AZÚCAR" (véase imagen 12) y se emplearon distintas familias tipográficas para darle dinamismo e identidad a cada mensaje.

Imagen 12
Ejemplo de mensaje animado

3.3 Elección y desarrollo de tecnologías para la interacción

Basados en consideraciones de apropiación de la información, el medio técnico es una de las cuestiones relevantes para la difusión de un mensaje y su interacción con el individuo receptor. A continuación abordaremos las cuestiones técnicas, como la implementación física y electrónica del sistema, así como los aspectos a considerar para la evaluación del mismo. Usaremos el término "usuario" para referirnos al empleado corporativo.

Para esta parte del proceso de ejecución de la propuesta, los ejes teóricos principales se basan en los postulados de Jenny Preece, Yvonne Rogers y Helen Sharp, especialistas en Interacción Humano-Computadora (HCI), y particularmente en Diseño de Interacción. También se utilizó como referencia a Richard Buchanan, enfocado al Design Thinking y complementando con Thompson, para reafirmar la pertinencia hacia la apropiación de información.

El desglose de los componentes que forman parte del modelo de interacción en HCI son: el usuario, es decir, quien va a hacer uso del sistema y que procesa la información recibida de forma sensorial (vista, tacto, oído, gusto y/u olfato). Tiene la finalidad de resolver un problema, en este caso, el de

6 Cada uno de los pequeños remates puntiagudos que adornan los finales de los rasgos principales de los caracteres. También se llama "remate", "gracia", "serif" y (en Hispanoamérica) "patín".

la apropiación de información alimentaria para modificar sus hábitos, y así, prevenir o disminuir el sobrepeso y la obesidad.

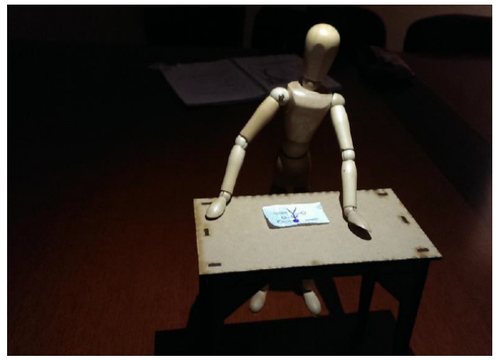
En el punto anterior se abordó la realización de los mensajes, sin embargo, el sistema estaría incompleto sin el componente que permite ejecutar una acción con esos mensajes. Buchanan habla de los elementos que componen la experiencia de usuario[7], o experiencia tecnológica[8], en el que "los signos y las imágenes son fragmentos de experiencia que reflejan nuestra percepción de los objetos materiales. Los objetos materiales, a cambio, se vuelven instrumentos de acción." (Buchanan, R., 1992, 10) Pero la implementación física del prototipo también es un mensaje con códigos y significados; es la integración de un sistema a otro sistema más grande y más complejo, compuesto por individuos, un entorno laboral con un flujo de actividades determinado.

Para la interacción, el sistema se dividió en dos fases: las técnicas y las contextuales, dirigidas para crear una Experiencia en el usuario (UX), cuyo objetivo es la creación de productos que resuelven necesidades concretas de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo. Los principios de UX trabajan de una forma subjetiva y dependen de la percepción del usuario; se enfocan más en describir cómo se sienten al utilizar la herramienta que a describir su utilidad. Reflejan la búsqueda de lo placentero por parte del usuario. (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002, 19)

Una de las guías claves proporcionada por los empleados corporativos era que querían algo fácil y sencillo, por lo que estas cualidades se cuidaron en el diseño y en la estructura de la interacción, y se realizó un modelo conceptual basado en el aprendizaje situado y significativo, para que la estructura de interacción sea semejante a algo que ellos conocen.

En el desarrollo de la mesa interactiva se buscó cumplir con los criterios de facilidad de uso (que el usuario pueda aprender a utilizar la herramienta sin complicaciones), de utilidad (que la herramienta cumpla con la funcionalidad esperada por el usuario), seguridad de uso (proteger al usuario de condiciones peligrosas o indeseadas al utilizar la herramienta), eficiencia de uso (ayudar al usuario a resolver la tarea de apropiarse de la información utilizando la herramienta) y facilidad de recuerdo (que el usuario no olvide cómo funciona la herramienta).

Imagen 13
Prototipado de la mesa a pequeña escala



La metodología que se llevó a cabo para la propuesta física del prototipo de la mesa interactiva es el siguiente: (1) boceto de los posibles escenarios, (2) análisis de proyección,

7 Percepción que se tiene sobre la interacción de un usuario con un objeto.
8 Entendiendo la tecnología no como un producto físico en concreto, sino como las herramientas intelectuales que permiten la experimentación para desarrollar una actividad.

(3) análisis de elementos electrónicos (4) interactividad, (5) propuesta del prototipo, (6) realización del prototipo a escala 1:6 y (7) realización del prototipo a escala 1:1.

La mesa interactiva se divide en dos secciones. La primera, la parte electrónica, incluye todos los elementos electrónicos que permiten la interactividad en la mesa a través de cables y sensores. Se utilizó Arduino Uno como centro del sistema por su naturaleza de código abierto[9] compatible con nuestra ideología del trabajo colaborativo y horizontal. La placa de Arduino es la encargada de controlar todas las actividades y eventos del dispositivo.

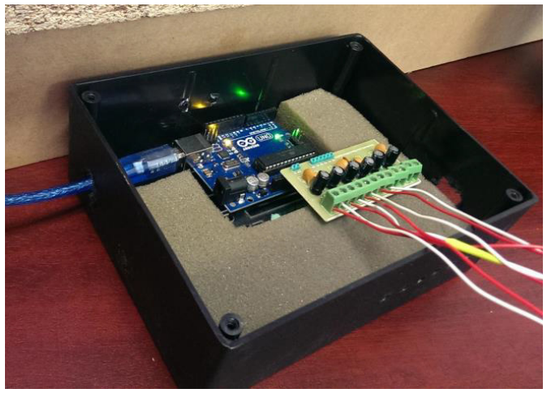


Imagen 14
Armado del circuito conectado al Arduino Uno.

El software que controla la placa se activa gracias a una computadora que complementa la mesa. El código se genera en la computadora en un ambiente integrado de desarrollo (IDE) y se carga el programa a ejecutar en el arduino.

La interacción se posibilita gracias a sensores de presión (posteriormente sustituidos por botones gracias a los resultados en las pruebas de usabilidad) colocados dentro de la estructura de la mesa y conectados a la placa de arduino para permitir controlar la interacción con los visuales. La proyección de información utiliza la misma mesa como superficie de proyección. Los botones conectados a la placa de arduino permiten la comunicación del sistema a través de un traductor de las señales recibidas a lenguaje MIDI, Hairless, permitiendo la comunicación entre el software de arduino y el proyector.

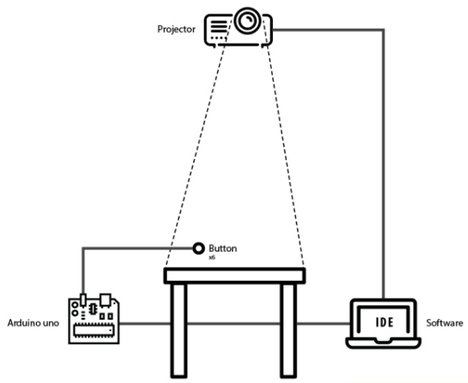


Imagen 15
Diagrama de implementación física.

La segunda sección, la tecnología de proyección, que se utiliza para la visualización de la información, consiste en el uso de un dispositivo de proyección móvil para proyectar sobre cualquier tipo de superficie. A este proceso se le denomina video mapping, una técnica que generalmente se utiliza en ámbitos artísticos y de entretenimiento. El proyector es colocado con una orientación vertical para permitir la proyección sobre la mesa, y a su vez, permite la creación de un entorno multimedia. La información es controlada y distribuida por medio de VDMX5, un programa especializado para las artes visuales. Este software facilita el proceso de mapeo sobre la mesa y distribuye los elementos gráficos de una forma práctica, permitiendo a los usuarios controlar e interactuar con

9 Se hizo uso como base un código fuente desarrollado por Daniel Marcial Díaz de Beat and Bit, que posteriormente fue adaptado por nosotros a nuestras necesidades particulares. Ver Anexo E.

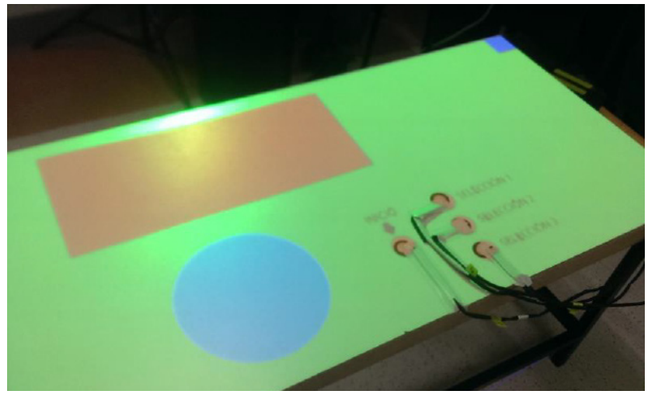


Imagen 16
Mappeo de los elementos para colocar los sensores.

el mensaje proyectado. Cualquier tipo de proyector puede ser utilizado, pero son preferibles los que tienen una conexión vía Bluetooth para evitar el exceso de cables.

Para el desarrollo de la mesa, se tomó en cuenta la fácil adaptación de los componentes electrónicos y análogos, y que su tamaño fuera acorde a las mesas de comedor de las oficinas corporativas, quedando así de 60 cm x 120 cm x 73 cm con de 15 mm de espesor. El material que se utilizó fue de madera MDF con vestidura de melamina blanca. Su diseño está conformado por piezas independientes para que se pueda armar y desarmar sin necesidad de elementos extras, como clavos o pegamento. Primero se realizó el boceto en el programa Sketch Up y el trazo bi y tridimensional se realizaron en el programa AutoCad. Cada una de las piezas se cortaron con una máquina de control numérico computarizado (CNC).

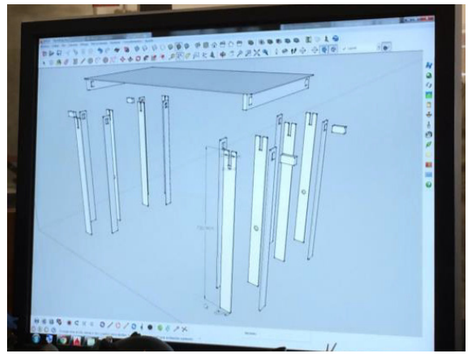


Imagen 17
Proceso de bocetaje de la mesa.

El sistema, integrado por la implementación física y los mensajes, desde la parte del aprendizaje y la apropiación de la información tiene la hipótesis de que es posible generar una interacción mixta, es decir, por medio de una "interacción mediática[10]" generar una "interacción cara-cara[11]" entre los usuarios que se encuentran intercambiando formas simbólicas dentro del mismo entorno laboral, y que a su vez, se pueda extender a otros entornos, fuera del espacio de trabajo.

La «estructura interactiva de recepción[12]» puede ser utilizada no solo como marco para la «interacción mediática» por la televisión u otras formas técnicas, sino también como marco para la «interacción cara a cara» que tiene afinidad con la actividad receptora. (Thompson, J., 1998, 125)

Tomando las consideraciones de Thompson al respecto de los tipos de interacción, se involucra la ejecución de una acción y la adaptación de conductas conforme a la identidad (esto es muy importante considerarlo desde las pruebas de usuario). En esta acción, el individuo va a adaptar una conducta de acuerdo a su autoimagen y a la imagen que este trata de transmitir a los demás, al menos dentro de ese entorno. (Thompson, J., 1998, 125)

10 Thompson la define como transmisión de información utilizando un medio técnico a individuos con espacialidad y/o temporalidad distantes.
11 Transmisión de información en un contexto de co-presencia en donde es posible el uso de señales simbólicas, como guiños y gestos, para reforzar la transmisión de información.
12 Formas simbólicas producidas en un contexto.

CAPÍTULO 4

Evaluación y Resultados

CAPÍTULO 4

El objetivo de la etapa de evaluación es generar un proceso iterativo de retroalimentación para hacer mejoras, tanto en el sistema (diseño e implementación), como en la interacción que genera con el usuario y la percepción de los mensajes desplegados; comprobar el cumplimiento de principios de usabilidad y heurísticas de diseño o detectar posibles fallas y deficiencias durante la fase prototípica, antes de que el sistema se encuentre terminado. Todo esto, para lograr un equilibrio entre la funcionalidad del sistema y sus aspectos estéticos para generar una experiencia placentera y facilitar la apropiación de la información en los mensajes mostrados.

Dentro de los principios de usabilidad se consideraron los siguientes puntos (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002):

a) Visibilidad: que las funciones sean perceptibles por el usuario para facilitar el uso del sistema y darles claridad respecto a lo que pueden o no hacer. Facilita la apropiación de los controles en el sistema.
b) Retroalimentación o feedback: la capacidad que tiene un sistema de enviar información al usuario sobre la ejecución de una acción.
c) Restricciones: limitar funciones o posibilidades en alguna etapa del uso del sistema para prevenir errores de selección o futuros problemas.
d) Mappeo: la relación de los controles con la funcionalidad o efecto en el sistema.
e) Consistencia: el uso de elementos ya conocidos por los usuarios permite un fácil aprendizaje del uso del sistema, así como su manejo o interacción.
f) Asequibilidad o affordance: la capacidad que tiene un atributo de auto explicar su uso, que este se perciba con facilidad u obviedad.

A la par de estos puntos, fue necesario considerar principios del diseño de sistemas, o heurísticas, que coincidían con varios puntos de usabilidad.(Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002)

a) Visibilidad de estatus en el sistema: que el usuario sepa en qué punto del proceso se encuentra.
Por ejemplo, estatus de la duración de las animaciones desplegadas para que el usuario identifique si se trata de un mismo mensaje o de mensajes distintos.
b) Coincidencia entre el sistema y el entorno: utilizar el lenguaje del usuario (términos, códigos gráficos, etc.); Los hallazgos etnográficos se utilizaron en este punto.
c) Libertad para utilizar los controles y navegar el sistema.
d) Facilitar al usuario la posibilidad de detectar errores en el uso del sistema y recuperarse de ellos.
e) Prevención de errores en el uso del sistema.
f) Hacer los objetos y acciones evidentes para los usuarios.

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores, todas la pruebas se realizaron entre 5 y 9 usuarios, procurando que fueran número impar para evitar empates de opinión

en algunas observaciones. El periodo de evaluación se llevó a cabo entre mayo y junio de 2017 entre empleados corporativos del área de Santa Fe. Algunos de los usuarios participaron previamente en los ejercicios etnográficos y otros participaron por primera vez, todos de forma voluntaria. Las pruebas fueron realizadas ante empleados corporativos a los cuales fue dirigido el sistema, entre los cuales son: Ingenieros en Sistemas, Publicistas, Ingenieros en Mecatrónica, Comunicólogos, Diseñadores Gráficos, Mercadólogos, Administradores, Arquitectos y Pedagogos, algunos de ellos con formación de licenciatura y otros con estudios de posgrado.

4.1 Mensajes

Para las primeras pruebas de Usabilidad se eligieron 8 mensajes que se presentaron a manera de animación o de mensajes dinámicos. Esta cantidad de mensajes fue elegida para no saturar a los participantes y poder generar ajustes con mayor rapidez en un proceso iterativo de retroalimentación. Cada mensaje recibió una representación visual con referencias gráficas de las tendencias mencionadas con anterioridad.

El primer ciclo de pruebas se realizó con 7 usuarios en los que se analizaron la pertinencia de los mensajes, es decir, qué mensajes perciben como relevantes, tanto en el lenguaje empleado, como en los elementos gráficos que los componen. También se analizó la claridad de estos para su comprensión.

En cuanto al vocabulario empleado, los usuarios lo encontraron pertinente; se sintieron cómodos ya que se utilizaron palabras coloquiales y en inglés. Hubo mucha aceptación del uso de hashtags y de referencias a cultura popular, principalmente las referencias hacia Star Wars. La gama cromática, las tipografías y el uso de íconos tipo emoji les fueron agradables, sin embargo, la mayoría coincidió en que la unidad gráfica entre todos los mensajes podría generar monotonía y una posible confusión entre mensajes, es decir, que se parecían tanto que un mensaje nuevo podía confundirse con un mensaje previamente leído.

Además de la sugerencia en la diversidad de estilo gráfico, todos los usuarios mencionaron sentirse ansiosos o perturbados por los movimientos caóticos en los fondos de las animaciones, centrando su atención en este ruido visual y restándole importancia a la comprensión de los mensajes. La información que se utilizó para las animaciones fue facilitada por La Alianza por la Salud Alimentaria (ASA) como parte de la colaboración antes mencionada.

Tomando esto como base, en la segunda iteración fue necesario evitar movimientos que se pudieran relacionar con fallas técnicas o secuencias muy repetitivas. También se hicieron algunos ajustes cromáticos, procurando generar altos contrastes.

Imagen 18
Imágenes estáticas de primera iteración de diseño de animaciones.

Se agregaron fotografías en escala de grises para contrastar con los colores saturados de los mensajes y que no compitieran en ser el centro de atención. Se agregaron texturas para resaltar los mensajes y para guiar el sentido de lectura de los textos. Además, se dio mayor dinamismo a las animaciones. Los estilos gráficos se diversificaron para hacer más evidente la distinción de mensajes. En esta misma fase se ampliaron a 35 mensajes gráficos tomando en cuenta la primera retroalimentación de los usuarios.

4.2 Prueba del prototipo y observaciones

Al igual que en las pruebas para analizar la pertinencia de los mensajes, las evaluaciones con el sistema completo, al que llamaremos prototipo, se llevaron a cabo en diferentes fases. Durante la primera prueba se evaluó el uso del prototipo de sistema con 7 usuarios. Se entregó a cada participante una pieza de pan dulce y utensilio de comida para evaluar el uso del sistema durante la ingesta de alimentos.

Los resultados se encontraron en un amplio abanico, desde las experiencias positivas, con pocos o nulos problemas, hasta las experiencias negativas, con un alto nivel de frustración para los usuarios debido a problemas de navegación, de hardware y la falta de lectura de las instrucciones en un inicio. Del total de usuarios, las experiencias frustrantes fueron las más repetidas.

En la siguiente tabla se pueden leer algunos de los comentarios realizados por los usuarios durante la primera prueba de Usabilidad al momento de manipular el sistema, así como una descripción de lo que sucedió al momento de realizar el comentario.

Situación	Comentario	Gesticulación
Al presionar un sensor se volvió a desplegar un mensaje previamente desplegado y se mostró otra opción.	¿Por qué tengo que repetir lo mismo dos veces? No estoy ansioso, yo puse que estoy cansado.	Levanta la voz más al hacer la pregunta, abre la mano como en exclamación, la cierra y la deja sobre la mesa, señala la opción que él eligió con la otra. Mira los sensores constantemente.
Proyección del hashtag #LoEstásHaciendoMal durante un mensaje.	¿Por qué lo estoy haciendo mal?	Se ríe, se para de la silla y se vuelve a sentar. Se toma las dos manos mientras lee y luego muerde un pan.
La interfaz regresa al menú de inicio al finalizar los mensajes y tiene dificultad con los sensores.	Ya no quiero.	Muerde su pan varias veces y se acomoda el cabello detrás de la oreja. Ríe nerviosa y hace un ademán con las manos como de “¿y ahora qué?”.
No se presiona con suficiente fuerza el sensor de “curioso” y se queda fijo el menú inicial.	Voy a probar ansioso a ver qué onda porque no veo que esto avance.	Saca el labio inferior como de tristeza y cierra un puño. Abre los dos como en exclamación y vuelve a cerrarlo. Risa nerviosa.
Proyección de mensaje con referencias a Star Wars.	¡Ay, qué bonito está ese! May taquitos be with you ¡Me gusta esa frase!	Sonríe, corta un pedazo de pan y lo come. Junta las manos en forma de aplauso y asiente con la cabeza.
Selección de la opción “ansioso”.	Ah bueno, lo de ansioso sí, normalmente me ha pasado, sobre todo con el café más bien.	Gesto con la boca como de “Ups” y risa.
Termina la secuencia de mensajes y regresa al menú inicial.	Listo… No sé si lo hice bien.	Risa nerviosa, hace contacto visual con nosotros.

Tabla 5
Relación de comentarios y reacciones durante la primera prueba con usuarios.

Imagen 19
Primera iteración de prueba de Usabilidad.

Entre los descubrimientos encontrados citamos:

a) La mayoría no interpretó las animaciones como mensajes completos, sino cada escena como mensajes aislados.

b) Los sensores de presión varían muchísimo los resultados cambiando completamente la experiencia de cada usuario, donde toques muy ligeros no se registran y toques muy fuertes reinician la secuencia.

c) La mayoría hizo comentarios sobre su experiencia personal referente a algunos mensajes que se desplegaron, tanto para decir que sí estaban de acuerdo, como para decir que no les pasaba eso.

d) La mayoría no entendió la relación entre lo emocional y el mensaje desplegado, generando falta de interés en algunos en los mensajes.

e) Son necesarios más mensajes para las pruebas porque al ser pocos, se repiten causando la impresión de error.

f) Cuando no se tiene la respuesta deseada presionan más veces el sensor o con más fuerza.

g) Tuvieron la impresión de que fallas en la interacción fue culpa de ellos, que algo hicieron mal en el proceso.

En los primeros resultados que se obtuvieron durante la primera evaluación, fue imprescindible resolver las cuestiones que generaban frustración en los usuarios. Preece, Rogers y Sharp distinguen diferentes niveles de frustración, desde ademanes ligeros[1] hasta enojo fuerte[2] (Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H., 2002, 147), y que pueden ser por diversas situaciones:

1. El sistema arroja un resultado no previsto. (Alto nivel de frustración)
2. El sistema no funciona bajo las expectativas de los usuarios. (Medio nivel de frustración)
3. El sistema genera conflicto en la navegación por problemas de hardware. (Medio nivel de frustración)
4. El sistema requiere pasos adicionales de los necesarios para realizar la tarea. (Medio nivel de frustración)

Otra de las observaciones fue que de las opciones, las dos más consultadas fueron “cansado” y “ansioso” y generalmente iban acompañados de una explicación referente a la sobrecarga laboral o a estrés por las actividades laborales.

4.3 Mejoras al prototipo

En las pruebas que se realizaron se detectó la necesidad de crear instrucciones para que el usuario conozca el correcto

1 Identificados en nuestra prueba como resoplidos, suspiros, nerviosismo, o con frases como “Esto no me está llevando a nada”.
2 En la primera prueba se presentó un caso muy elevado de frustración y enojo, en donde el usuario se paró de la prueba y se fue sin decir nada.

funcionamiento del sistema, además de darle identidad al sistema por medio de un personaje que los guiara en el camino. De los hallazgos etnográficos se formó el nombre de: Learning Environment for Information Appropriation (L.E.I.A.). El nombre hace hace referencia a uno de los personajes principales de Star Wars, la princesa Leia Organa -o Leia Skywalker-, la cual toma el papel protagónico en la lucha contra el sobrepeso y la obesidad.

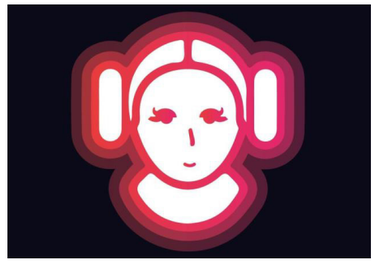


Imagen 20
Logotipo de L.E.I.A.

Dentro de los ajustes para la segunda iteración, se cambiaron los sensores de presión por botones de arcadia. Estos botones cumplen dos funciones, por una parte, la referencia a la cultura popular de videojuegos durante los 80's y 90's; por otra parte, la de tener la cualidad de hundirse al presionarse y generar el sonido de "clic", esto para darle certeza al usuario de que se llevó a cabo la acción de seleccionar una opción.

Se observó que los usuarios se saltaban mensaje y no podían regresar para leerlos, por lo que se añadió un botón de regreso.

Se modificaron los mensajes que iniciaban con pregunta ya que los usuarios buscaban responderlas con los botones a pesar de que solo eran segmentos de una animación.

Imagen 21
Variación en los estilos gráficos de los mensajes para dar mayor dinamismo.

Gráficamente los mensajes se cambiaron para evitar monotonía en los estilos y que existiera una mayor diversidad de estilos, esto con la finalidad de llamar la atención del usuario y de retener su interacción con L.E.I.A.

Se agregó un mensaje de felicitación para que el usuario supiera que había concluido la prueba. Se identificó, por los comentarios de auto felicitación, por la sonrisa de su cara y al escuchar alguna interjección (¡yey!, ¡eh!), que este mensaje les hizo sentir poseedores del conocimiento, les disminuyó la aparente sensación de incertidumbre y les generó satisfacción.

Dentro de los puntos a mejorar se detectó que las oraciones empleadas en el instructivo, así como las explicaciones de uso del sistema, eran demasiado largas. Al tener mucho texto, los usuarios perdían la atención y el interés por esta parte, presentándose casos en los que se mencionó que ya no querían seguir leyendo eso, y que posteriormente se mostró reflejado en una dificultad para manipular los controles del sistema.

Al resolver las cuestiones previas sobre el manejo de los controles, y sustituir los sensores de presión por botones, la atención de los usuarios pudo centrarse en los mensajes desplegados y en la composición gráfica de estos, por lo que

pudimos analizar con mayor profundidad la pertinencia tanto temática como visual.

Uno de los problemas se relaciona con la velocidad de reproducción de los mensajes, en los que algunas animaciones tenían tiempos más cortos de proyección imposibilitando a los usuarios comprender el mensaje desde una primera reproducción de este; de forma inversa, los mensajes que excedían el tiempo necesario de lectura, se percibían como una falla de sistema (que dejaba de funcionar). Para estas fallas se tomaron los tiempos de lectura de cada una de las escenas que conforman cada mensaje para acelerar o disminuir la velocidad de reproducción. Detectamos que un mensaje era interesante para el usuario ya que cuando no le daba tiempo de leerlo completo, esperaba a que se reprodujera nuevamente para poder leer el faltante. Cuando un tema no les era de interés, no lo terminaban de leer, pasaban al siguiente mensaje.

De un mensaje en concreto (relacionado con tés industrializados) varios usuarios solicitaron que se modificara el ícono utilizado para ilustrar la información, ya que en su imagen mental relacionan el té con la imagen de una taza preparada con agua caliente y un té de bolsa, que no coincide con el té al que se refiere el mensaje (embotellado).

También se detectó que algunos colores complican la lectura a la hora de ser proyectados, específicamente el azul cielo, sobretodo cuando se emplea junto con el blanco. El utilizar color blanco como fondo también genera problemas de lectura dependiendo de la altura del usuario, en donde la proyección se percibe con variación por un efecto físico de la reflexión de la luz en una superficie brillante. Es importante prestar atención a las combinaciones cromáticas que generan un alto contraste en superficies de proyección, ya que puede percibirse de forma diferente entre el monitor y la mesa.

Un problema que persiste es la dificultad para vincular las emociones del menú de inicio con la información que se despliega en los mensajes, por lo que se decidió incluir al inicio de los mensajes un texto que explique que los mensajes que se mostrarán podrían ayudar a disminuir una sensación

Tabla 6
Comentarios y reacciones durante la segunda y tercera prueba con usuarios.

Situación	Comentario	Gesticulación
Se desplegó un mensaje con referencia a los Simpsons.	Sugar… oh honey, honey...	Sonrisa muy amplia y finalización de la frase con una entonación musical. Levantó una ceja.
Se desplegó un mensaje sobre ideas de colaciones para comer entre comidas.	Para calmar la… ¿Qué como? Uy, no, nada de eso. Como muy mal, como galletas o cosas así, lo que pasa es que como estoy en mi casa, en el trabajo no puedo comer cosas así. Un taquito en mi casa, pues sí, quesito o cuando estoy preparando la comida como, como de lo que estoy cocinando.	Mueve la cabeza y las manos con ademanes de explicar o de imitar procesos (como cocinar) con el movimiento de batir en un tazón.
Se mostró un mensaje blanco con azul cielo.	Híjole, aquí el contraste está medio feo.	Se mueve para ambos lados, levanta y baja la cabeza para tratar de leer mejor.

(ansiedad y cansancio) o que darán tips e información de interés (curiosidad).

En la tabla 6, al igual que en la 5, se muestran los comentarios y una descripción de reacciones detectadas durante ciertas acciones en la segunda y tercera pruebas con usuario.

Recapitulando los resultados que se obtuvieron se pueden mencionar las necesidades de mejora en una siguiente iteración de evolución del prototipo:

- Reducir las instrucciones a lo mínimo necesario para poder manipular el sistema sin conflictos.
- Acelerar o disminuir los tiempos de reproducción de los mensajes dependiendo de la complejidad de estos, tanto conceptualmente como gráficamente.
- Sustituir el azul cielo por otros colores que mejoren el contraste en superficies de proyección.
- Incluir un texto breve entre la selección del estado emocional y el primer mensaje que explique la relación entre estos dos rubros.

El dotar de una personalidad al sistema (L.E.I.A.) y el generar un avatar para guiar durante el tutorial fue bien recibido por los participantes de la segunda y tercera prueba, en donde los comentarios positivos mostraron una identificación con este personaje.

Durante las pruebas pudimos presenciar cuestionamientos sobre los hábitos alimentarios propios, en los que no importaba si se estaba de acuerdo o no con el mensaje, la simple acción de cuestionarse cumple uno de los objetivos que nosotros buscamos con la propuesta.

Se tomó en cuenta que la mesa no se planeó para utilizarse en solitario, sino dentro de espacios colectivos, por lo que problemas de uso de los botones podrían resolverse gracias a la relación entre novatos y expertos que fundamenta el aprendizaje situado (participación periférica legítima), en el que las comunidades de práctica pueden ser facilitadoras en el entendimiento del uso del sistema. En las pruebas de Usabilidad el uso debe darse aislado en una primera instancia, para evitar el sesgo entre usuarios y poder tener un acercamiento más puntual sobre la interacción entre el usuario, el mensaje y el medio técnico.

CONCLUSIONES

Imagen 22
Los usuarios generaron una identificaron positiva con L.E.I.A.

CONCLUSIONES

Nuestra investigación contribuye a aumentar el entendimiento de una parte de la población que usualmente es ignorada por las investigaciones académicas y los estudios gubernamentales al no ser un grupo vulnerable tradicional, ya que el imaginario colectivo los considera como individuos sin necesidades básicas qué cubrir -aparentemente- con decisiones guiadas por estilos de vida aspiracionales (que hasta cierto punto podría ser cierto, sin embargo es necesario indagar en estos aspectos más a profundidad desde perspectivas sociológicas y/o psicológicas). Este grupo específico ha tenido acceso a niveles educativos superiores al mexicano promedio y gana un salario mensual superior a la media también, hechos que podrían llevarnos a suponer que sus necesidades básicas se encuentran cubiertas y que poseen las herramientas idóneas para tomar decisiones óptimas, al menos en rubros alimentarios; esta suposición se ha reflejado como un error en nuestros hallazgos, en los que se demostró una deficiencia educativa sobre temas alimentarios, principalmente.

Una evaluación a mediano plazo de la eficiencia de la herramienta propuesta sería necesaria para comprobar que efectivamente se incidió en el cambio de hábitos de los empleados corporativos para poder disminuir el sobrepeso y la obesidad, sin embargo debería ser una evaluación durante varios meses debido a que son procesos que toman tiempos prolongados en llevarse a cabo. La duración del posgrado, y que sea un trabajo interdisciplinario, requiere de períodos más prolongados, en primer lugar, para lograr establecer un diálogo entre las distintas disciplinas, poder generar una comprensión de ellas y crear un lenguaje, o metodología, en común, sin embargo, consideramos que son procesos necesarios que a la larga enriquecen mucho a la investigación y a la comprensión del problema de una forma más holística.

Es necesario que los problemas multivariables tan grandes como el de la obesidad y sobrepeso sean estudiados desde todas las perspectivas posibles para tener una comprensión del fenómeno desde diversos panoramas.

Retomando nuestra hipótesis inicial: **Un sistema interactivo que permite la visualización de información alimentaria por medio del uso de estrategias de aprendizaje, podría ayudar a una población específica a apropiarse de la información y modificar sus hábitos alimentarios para prevenir o disminuir el sobrepeso y la obesidad**, consideramos que nuestra hipótesis es válida ya que las pruebas con usuario nos demostraron la importancia de la interacción con el mensaje y con el medio por el que se transmite. Como punto de partida, tanto el aprendizaje situado, como el aprendizaje significativo coinciden en la relevancia que tiene conocer los referentes previos del individuo sobre un tema determinado, para que este pueda hacer anclaje de conceptos nuevos con los pasados. El haber tenido un acercamiento con los empleados corporativos para entender qué conceptos alimentarios tenían apropiados fue vital para la selección de mensajes que se desarrollaron, y el orden en el que se agruparon para proyectarse en la mesa (donde se mostraron primero mensajes con finalidad de glosario). Esta es una de las primeras diferenciaciones que pudimos percibir entre nuestra propuesta y los mensajes emitidos por diferentes campañas de difusión -como las mencionadas en el inicio de este documento- el identificar qué temas tomar como punto de partida y no suponer que todos manejan los mismos conceptos. Fue evidente el interés que mostraron cuando se hacía uso de referentes populares propios de la cultura del entretenimiento y su cruce con información alimentaria, haciendo que el proceso de asimilación de información se diera de una forma más simple. El tener en consideración el contexto del individuo al que se le dirige un mensaje es necesario para que él pueda conectar con este, y sobre todo, para que pueda apropiarse de la información.

En una segunda instancia, el centrarnos en generar una experiencia para el empleado corporativo, otro de los factores intrínsecos para el aprendizaje y que se vincula con aspectos afectivos. El elegir la mesa como medio de difusión rompió parte de la monotonía de su cotidianeidad y llamó la atención por la novedad y la curiosidad que se generó en torno a ella. Por una parte, tomar un símbolo y un momento relevantes en la cultura mexicana: la mesa y la hora de la comida, sobre los que se externaron diversas opiniones positivas durante el acercamiento etnográfico. La relación de estos con momentos placenteros, de descanso, de compartir con otros e incluso de identificarse con el otro. Los empleados corporativos se mostraron con una actitud positiva y abierta a la hora de la comida, actitud que posiblemente ayuda en el proceso de asimilación de nuevos concepto (aunque se requerirían estudios específicos para analizar cómo incide la actitud con el aprendizaje). Este es otro diferenciador que encontramos entre nuestra propuesta y otras, la pertinencia del medio. No es lo mismo tratar de adquirir conocimiento nuevos en un entorno que fomente la creatividad y el intercambio de opiniones para la construcción de juicios críticos que en entornos llenos de estímulos distractores, como dentro del metro, por ejemplo, en el que incluso se relacionan significados negativos como hartazgo o cansancio, un espacio del que el individuo quiere salir rápidamente. Por otra parte los significados asociados a la hora de la comida van en un sentido distinto, incluso en una sociedad que tiene el concepto de “sobremesa”, o el tiempo de plática que se realiza después de consumir alimentos, principalmente por la tarde a la hora de la comida. Consideramos importante tener en cuenta las características del entorno para entender la importancia que las comunidades de práctica ejercen sobre el individuo, que como vimos, juega distintos roles de identidad dependiendo del lugar en el que se encuentre inmerso.

CONCLUSIONES

La interacción es el tercer componente que comprobamos como relevante en nuestra investigación, y por interacción no solo nos referimos a la que se dio al utilizar la mesa por medio de los sensores y los cables; también a la que se llevó a cabo entre los compañeros de trabajo -las comunidades de práctica- e incluso a la que interiorizaron o llevaron a cabo a un nivel más íntimo, ejemplo de esto era cuando ellos mismos se cuestionan hablando en primera persona sobre alimentos consumidos.

El aprendizaje no es un proceso lineal, es un sistema en el que juegan diversos elementos y que se retroalimenta de forma iterativa, semejante a las metodologías que empleamos para acercarnos a los empleados corporativos.

La metodología de Design Thinking y el uso de técnicas de Usabilidad y Experiencia de usuario facilitaron muchísimo poder descubrir los intereses, creencias y temores de los participantes, por lo que se convirtieron en piezas fundamentales para diseñar un prototipo y mensajes a la medida de los individuos. Los procesos iterativos también son fundamentales para ir mejorando las herramientas y evolucionando los alcances que pueden tener estos, no solo a nivel de interacción, también en cómo repercuten estos en su vida personal y en cómo se facilita la aceptación de una herramienta dentro de una comunidad de práctica determinada.

Sabemos que nuestra propuesta no es la solución al problema, la solución se construye de un conjunto de esfuerzos, por lo que eso es lo que buscamos, ser un ayuda adicional a todo lo que se está realizando, para incidir en un problema muy preocupante que afecta todos los rubros de la actividad humana, en esta misma visión sistémica.

Consideramos que nuestra propuesta podría ayudar a motivar cambios de hábitos para disminuir el sobrepeso y la obesidad comenzando por generar curiosidad (por lo que tendría que ser una instalación iterativa y no definitiva en comedores corporativos, para que no se convierta en un objeto cotidiano en el entorno del empleado corporativo). No buscamos que los usuarios estén de acuerdo completamente con los mensajes que proponemos, buscamos que se los cuestionen, que los debatan. Creemos que la mesa y sus mensajes pueden ser un catalizador para generar discusión entre los usuarios y así comenzar a generar un pensamiento crítico sobre la alimentación y las decisiones alimentarias que toman diariamente. También creemos que utilizando el principio de la participación periférica legítima es más factible que un individuo extienda el conocimiento que le es relevante a sus círculos inmediatos, y que se verá reforzado también por otros mensajes de otras campañas.

Gracias a esta investigación comprendemos que el problema va más allá de la voluntad del individuo, e incluso, más allá del entendimiento que este tiene sobre temáticas alimentarias. El acceso a alimentos saludables juega un papel muy importante en el proceso de toma de decisión, al igual que la disponibilidad de tiempo, donde lo más rápido y cercano se convierte en la elección primaria de el grupo específico con el que trabajamos, sin importar la calidad nutricional del alimento o de las repercusiones que puede tener en su salud. Las políticas públicas juegan un rol relevante al igual que la responsabilidad del Estado para asegurar ese acceso de alimentos saludables a toda la población, responsabilidad que hemos visto no se lleva a cabo y que incluso se encuentra sujeta a conflictos de intereses con la iniciativa privada. La manipulación de datos estadísticos a nivel local y nacional influye en la minimización del problema en dependencias gubernamentales y en la percepción de la población en general. La comprensión de diversos valores, como la calidad de vida o lo saludable, también tienen un carácter contextual, por lo que se necesita ahondar en ellos para poder tener un entendimiento más cercano a la realidad de los individuos, donde sugerimos a la comunidad investigadora ahondar en estos aspectos en otras investigaciones a futuro con este grupo poblacional.

El caso de estudio que realizamos puede replicarse en otras regiones geográficas con características semejantes a las de nuestro contexto, y a otros segmentos de edad, en los que las modificaciones que se vayan realizando podrán generar pertinencia para segmentos cada vez más alejados (aparentemente).

Hacemos una invitación abierta a la comunidad investigadora para seguir ahondando en el problema del sobrepeso y obesidad desde el estudio de grupos específicos para aplicar estrategias prácticas y desarrollar herramientas que se ajusten a los individuos y eliminar la visión de que son los individuos quienes deben de adaptarse a las herramientas.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

Alianza por la Salud Alimentaria. (2016) *A tres años de la Estrategia Nacional para Prevenir Sobrepeso, Obesidad y Diabetes debe ser revisada para lograr sus objetivos.* El Poder del Consumidor. México. Disponible en: http://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2016/10/b-3aniv-estrategia-obesidad.pdf

Amancio, O., Ortigoza, J., & Durante, I. (2007) *Obesidad.* Seminario El ejercicio actual de la Medicina. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Disponible en: http://www.facmed.unam.mx/sms/seam2k1/2007/may_01_ponencia.html

Andrews, K., (2016) *Human Computer Interaction: Course Notes.* Graz University of Technology. Disponible en: http://courses.iicm.tugraz.at/hci/hci.pdf

Ausubel, D. (1983) *Teoría del Aprendizaje Significativo.* Disponible en: http://delegacion233.bligoo.com.mx/media/users/20/1002571/files/240726/Aprendizaje_significativo.pdf

Barquera, S., Campos, I., et al. (2013) *Prevalencia de Obesidad en Adultos Mexicanos*, ENSANUT 2012. Salud Pública de México, Vol. 55, suplemento 2. México.

Booth, D. (2013) *Configuring of extero- and interoceptive senses in actions on food.* Multisensory Research. University of Birmingham. Reino Unido. Disponible en: http://eprints.bham.ac.uk/1216/1} Booth_1216_seeing.pdf

Buchanan, R. (1992) *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues, Vol. 8, No. 2, pp. 5-21.Estados Unidos. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/1511637

Cardoso, G. (2011) *De la Comunicación en Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información.* Universidad Autónoma de Barcelona. Portal de la Comunicación InCom-UAB. España.

Centro Comercial Santa Fe (2016) *Información General.* México. Disponible en: https://centrosantafe.com.mx/pages/informacion-general

Comisión Federal de Mejora Regulatoria. (2012) *El Problema de la Obesidad en México: diagnóstico y acciones regulatorias para enfrentarlo.* México. Disponible en: http://www.cofemer.gob.mx/Varios/Adjuntos/01.10.2012/COFEMER_PROBLEMA_OBESIDAD_EN_MEXICO_2012.pdf

Cornejo, I. (2007) *El lugar de los encuentros: Comunicación y Cultura en un Centro Comercial.* Universidad Iberoamericana. México.

Cornejo, I., Bellón, E. (2001) *Prácticas Culturales de Apropiación Simbólica en el Centro Comercial Santa Fe.* Universidad Autónoma del Estado de México. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 8, núm. 24, 67-86. México. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502403&iCveNum=19

Corona, S., Kaltmeier, O., (2012) *En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales.* Editorial Gedisa. España.

CTSEMBARQ México (2015) *Estudio de Movilidad de la zona de Santa Fe en Ciudad de México.* México. Disponible en: https://www.scribd.com/document/287775068/Estudio-de-Movilidad-en-Santa-Fe-CDMX#fullscreen&from_embed

Dada Room, Atlantia Search (2015) *Compartir departamento, el estilo de vida que atrae a 6 de cada 10 jóvenes mexicanos.* México. Disponible en: http://www.dadaroom.com/br_files/duik/prensa/comunicados/COMPRESSMX.pdf

Deloitte (2015) *Tendencias del Consumidor Móvil 2015.* México. Disponible en: https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/technology/articles/Global-Mobile-Consumer-Survey-2015.html

Dimitropoulos, G., Toulany, A., et al. (2015). *A Qualitative Study on the Experiences of Young Adults With Eating Disorders Transferring From Pediatric to Adult Care.* Eating Disorders, 23(2), 144-162.

Erazo, M. (2012) *Visión global en relación a la obesidad.* Revista Médica Clínica Las Condes, 23(2), 196-200. Disponible en: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864012702985

Furman, S., Theofanos, M. & Wald, H. (2014). *Human Engineering Design Criteria Standards Part 1: Project Introduction and Existing Standards DHS S&T TSD Standards Project.* National Institute of Standards and Technology, US Department of Commerce. Estados Unidos. Disponible en: http://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/ir/2014/NIST.IR.7889.pdf

Figueroa, S. (2012) *Introducción a la Salud Pública.* Universidad de San Carlos, Facultad de Ciencias Médicas, Área de Salud Pública I. Disponible en: https://saludpublicayepi.files.wordpress.com/2012/06/documento-3er-parcial-compilacion-4-documentos.pdf

García, P. (2012). *La alimentación de los mexicanos: cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos alimenticios (CANACINTRA).* México. Disponible en: http://clubnutricion.com.mx/educacion_continua/La%20alimentaci%C3%B3n%20de%20los%20mexicanos%20%E2%80%94%20Estudio%20completo.pdf

Giménez, G. (2003) *La cultura como identidad y la identidad como cultura.* UNAM. Instituto de Investigaciones Sociales. México. Gómez, H.,

Fullman, N., et al. (2016) *Dissonant health transition in the states of Mexico,* 1990–2013: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2013. The Lancet. Instituto Nacional de Salud Pública. México. Disponible en: http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(16)31773-1/abstract

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., (2010), *Metodología de la investigación,* McGrawHill, México.

Hettema, J., Ernst, D., et al. (2014). *Parallel processes: Using motivational interviewing as an implementation coaching strategy.* The Journal of Behavioral Health Services & Research, 41(3), 324-36. Disponible en: http://dx.doi.org/10.1007/s11414-013-9381-8.

Hjalmar, P., (2015) E*ducación Física como Medio para contrarrestar el Sedentarismo, Mal Hábito Alimenticio y Obesidad en los Estudiantes de Primer Año BGU.* Universidad Técnica de Machala, Unidad Académica de Ciencias Sociales. Ecuador. Disponible en: http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3855/1/CD00297-2015-TRABAJO%20COMPLETO.pdf

Horkheimer, M., Adorno, T. (1994) *Dialéctica de la Ilustración.* Editorial Trotta. España. Disponible en: http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/adornot/esc_frank_adorno0005.pdf

Instituto Mexicano para la Competitividad (2016) *Índice de Competitividad Estatal 2016: Un puente entre dos Méxicos.* México. Disponible en: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2016/11/2016-ICE-Libro.pdf

Instituto Mexicano para la Competitividad (2015) *Kilos de Más, Pesos de Menos: Los costos de la obesidad en México.* Disponible en: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/01/20150127_ObesidadEnMexico_DocumentoCompleto.pdf

REFERENCIAS

Instituto Nacional de Salud Pública (2012) *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.* México. Disponible en: http://ensanut.insp.mx/

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2014). *Cuantificando la clase media en México: Un ejercicio exploratorio.* México. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Clase_media/doc/clAse_media_resumen.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2016). *Panorama Sociodemográfico de Ciudad de México 2015.* Encuesta Intercensal 2015. México. Disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082178.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016) *Población, Hogares y Vivienda.* México. Disponible en: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484

Interactive Advertising Bureau México, Millward Brown. (2015) *Conoce el segmento de Millennials.* México. Disponible en: http://www.iabmexico.com/estudios/consumo-medios-2015-segmento-millennials/

Interactive Advertising Bureau México, Millward Brown. (2016) *Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos.* Octava Edición. México. Disponible en: http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2016/03/IABMx-ECMyD2016.pdf

Jakobson, R. (1963) *Ensayos de Lingüística General.* Editorial Seix Barral. España. Disponible en: http://unedbarcelona.es/es/biblioteca/articulos-y-capitulos-recomendados/sociologia-1/jakobson.pdf

Keim, D., (2002) *Information Visualization and Visual Data Mining.* Disponible en:http://nm.merz-akademie.de/~jasmin.sipahi/drittes/images/Keim2002.pdf

Kunz, G. (2014) *La constitución urbana y espacial de la ZEDEC Santa Fe: origen y desarrollo producto de la reestructuración urbana, y símbolo del proyecto neoliberal mexicano.* Universidad Iberoamericana. México.

Laguna, A. (2015). *Hábitos Alimenticios, Peso y Metabolismo. Universidad Autónoma del Estado de México.* Disponible en: http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/32454

Lally, P., Van Jaarsveld, C., et al. (2009) *How are habits formed: Modelling habit formation in the real world.* University College London. European Journal of Social Psychology. Eur. J. Soc. Psychol. 40, 998–1009.

Lave, J., Wenger, E. (1991) *Aprendizaje Situado: Participación periférica legítima.* Cambridge University Press. Estados Unidos. Disponible en: http://www.universidad-de-la-calle.com/Wenger.pdf

Lazar, J., Heidi, J., & Hochheiser, H., (2010) *Research Methods in Human Computer Interaction.* John Wiley & Sons, Ltd. 1era Ed. Glasgow, Gran Bretaña.

Lister, M., Dovey, J., et al. (2009) *New Media: A Critical Introduction.* Routledge. 2da Ed. Nueva York, Estados Unidos.

Lozares, C. (1996) *La teoría de Redes Sociales.* Universidad Autónoma de Barcelona. España. Disponible en: http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf

Mallet, A. (2016) *Del plato a la boca... Cocina, Utensilios y Diseño.* Museo del Objeto del Objeto (MODO). México. Disponible en: http://elmodo.mx/wp-content/uploads/2016/09/Del-plato-a-la-boca-textos.pdf

Manuel, S. (2011) *Dialogismo y Alteridad en Bajtín.* Contribuciones desde Coatepec, núm. 21, pp. 11-32. Universidad Autónoma del Estado de México. México. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28122683002

Miguel, P., Niño, A. (2009) *Consecuencias de la obesidad.* ACIMED, 20(4), 84-92. Disponible en: http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v20n4/aci061009.pdf

Negrete, R., Romo, M. (2014). *Cuantificando la clase media en México en la primera década del Siglo XXI: Un ejercicio exploratorio.* Realidad, Datos y Espacio: Revista Internacional de Estadística y Geografía. Vol. 5, Núm. 3, septiembre-diciembre 2014. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/RDE/rde_13/rde_13_art5.html

Organización Mundial de la Salud. (2016*) Global report on urban health: equitable, healthier cities for sustainable development.* Geneva. Disponible en: http://www.who.int/kobe_centre/measuring/urban-global-report/ugr_full_report.pdf

Organización Mundial de la Salud (2016) *Notas de prensa sobre el sobrepeso y la obesidad.* Disponible en: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/

Organización Panamericana de la Salud. *Sitio de Oficina Regional para las Américas de la Organización Mundial de la Salud.* Estados Unidos. Disponible en: http://www.paho.org/hq/

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (2014) *OECD Health Statistics 2014,* Disponible en: https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/Briefing%20note%20-%20Mexico%202014.pdf

Pérez, M. (2009) *Santa Fe: a "Global Enclave" in Mexico City.* Journal of Place of Management and Development. Vol. 2, No. 1, 33-40. México.

Pérez, S. (2014) *Interfaces de Usuario: Interacción Humano-Computadora.* Universidad Autónoma Metropolitana, Cuajimalpa. México. Disponible en: http://computacion.cs.cinvestav.mx/~sperez/cursos/ui/Interaccion.pdf

Pew Research Center (2010) *Millennials: Confident, Connected, Open to change.* Estados Unidos.

Piscitelli, A. (2009) *Nativos Digitales: Dieta Cognitiva, Inteligencia Colectiva y Arquitecturas de Participación.* Santillana. Buenos Aires, Argentina.

Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002) *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction.* John Wiley & Sons, Inc. 1era Ed. Estados Unidos.

Radilla, C., Vega, S., et al. (2015) *Prevalencia de conductas alimentarias de riesgo y su asociación con ansiedad y estado nutricional en adolescentes de escuelas secundarias técnicas del Distrito Federal,* México. Revista Española de Nutrición Comunitaria. Disponible en: http://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/Web%20RENC%202015-1-art%203.pdf

Rodríguez, M. (2004) *La Teoría del Aprendizaje Significativo.* Centro de Educación a Distancia. España. Disponible en: http://cmc.ihmc.us/papers/cmc2004-290.pdf

Santamaría, F., Aguilar, A. (2012) *XXY: Los Godínez ¿Eres de esta tribu?* Revista Merca 2.0. México. Disponible en: http://www.merca20.com/

REFERENCIAS

los-godinez-eres-de-esta-tribu/
Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (2012) *Programa parcial de Desarrollo Urbano de la zona de Santa Fe.* Gaceta Oficial del Distrito Federal. México. Disponible en: http://www.data.seduvi.cdmx.gob.mx/portal/docs/transparencia/articulo15/fraccionxi/PPDU/PPDU_AO/PPDU_ZONA-SANTA-FE_AO-CM.pdf
Secretaría de Salud (2004) *Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-SSA2-043-2002, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria.* Criterios para brindar orientación. Diario Oficial de la Federación. Disponible en: http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/p043ssa202.html
Secretaria de Salud (2006) *NORMA Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2005, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria.* Criterios para brindar orientación. Diario Oficial de la Federación. México. Disponible en: http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/043ssa205.pdf
Secretaría de Salud del Distrito Federal (2011) *No a la Obesidad.* México. Dispobible en: http://www.noalaobesidad.df.gob.mx/
Secretaría de Salud (2013) *Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes,* México. Disponible en: http://promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/estrategia/Estrategia_con_portada.pdf
Secretaría de Salud (2014) *Más Vale Prevenir-Chécate, Mídete, Muévete.* México. Disponible en: http://promocion.salud.gob.mx/dgps/interior1/checate.html
Secretaría de Salud (2016) *Emiten emergencia epidemiológica por diabetes mellitus y obesidad.* Sitio oficial. México. Disponible en: http://www.gob.mx/salud/articulos/emiten-emergencia-epidemiologica-por-diabetes-mellitus-y-obesidad?idiom=es
Sepúlveda, D., Martínez, D., Villatoro E., et al. (2016) *Importancia del lenguaje coloquial y de los símbolos de puntuación en el perfilado de autores. J*ournal of Research in Computing Science, Vol. 115, pp. 43-56. México. Disponible en: http://www.rcs.cic.ipn.mx/rcs/2016_115/Importancia%20del%20lenguaje%20coloquial%20y%20de%20los%20simbolos%20de%20puntuacion%20en%20el%20perfilado%20de%20autores.pdf
Silva, R., (2009) *El tele-pobre como abyecto: El caso del show de Laura Bozzo.* Universidad Antonio Ruiz de Montoya. Perú.
Swan, M. (2012) *The Quantified Self: Fundamental Disruption in Big Data Science and Biological Discovery,* MS Futures Group, Palo Alto, California.
Thompson, J. (1998) *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación.* Paidós. España. Disponible en: https://docs.google.com/file/d/0B0yi4jHRh1wjYjJTNU10NzVJLW8/edit
Torres, E. (2011). *Los conceptos de apropiación y poder en la teoría económica de Max Weber.* Revista Problemas del Desarrollo, 42(165), 141-160.
Torres, J., Sánchez, C., Villatoro, E. (2014) *Laboratorio en línea para el procesamiento automático de documentos.* Journal of Research in Computing Science, Vol. 72, pp. 23-36. México. Disponible en: http://www.rcs.cic.ipn.mx/2014_72/Laboratorio%20en%20linea%20para%20el%20procesamiento%20automatico%20de%20documentos.pdf

Vera, R. (2016). *México Diabético.* Proceso, reporte especial. Disponible en: http://www.proceso.com.mx/450901/mexico-diabetico
Warren, C., Schafer, K., et al. (2012). *A qualitative analysis of job burnout in eating disorder treatment providers.* Eating Disorders, 20(3), 175. Disponible en:10.1080/10640266.2012.668476.
Wood, W., Quinn, J., & Kashy, D. (2002) *Habits in Everyday Life: Thought, Emotion and Action.* Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 83, No. 6, 1281-1297. American Psychological Association. Disponible en: http://psycnet.apa.org/psycinfo/2002-08203-004
Wong, W. (1995) *Fundamentos del Diseño.* Editorial Gustavo Gili. España.

ANEXOS

A. Transcripción de observación participante en convivencia posterior al horario de trabajo

Previo a la reunión que se llevaría a cabo en el domicilio de uno de los participantes se acompañó al sujeto al supermercado más cercano (Comercial Mexicana Pilares) donde entró con dirección al pasillo de las cervezas. Tras analizar el costo de las diferentes marcas, tomó un paquete de 12 cervezas Victoria. "Al fin que van a llevar ellos", comentó. Después se dirigió al pasillo de los refrescos donde tomó una Coca-Cola de 3 lt. Aquí no analizó los productos a su disposición, únicamente se aseguró de tomar un envase de tamaño grande. Caminó por un par de pasillos y se dio cuenta de que faltaban las botanas, por lo que regresó. Me cuestionó por mi preferencia y le comenté que lo que él quisiera. Tomó dos paquetes de palomitas con mantequilla Act II para microondas, un paquete grande de Hot Nuts de Barcel y unas Chips Jalapeño grandes. Pasó al pasillo de electrónicos y compró una antena de conejo, me comentó que no querían ver la transmisión por Internet del partido y que no tenían contratado ningún sistema de televisión por cable. Regresamos caminando al domicilio, a una cuadra de distancia, sus compañeros de trabajo, un hombre y una mujer de entre 30 y 33 años de edad, lo esperaban afuera de su domicilio utilizando playeras de la Selección Mexicana; el hombre tenía una camisa de vestir abierta arriba de la playera. Comentaban que venían de la oficina, ubicada en Santa Fe. Le mostraron una bolsa de plástico de 7Eleven con 2 paquetes de 4 latas grandes de cerveza Indio, una bolsa mediana de Doritos y una cajetilla de cigarros Camel. El hombre le mostró una caja de aluminio con mariguana. Pasamos al departamento, y el participante se puso a instalar la antena de conejo. El hombre y la mujer guardaron las cosas en la cocina, sacaron cervezas y empezaron a forjar un cigarro de mariguana. Llegó al domicilio el roomie del participante, hombre, alrededor de los 30's también, quien inmediatamente ayudó con la instalación de la antena. La mujer abrió las bolsas de papas y los cigarros. Acomodaron el sofá principal y sillas frente al televisor y discutieron sobre fútbol. La mujer me comentó que no le gustaba el fútbol pero que iba porque "se ponía bueno el ambiente con los del trabajo". Básicamente durante todo el partido se habló sobre fútbol mexicano, un par de cuestiones laborales y eventos musicales (conciertos y festivales). Al inicio casi no consumían las botanas, solamente cerveza, pero poco después de fumar marihuana un par de veces, abrieron todas las bolsas por la mitad para alcanzar el polvito que se queda en las esquinas. Durante el medio tiempo, llegó la otra roomie, mujer, con su novio, ambos entre 30 y 32, quienes se pusieron a preparar quesadillas de queso oaxaca y tortillas de maíz para todos, condimentadas con epazote de las macetas de hierbas que tienen en el domicilio. Al finalizar el partido, se puso música (rock en inglés) y bebieron algunas de las cervezas restantes. El hombre y la mujer se despidieron comentando que ya se iban porque trabajaban al día siguiente (eran alrededor de las 11:30 pm). Sobraron 3 cervezas Indio.

B. Atributos totales de la Bolsa de Palabras (BoW) y número de incidencias en documentos.

"12 2
"churro". 1
"para 2
"rápido" 1
#amomexico 1
#barbacoa 1
#beats 1
#candy 1
#cdmx 2
#cdmx#mexico 1
#cecina 1
#cervezadequinua 1
#chichamorada 1
#chipotlekiller 1
#chocolate 1
#chocolatecake 1
#chocolatejunkie 1
#chocollo 1
#coding 1
#cosasderancho 1
#craftbeer 3
#donuts 1
#dulces 1
#esdegordos 1
#family 1
#familyvacation 1
#foodie 2
#foodlover 1
#foodporn 4
#foodstagram 3
#friends 1
#godinez 1
#hechoenmexico 1
#ilovemusic 1
#inspiracion 1
#life 1
lifeisaprettygoodshit 1
#lowfatnot 1
#mac&cheese 1
#melochingo 1
#metocoelniño 1
#mexicanchocolate 1
#mexicanfood 1
#mexico 1
#mexicocity 1
#midelirio 1
#music 1
#méxico 1
#notjarritos 1
#quechelotas 1
#queretaro 1
#quinuaperuana 1
#raspberry 1
#redbull 1
#ricastortas 1
#siquelosiyasi 1
#starwars 1
#sublime 1
#thebeasteaterisback 1
#tijuana 1
#traditions 1
#uber 1
#uberdonas 1
#visitmexico 1
#wine 1
#winery 1
#working 1
#yummi. 1
#yummy 2
(@ 1
(antidepresivos) 1
(chiles, 2
(cocina 28
(es 1
(local, 8
(o 2
(probar 1
(que 2
(se 1
(sí, 2
(te 2
(yo 1
(¿qué 1
*2 2
*4 2
*emoji 18
tag 1
+ 2
, 12
,con 2
- 2
-en 1
-pensé 1
. 3
.. 1
...este... 1
.y 1
/ 6
08. 1
1 32
1-2 2
10 11
100% 1
10am 2
11 5
12 3
12:00, 2
14:00 2
14pm 2
15:00 2
16 2
18:21] 1
1:30 4
1hora 2
1pm 2
2 35
20 6
2003 1
25 2
25, 1
27 1
27, 1
2:00 2
2:30 2
2hrs 4
2pm 2
2pm, 2
3 19
3, 2
3-4 2
30 2
3hrs 2
4 10
4-5 4
4. 1
40 1
45 4
49 1
4pm 2
5 15
5, 1
50 1
50% 2
6 9
60 4
6pm 2
7 5
7, 1
78 2
8 5
8, 3
80 1
8am 2
8... 1
9 3
9, 3
90 2
9:30 2
9gag 2
:/ 1
:< 1
= 3
[13:26] 1
[fur 1
[¿?] 1
[....] 1
a 354
a, 1
aah, 1
abajo....salio 1
aburrido 1
aburrí" 1
aca 3
aca. 1
acabas 1
acabo 3
acabé, 1
acaso 1
acceda, 2
accesible 2
accidente 2
aceite 2
aceptarte 1
acerca 3
achaques 2
aclara 1
acomodaron 1
acompañada 2
acompañado 28
acompañar 2
acondicionado 1
actividad 4
actividades 3
actividades... 1
actuales 2
acuerdo 3
acuerdo, 1
adaptar 3
adapte 2
adapten 2
adapto 2
adecuadamente 1
adelante, 1
ademas 2
además 5
adentro 29
aderezo 1
aderezos 1
adicción 2
adicto 2
adjunta: 1
administrador 1
administradora 2
administrar 1
administrativas 1
administrativos, 1
adquirir 2
adulting 1
afecta 3
afuera 9
agarrar, 1
agarro 2
agregar 1
agridulce, 1
agua 4
agua, 5
aguacate, 1
agusto 2
ah 5
ah, 3
ahi 1
ahora 26
ahora, 1
ahorita 6
ahorrar 1
ahortia 1
ahumada, 2
ahí 21
ahí, 5
ahí. 1
aire 3
aislado 1
aja 2
aja, 1
ajajajajaja. 1
ajos 1
al 70
alcance 2
alcance, 1
alcohol 4

alcohol, 3
aledaños 2
alertas, 1
algo 40
algo, 6
algo. 1
alguien 7
alguien. 1
alguien: 1
alguna 5
algunos 2
algún 9
aliamos 1
alimentación 23
alimentación, 10
alimentación. 2
alimentación? 1
alimentación...
1 alimentaria
3 alimentaria,
3 alimentarme
1 alimenticia
1 alimenticio
2 alimenticios
8 alimenticios,
2 alimenticio...
1 alimento 3
alimento, 2
alimento. 1
alimentos 24
alimentos, 1
alimentos. 5
alitas, 1
alive 1
aliviana 1
allá 2 alo 1
alrededor 3
alrededores 2
alta 2
altamente, 2
altas 1
am 4
am, 2
amainar 1
ambas 2
ambiente 2
ambiente, 1
ambulantes. 2
amiga. 2
amigo, 1
amigos 5
amigos, 2
amigos. 1
amigos" 1
amo 2
amor 3
anada 1
analyst 2
and 2
anda 1
angustio 1
animal 1
ansiedad 3
ansiedad, 1
ansiosa 1
anteriormente 1
anteriormente, 1
anteriormente. 1
antes 10
antes, 1
antes... 1
antoja 2
antoja, 1
antojará 1
antoja... 1
antojo 2
antojos 2
antojos, 2
anímica, 1
anónimos, 1
apago 1
aparatos 1
aparente 1
aparentemente 1
aparentes 1
apariencia 2
apenas 3
aplicación 1
aplicamos 1
apoyado 1
apoyar. 1
apoyarme 2
apoyarnos, 1
apoyo 9
app 15
app. 2
apps 7
aprender 6
aprendí 4
aprovechar 1
apuntando 1
aqui 1
aquí 11
aquí, 2
areas. 1
armado 2
armonía, 1
armónica, 1
arreglé 1
arrglean 1
arriba 1
arriesgarte 1
arroz 2
arroz, 8
aría 1
asada, 2
asados, 2
aseguro 1
asesoría 4
asi 4
asia. 1
asimilar, 2
asistí 1
asombra 1
aspecto, 2
aspectos. 1
así 35
así, 10
así. 4
así" 1
at 1
atascada 1
atención 2
atención, 1
atractivos, 2
atribuyó 1
atrás 1
atún 1
audífonos, 1
aumenta 2
aumenté 2
aun 3
aunque 12
auqnue 1
auto. 1
autodidacta. 2
autoestima 2
autoestima. 2
autos 1
avance, 2
aveces 1
aventamos. 1
aviar! 1
aviente 1
ay 3
ayer 1
ayuda 7
ayuda, 1
ayudado 3
ayudamos 2
ayudan 4
ayudar, 1
ayudar. 1
ayudara 2
ayudará 2
ayudar" 1
ayude 2
ayuden 1
azúcar 2
azúcar, 3
año 4
años 9
años, 2
aún 2
a... 1
baajarn, 1
back 1
baja 1
bajabas 1
bajada 1
bajado 2
bajamos 1
bajar 12
bajar, 1
bajarle 3
bajas 1
baje 2
bajo 4
bajé 7
balance 2
balance. 2
balanceada, 1
balanceado 1
balancear 1
balanza 1
baledor!!! 1
banda 7
banda, 1
baratas 1
barato 2
barba 1
barbacha, 1
barbacoa 2
barra 2
basadas 2
basan 1
basics 1
bastante 8
bastante, 2
bastante. 2
bañaba, 1
baño, 1
bblb 1
bbql! 1
be 2
beatport, 2
bebidas 1
bebés. 1
beneficiar 2
beneficio 2
beneficios 2
bici 2
bien 56
bien, 14
bien. 1
big. 1
biko 2
bióloga 2
bla, 2
blanco, 1
blogs 2
boca, 1
boca", 1
bodegas, 1
bolillo 1
bonis 1
bonita!! 1
boss. 1
broma. 2
bucareli 1
buen 9
buen, 1
buen. 1
buena 15
buenas 1
bueno 11
bueno, 8
buenos 2
burger 1
burlo 1
buscaba 1
buscamos 1
buscar 2
buscarlo, 1
buscaría 1
busco 5
básicamente 3
básicas. 2
básico 1
básico, 1
básico. 2
ca 1
cabecera 1
cabeza, 1
cabo 1
cabrón 1
cabrón, 1
cada 12
cadenas, 2
cafe 2
cafeteria 2
café 1
caga. 1
cagaba 2
cagan. 1
cajún 1
calabaza 1
calabazas), 2
calculo 2
caldo 2
caldos 1
calendario 2
calidad 5
call 1
calle 4
calle. 2
calma 1
calma. 1
calor. 2
calorías 9
calorías, 5
cambia 2
cambiado 2
cambiamos
2 cambiando
3 cambiar
10 cambias
2 cambio
8 cambios
4 caminar
2 camino 2
camiocito 1
camioncito 1
camión 1
campo 1
campo, 1
camón 1
canal 3
cancelation 1
cansada, 1
cansada. 2
cansado, 1
cansancio 2
cantidad 2
cantidades, 1
cantinfleando, 1
capaz 2
capeadas, 1
capilla 1
cara 7
característica 1
característico 1
caras 1
carbohidratos 2
carbohidratos, 1
carbohidratos. 1
carga 3
cargada 1
cariño 1
carl's 1
carne 12
carne, 9
carnes 4
carnes, 2
carnitas. 1
carnívoro 2
caro, 2
caros 2
carrera 1
carrera. 3
carritos 2
carro 1
carros, 1
casa 54
casa! 1
casa, 8
casa. 1
casado 1
casera 7
casera, 2
caseros 2
caseta 1
casi 7
caso 1
casos 2
causa 1
causan 2
cazuelas 2
celular 2
cena! 1
cenar 2
cenita 1
ceno 2
centro 3
cerca 11
cerca, 1
cercana 1
cercanas 2
cercano 3
cereal 1
cerebro, 1
cerveza 2
chale 1
chamba 1
champiñes/papas. 2
chatarra 1
chatarra. 2
checar 1
cheesecake 1
chela 1
chelas, 1
chelear 1
chicharrones, 1
chicle 1
chido 5
chido, 4
chido. 6
chidos, 1
chidos. 1
chilaquiles 2
chimalpa 1
china, 2
chinga 2
chingada, 1
chingada. 1
chingados 1
chingar 1
chingo 8
chingo, 1
chingo. 1
chingones. 1
choco 1
chococrispis 1
chocorroles, 2
choque 1
chpuar 1
chuleta 2
cien 1
cien, 1
cierran 1
cierras 1
cierta 1
ciertas 9
cierto 3
cierto, 1
ciertos 1
ciertos, 1
cine, 1
city, 1
ciudades 1
clase 1
clinicaastodoeso. 1
club, 1
cm 1
coca 1
cocina 5
cocinaba 3
cocinan, 1
cocinar 8
cocinar, 2
cocinas 2
cocineta 2
cocino. 2
cojeaba 1
cojeo 1
cojeo, 1
colaborar 1
colación 2
colorantes, 1
colotas 1
com 1
combinaciones, 2
combino 1
come 6
come, 2
comedor 12
comedor, 28
comedores 4
comemos 2
comen 1
comencé 9
comentaba
1 comento 1
comenté 2
comer 78
comer, 7
comer. 2
comer? 1
comercial 1
comercial. 2
comes 6
comes, 3
come", 1
comida 102
comida, 10
comida,alguna 2
comida. 8
comidas 10
comidas, 3
comidas. 2
comida... 1
comido 1
comiendo 2
comiste 1
como 196
como!!! 1
como, 7
como... 2
comoda 1
comoda, 1
comodidad 2
como.... 1
compa 2
compartirlo 2
compas 2
compañeros 3
compensarlo 1
complemento 1
completas, 2
completo 5
complica 2
complicado 2
complicado. 1
comploteando 1
compra 2
comprabas 1
comprar 8
compras 1
compro 13
compro, 2
computacion 2
computación 2
computadora 1
comunes 1
comunicólogo 2
comí 3
comí, 2
comíamos 1
común 1
común, 2
con 113
con, 2
conceto 1
conciencia 2
conciertos 1
condición, 1
conductor 1
conductual, 1
conforme 1
confort 1
congelada,
1 conjunto 1
conmigo 2 conocer
2 conocimiento
2 consciente
5 consciente,
1 conseguir
4 consejos 8
consentir 1
conservadores, 2

ANEXOS

considerado 1
considere 1
considero 4
consiste 1
consomé, 1
consultores 1
consumas 2
consumir 1
consumir, 4
consumo 10
contaba, 1
contabilizar 2
contadoes. 1
contadores 1
contajean 1
conteo 2
contestado 1
contienen 2
contigo 4
continuar 1
contra 1
contrarrestar 1
control 2
controlar 6
controle 1
controlo 2
contunuidad 2
convirtió 1
coo 2
copas. 1
coquita 1
corazón* 6
corbata 1
corn 1
corporativo 2
correcta 2
correctamente. 2
correcto 1
correcto. 1
corremos 1
correr 1
corrida 2
corrida, 1
corridas 1
corriendo 1
cortinas 1
corto 1
cosa 1
cosa, 3
cosa. 1
cosas 47
cosas, 9
cosas. 2
cositas 1
costo 2
cotorreo 1
crece 1
crecido, 1
cree 1
crees 2
cremas, 2
creo 53
creo, 4
creo. 2
creía 1
criterio. 2
cruda, 1
cruzaron 2
cuadra 1
cuadra, 1
cuadro, 1
cual 1
cualquier 3
cuando 37
cuantas 5
cuanto 2
cuarenta 2
cuarto 3
cuarto. 1
cuartos 1
cuatro 1
cuenta 9
cuenta, 1
cuentan 1
cuentas, 1
cuento 2
cuernito 1
cuernitos, 1
cuerpo 7
cuerpo, 5
cuerto 1
cuesta 3
cuestiones 3
cuestiones. 1
cuestión 2
cuidado 2
cuidados 2
cuidan 1
cuidar 3
cuidarla 1
cuidarme 1
cuidarse. 2
cuido 8
cuido, 1
culera, 1
culera. 1
culeras 1
culero 8
culero. 1
culpa 1
culpa, 1
cumple, 1
cumpleañero: 1
cumpliendo 2
cup 2
curando 1
curiosa 1
curiosidad 3
cuáles 1
círculo 3
cómo 11
cómodo, 1
d-tox 1
da 6
daba 1
dado 9
dan 5
dan, 2
dando 2
daomos 1
dar 3
dar, 1
darle 3
darte 2
das 1
daño 2
daño, 1
daño. 1
de 648
de, 2
de. 1
de.. 1
de: 1
dead 1
debajo 1
debe 3
debemos 2
deben 1
debería 4
deberíamos 1
debes 3
debido 4
debo 2
debía 2
decentes, 1
decepción 1
decido 5
decimos 2 decir 10
decirlo 2
decirme 2
decisión 1
decía 4
decía, 1
decía: 1
decían 2
decías 1
dedicacion 2
dedicarme 2
deficiencias 1
define 5
definida, 1
defino 1
deja 1
dejan 3
dejar 6
dejarlo 1
dejo 3
dejé 4
del 39
del, 2
delicia. 1
deliciosa 1
demasiado 1
demasiados 2
demás 8
dentro 2
depende 10
depende, 1
dependería 2
dependiendo 2
dependía 1
deporte 2
derecha 1
derivar 2
desarrollo 2
desarrollo, 2
desayuna 1
desayuna, 1
desayunar 3
desayuno 10
descanso, 1
desconocemos 2
desconocimiento 2
desconozco 2
descubrir 2
descuidado 1
desde 12
dese 2
desestrés, 1
desgarran 1
desgarro 1
desk 2
despieto 1
después 5
desubicado, 1
desubicado... 1
desunión 1
de... 1
df) 1
di 1
diabetes. 4
diana 6
diario 5
diarios 2
dice 6
dice?" 1
dicen 5
dices 4
dictan 1
dientes, 1
dieran 2
dieron 1
dieta 10
dieta, 5
dieta. 1
dietas 1
diferentes 4
diferentes. 1
difícil 5
difícil, 1
diga 3
digamos 1
digamos, 1
digestión 1
digo 19
digo, 4
dije 7
dijera 1
dijeron 1
dijeron, 1
dijo 2
dijo, 1
dinero, 2
dirección 1
directo 1
dirá? 1
disciplina 4
discurso, 1
diseñador 6
diseñadora 4
disfrutar 2
disfruto 1
disminuye 2
disponible 4
distancia 2
distintos 1
distraerme 1 distraía 1
distribuidas 2
divido, 1
doble 1
doce! 1
doctor 4
doctores, 2
domicilio 5
dominas?) 1
domine 1
domingo 1
domino 3
donde 12
doraditos 1
dormido 1
dos 20
dos, 3
dos. 2
dosis 1
doy 3
droga, 1
ds 1
duele 1
dulce 3
dulce, 1
dulces 2
dulces, 1
durante 5
dure 1
dándole 1
día 13
día, 9
día. 2
días 8
días, 1
días. 1
dónde 1
e 9
e3. 1
economía, 1
económica 1
económicamente 1
edad 2
edad, 1
edificio, 1
edificio. 2
edstaba 1
educación 5
edwards 1
edwards, 1
eeeh, 1
eeh 3
eh 2
eh, 24
ehh 1
ehm, 1
eh... 4
ejemplo 2
ejemplo, 7
ejercicio 19
ejercicio, 1
ejercicio. 2
ejercicios. 2
el 198
el: 1
elaboradas 2
ella 2
ella, 1
ella. 1
ello 3
ello, 2
ellos 9
ellos. 2
ellos.como 2
elsis 1
eléctrica. 1
embarazos 2
embargo 7
embargo, 1
embotado 1
emocionalmente 1
emoji 3
emojis 3
empanizada 1
empecé 2
empezado 2
empezar 5
empiece 1
empieza 1
empiezan 2
empiezas 2
empleado 2
empresa 4
empresarial 2
emputa 1
emrques, 1
en 350
en, 1
enamorada*#foodporn 1
enamorado 1
enamorado, 1
enamoran. 1
enamorar. 1 encanta 2
encargo 1
encima 2
encontrado 1
encontrar 4
encontrarte 1
encuentras 2
end 1
endeudas 1
enemigas 1
energía 2
energía. 2
energías 1
enfermedad 1
enfermedades 12
engañar 1
engorda 1
engordando". 1
engordar 1
enlatados, 2
enoficia, 1
enojada, 1
enrtada 1
ensalada 2
ensalada, 1
ensalada...que 1
ensaladas 6
ensaladas, 2
ensaladas. 2
enseñado 2
enseñaron 2
enseñó 2
entacubaya 1
entiendo 2
entocnes 1
entomatado 2
entonces 24
entonces, 5
entorno. 2
entraba 1
entrada 1
entre 14
entrevista 1
epazote, 1
equiahcer 1
equilibrando 1
equipo 3
era 12
era, 1
eran 1
eres 1
error, 1
es 208
es, 6
es. 1
esa 11
esa, 1
esas 7
escatimaban 1
escoger 1
escribo 1
escritorio 1
escuchar 2
ese 19
esfuerzo 4
esgrima, 1
eso 36
eso, 8
eso. 3
esos 10
eso... 1
espacio 2
especialistas 2
especifico 1
espectacular 1
espinaca 1
espontáneos 2
esposa 1
esquina, 1
esta 17
esta, 1
estaba 10
estable, 1
establecimientos 14
establecimientos, 4
establecimientos. 2
estado 5
estados 1
estadísticas 2
estamos 2
estar 28
estaría 5
estas 1
estas?qué 1
este 17
este, 18
este.. 1
este... 2
estetica 2
este... 2
estilo 8
estilo. 1
esto 6
esto, 2
esto. 1
estomacales, 1
estos 2 estou 2
estoy 34
esto" 1
esto... 1
estrés 1
estudio 1
estufa 2
estuve 2
estuvieron 1
estuvieron... 1
está 43
está, 1
estámbito 2
están 10
estás 5
esté 8
esté, 1
estén 4
estética 2
estómago 1
estómago, 3
es... 1
etc, 3 etc. 4
etiopia 1
eugenia. 1
eupropa 1
europa 2
europa, 1
evaluaciones 1
evalúan 1
evitar 13
evitas 1
evito 2
exactamente 1
exactas 1
existir 2
experiencia 2
experiencias 4
expertos 2
explorar 2
exteriores 1
exteriormente 1
externo 2
extra 2
extraño 2 fac, 1
face, 2
facebook 6
facebook, 8
facetas 2
facilidad, 2
factory 1
facturas, 1
fallará 1
falle 1 fallo 1

falló 3
falta 23
falta. 2
faltaría, 1
faltaría. 1
familia 3
familia, 2
familia. 2
familiar 2
farmacéutica 2
fast 8
fatigado, 1
fb 2
fb, 2
fe 3
fe. 1
feel 1
feliz 1
festejando 1
fettuccine 1
fibra 1
fideo, 2
fijamasurf.com, 2
fijar 1
fin 6
final 2
finalmente 1
finanzas, 1
fines 4
finiquitado, 2
flakes 1
flexible 2
flexibles 2
flexibles, 1
flojera 1
flojera, 2
flojos, 1
flor 1
fonda 2
fondas 2
fonditas 1
food 1
food) 8
foods, 2
for 1
forma 7
forma, 1
foros 2
forzar 1
foto 1
fotografías 2
francesa, 2
frappucino 1
frente, 2
fresas 1
fresas, 1
frescos 2
fritos... 1
frustra 1
fruta 5
fruta, 2
frutas 2
frutas, 2
frías, 2
fue 15
fue: 1
fuera 8
fueras, 1
fueron 1
fui 5
fumar, 1
funciona, 1
funcionado 2
funcionales 1
funcionalidad 2
funcione 4
funcionó. 2
función 1
fundamental 1
fundamental. 2
futuros. 2
fácil 12
fácil, 1
física 2
física, 1
físicas 2
físicas. 1
físico 2
galletas 2
galletas, 4
ganador. 1
ganar 1
ganas 4
gang! 1
garden 2
garganta)... 1
garnacha, 2
garnachas 2
garnachear 1
garnachear, 1
garnacheas, 1
gasolina 2
gastar 1
gastritis, 1
gastronomía, 2
gd 1
general 4
general, 2
generales 2
generalmente 4
gente 8
gente, 1
gerente 1
germinando. 1
gifts!! 1
gimnasio. 2
glucosa 1
gnomes 1
go 2
go!! 1
godin 1
godín 2
gol 3
google 2
google" 2
google, 2
gordos 2
gozo 2
grado 1
grafico 2
gran 2
grande 2
grandes 3
grasa 1
grasa, 7
grasas 2
gratuita, 2
gratuita. 2
groundon 1
grupo 2
gráfica 2
gráfico 4
gráficos 2
guanábana 1
guardado 1
guardar 2
guisadas 2
guisado 2
guisado, 1
guisados 4
guisados, 2
guiñando, 1
gusta 16
gusta, 2
gustaba 2
gustan 2
gustando 1
gustando, 2
gustaría 7
gusto 2
gusto, 2
guácala 1
güey 7
güeyes 2
ha 13
ha, 1
haber 1
habitación, 1
habitos 2
habla, 1
hablando 2
hablar 1
hablas 1
había 4
hace 32
hacemos 3
hacen 5
hacer 49
hacer, 4
hacerlas 1
hacerlas, 1
hacerlas. 1
hacerlo, 2
hacerlo. 2
hacerte 2
haces 4
hacia 6
haciendo 8
hacía 4
haga 4
hagas 2
hago 18
hambre 3
hambre, 3
hambre. 2
hamburguesa 2
hamburguesa! 1
hamburguesas 1
hamburguesas, 3
hamburguesas. 1
han 5
happiness 1
harinas, 1
haría 4
has 1
hasta 18
hay 55
hay, 2
haya 2
hazlas 1
he 38
hecha 1
hecha, 1
hechas 1
hecho 5
hecho, 1
hechos 2
hedonismo 1
hemos 1
hiba 1
hibamos 1
hice 6
hiciera, 1
hicieron 1
hiciste 1
hijos 1
hipertensión 2
hipotiroidismo 1
hipsters 1
historia 1
historial 2
historias 1
hizo 1
hlabo 1
hola! 2
home 1
home. 2
honesto, 1
hora 35
hora. 1
horario 3
horarios 5
horas 28
horas, 6
horas. 2
hormonas 1
hormonas, 1
horno 2
hornos 2
hortalizas 1
hoy 5
hoy!! 1
hoy, 1
hoy.. 1
hr 2
hrs 10
hrs, 2
hsta 1
hubiera 2
hueva 3
huevo 5
huevo! 1
huevos, 2
huitlacoche. 1
humano. 1
humanos 1
huyendo 1
hábito 2
hábito, 2
hábitos 16
hí 1
hígado. 1
híjole, 3
i 1
iba 3
ibas 1
idea 4
ideal 6
ideas 2
identifiqué 1
ido 3
igual 11
igual, 2
imagen 1
impedir 2
importa, 3
importante 20
importante, 13
importante. 5
importantes 1
in 2
incentiva 2
incitan 1
incluso 4
indefinido 2
indique 2
industriales. 1
inflaman 1
influencia 2
influenciable 2
influye 2
info 2
información 20
informada 2
informada, 2
informada. 2
informado 10
informado, 14
informado. 4
informar, 2
informarnos. 2
information 1
informo 2
ing. 4
ingeniero 2
ingesta 6
ingestas, 1
ingieren 2
ingredientes 4
ingredientes. 2
inicia 1
iniciar 4
iniciativas 1
inmediatamente 1
inmediato 2
inmensas 1
insisten 2
insistir 2
inspira 1
inspire, 1
inspiré 1
instagram 2
instagram, 2
instalación 1
instante 1
instinto 1
integral, 1
intención 2
intención. 1
intentado 2
intentan 2
intentar, 1
intentarlo 2
intercambiar 2
interesante 2
interfaz 4
interior 1
interiores 1
interiores, 2
interna, 28
internet 8
internet, 2
intolerancia 1
invasivo 2
invertir 2
investigaciones 1
investigar, 1
invitaciones 2
ir 15
ir, 1
irme 5
irriten 1
irse 1
is 2
italiana, 2
itto, 1
izcalli 8
ja 4
ja, 1
jaja 4
jaja, 2
jaja. 3
jajaj 4
jajaja 12
jajaja, 1
jajaja. 1
jajajaj. 1
jajajaja 2
jajajaja. 1
jajajaj.... 1
jamas 1
japo 1
jardín 1
jd 1
je, 1
jefe 3
jefes 1
jeje 10
jejeje 3
jejeje... 1
jetearme 1
jeton 1
jitomates, 1
johnson 1
john's, 1
jonhson. 1
jr., 1
juego, 1
jueves, 1
jugito 2
jugo 1
jugo, 1
jugos 3
juntas 4
junto 2
juntos 2
juntos, 2
justicia 1
justo 5
jícama, 1
kilos 6
kilos, 1
kitty 1
krispis 1
krusty 1
la 347
la, 3
la.zona 2
laboral. 1
lactosa 1
lado 6
lado. 1
lambisconear 1
lamentable, 1
lamentablemente) 2
lanzas, 1
larga 3
largar, 2
largo 2
las 107
lastiman 1
lateral 1
latinoamerica 1
lavabo 2
lavar 3
lavas 1
le 19
lechuga 2
leer 1
leer, 1
leguminosas, 1
lejos 2
lengua, 1
les 4
lesdigo 1
let's 1
let's 1
levantaba 1
leve. 1
levitation... 1
libraramos 1
libras 1
libre 4
libros 2
libros, 2
licerias 1
ligero 3
like 1
limitantes 1
limitas 4
limpiar 1
limón 1
llama 2
llaman 1
llamarlo 2
llega 2
llegado 3
llegamos 1
llegando 1
llegando" 1
llegar 3
llegaron 1
llegas 2
llego 5
llegue 1
lleguen 1
llegué 7
llegábamos 1
llena 2
llenan 1
llenará 1
lleno 2
llevamos 2
llevan 1
llevar 8
llevar, 1
llevas 2
lleve 2
lleven 2
llevo 5
llorando 1
llorando* 2
lo 213
lo, 1
locales 2
loco 1
lograr 4
logros 2
logros. 4
lonas, 2
los 111
luego 34
lugar 9
lugar) 28
lugares 1
luis 1
lujos, 1
lunch 1
lunch, 1
lunes 1
límite 1
línea. 2
líneas 1
lógica 1
m[as 2
ma 1
macros 2
madre 13
madres 3
madura, 1
madurando, 1
mal 25
mal, 3
mala 6
malas 1
malos 5
malwe 1
mamadas 1
mamas 1
mames 6

mames, 1
mames" 2
mamones 1
mamá 4
manches, 1
manda 1
mandan 1
mandando 2
manejan 1
manejo 1
manera 5
manera, 2
maneras 1
maneras, 2
mano 5
manos 1
mantener 2
mantenerme 2
mantenernos 1
mantenerse 2
manufactura, 1
manzana 2
maravilla 1
margen 1
martini* 1
mas 10
masa, 1
masticando 1
matados 1
matar 1
may 1
mayonesas. 1
mayormente 2
mayoría 5
mayoría, 2
mañana 7
mañana, 2
mañana. 3
mañanas 1
me 254
meal. 1
media 11
media, 1
media. 2
medianamente 2
mediante 1
medicamento 1
medidor 2
medio 1
medios 3
meditación) 1
mejor 23
mejor, 10
mejorado 2
mejorando 2
mejorar 2
mejorar, 1
mejoraron 2
mejores 2
mejores, 2
menos 20
menos, 1
menos. 2
mensualidad 1
menú 2
meramente 1
mercadito 1
mercado 2
mercadotecnia. 1
mercadólogo 4
merma 1
mes 2
mesa 2
mesa, 1
mesas 10
meses 4
mesita 1
metabolismo 1
metas 2
metas, 2
metes 1
metiendo 2
metro 1
metroooo.... 1
mexicanos 1
mexico 1
me... 1
mi 135
mi, 5
microondas 4
microondas, 10
microondas. 2
micros 2
midiera 2
miedo 2
miedo, 1
mientras 2
mierda 1
migrando 1
mil 1
milanesa 4
milanesas 2
mimosas 1
min 5
min, 1
min.. 1
minimo 2
minoría 1
minutos 10
minutos. 1
mira, 2
mis 22
mis, 1
misma 1
misma. 1
mismo 29
mismo, 1
mismos 2
mitigar 1
mitos 1
mi" 1
mla 1
mmm, 2
mmm... 2
mmm... 1
mochila 1
modo 2
modo, 1
mole 2
molestias 1
momento 11
momento, 2
momento? 1
monitores. 1
moral 2
mordida 1
morning, 1
motiva 4
motivación 1
motivado 3
motivador 1
motivadores 1
motivan 3
motivaría 2
motivó 1
motor, 4
motor... 1
mover 1
moverte 1
mtro 1
mucha 6
muchas 31
mucho 49
mucho, 25
mucho. 9
muchos 9
muchísima 2
muchísima, 1
muchísimo 1
mueble 1
mueble. 1
muebles 1
muerte 1
muestre 2
mundo 6
mundo, 1
musical, 1
muy 52
muy, 1
muy... 1
muñeca, 1
my 1
más 132
más, 2
más. 4
más... 1
más... 1
médico 1
médicos 4
médicos. 3
mí 7
mía 1
mínimo 1
mío, 1
n/a 10
na 1
nada 31
nada, 4
natación 1
natural 2
naturales, 2
naturista 1
necesaria 3
necesariamente 2
necesarias, 1
necesario 10
necesario, 1
necesario. 2
necesidades, 1
necesita 2
necesitan 1
necesitas 1
necesite 3
necesito 8
nefasta 1
nefastos) 2
negocios 1
negras 1
negro 1
nel 1
neta 2
neta? 1
neto 1
neuróticos 1
next 1
ni 17
niego, 1
nieto 1
ninguno 11
ningún 4
nivel 2
nivelar 1
niveles 4
no 397
no, 85
no. 6
no.. 1
no... 1
no? 2
noche 3
noche, 1
noche. 2
noches, 1
noma 1
nopales 2
normal 1
normal, 1
normal. 1
normalmente 2
norte. 1
nos 15
nosotros 4
nosotros, 2
nostros 1
nosé 1
nota 2
note 1
noten. 2
novia 1
no... 1
no....preferimos 1
nuevas 1
nuevo 1
nuevos 2
nuez. 1
nunca 8
nunca. 1
nutricional, 2
nutrición 2
nutrición. 2
nutrientes, 2
nutrimental 1
nutrimental, 2
nutriologa 8
nutriologa. 2
nutriologo 6
nutrióloga 1
nutriólogo 11
nutriólogo, 5
nutriólogos 2
números 1
o 139
o, 1
o4 1
obesidad 2
obesidad, 2
objetivos 2
obligado 1
obviamente 1
obviamente, 1
ocasiones 2
ocupar, 1
of 1
office 1
oficina 47
oficina, 1
oficina. 1
oficinas 1
oficina" 1
ojitos 1
ok* 1 ok, 1
olvidaba 1
olvidó 1
onda 1
only 1
opciones 7
opciones. 1
opción 2
opción. 1
opiniones 1
oportunidaes 1
optamos 1
or 1
organizados. 1
organizan, 1
organizar 2
orientación 2
ortodoxa, 1
ortodoxo 1
os 1
oscura 1
ose 1
osea 5
osea, 1
otorgan 1
otra 15
otras 11
otro 5
otros 10
oxxo 1
oxxo. 1
p: 1
padado 1
padecer 2
padre 6
pagaba 2
pagar 2
palabra?... 1
palpando 1
palpar, 1
pan 7
pan, 3
pancakes 1
pancetta 1
pancito. 1
panes 1
panza 1
pan... 1
papa 1
papas 3
papas, 3
papá 2
papás 3
par 6
para 124
paradas 1
parado 4
pararme 1
paras 1
parece 5
parece. 1
pareja 8
parte 14
parte, 1
partes, 1
particular 1
partido. 1
partir 3
pasa 4
pasado 6
pasamos 2
pasar 2
pasarla 1
pasillo 1
paso 3
paso, 1
pasos 2
pasta 2
pasta, 5
pastas 1
pastas, 3
pastor 1
paswrod. 1
patalea 1
país 2
pechuga 6
pedera! 1
pedir 1
pedo 10
pedo, 4
pedo... 1
pedí 2
pegaron 2
peli 1
pendejada.s 1
pendejo 1
pendientes 1
pendientes. 1
pensamiento 1
pensando 1
pensar 2
peor 1
peor. 1
pequeñas 2
pequeño 2
percepción 2
perdí 2
perdón 1
perejil, 1
perferico 1
periférico 1
perinorte 2
perinorte, 1
permite 6
pero 108
pero, 1
pero... 1
perseverancia, 2
persona 1
persona, 2
personal 1
personal" 2
personales, 2
personas 4
personas, 2
peruvian 1
pesada, 1
pesadas 1
pescado 1
pescado, 3
pescado. 1
pescado/pollo, 2
peso 37
peso, 4
peso. 2
peña 1
picantes 1
piches 1
pide 1
pidiendo 2
pido 2
pido, 1
pie 2
pienso 3
pierna 1
pierna, 1
pieza 2
pila, 1
pilas, 1
pimienta 1
pinche 8
pinches 1
pintar 1
pinterest, 2
pintura 1
piso. 2
pispiretos, 1
pista 1
pits, 1
pits. 1
pizza 4
pizza, 7
pizza; 1
pizzas 1
pizzas, 2
placer, 1
planeado 1
planes 2
planificar 2
plano 1
plantas, 1
plantillas 1
plan... 1
plataforma 4
platicar, 1
platillos 2
platos 1
plazo 3
plazo. 2 pm
12
pm, 2
poco 35
poco, 6
poder 15
podido 2
podría 8
podía 1
pollo 7
pollo* 2
pollo, 13
pon 5
pone 1
poner 6
pones 1
pongan. 1
pongo 1
pongo, 1
ponle 1
ponto 1
poque 1
poquito 7
poquito, 1
poquito. 1
poquitos 2
por 181
porciones 5
porciones, 1
porción 2
porque 106
porque, 1
porque... 1
porqué 1
posibilidad 2
posible. 4
posprandial 1
pozole 2
pozole, 2
pozole. 1
pozolería 1
pozolito 1
ppero 1
pr 2
pra 2
precio 2
precios 2
precisamente 1
prefiere 1
prefiero 5
pregunta... 1
preguntar, 1
preocupada* 1
preocupado 2
preparación 3
preparada 22
preparadas 2
preparan 2
preparando 2
preparar 4
prepararon 1
prepararse 2

preparo 10
presidente 1
presiones 1
presupuesto
4 prevenir 2
primer 4
primera 4
primera, 1
primero 2
primeros 2
principal 1
principalmente 5
principio 1
prioridad 2
prisas 1
prisas, 2
pro 2
probado 1
probaría 2
problema 2
problema, 1
problemas 12
procesados. 2
procesos 1
procuro 1
producción 1
producen 1
productos 4
profesional. 1
progreso 2
progress 1
prohiben 1
prohíben 1
promedio 2
pronuncie, 1
propia 4
propio 2
proponga 2
proporcionan 1
propósito, 1
proteina, 1
proteína 2
proteína, 1
proteína. 1
proteínas 2
proteínas, 5
provoca 1
proyecto 1
proyectos, 2
proyectos. 2
pruebo 1
práctica 2
prácticamente 1
práctico 2
próxima 2
ps 2
psicología, 1
psicológica, 1
psicóloga 1
psique, 1
publirrelacionista 2
pudieran 4
pudieras 2
pudo 2
pueblo, 1
pueda 1
puedan 1
puede 8
pueden 4
puedes 7
puedo 17
pues 86
pues, 3
puesto 1
puesto, 1
puestos 4
pues... 2
punto 6
puntos 1
pura 5
pura, 1
puro 1
pus 1
puse 1
putamdre 1
putas 1
puto 1
páginas. 1
pérdida 2
q 4
que 638
que, 2
que... 4
queda 6
quedan 4
quedar 2
quedarnos 1
quedarte 1
quedará 1
quede 1
quedo 2
quedó 2
quejan 1
quemaba 1
quemarlas, 1
quemo 2
querer 1
quería 3
querías 1
quesadillas 1
queso 1
questing. 1
quiacer, 1
quiahacer 1
quien 2
quien, 3
quiera 1
quiere 1
quieren 2
quieres 10
quieres, 2
quieres? 1
quiero 17
quinoa. 1
quisiera 6
quiso 1
quitas 1
quite 1
quivoque 1
quizás 1
quizás, 2
quién 1
qué 32
química 2
racionar 1
radica 1
radicalisísimo, 1
rainbow, 1
rajas 1
ramen 2
ramen* 1
rapida 2
raro 1
rato 1
rato), 2
rato, 1
razonables. 2
razón 1
realida 1
realidad 21
realizar 3
realizó 1
realmente 3
reason 1
recetas 8
recibo 2
recomendado 2
recompensas 2
recordatorios 2
referencia 2
reflejado 1
refresco 2
refrescos, 1
refrescó 2
refri 2
refrigerador 2
refrigerador, 4
regalado 1
regalan 1
regañan 1
regañan. 1
regañar 2
regañara, 2
registro 4
regresa 2
regresamos 1
regresar 3
regresarnos 1
regresas 1
regrese 1
regreso 4
regular 4
regularme 1
regularmente 4
reinicio 1
relacionada 1
relajarme 2
rellenos 2
rendimiento 2
rendir 3
renuncia 1
repente 2
repente, 1
repetir 2
repito, 1
reposar 1
requieran 2
res 2
reseteo 1
residencial 2
resolución 1
respondiendo. 1
responsable 2
restauración 1
restaurante, 9
restaurantes 7
restaurantes, 5
resuelves 1
resultados 4
reviso 2
revuelto, 2
rica 2
rico 1
rico, 1
ridículo, 1
riesgo 2
rifaaadisima 1
risa* 1
robot 1
rodeada 2
rojo 2
romero, 1
romper 1
roomie, 1
roomies 2
ropa, 1
rosca 1
rp, 1
ruben's, 2
ruda, 1
rápida, 2
rápido 4
rápido, 1
régimen 1
río 1
sabe 5
sabemos 1
saben 1
saber 4
sabes 3
sabor 4
saborizantes... 1
sabía 2
sabías 1
sacaban 1
sacado 1
saciar 2
saciarme 1
sacía 1
sagrados 1
sal 1
sala 2
salada 1
salados 1
sale 2
salen 3
sales 3
salgo 5
salida.. 1
salido 2
saliendo 1
salimos 2
salio 1
salir 6
salmón 1
salud 31
salud. 6
saludable 24
saludable, 4
saludable. 1
saludablemente 2
saludablemente. 2
saludables 2
saludables, 1
saludables. 2
salud... 1
salía 1
salíamos 1
sams 1
sanas, 1
sanborn's, 1
sandwich, 2
sandwiches, 2
sano 2
sano, 1
satanizar 2
satelite" 1
saturada 1
saturado, 2
saturday! 1
sazon 1
sazón 1
sa´plicaciones 1
se 85
se, 3
se... 1
sea 29
sea, 15
sean 3
sedentario 2
sedentarismo 6
sedentarismo. 2
seguido, 2
seguido. 2
seguimiento, 1
seguimos 1
seguir 5
seguiría 2
segunda 2
segundo 2
según 4
selecciono 1
selección 1
semana 12
semana, 2
semana. 4
semanas 2
sembrar 1
sencilla 2
sencilla, 2
sencillas 1
sencillez. 2
sencillo 2
sentada 1
sentado 32
sentado, 2
sentia 2
sentido 8
sentido. 1
sentir 7
sentir, 1
sentirme 7
sentirse 4
sentía 1
sepa 2
ser 10
ser, 1
ser? 1
serio) 1
service 2
servicio 2
servidor 1
servidores. 1
servir 2
serviría 2
será 1
sería 5
ser... 1
sevidores. 1
señor, 1
señora, 1
shenanigans 1
si 211
si, 62
si,.. 1
si,v 1
si. 4
siciliana 1
sido 2
siempre 21
siempre! 1
siempre, 2
siendo 3
sienta 1
sientas 2
siente 1
sientes 1
siento 14
sigan 2
sigo 5
sigo, 3
sigue 1
siguiente, 1
sillas 4
sillas, 4
similar 1
similiar 1
sin 21
sino 4
siquiera 3
sirve 2
sistema 4
sistemas 3
sistemas. 1
situaciones, 1
situación 2
situación, 2
skate 2
slide... 1
smandan 1
sn 1
so 1
sobras 2
sobre 17
sobre, 2
sobrepeso 8
sobrepeso, 4
sobrepeso. 2
sobretodo 1
sobrevivir, 1
sodio 3
sola 1
sola. 2
solamente 3
solidario, 1
solitos 1
solo 27
solo, 1
solución 1
somatizar 1
somatizo 1
somos 7
son 32
sonriendo* 5
sonriendo*. 1
sonriendo, 2
sonsacan, 1
sonsacando 2
son.....[] 1
sopa 4
sopa, 3
sopa. 2
sopas 4
soporte 2
sorry). 1
soy 13
spotify 2
squash, 1
srita 1
srp. 1
sta 2
sta. 3
staff 2
starbucks 1
sto 1
stop 2
strava, 2
su 6
suadero 1
suaves 1
subir 4
subirte 1
subo 2
sueldo 1
suelo 2
suene 1
suerte!! 1
sueño 1
sueño, 2
sueño. 1
sumí 1
super 2
superior 1
supuesto, 2
surburbano. 1
sus 3
sushi 1
sushi, 2
sustituir 1
sustituyes 1
sustituyo 1
sándwich 1
sándwich, 2
sándwiches 1
sé 25
sé, 5
sí 37
sí, 58
sí. 6
sólo 9
súper 1
ta 1
tabla 3
taco 1
tacos 4
tacos, 6
tacos. 2
tal 38
tallas, 1
talvez 1
tamal 1
tamales 1
tamaño 2
también 41
también, 2
también. 1
tampoco 5
tampoco, 1
tampoco... 1
tan 13
tanta 11
tanto 12
tanto, 1
tanto. 1
tantos 2
taquerias 2
taquitos 1
tardaba 1
tardado 1
tardar 2
tarde 7
tarde, 3
tarde. 1
tardes 1
tarjas 2
taste 1
taxi 1
tc 2
te 97
tec. 1
tecnología. 2
telcel, 2
tele 1
telegram, 2
teléfonos 2
tema 2
tema, 2
temas, 1
temprano, 1
tenemos 7
tenemos, 1
tener 31
tenga 6
tengan 2
tengan, 1
tengas 1
tengo 44
tengo, 2
tenia 1
tenido 5

tenido... 1
teniendo 2
tenía 8
tenías 2
tercer 2
tercera 2
terminabas 1
terminar, 1
termine 1
testimonios 2
testimonios, 2
texto 2
thai 1
thailand 1
that 1
the 7
this 2
ti 7
ti, 2
ti. 2
tiempo 42
tiempo, 7
tiempos 3
tienda 2
tiendo 1
tiene 18
tienen 7
tienes 11
time! 1
tipo 12
tlacoyos 2
tmb 2
to 2
tocaba 1
tocado 1
tocho 1
toco... 1
toda 8
todas 10
todavía 6
todavíaaa.a.. 1
todo 38
todo, 4
todos 12
toloache 1
toma 1
tomaba 1
tomamos 1
tomar 7
tome 1
tomo 4
tonces 2
topo 1
toreo 1
toreso. 1
torta 2
tortas 2
tortillas, 1
tostada 1
total 1
total. 2
totalmente 1
trabaja, 1
trabajan 1
trabajando 8
trabajando. 1
trabajar 1
trabajar, 4
trabajas 2
trabajo 28
trabajo, 7
trabajo. 3
trabajo" 1
tradición. 1
traemos 1
traer 2
trafices 1
trafico 2
tragando 2
tragar 2
traigo 3
trajo 3
trampa 2
tranquilamente. 1
tranquilidad 1
tranquilos, 1
tras 1
trasladarme 2
trasladándote 2
trastes 2
trastes. 2
tratan 2
tratando 2
tratar 5
trato 19
traían 1
tres 7
tres. 1
triste 2
tropical 1
truena 1
tráfico 1
tu 51
tus 17
tutoriales. 2
tuve 6
tuviera 4
tuvieras 1
twitter 14
twitter, 2
té 2
técnica, 1
técnicamente 1
típicas 1
tú 3
u 1
ubicado 2
ultimas 2
un 161
una 80
una, 1
una... 1
unas 12
unicorns. 1
unidos. 1
universidad 1
uno 11
uno, 2
uno. 2
unos 9
urbano 1
us 1
usando. 2
usar 3
useless 1
uso 2
uso. 2
usualmente 1
utilizar 1
utilizo 2
va 14
vacío 1
vale 3
valían 1
vamos 14
vamos, 1
vamos" 1
van 6
varia 1
variable, 1
variadas 2
varias 4
variedad 2
variedad. 1
varios 2
varo 1
varos, 2
vas 8
vas, 1
vaso 1
vasos... 1
vaya 3
vaya, 1
vaya. 1
vayamos 2
ve 3
veces 45
veces, 2
veces. 1
vegetales 2
vegetarianos 2
veite 1
venden 1
vendría 1
venimos 1
venir 1
venirme 1
venía 1
veo 5
ver 9
ver. 2
verdad 9
verdad), 2
verdades 1
verdura 1
verdura, 1
verduras 5
verduras, 8
verdurita, 1
verga 6
verga, 3
verme 2
vería 2
verías 1
ves 2
vez 50
vez, 5
vez. 1
veía 2
vi 2
viajar 1
viaje 3
vibra 1
vic 1
vicioso. 1
vida 16
vida. 1
videojuegos 2
videos, 2
vieja 2
viendo 2
viene 1
vienen 2
vienes 1
viera 1
vikingos, 1
vinculación 1
vincularme 1
vinculo 3
vio 1
visuales 2
vital. 1
vitaminas, 1
vive 1
vives 2
viviendo 1
vivir 2
viviste 1
vivo 1
volverme 1
volviéndome 1
votar 1
voy 31
voy, 1
voz 2
vuelta... 1
vuelve 1
vuelves 1
vuelvo 1
vámonos 1
vínculo 1
waiting 1
waze 1
waze, 2
wey 6
weyes 5
wey" 1
what's 2
whats 6
whatsapp 2
whatsapp, 4
whatsapp. 2
with 3
work&music 1
working 1
x 2
y 568
y, 4
y... 1
ya 145
ya, 9
ya. 4
yaa 1
yo 73
yo, 4

yogurt 1
yogurt, 1
yolo! 1
you 2
you. 1
youtube 2
youtube, 2
ypor 1
yucateca, 2
yummy! 1
y... 1
zombie 1
zona 8
¡ 1
¡ah, 1
¡la 1
¡los 1
¡masacre 1
¡nomás 1
¡por 1
¡sí, 1
¡y 1
¿ahorita 1
¿cómo 2
¿dónde 1
¿gustan? 1
¿no 1
¿no? 1
¿no?" 1
¿qué 1
ánimo, 2
ánimos 1
área 15
áreas 3
él 3
éramos 1
éste 4
éstos 1
éstos. 1
íbamos 1
ñam. 1
ñoños 1
óptima, 1
óptima. 2
últimamente 2
últimamente, 1
últimas 2
últimos 1
único 3
útil, 2
"ah 1
"ay 1
"come, 1 "cómo 1
"esto 1
"no 5
"pasate 1 "prefiero
1 "que 1
"tengo 1 "training"
1 "tú 1
"verga 2
"wey 2
"yo 1
"¡ah, 2
"¿qué 1
" 2
... 4
.... 2

C. Diccionario guía resultante del PLN para elaboración de mensajes

"
#
...
Acompañado
Adentro
Agua
Algo
Alimentación
Alimenticios
Alimentos
Años
Antes
Apoyo
App
Aprender
Área
Arroz
Así
Ayuda
Bajé
Banda
Bastante
Beer
Bien
Buen
Busco
Calorías
Cambiar
Cambio
Cara
Carne
Casa
Casera
Casi
Cerveza
Chido
Ciertas
cocina
Cocinar
Comedor
Comencé
Comer
Comida
Completo
Comprar
Compro
Consciente
Consejos
Considero
Consumo
Cosas
Creo
Cuenta
Cuerpo
Cuido
Cuido
Culero
Decido
Decir
Dejar
Desayuno
Diario
Dicen
Dieta
Difícil
Digo
Dije
Educación
Ejemplo
Ejercicio
Emoji
Empezar
Empresa
Encontrar
Enfermedades
Establecimientos
Estado
Estaría
Estilo
Estoy
Evitar
Facebook
Fácil
Falta
Fast
Fin
Food
Foodporn
Fuera
Ganas
Generalmente
Gente
Grasa
Güey
Gusta
Gustaría
Hábitos
Hábitos
Hacer
Hambre
Hamburguesa
Hecho
Hice
Horas
Hoy
Huevo
Ideal
Igual
Importante
Incluso
Información
Ingesta
Interna
Interna
Internet
Irme
Jajaja
Jeje
Justo
Lado
Llego
Local
Luego
Lugar
Madre
Mal
Mamá
Mames
Mañana
Mano
Mayoría
Me
Mejor
Mejor
Menos
Mesas
Mi
Microondas
Minutos
Mis
Mismo
Momento
Motor
Mucho
Mundo
Muy
Nada
Necesario
Ninguno
Nutriólogo
O sea
Oficina
Opciones
Otra
Otro
Pan
Papas
Papás
Par
Pareja
Pasado
Pasta
Pechuga
Pedo
Pero
Peso
Pinche
Pizza
Pm
Poder
Podría
Pollo
Poquito
Porciones
Prefiero
Preparo
Primera
Problemas
Proteína
Puedes
Pues
Punto
Queda
Quiero
Quisiera
Realidad
Recetas
Regreso
Restaurante
Sabor
Salir
Salud
Saludable
Sé
Seguir
Según
Semana
Sentado
Sentido
Sentir
Sentirme
Siempre
Sistema
Sobrepeso
Somos
Sopa
Soy
Tacos
Tanta
Tanto
Tarde
Tengo
The
Tiempo
Tiene
Tienen
Tienes
Tipo
Todavía
Todo
Tomo
Trabajo
Trato
Tuve
Twitter
Vamos
Veo
Verdad
Verduras
Verga
Vez
Vida
Voy
Wey
Weyes
Whatsapp
With
Yummy

D. Tabla de contenidos para elaboración de mensajes gráficos (previo a la aplicación de la guía de estilo y diccionario)

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Consumen altas cantidades de refresco (y otras bebidas azucaradas) y lo hacen con frecuencia	Tomar agua simple la mayor parte del tiempo	- Bien hidratado funcionas mejor, ¡toma agua sin azúcar! - El agua no tiene calorías, mientras que un vaso (250 ml) de bebida endulzada con azúcar puede contener 100 kcal o más. - Una buena hidratación ayuda a manejar el estrés y mejora el rendimiento. - ¿Gastritis, dolores de cabeza, irritabilidad, mareos y/o náuseas? Quizás te hace falta agua simple. Comienza tu día con un vaso de agua para hacerte al hábito y comenzar fresco. - ¿Falta de energía o mucho sueño? Bebe agua con trozosde limón o naranja. - Come frutas frescas o frutas secas (sin azúcar añadido) con semillas o almendras o un café sin azúcar combinado con un plátano.	http://alianzasalud.org.mx/nodanessucorazon/ http://www.h4hinitiative.com/es http://alianzasalud.org.mx/2015/07/a-falta-de-agua-gastritis-segura-aguas/
Consumen altas cantidades de refresco (y otras bebidas azucaradas) y lo hacen con frecuencia	Tomar agua simple la mayor parte del tiempo	- ¿Tratas de bajarle al refresco y a los tés embotellados? Acostúmbrate bebiendo agua simple o agua mineral (sin abusar, por su cantidad de sodio), con una rodaja de naranja o limón. También puedes hacer tu propio té de bolsita y ponerle hielos. - Ten cuidado con los tés embotellados y otras bebidas que aparentemente son saludables. Revisa la cantidad de azúcar y sus ingredientes para ver si en verdad te conviene.	http://alianzasalud.org.mx/2017/01/danos-severos-que-causan-los-refrescos-azucarados/ http://alianzasalud.org.mx/2016/04/10-acciones-para-ayudar-a-ninas-y-ninos-a-disminuir-el-consumo-de-bebidas-azucaradas/
Consumen una gran cantidad de jugos (naturales e industriales)	Preferir el consumo de frutas enteras y no las sustituyan por jugos	No sustituyas la fruta por jugos ya que el azúcar se metaboliza más rápido, es decir, se comporta como azúcar libre, incluso en los jugos naturales. Son más calorías y no nos saciamos como cuando masticamos la fruta entera.	http://alianzasalud.org.mx/2013/11/conoce-la-diferencia-entre-comer-fruta-y-tomar-jugo-de-fruta/ http://alianzasalud.org.mx/2013/05/cuidado-con-los-jugos-y-licuados-para-bajar-de-peso/

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Consumen bebidas deportivas y energéticas con cierta regularidad	Tomar agua simple la mayor parte del tiempo	- Olvídate de las bebidas "deportivas" que contienen altas cantidades de azúcares añadidos. Al hacer ejercicio, o al tener cruda, ¡hidrátate con agua simple! - El consumo de bebidas energéticas puede aumentar la presión sanguínea, el ritmo cardíaco, incluso generar palpitaciones del corazón, y causar deshidratación. - ¿Falta de energía o mucho sueño? Bebe agua con trozos de limón o naranja. Come frutas frescas o frutas secas (sin azúcar añadido) con semillas o almendras o un café sin azúcar combinado con un plátano.	http://alianzasalud.org.mx/2015/04/bebidas-energizantes-verdades-para-decir-no-gracias/ http://alianzasalud.org.mx/2014/06/bebidas-deportivas-hidratacion-saludable/
Alto consumo de bebidas alcohólicas con regularidad	Disminuir el consumo de bebidas alcohólicas	- ¿Una no es ninguna? ¡Claro que sí! Haz del consumo de bebidas alcohólicas símbolo de festejo para una ocasión especial, y con moderación, no un consumo rutinario. - ¿Día pesado en la oficina? El alcohol es depresor, no estimulante, prueba mejor con un vaso de agua fría con rodajas de naranja o limón. - Evita el consumo de cocteles por su gran contenido de azúcar. Prefiere una copa de vino tinto, vino blanco, una cerveza ligera o un whisky solo.	http://www.prevenissste.gob.mx/abuso-sustancias/los-mitos-sobre-el-consumo-de-alcohol-vino-cerveza#ancla http://gizmodo.com/the-nine-healthiest-alcoholic-drinks-1155746576 http://blog.myfitnesspal.com/the-truth-about-alcohol-5-tips-for-smarter-holiday-sips/
Consumen bajas o nulas cantidades de verdura	Comer verduras todos los días, varias veces al día	¿Te aburre la típica ensalada? Sé creativo mezclando frutas y verduras de varios colores: germinados, pimientos rojos y naranjas, arándanos, gajos de naranja, espinaca cruda, zanahoria rallada, aguacate o elotitos.	http://alianzasalud.org.mx/2015/07/mejora-tu-alimentacion-en-cinco-semanas/
Han dejado de consumir frijoles y el consumo de otras leguminosas (habas, lentejas, garbanzo)	Consumir leguminosas diario o al menos 3 veces a la semana	Para mostrar la variedad de leguminosas que hay: habas en ensalada o sopa con nopales, sopa de lentejas con plátano, hummus de garbanzo (se muestra con pan pita integral y rebanadas de jitomate), alubias en caldo con verduras.	http://alianzasalud.org.mx/2016/07/la-combinacion-de-maiz-con-frijol-es-una-excelente-fuente-de-proteinas/
Consumen alimentos ultraprocesados altos en azúcar, grasas y sodio entre comidas	Preparar colaciones y refrigerios nutritivos desde casa	¿Hambre entre comidas? Prueba con estas opciones. Te toman 5 minutos, generas poca basura y te nutres. Cacahuates naturales, Yogurt con fruta y nuez, Hojas de espinaca rellenas de queso y aguacate, Aguacate relleno de atún con verduras, Pan pita, jocoque y aguacate.	

ANEXOS

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Han reemplazado la tortilla de maíz por la de harina o el pan blanco	Consumir tortilla de maíz en lugar de tortillas de harina y/o el pan blanco	- Puesto de la calle: quesadillas y tlacoyos asados, y hacer visible que lo consumen con lechuga, jitomate y aguacate. - Recupera el consumo de maíz en todas sus presentaciones: esquites, elotes (con poca mayonesa, limón y chile), pozole, tlacoyos, y otros antojitos, sin freír. - ¡Quesadillas! prefiere las que están preparadas con masa de maiz, al comal, sin añadir aceite y acompáñalas de flor de calabaza, hongos, rajas, nopales, etc., en lugar de carne o papa. - Si vas a consumir antojitos mexicanos evita que sean fritos o capeados y acompáñalos de verduras. Disminuye, o evita, la crema en ellos.	http://alianzasalud.org.mx/2015/02/comer-fuera-de-casa-si-puede-ser-saludable/
Exceden su consumo de carnes rojas y embutidos	Reemplazar carnes y embutidos por leguminosas, quesos frescos y nueces	Disminuye, o evita, los embutidos como el jamón, salami, chorizo, por ser fuentes de sodio y conservadores relacionados con daños a la salud. ¿Quieres proteína? La encuentras en leguminosas, quesos frescos (queso panela o queso blanco) y nueces.	http://alianzasalud.org.mx/2016/07/la-carne-no-es-la-unica-fuente-de-proteina-ni-la-mejor/
Consumen alimentos ultraprocesados regularmente	Aumentar la preparación casera de alimentos	- ¡Prueba cocinar acompañado! Compartes tiempo de calidad, transmites e intercambias recetas, cultivas tradiciones, exploras ingredientes con todos tus sentidos, y tienes la posibilidad de probar cosas nuevas. - Cocina para varios días y congela en porciones los alimentos para ahorrar tiempo en la semana y prolongar su consumo. Si congelas líquidos, que el recipiente tenga espacio porque estos se expanden. - Evita usar el caldo de pollo industrializado en cubos o en polvo, ya que contienen elevadas cantidades de sodio y grasa. Mejor haz el tuyo al cocer pollo, guarda en un recipiente para hielos y congela, así tendrás cubitos listos para cocinar.	http://alianzasalud.org.mx/2014/07/contribuye-a-la-soberania-alimentaria-consume-frutas-y-verduras-de-temporada/ http://alianzasalud.org.mx/2013/11/ninos-y-ninas-a-la-cocina/

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Consumen alimentos ultraprocesados altos en azúcar, grasas y sodio entre comidas	Promover el consumo de colaciones y refrigerios nutritivos, principalmente caseros	- ¿Sándwich nutritivo? Sí se puede. Elige pan integral de panadería o casero. Agrega una proteína que no sea embutido (frijoles, hummus, queso panela o Oaxaca, huevo duro, hongos asados o atún). Agrega verdura. Sustituye la mayonesa por aguacate. Experimenta con los ingredientes para sabores novedosos, como pimiento morrón o calabaza. - Snacks saludables y llenadores: una pieza de fruta, una ensalada, frutos secos (almendras, pistaches, nueces, cacahuates naturales, piñones, orejones, dátiles, higo seco, ciruela pasa), taco de queso panela o de aguacate, Pan integral con crema de cacahuate y rodajas de plátano. - Si necesitas comer un snack en la calle, busca fruta y/o verduras cortadas (sin granola o yogurt que tienen mucha azúcar añadida) o come nueces, semillas y cacahuates sin o con poca sal o aceite. - Las barritas de cereal en realidad no tienen suficiente fibra y sí mucho azúcar. Prefiere cereales no procesados.	http://alianzasalud.org.mx/2016/05/combate-los-obstaculos-que-te-impiden-comer-saludable/ http://alianzasalud.org.mx/2015/10/deja-atras-los-embutidos-para-el-lunch/ http://alianzasalud.org.mx/2014/02/la-fibra-solo-esta-en-barritas-y-cereales-industrializados/
Desayunan alimentos hipercalóricos y ultraprocesados	Disminuir el consumo de azúcares en el desayuno y generar consciencia de que también forma parte de su ingesta diaria	- Cuidado con tu desayuno, es fácil que consumas todos los azúcares de tu día aquí. Alterna con alimentos salados saludables como tostadas, aguacate, huevos, verduras. - Los cereales de caja son de los productos más nocivos por la cantidad de azúcar, sodio y colorantes que tienen y por su falta de fibra. Busca que sea bajo en azúcar añadido (1.5 gramos por porción de 30 gramos) y sin edulcorantes. Puedes hacer tu propio cereal mezclando avena, amaranto, fruta de temporada, fruta seca y semillas (de pepita, chía y girasol).	http://alianzasalud.org.mx/2016/05/como-consumir-menos-azucar-sin-sufrir/ http://alianzasalud.org.mx/2015/12/10-formas-de-mantenerte-saludable-en-cualquier-epoca-del-ano/ http://alianzasalud.org.mx/2015/05/alternativas-al-cereal-azucarado-de-caja/
Alta ingesta de azúcares	Diminuir el consumo de azúcar	Utiliza frutas maduras para hacer tus licuados y evita añadir otros tipos de azúcar para endulzar.	http://alianzasalud.org.mx/2016/02/sacale-provecho-a-las-frutas-y-verduras-que-estan-por-marchitar/
Desayunan alimentos hipercalóricos y ultraprocesados	Disminuir el consumo de azúcares en el desayuno	¿Cómo elegir yogur? Busca que sea natural y sin azúcar añadida y mezcla con fruta o miel natural para sustituir el yogur saborizado. Checa que esté hecho con leche semidescremada o descremada. Elige los que tengan menos cantidad de ingredientes. El griego, para ser mejor, debe seguir estos puntos también.	http://alianzasalud.org.mx/2016/06/como-elegir-un-yogur/

ANEXOS

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Alto consumo de sodio en comidas, incluso las caseras	Disminuir el consumo de sodio	Usar hierbas aromáticas, como cilantro, menta o albahaca, te va a permitir dar más sabor a la comida y reducir tu consumo de sal. ¿Quieres tenerlas listas para usar? Lava, desinfecta, seca y guarda en un recipiente de vidrio en el refri.	http://alianzasalud.org.mx/2016/04/hierbas-aromaticas-mas-que-un-adorno/
Consumen comida rápida que suple guisados o preparaciones caseras	Basar la alimentación en alimentos naturales, que conforman guisados o platillos sencillos y completos (con alimento a base de cereal, verduras y/o frutas y alimento fuente de proteína animal o vegetal)	- ¿Quieres marcar la diferencia? Regresa a lo verdaderamente mexicano. Prefiere platillos típicos que tengan verduras y que no estén fritos. - Agrega frutas y verduras frescas a cada tiempo de comida. Evita los almíbares y otras opciones con azúcares añadidos. - Otras opciones para comer rápido y rico: ensalada de nopales con jitomate, cebolla y cilantro, carnes en salsas (verdes, rojas), platillos típicos como: pozole con maciza, chiles rellenos, mole verde, alambre de pollo o res, enchiladas verdes con mucha salsa, tacos de cochinita pibil y tamales oaxaqueños.	http://alianzasalud.org.mx/2015/09/cocina-tradicional-mexicana-saludable-nutritiva-y-deliciosa/
No saben leer etiquetas ni tablas nutrimentales	Aprender a leer etiquetas y tablas	- ¡No te fies del etiquetado frontal!, utiliza la tabla nutrimental y la lista de ingredientes para deducir la cantidad de azúcares añadidos en un producto y si se debe de evitar el consumo. También revisa la cantidad de porciones totales en el envase. - Para iniciarte en el hábito de leer las etiquetas y no perderte entre tanta información, te recomendamos revisar las cantidades de azúcar, grasa y sodio por porción. Ten más precaución cuando un producto tenga por cada 100 gramos: más de 12.5 gr. de azúcar (2.5 cucharadas), más de 20 gramos de grasa total (4 cucharadas), más de 600 miligramos de sodio.	http://alianzasalud.org.mx/2016/06/dale-la-espalda-al-etiquetado-frontal-para-saber-cuantos-azucares-anadidos-estas-consumiendo/ http://alianzasalud.org.mx/2013/05/revisa-el-etiquetado-de-los-productos-que-consumes/

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Consumen comida rápida que suple guisados o preparaciones caseras	Aprender a elegir alimentos en la calle o en casa	- Come en fondas en vez de fast food, pero cuida los platillos que eliges. Si pides consomé, que sea sin arroz, si es que el arroz o pasta es otro de los platillos. Toma solo un vaso de agua de frutas. Evita como plato fuerte las cosas fritas, capeadas y empanizadas. - En fonda o en casa: sopa de lentejas con plátano, carne de cerdo con verdolagas, acompañado de tortillas EVITAR CONSUMIR DOBLE O TRIPLE CEREAL: ARROZ + PASTA + TORTILLA (ELEGIR SOLO 1 O 2 EN CANTIDADES MODERADAS) - Los guisos tradicionales con productos naturales y los preparados “a la mexicana” (que llevan chile, cebolla y jitomate) nos ayudan a recuperar un peso saludable, solo evita el uso de aceite: arroz a la mexicana, tinga, calabacitas a la mexicana, esquites, tlacoyos de haba o frijol o requesón, sopa de hongos, frijoles de la olla, pollo en salsa verde o nopales, etcétera. - ¿Cómo comer fuera de casa? Elige comidas con verdura como ingrediente principal o guarnición, una bebida que contenga fruta natural, de preferencia solo un vaso, y después hidrátate con agua simple. Sustituye el aderezo en ensaladas por un poco de aceite de olivo.	http://alianzasalud.org.mx/2015/09/cocina-tradicional-mexicana-saludable-nutritiva-y-deliciosa/ http://alianzasalud.org.mx/2015/02/comer-fuera-de-casa-si-puede-ser-saludable/
Consumo excesivo de alimentos “por obligación” en festejos	Promover festejos con alimentos más saludables que eviten el consumo en exceso	¿Fiesta en la oficina? Que sea después de la hora de la comida para no abusar de los bocadillos. Elige pasteles sin merengues y con menos azúcar o sustituye por gelatinas no industrializadas. De botana: semillas naturales, verduras o frutas con chile y limón.	http://alianzasalud.org.mx/2016/04/sugerencias-para-realizar-fiestas-saludables-en-la-escuela/
Desconocen tamaño de porciones	Detectar porciones dependiendo del tipo de alimento	Una ración, o porción, puede traducirse en una pieza de fruta mediana, una taza o vaso, o un puño para las frutas y verduras más pequeñas.	https://genial.guru/creacion-salud/las-porciones-que-deberias-comer-estan-en-tus-manos-56855

ANEXOS

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Desconocen el significado de términos alimentarios o tienen un concepto erróneo o incompleto	Conocer el significado de algunos términos relacionados con alimentos	- ¿Dieta? No, no es dejar de comer, hace referencia a todos los alimentos y bebidas que forman parte de tu alimentación diaria. - Basa tu dieta principal en alimentos naturales, es decir, obtenidos directamente de plantas o animales que no han experimentado ninguna modificación y alimentos a los que no han añadido sal, azúcares, aceites o grasas en el proceso. - ¿Cómo es una dieta equilibrada? que las proporciones entre sí vayan de acuerdo con 'El Plato del Bien Comer'. - Comer mejor es incluir en tu dieta alimentos naturales, como verduras, frutas, proteínas sin o bajas en grasa y cereales integrales, también disminuir, o evitar, el consumo de alimentos chatarra y fast food. - ¿Colación? No, no solo es el dulce navideño, así se le llama también a los refrigerios o snacks, "la comida que comes entre comidas".	http://alianzasalud.org.mx/2015/07/mejora-tu-alimentacion-en-cinco-semanas/ http://alianzasalud.org.mx/2013/03/la-colacion-o-refrigerio-componente-basico-para-el-control-de-peso/
Desconocen la procedencia o los métodos de preparación de diversos alimentos	Conocer las diferencias en la preparación de alimentos y promover las caseras o naturales	¿Qué es un... - Alimento sin procesar? no tienen ningún procesamiento industrial. (vegetales, frutas, semillas) -Alimento procesado? adicionados con grasas, aceites, azúcares, sal y otros ingredientes. (verduras enlatadas, pescado enlatado, quesos o carnes saladas o ahumadas, frijoles enlatados o panes elaborados solo con harinas, agua, sal y fermentos. -Alimento Ultraprocesado? elaborados a través de procedimientos industriales, usan saborizantes, aditivos y colorantes para parecer alimentos verdaderos cuando no lo son. (pastelillos, botanas, papitas, comida rápida, pan dulce empacado, bebidas azucaradas (néctares, jugos embotellados y refrescos), sopas enlatadas, yogurt y leche de sabor.	http://alianzasalud.org.mx/2016/07/que-es-un-alimento-sin-procesar-procesado-y-ultraprocesado/
No tienen horarios fijos para comer	Regularizar los horarios para comer	Come diario en horarios similares y evita llevarte el trabajo a la mesa (o la comida al escritorio) para que disfrutes tu comida en compañía de tu familia, colegas y amigos. -¿Hambre feroz? Hacer cinco comidas al día (desayuno, comida, cena y dos colaciones) contribuirá a que administremos mejor nuestra energía, no estemos cansados y facilitará el control del consumo de calorías.	http://alianzasalud.org.mx/2013/03/la-colacion-o-refrigerio-componente-basico-para-el-control-de-peso/

Hábito identificado en investigación:	Conducta que se busca fomentar o modificar	Propuesta de mensaje	Links y Fuentes
Alto consumo de productos light o "sin azúcar" y de sustitutos para azúcar	Conocer qué es un azúcar, de dónde provienen y otros nombres que utilizan	¿Qué tipos de azúcares hay y cuál es su diferencia? - Azúcares naturales están en la leche (lactosa) y en la fruta (glucosa y fructosa) y no son dañinos. - Azúcares añadidos se agregan a productos industrializados o caseros como azúcar de caña y jarabes de maíz, son dañinos porque se absorben hasta el hígado donde generalmente se convierte en grasa. - ¿En verdad "no tiene azúcar"? Sinónimos de azúcar en tus etiquetas: Jarabe maíz de alta fructosa, Jarabe de maíz, Endulzante de maíz, Concentrado de jugo de fruta, Fructosa, Dextrosa, Glucosa, Sacarosa, Jarabe. - Educa a tu paladar, empieza por disminuir la cantidad de azúcar a la mitad, pronto te acostumbras, ya verás. Los "sustitutos" como stevia, siguen siendo azúcares y a veces son más dañinos. ¡Aguas!	http://alianzasalud.org.mx/2016/12/detecta-azucares-en-alimentos-y-bebidas/ http://alianzasalud.org.mx/2016/05/como-consumir-menos-azucar-sin-sufrir/ http://alianzasalud.org.mx/2015/11/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-los-endulzantes/ http://alianzasalud.org.mx/2015/09/la-realidad-de-los-productos-light/
Se desesperan fácilmente y se frustran ante procesos nuevos y de mediano-largo plazo	Reducir la frustración al comenzar cambios en sus hábitos alimentarios	- ¿Quieres cambiar tus hábitos de alimentación? Lo ideal es hacer un cambio a la vez e ir incorporando nuevos poco a poco, cada semana, quince días o cuando te sientas listo. - No se recomienda perder peso rápidamente porque se pierde músculo. La velocidad de pérdida de peso no debe superar medio kilo por semana. - ¿Tuviste rebote? No se trata de bajar de peso, sino de mantener hábitos alimentarios saludables. Dejar de comer o restringir ciertos alimentos para perder peso "rápido" no son soluciones saludables ni definitivas. ¿Comes poco y no bajas de peso? - Cuando se lleva una dieta muy baja en calorías, o se mantienen periodos prolongados de ayuno, el cuerpo tiene que hacer uso de sus reservas, por lo que se pierde masa muscular y no lograremos un peso saludable.	http://alianzasalud.org.mx/2015/07/mejora-tu-alimentacion-en-cinco-semanas/ http://alianzasalud.org.mx/2014/02/estar-a-dieta-te-ayudara-a-perder-peso/ http://alianzasalud.org.mx/2013/05/cuidado-con-los-jugos-y-licuados-para-bajar-de-peso/

E. Tabla de mensajes empleados en pruebas de usabilidad con categoría emocional y clave de identificación

Mensaje	ID
CANSADO	
Para calmar la lombriz entre comidas: - una fruta, una ensalada, frutos secos, un taco de queso panela o de aguacate, - o un pan integral con crema de cacahuate y rodajas de plátano. - YUMMY.	A.M.1
Los cocteles no solo te ponen jarra más rápido, tienen mucha azúcar. Prefiere una copa de vino, una cerveza ligera o un whisky solo. Cheers!	A.M.2
Si tienes gastritis, dolor de cabeza, mareo o estás irritable, te puede faltar agua. Agua... no chesco ni chela, agua. Tómate un vaso al despertar y llegarás fresco a la oficina.	A.M.3
Sientes mal del puerco porqueeee: ¡Comiste mucho más de lo que necesitabas! Ve disminuyendo las porciones, cuando dejes de sentirlo, es porque encontraste la porción indicada. Así la sangre de tu cuerpo no se centra en el estómago y se puede ir al cerebro para que saques mejor la chamba.	A.M.4
Píntale dedo al estrés y saca mejor la chamba. Toma agua simple, todos los días. Te sentirás like a boss.	A.M.5
No porque sea té es mejor. Si es industrializado, ten cuidado, tienen mucha azúcar. Mejor haz tu propio té de bolsita y ponle hielos.	A.M.6
#SeRumora que las bebidas energéticas te dan alas. Alas que te acercan al cielo por: Aumento de presión sanguínea, Aumento de ritmo cardiaco (incluso palpitaciones)... Y hasta deshidratación. Achisss, de estas alas no queremos. *emoji muerte*	A.M.7
¿Día pesado en la oficina? El alcohol es depresor, no estimulante... O sea, no te pone chido. Prueba mejor tomando un vaso de agua fría con rodajas de naranja o limón. Ahora sí ¡Salud!	A.M.8
Godín pura sangre que se respeta Cocina para varios días y congela en porciones para ahorrar tiempo en la semana. Comes rico, casero, ahorras, y te cuidas.	A.M.9
Tip de doñita ultra efectivo: Utiliza frutas maduras para hacer tus licuados. Así evitas añadir otros tipos de azúcar para endulzar.	A.M.10
ANSIOSO	
¡Aguas con perder peso rápido! Sabemos que odias esperar, pero al hacerlo, pierdes músculo. Lo ideal es que no pierdas más de medio kg por semana. #TrueStory	B.M.1
Sugar, oh honey, honey... Wait, NO! ¡Toma agua sin azúcar! Bien hidratado, funcionas mejor.	B.M.2
Si eres de los que cree que puede bajar de peso saltándose comidas... #LoEstásHaciendoMal Come 5 veces al día. Eso sí, tampoco abuses de la garnacha. *emoji ok*	B.M.3
Desayuno Ganador: Menos azúcar, más poder. Échate mejor unos huevitos, unas tostadas con aguacate o frijolitos.	B.M.4
Que tus tortillas sean de maíz para que la fuerza esté contigo. May taquitos be with you.	B.M.5
Si tienes gastritis, dolor de cabeza, mareo o estás irritable, HELP! te puede faltar agua. Agua... no chesco ni chela, agua. Tómate un vaso al despertar y llegarás fresco a la oficina.	B.M.6
#Mythbusters Beber jugos es igual que comer fruta. ¡NOOOO! En jugos el azúcar se metaboliza más rápido. Son más calorías y como no masticas, no hay sensación de saciedad. :(	B.M.7
¿Una no es ninguna? ¡Claro que sí! Échate un drink para festejar una ocasión especial, con moderación, no lo hagas un consumo rutinario. Bajarle al chupe te ayuda a bajar la panza.	B.M.8
Si sufres para ir al baño... Cambia las barritas y los cereales de caja (que tienen fibra chafa) Y come frutas y verduras con cáscara, cereales y leguminosas (como frijoles o lentejas). ¡Ah! Y no olvides tomar suficiente agua simple. ¡Notarás la diferencia! ;)	B.M.9
Para comer quesadillas como campeón: Que sean con masa de maiz, al comal, sin freír. Y elige flor de calabaza, hongos, rajas, o nopales en lugar de carne o papa. De preferencia sin queso. #ChilangoStyle	B.M.10

Mensaje	ID
Si eres de los que padece el pastel de cumple diario en la oficina Organiza que sea después de la comida para no abusar de los snacks. Sustituye el pastel por gelatina. Y cambia las papitas por verduras o frutas con chile, limón o chamoy. Chabocho.	B.M.11
¿Colación? No, no solo es el dulce navideño, así se le llama también a los refrigerios o snacks... "La comida que comes entre comidas". Necesitas hacer dos al día para que no te gane la hueva en la oficina.	B.M.12
CURIOSO	
Si dice que "no tiene azúcar" checa que tampoco tenga: jarabe de maíz, endulzante de maíz, concentrado de jugo de fruta, fructosa, dextrosa, glucosa, sacarosa o jarabe. Si tiene alguno, entonces -SÍ- tiene azúcar. (...y a parte son chismosos)	C.M.1
Dieta es: No, no es dejar de comer. Se refiere a todo lo que bebes y comes diariamente. Por un mundo con menos "dietas" chafas y más dietas balanceadas. ;)	C.M.2
#BackToTheBasics Elige platillos "a la mexicana" (chile, cebolla y jitomate) para mantenerte saludable. Solo evita o trata de disminuir el uso de aceite en ellos.	C.M.3
Si haces una lista de compras será más sencillo ir de shopping. Ve después de comer para evitar las compras de antojo. #FuckYeah	C.M.4
Intenta un cambio de hábito a la vez. Cuando seas master en ese, incorpora uno nuevo. Puede ser semanal, quincenal o cuando estés listo. #JustDoIt	C.M.5
Pa' que no te quedes sin gasolina (y no te des atascones después). Son 5 comidas al día: desayuno, comida, cena y 2 snacks. Mejoras tu energía *emoji de palomita de checklist* Evitas el cansancio *emoji de palomita de checklist* Plus...Controlas mejor tus calorías ;) *emoji de palomita de checklist*	C.M.6
Una porción significa: una fruta mediana, una taza o vaso (250 ml o equivalente en gramos), un puño (frutas y verduras pequeñas) #InformaciónQueCura	C.M.7
El agua simple tiene 0 calorías. El agua con azúcar, como el agua de frutas, puede tener hasta 100 cal. Y las bebidas, como los cafés con crema y chispas ¡hasta 600 cal.! #OMG Haz la suma de cuánto bebes al día.	C.M.8
Si quieres cuidar el peso pero también echar el drink... Evita los cocteles (tienen mucha azúcar). Mejor toma una copa de vino tinto, vino blanco, una cerveza ligera o un whisky solo. #TipDeJuebebes	C.M.9
Si cuando dicen "ensalada" solo imaginas lechuga con jitomate... ¡Sé creativo! Mezcla frutas y verduras de varios colores Germinados, pimientos, arándanos, gajos de naranja, espinaca cruda, zanahoria rallada, aguacate o elotitos. YUMMILICIOUS	C.M.10
¡Prueba cocinar acompañado! Compartes tiempo de calidad, intercambias recetas, usas todos tus sentidos... ¡Y tienes lots of fun! Anímate a probar cosas nuevas.	C.M.11

F. Código fuente de L.E.I.A. usado en Arduino para vincular la comunicación con Hairless, los botones y el video mapping.

```
//CÓDIGO PARA QUE FUNCIONE EL HARDWARE DE L.E.I.A.
const int nBotones = 5; //número de botones
const int calibracion=80; //este valor funciona como un delay
boolean notaioff[nBotones];
int contador[nBotones];
//el array notas[] debe tener un mismo número de elementos que el
//número de botones, pues cada nota corresponde a un botón
byte notas[] = {56,58,60,63,65}; //estas son las notas de los botones

const int nPots=0; //número de potenciómetros
int lecturas[nPots];
int lecturasAnteriores[nPots];
void setup() {

Serial.begin(115200);
  for (int i=0;i<nBotones;i++)
  {
    pinMode(i+2, INPUT_PULLUP);
    }
  }

void loop() {
  for (int i=0; i<nBotones; i++) //la variable i recorre los números del 2 al 6
    {
    if (digitalRead(i+2) == LOW) //botón presionado
    {
    if (contador[i]==0)//¿cuenta regresiva terminada?
      {
        if (notaioff[i]== 1) //¿la nota esta apagada?
        {
          contador[i]=calibracion; //valor de cuenta regresiva
          midi(144,notas[i],100); //se envía la nota
          notaioff[i] = 0; //la nota no esta apagada (está encendida)
        }
      }
     }
    else //botón sin presionar (posible envio de Note Off)
    {
      if (contador[i]==0) //cuenta regresiva terminada ?
      {
        if (notaioff[i] ==0) //¿La nota esta esta activada?
        {
          contador[i]=calibracion; //valor de cuenta regresiva
          midi(128,notas[i],0); //envio de note off
          notaioff[i] = 1; //la nota ya no está encendida
        }
      }
    }
  }
for (int i=0; i<nBotones;i++)
//cuentas regresivas
{
  if (contador[i]>0) contador[i]--;
}

for (int k=0; k<nPots; k++)
//se hace un recorrido desde k=0 hasta que k sea menor a nPots
  {
    lecturas[k] = map(analogRead(k),0,1023,0,255);
    //mapeamos al rango al doble del CC
  }

for (int k=0; k<nPots;k++)
{  //vemos si hubo un cambio en el valor de los potenciometros
  if (lecturas[k] > (lecturasAnteriores[k]+1) || lecturas[k] <
(lecturasAnteriores[k]-1) )
    {
      midi(176,k+30,lecturas[k]/2); //mándamos a partir del CC 30
      lecturasAnteriores[k] = lecturas[k];
    }
  }
}

void midi(unsigned char command, unsigned char note,unsigned char vel)
{
  Serial.write(command);
  Serial.write(note);
  Serial.write(vel);
}
```