



UNIVERSIDAD INSURGENTES

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

“DISEÑO DE FOLLETO INFORMATIVO COMO APOYO VISUAL
PARA LA EDUCACIÓN NUTRICIONAL EN NIÑOS DE NIVEL BÁSICO (PRIMARIA), PARA LA PREVEN-
CIÓN DE LA DIABETES INFANTIL EN EL DISTRITO FEDERAL”

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

L I C E N C I A D A E N D I S E Ñ O Y C O M U N I C A C I Ó N V I S U A L

P R E S E N T A

ROSALINDA PASCACIO RAMÍREZ

ASESOR: LIC. CLAUDIA VÁZQUEZ BARAJAS

MÉXICO, D.F.

2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Diseño de folleto informativo
como apoyo visual a la
educación Nutricional para niños
de nivel básico (primaria),
como factor de prevención de diabetes
en el distrito federal.



INDICE

	Pag.
Capítulo 1. EL Diseño y la Comunicación Visual.	
1.1.Concepto de Diseño y Comunicación Visual.	4
1.2.El folleto como parte de Diseño Editorial.	7
1.3.Elementos Visuales para la proyección del folleto.	
1.3.1.Formato	8
1.3.2.Texto	10
1.3.3.Reticula	11
1.3.4.Imágenes.	12
Capítulo 2.La Educación Nutricional en el nivel básico Primaria.	
2.1.Educación Nutricional.	15
2.2.La Diabetes.	16
2.3.Instituciones Implicadas.	20
Capítulo 3.Proceso Proyectual del Folleto	
3.1.Conceptualización.	22
3.2. Formalización.	24
3.3.Materialización.	28
3.4.Uso y Aplicación.	28
3.5.Conclusiones	28
Bibliografía	29



Capítulo 1. EL Diseño y la Comunicación Visual.

1.1. Concepto de Diseño y Comunicación Visual.

La comunicación es un tema trascendental que va ligado con la vida cotidiana y con la calidad del funcionamiento en nuestra sociedad, para que exista siempre debe existir un emisor y un receptor y para que la comunicación visual sea efectiva es entonces cuando debemos contar con una herramienta que lo haga posible haciendo entonces el diseño en la comunicación visual.

¿Qué es el Diseño y la Comunicación Visual?

Es una disciplina profesional que estudia los sistemas de información, con el objetivo de convertir los datos en formas visuales, teniendo en cuenta los procesos perceptivos, consiste en la creación de imágenes funcionales con fines únicamente comunicacionales.

Transforma los datos en estructuras visuales mediante el conocimiento de procesos perceptivos y cognitivos, el reconocimiento de los conceptos socioculturales para su planificación en los dispositivos y soportes de la imagen, con la finalidad de generar información que interactúe con el público que lo ve. El diseño visual integra elementos y la comunicación impresa (símbolos gráficos, afiches entre otros). Los medios audiovisuales dinámicos (imágenes en movimiento, animación entre otros), los entornos digitales (web, presentaciones y eventos multimedia), el diseño ambiental (señalética, elementos en el espacio público entre otros).

El Diseño es un proceso de creación visual con un propósito, a diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño descubre exigencias prácticas. Una unidad de Diseño Gráfico se debe colocar a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado.

Todo diseño incluso el más novedoso, sigue modelos, códigos, formas y géneros ya existentes, estos modelos constituyen toda la red de nuestro mensaje visual, el cual está en continua evolución y expansión.

Elementos del Diseño

Los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados, de modo que al estar reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño. Se dividen en los siguientes tres:

Conceptuales

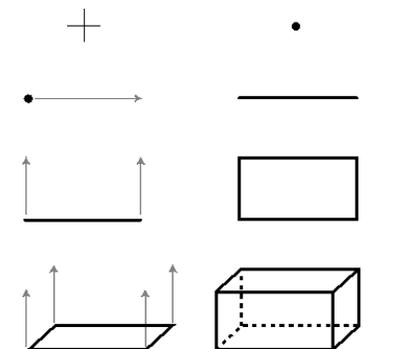
Los elementos conceptuales no son visibles. No existen de hecho, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo, creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio. Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están, ya no son conceptuales.

a) Punto. Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan (fig. a).

b) Línea. Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. La línea tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano (fig. b).

c) Plano. El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un plano. Un plano tiene largo y ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección. Está limitado por líneas. Define los límites extremos de un volumen (fig. c).

d) Volumen. El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bidimensional, el volumen es ilusorio (fig. d).



Visuales

Cuando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no sólo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos.

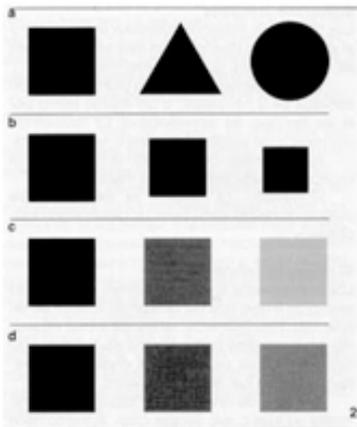
Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos.

a) Forma. Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción (fig. a),

b) Medida. Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero así mismo es físicamente mensurable (fig. b).

c) Color. Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no sólo los del espectro solar sino asimismo los neutros (blanco, negro, los grises intermedios) y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas (fig. c).

d) Textura. La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista (fig. d).



De relación

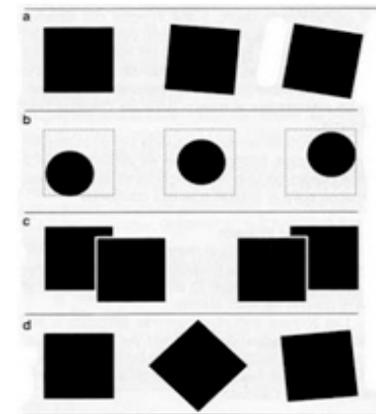
Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos, como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

a) Dirección. La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas (fig. a).

b) Posición. La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura del diseño (fig. b).

c) Espacio. Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede asimismo ser liso o puede ser ilusorio, para sugerir una profundidad (fig. c).

d) Gravedad. La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la Tierra, tenemos tendencia a atribuir pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas, o grupos de formas, individuales (fig. d).



1.2.El folleto como parte de Diseño Editorial.

Un folleto es aquel que se utiliza para hacer referencia a los objetos impresos que tienen por objetivo dar a conocer información de diferente tipo a diversos tipos de público. Un folleto puede variar en su diagramación, en su diseño, en la cantidad de información con la que cuentan, etc. Normalmente, un folleto no es utilizado para divulgar información demasiado abundante ni de un nivel muy académico (salvo casos específicos) si no que tienen por objetivo principal el captar la atención de las personas y difundir algunos conceptos elementales de los temas específicos que tratan.

Los folletos como medio público de comunicación existen desde hace mucho tiempo, ya con la invención de la imprenta en el siglo XVI. Esto es así porque las primeras impresiones eran breves cartillas que contenían información limitada y sobre diferentes temas. Hoy en día, la folletería que se encuentra por la calle ha evolucionado en gran modo, contando con diseños muy complejos y formas muy variadas, con colores atractivos.

Los folletos son principalmente utilizados para hacer publicidad de diversos servicios y productos, es común encontrar personas repartiéndolos en la calle.

Por lo general los folletos deben contar con elementos como imágenes, color, títulos y palabras grandes y atrayentes, diagramas fáciles de comprender, al mismo tiempo no pueden ser muy grandes, ni muy pequeños para que las personas puedan conservarlos o bien guardarlos y posteriormente de manera práctica leer su información, muchos poseen dobleces para desplegar y contener más información.

Los especialistas dentro del diseño que realizan este tipo de trabajo son los que se dedican al diseño editorial, estos profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación.

En la actualidad el diseño editorial ha adquirido una gran importancia y se ha desarrollado enormemente debido a la competencia entre medios gráficos y audiovisuales. Las publicaciones necesitan presentar una diagramación atractiva para sobresalir entre los demás medios de comunicación.

Ya que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales, el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real.

Se debe prestar especial atención sobre todo al diseño exterior de la publicación, así se trate de un libro, una revista o un periódico, ya que la tapa, contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo y título son determinantes para que una persona se decida o no por una publicación. Si bien el contenido es fundamental, el éxito en el mercado editorial depende en gran medida del diseño externo de una publicación, ya que éste puede hacerla sobresalir por sobre otros textos.

Está comprobado que las personas deciden la compra de un libro u otra publi-

cación gracias a lo que leen en el paratexto (tapa, contratapa y solapas), especialmente cuando no conocen al autor ni el título de una obra.

El diseño exterior es la llave de acceso al contenido, por ello es de gran importancia obtener una gráfica que responda al mensaje que se transmite en el texto. Si esto no es así se corre el riesgo de malograr la ardua tarea que supone escribir un libro, o llevar a cabo una revista o periódico.

Del mismo modo, un diseño de tapa y contratapa no acorde al texto puede generar confusión en los lectores.

Es necesario que este diseño también esté pensado en función de un sector claramente delimitado de público al que se dirige la publicación, para llamar su atención teniendo en cuenta sus características sociales, culturales y genéricas.

Por supuesto, el diseño del interior también reviste gran importancia, ya que de la elección del formato, tipografía y organización de las imágenes depende la lectura del texto. Un buen diseño editorial consiste en lograr la coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación. En este sentido, la función del diseñador especializado es fundamental, ya que es la persona con todos los conocimientos necesarios para la realización gráfica exitosa de una publicación.

Criterios fundamentales para el diseño de folletos

Los folletos, sean volantes, dípticos o trípticos, pueden llegar a ser excelentes herramientas de promoción y venta si están diseñados profesionalmente e impresos con un gran nivel. Aunque a simple vista parezca sencillo realizar un folleto, no es tarea simple organizar los componentes visuales y verbales que lo forman para maximizar la comunicación. Solo un diseño de folletos a cargo de un experto puede captar la identidad de una empresa para consolidarla en la mente del público. Apunte estos criterios fundamentales para el diseño de folletos, le serán realmente de gran utilidad.

-Conocer el tipo de público destinatario.

Además del mensaje, es vital que el diseñador gráfico estudie en detalle el tipo de público al que apunta la empresa para la que debe diseñar folletos. Tiene que considerar especialmente variables tales como el género, la edad, la pertenencia sociocultural, la profesión y el nivel de educación. Considerando estos aspectos podrá optar por los componentes visuales y verbales más adecuados a los receptores, para a la vez, expresar el mensaje corporativo y generar identificación en las personas. El diseño del folleto debe ajustarse a su público: solo así este conservará el material y se contactará con la empresa.

1.3. Elementos visuales para la proyección del Folleto

1.3.1. Formato.

Un formato es la forma de codificar la información en un espacio, en el caso de los folletos hay de diferentes tamaños dependiendo de la información que contengan es por eso que a continuación se especifican los criterios para su formación.

-Volantes

La premisa en este caso es pensar una frase llamativa, recordable, breve y simple, que atraiga a los destinatarios y los haga guardar el folleto. Además, dado el pequeño espacio que suelen tener los volantes, solo se ofrece información básica: nombre institucional, productos y servicios, precios, descuentos, novedades y datos de contacto.

-Dípticos

El texto en este tipo de folletos cumple distintas funciones según el panel en el que se encuentre. En el panel frontal de un díptico se debe incluir el nombre corporativo y una frase que llame la atención del público, para que este abra el folleto y quiera seguir leyendo. El contenido verbal de los paneles interiores tiene que estar muy bien organizado en títulos, subtítulos, párrafos, viñetas y recuadros, para facilitar la lectura y volverla amena. El texto debe ser simple, consistente y breve. Finalmente, en la parte posterior del díptico hay que presentar la información de contacto en detalle.

-Trípticos

En este tipo de folletos también el texto adquiere ciertas características según el panel en que se encuentre. Para atrapar a los receptores hay que colocar una frase llamativa y clara en la cara frontal, junto con el nombre de la empresa. En el primer panel interno, que es el que más se lee, es necesario presentar un texto argumentativo sólido, capaz de persuadir a los lectores de comprar los productos y servicios brindados. Es buena idea incluir aquí la información de contacto, que vuelve a aparecer en el tercer panel exterior. En los paneles segundo y tercero de estos folletos se debe presentar un texto describiendo a la empresa, narrando su historia corporativa, su presente y su proyección a futuro. Nuevamente, el contenido verbal tiene que estar organizado claramente.

-Seleccionar los componentes gráficos más representativos.

En el diseño de un folleto es fundamental que los elementos gráficos, es decir, formas, líneas, colores, tipografías, fotografías, ilustraciones, marcos y sombreados,

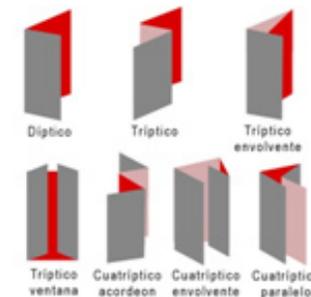
representen el estilo de la empresa en cuestión y enfatizen el mensaje verbal. Si los componentes visuales logran armonizarse con los verbales entonces la identidad corporativa se consolidará en la mente del público destinatario. El diseñador gráfico se encargará de seleccionar un número limitado de componentes visuales, para evitar la saturación.

-Pensar el diseño en función del tamaño del folleto.

El diseñador se ocupa de elegir y disponer los componentes verbales y visuales de un folleto según su tamaño. Tanto para volantes como para dípticos y trípticos, más allá de que sean pequeños o extra grandes, siempre es preciso mantener la simplicidad y evitar la sobrecarga de elementos. Si el folleto es de tamaño reducido, entonces habrá que maximizar la simplicidad para aumentar la claridad. Si el folleto es de tamaño impactante, será necesario desarrollar un diseño que explote ese atractivo.

-Considerar la función de cada panel.

En general los folletos están organizados en paneles: los volantes doble faz, los dípticos y los trípticos. En cada uno de estos tipos de folletos los paneles cumplen con una función específica que hay que considerar para diseñar.



-Volantes doble faz.

Para llamar la atención a los receptores de un volante hay que diseñar una cara frontal sumamente atractiva. Esta debe incluir una frase clara y apelativa, el nombre de la empresa, el logo corporativo, imágenes pertinentes y llamativas, colores vivos que destaquen la información y formas sugerentes. El reverso suele diseñarse con colores suaves o en blanco y negro. Allí se presenta la información de contacto y cualquier otro dato extra. Lo fundamental es que haya unidad gráfica y verbal entre las dos caras de un volante.

-Dípticos.

Este tipo de folletos cuenta con cuatro paneles y en su diseño es fundamental que haya coherencia gráfica y verbal para lograr una pieza contundente. Así, en las cuatro caras constitutivas se debe mantener una armonía cromática, el mismo estilo de líneas y formas y el mismo criterio de diagramación. Nuevamente, el panel frontal es el anzuelo para atraer a las personas y hacerlas que sigan leyendo el folleto. El diseño debe ser de gran impacto, por ello debe contar con una frase sugerente e imágenes atrapantes, el logo y el nombre de la compañía.

Los dos paneles interiores deben tener el estilo elegido para el exterior. De todos modos, una buena idea es pensar un detalle original para cada panel que resalte la información específica brindada y rompa la monotonía. Dado que estos folletos suelen funcionar como catálogos, es preciso disponer imágenes de los productos, sus precios y descripciones. Por último, en el panel del reverso se coloca la información de contacto, dentro de recuadros o resaltada con colores, para que las personas la identifiquen rápidamente.

-Trípticos

En este caso también se impone la regla básica de pensar un diseño homogéneo para los paneles interiores y exteriores. El diseñador gráfico decidirá qué elementos gráficos darán unidad al folleto: colores, líneas, formas, imágenes, tipografías y modo de diagramación. Creando una totalidad armónica el público no olvidará la imagen de una empresa. El panel frontal de un tríptico debe ser llamativo y visualmente atractivo para que la gente guarde el folleto consigo.

Para que un diseño de trípticos sea efectivo es necesario que el texto, clave en este tipo de folletos, esté dispuesto con equilibrio y mucho espacio en blanco, ya que esto garantiza la lectura. El texto se distribuirá en los tres paneles interiores, junto con ilustraciones, fotografías, cuadros, infografías y recuadros, herramientas para favorecer la rápida comprensión.

-Decidir el tipo de corte de los folletos.

Los folletos convencionales tienen un corte recto, también llamado ortogonal, dado que es el más práctico, el más barato y el que se encuentra en todas las imprentas. Sin embargo, también existen cortes con formas diferentes: diagonales, curvos, triangulares, etc. Un folleto con un corte así puede resultar más original, pero hay que saber que para cortar irregularmente se necesitan máquinas específicas que aumentan los costos. También hay que verificar que un corte extraño no haga del folleto una pieza poco práctica.

-Definir el plegado de dípticos y trípticos.

Teniendo en cuenta que el plegado es el rasgo característico de los dípticos y trípticos, es importante que el diseñador defina junto a los representantes de la empresa en cuestión qué opción elegir. Cada tipo de pliegue define paneles con cierta forma, lo que, claramente condiciona el diseño y la disposición de los elementos. Un díptico normal se dobla a la mitad y resulta como un libro. Dos posibilidades más originales para este tipo de folletos es, por una parte, el plegado diagonal y por otra, el plegado al medio pero sin que los paneles coincidan totalmente.

Un tríptico convencional es aquel folleto que está doblado como un rollo plano. De todos modos, los diseñadores muchas veces exploran otros tipos de pliegues. Hay trípticos que se pliegan como una zeta y permiten jugar a lo largo del folleto. Otra opción es plegar la hoja como una puerta de dos partes, con dos paneles al frente que invitan a seguir leyendo. Las posibilidades pueden multiplicarse según la imaginación de cada diseñador, siempre que se obtengan folletos que puedan manipularse sin problemas.

-Considerar si el papel tiene terminación o no.

El papel cumple un rol fundamental en la concreción del diseño de los folletos, por eso es conveniente tener en cuenta si este tiene terminación o no, en tanto será un factor que incidirá en el resultado final. La terminación es la cobertura de minerales y arcilla que tienen algunos papeles para dar más resistencia y belleza a las piezas gráficas. Para la impresión de dípticos y de trípticos lo más común es utilizar papel ilustración o cartulina, con terminación brillante o mate. En cambio, para los volantes lo normal es imprimirlos en papel sin acabado, para abaratar costos.

Los diseñadores expertos saben que del papel depende el modo en que se verán las imágenes, el texto y los colores de los folletos. Si un folleto se imprime en papel con acabado brillante, los colores quedarán resaltados y la definición de la impresión será excelente. Si se imprime en papel con terminación mate, los colores no tendrán tanta vitalidad, pero el texto se leerá a la perfección. Por último, si un folleto se realiza en papel sin acabado, los colores se opacarán y la impresión perderá definición.

-Decidir si se incluye laminado o no.

El laminado es una capa de plástico que recubre el papel una vez impreso, para hacerlo más resistente y llamativo. Es importante pensar de antemano si los folletos van a contar o no con laminado, ya que esto incidirá en cómo se verán las imágenes y el texto. Los folletos con laminado brillante lucirán fantásticos, con colores revitalizados y excelente legibilidad. Si se opta por un laminado mate hay que considerar que los colores se opacarán un poco, aunque la legibilidad aumentará.

1.3.3.Retícula

La retícula es una herramienta muy útil que nos puede asegurar mayor equilibrio en nuestra composición al momento de diseñar.

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

Sus orígenes se remontan a los arquitectos y pintores antiguos, los griegos, egipcios y mayas se basaban en la proporción áurea o divina la cual utilizaban en sus construcciones y esculturas, dicha proporción en mi opinión nace de una profunda observación de la naturaleza, ciertos elementos de la naturaleza como la concha de un caracol, el cuerpo humano, la forma de los panales de abejas, algunas flores y hojas todos cuentan con una armonía en sus formas y proporciones las cuales obedecen a una fórmula matemática.

Pasaron varios siglos para que se evolucionara en el tema formalmente, sólo hasta después de la segunda guerra mundial se empezaron a utilizar retículas, uno de los trabajos más interesantes sobre el tema es el del diseñador suizo Müller-Brockmann con su libro Grid systems in graphic design el cual ayudó a propagar el uso de la retícula primero en Europa y luego en Norte América.

A mediados de los años 70s la enseñanza de las retículas se volvió estándar en Europa, Norte América y Latinoamérica, en los años 80 se creó un movimiento en contra de la retícula porque pensaban que limitaba a los diseñadores y su creatividad, lo veían como una camisa de fuerza de la cual querían liberarse.

Conceptos básicos de retícula o grilla.

La retícula es un conjunto de relaciones basadas en la alineación, actúan como guías en la distribución en los elementos de todo formato (principio organizador). Cada retícula contiene las mismas partes básicas, con independencia del grado de complejidad que alcance. Cada parte cumple una función determinada:

- Módulos márgenes
- líneas de flujo
- marcadores zonas especiales columnas

Tipos de retículas

Retícula de Manuscrito

Estructura de base rectangular, ocupa la mayor parte de una página. Acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles como folio, título de capítulo, notas de pie, numeración, etc.

Retícula de Columnas

Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos de información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes.

Retícula Modular

Sirve para proyectos complejos. Los módulos pueden ser verticales u horizontales dependiendo de la organización de las imágenes. Retículas que sirven para diagramar periódicos, sistemas de diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programaciones, etc.

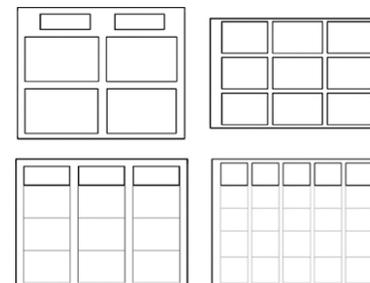
Retícula Jerárquica

Esta rompe con todos los esquemas anteriores, ya que está basada en suposición intuitiva los elementos. Delineaciones relacionadas a las proporciones de los elementos.

El trabajo con retículas significa someterse a leyes de: orden, claridad, concentración y objetividad, racionalización.

Construcción de la mancha tipográfica

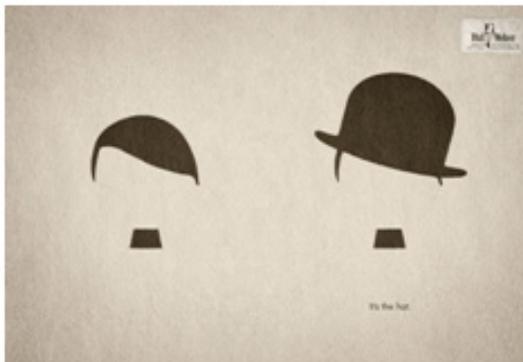
Mancha tipográfica es el nombre que se le da a la superficie impresa. El formato de la página y la amplitud de los márgenes determina la dimensión de ésta.





Metonimia visual

Es un recurso visual similar a la metáfora y a la sinécdoque, pero la relación entre los términos identificados no es de semejanza como en el caso de la metáfora, ni tampoco de vinculación intrínseca o inclusión como en el caso de la sinécdoque. En la metonimia la imagen que evoca y lo evocado mantienen una relación estrecha que puede ser de causa-efecto, parte-todo, autor-obra, continente-contenido, productor-producto. En publicidad se usa la metonimia visual cuando se muestran etiquetas o marcas en lugar del producto entero, se sustituye el producto por el lugar donde se produce o por el productor, se sustituye un objeto por su utilización. El anuncio del ejemplo utiliza una metonimia visual en la que una parte representa el todo de dos personajes históricos muy reconocidos.



Antítesis visual

La antítesis visual se utiliza cuando se nos muestran varias imágenes enfrentadas y opuestas por alguna cualidad. Es muy frecuente en diseños e imágenes que muestran el antes y el después. En la fotografía de una conocida campaña de Benetton realizada por Oliviero Toscani se juega con la antítesis visual en varios niveles: negro-blanco, hombre-mujer, cura-monja.

Simil visual

Los símiles visuales sirven para establecer una relación entre una característica y un producto o servicio, de forma que el espectador asocia esa característica al producto o servicio. Usar colores verdes e imágenes de plantas u hojas es un símil visual que sugiere al espectador que ese producto es ecológico, natural o que contiene ingredientes naturales. En la imagen del ejemplo se muestra un símil visual entre la botella de tomate y un tomate auténtico, dando a entender que el ketchup de esa marca es un producto tan natural como un tomate de la huerta.



Analogía visual

La analogía visual establece una semejanza visual entre cosas distintas, si la analogía es demasiado compleja no funcionará porque el público no sabrá interpretarla. En la imagen del ejemplo el ketchup cayendo sobre la salchicha es la clara analogía visual de una lengua.

Hipérbole visual

Una hipérbole visual es una exageración, un exceso visual con la finalidad de destacar una característica de un producto o servicio o un argumento de venta en

concreto. El anuncio de la bota refleja mediante una hipérbole visual la dureza, fortaleza y robustez de las botas de la marca.



Capítulo 2. La Educación Nutricional en el nivel básico Primaria.

2.1. Educación Nutricional.

Tal como establece la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), "Los niños deben ser considerados como los consumidores adultos de mañana. Las costumbres alimentarias se aprenden temprano, y las escuelas pueden desempeñar un papel importante al promover criterios de selección alimentaria y pautas dietéticas sanas y sostenibles".

Es por ello que se ha propuesto la elaboración de una serie de materiales útiles para la escuela y para el trabajo en familia, que se pueden encontrar a disposición en su página web.

La idea de la FAO es "crear actitudes y habilidades positivas, y promover comportamientos alimentarios sanos a lo largo de toda la vida", para lo cual propone la puesta en marcha de actividades tales como: huertos escolares, la elaboración de alimentos, visitas a tiendas de suministros y mercados, higiene y preparación de los productos. Con ello, se podrá familiarizar al alumnado con los ingredientes típicos de su zona, comprender sus beneficios e incorporarlos a su dieta habitual.

El 16 de Octubre, se celebra el Día Mundial de la Alimentación cuyo fin es dar a conocer los problemas de la pobreza y el hambre. Desde la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) se apuesta por la educación nutricional como la estrategia preferente para contribuir a la seguridad alimentaria.

La educación nutricional es algo que debe empezar desde niños en nuestras propias casas, y que abarca otros lugares e instituciones como el colegio o la empresa. Incluso influye en nuestras decisiones a la hora de comprar un alimento u otro. En un mundo en el que más de 900 millones de personas sufren desnutrición, mientras que en los países desarrollados cada día hay más afectados por regímenes poco equilibrados, la educación nutricional es vital.

Enseñar a nuestros hijos, sobrinos o primos pequeños sobre los beneficios de una alimentación equilibrada y correcta en nuestra casa debe ser el primer paso en el bienestar y la salud de futuras generaciones: eliminar tabúes sobre la comida o enseñar los hábitos de higiene correctos con los alimentos son pequeños pasos que podemos dar dentro de nuestro hogar.

La educación nutricional, así mismo, debería formar parte de los conocimientos sociales impartidos en las aulas: conocer las cadenas alimenticias o las pautas básicas de seguridad alimentaria es necesario desde la edad escolar. Para ello, la FAO lleva a cabo la iniciativa FRESH, que engloba el ámbito escolar y familiar, ofreciendo charlas y talleres que den acceso a una educación nutricional de calidad. También nosotros debemos ser conscientes de la importancia de saber cómo comportarnos ante los alimentos: cultivar un pequeño huerto en nuestra propia casa,

dejar la comida basura para ocasiones (muy) especiales, aprender a leer las etiquetas nutricionales... Todas son pequeñas ideas que nos ayudarán a tener una alimentación más sana y sostenible.



- Diabetes mellitus tipo2 (DM2). Es consecuencia de un defecto progresivo en la secreción de insulina o un incremento a la resistencia a ella.

- Otro tipo de diabetes: Pueden deberse a causas genéticas, enfermedad exocrina del páncreas, exposición a drogas o sustancia químicas.

- Diabetes mellitus gestacional (DMG). Se diagnostica durante el embarazo. La prueba de detección de diabetes (glucemia en ayuno) se debe realizar, si el resultado es normal, la prueba se debe repetir cada 3 años, el examen se debe efectuar si existe sobrepeso (índice de masa corporal igual o mayor a 25) y algunos de los siguientes factores de riesgo:

- Vida sedentaria.

- Parientes en primer grado con diabetes mellitus.

- Pertener a un grupo étnico de alto riesgo como africanos, hispanos, asiáticos, indígenas americanos.

- Hipertensión arterial igual o superior a 140/90 mg Hg.

- Dislipidemia: Lipoproteínas de alta densidad (LAD) inferiores a 35 mg/dL (0.90 mmol/L) o triglicéridos mayores a 250mg/dL (1.82 mmol/L).

- Antecedentes de anormalidad de la glucosa en ayunas o de intolerancia a ella.

- Presentar otras condiciones asociadas con la resistencia a la insulina como la acantosis nigricans, enfermedad que se caracteriza por la piel oscura, gruesa y aterciopelada en las áreas flexibles y pliegues del cuerpo.

- Historia personal de enfermedad vascular.



La Diabetes tipo 1

Se caracteriza por la destrucción de las células beta del páncreas, seguida por lo general por una deficiencia absoluta de insulina.

La tasa de destrucción de las células beta es variable: Casi siempre es mas rápida en niños, por lo común, las manifestaciones clínicas de la diabetes tipo I van precedidas por un periodo asintomático que puede ser de meses o años.

Se considera que la diabetes tipo I representa de 5 al 10% de todos los casos de esta enfermedad en diversos países. En México constituye menos de 10% en todos los casos. Las personas con diabetes tipo I dependen de insulina exógena. Aunque puede ocurrir a cualquier edad con una frecuencia máxima las personas pueden ser diagnosticadas alrededor de los 10 a 12 años de edad en niñas y de 12 a 14 años en niños.

Hay 2 formas clínicas de diabetes tipo I: La autoinmune, que se encuentra medida por factores inmunitarios y la idiopática, que se refiere a formas de enfermedad que no tienen etiología conocida. Cabe mencionar que solo un porcentaje muy pequeño de casos corresponde a la forma idiopática.

La etiología de la diabetes tipo autoinmune esta relacionada con factores genéticos que incluyen la asociación entre la diabetes tipo I y algunos antígenos de Histocompatibilidad (HLA) con los genes DQA y DQB e incluida por los genes DRB. Estos alelos (HLA-DR/DQ) pueden predisponer o proteger de la enfermedad. En el momento de ser diagnosticados, 85 a 90% de los pacientes con diabetes tipo I tienen 1 o mas anticuerpos contra las células de los islotes y la insulina como contra otros antígenos de las células de islotes. Los anticuerpos que participan en la destrucción de las células beta incluyen:

- Anticuerpos de las células de los islotes (ICAs).

- Anticuerpos contra la insulina (IAAs), que se observan en personas que nunca han recibido tratamiento con esta sustancia.

- Anticuerpos a la descarboxilasa de acido glutámico (GAD), una proteína que se encuentra en la superficie de las células beta. Los anticuerpos GAD, al parecer provocan el ataque por las células (linfocitos y asesinos), que tal vez sea lo que destruya a las células beta en las personas diabéticas.

En los últimos años se ha documentado que estos anticuerpos se desarrollan con mayor frecuencia cuando los niños no son amamantados, pero la información aun no es concluyente.

Después de corregir la hiperglucemia, la acidosis metabólica y la cetoacidosis, a menudo se observa recuperación de la secreción endógena de insulina. En esta fase de "Luna de miel" o de remisión espontanea disminuyen de forma considerable los requerimientos de insulina exógena hasta por 1 año; sin embargo, a largo plazo

es necesario aumentar la dosis de insulina y al cabo de 8 a 10 años la pérdida de células beta es total y la deficiencia de insulina, absoluta.

Principios Generales del manejo

Diabetes tipo 2

La diabetes tipo 2 es una enfermedad que dura toda la vida (crónica) en la cual hay altos niveles de azúcar (glucosa) en la sangre. La diabetes tipo 2 es la forma más común de esta enfermedad.

Causas

La diabetes es causada por un problema en la forma como el cuerpo produce o utiliza la insulina. La insulina es necesaria para mover el azúcar en la sangre (glucosa) hasta las células, donde ésta se almacena y se usa posteriormente como fuente de energía.

Cuando usted tiene diabetes tipo 2, la grasa, el hígado y las células musculares normalmente no responden a dicha insulina. Esto se denomina resistencia a la insulina. Como resultado, el azúcar de la sangre no entra en las células con el fin de ser almacenado para obtener energía.

Cuando el azúcar no puede entrar en las células, se acumulan niveles anormalmente altos de éste en la sangre, lo cual se denomina hiperglucemia.

Por lo general, la diabetes tipo 2 se desarrolla lentamente con el tiempo. La mayoría de las personas con esta enfermedad tienen sobrepeso en el momento del diagnóstico. El aumento de la grasa le dificulta al cuerpo el uso de la insulina de la manera correcta.

La diabetes tipo 2 puede presentarse también en personas delgadas y es más común en los ancianos.

Los antecedentes familiares y los genes juegan un papel importante en la diabetes tipo 2. Un bajo nivel de actividad, una dieta deficiente y el peso corporal excesivo (especialmente alrededor de la cintura) aumentan el riesgo. Ver también: diabetes tipo 2 para conocer una lista de factores de riesgo.

Síntomas

Con frecuencia, las personas con diabetes tipo 2 no presentan síntoma alguno al principio y es posible que no tengan síntomas durante muchos años.

Los síntomas iniciales de la diabetes pueden abarcar:

Infección en la vejiga, el riñón, la piel u otras infecciones que son más frecuentes o sanan lentamente

Fatiga

Hambre

Aumento de la sed

Aumento de la micción

El primer síntoma también puede ser:

Visión borrosa

Disfunción eréctil

Dolor o entumecimiento en los pies o las manos

Pruebas y exámenes

La diabetes mellitus es una enfermedad crónica, cuyo control requiere cambios en el estilo de vida. Su manejo incluye un plan de alimentación adecuado, realización de actividad física, supervisión de los propios niveles de glucosa, educación con respeto al padecimiento, apoyo psicosocial y, en ocasiones, consumo de fármacos, incluida la insulina. Las metas más importantes del tratamiento son: Proporcionar herramientas necesarias para lograr el control de la glucemia, lipemia y tensión arterial, así como prevenir, retrasar o eliminar las complicaciones microvasculares y macrovasculares, un tratamiento eficaz debe reducir al mínimo los periodos de hipoglucemia e hiperglucemia.

Para alcanzar las metas se requiere una comunicación abierta con el niño, así como su capacitación en el manejo de la enfermedad. Los individuos con diabetes deben aprender a evaluar día a día su glucosa y cetonas en orina y sangre.

El control glucémico a largo plazo se valora por los resultados de las pruebas de hemoglobina glucosilada Hb A_{1c}; cuando la hemoglobina y otras proteínas entran en contacto con la glucosa, esta se adhiere a las proteínas de una forma lenta, no enzimática y dependiente de la concentración de glucosa. Las mediciones de Hb A_{1c}, reflejan mejor la concentración por medio de glucosa plasmática de las semanas y meses previos, lo cual complementa las pruebas cotidianas.

Adoptar un estilo de vida en el que el ejercicio debe ser parte integral del plan de tratamiento en los niños con diabetes, pues les ayudara a mejorar la sensibilidad a la insulina, reducir los factores de riesgo cardiovascular, controlar el peso y alcanzar una mentalidad más sana. Cuando se les brindan las construcciones apropiadas, los diabéticos se pueden ejercitar con seguridad. El plan del ejercicio varía en función del interés, edad, estado de salud en general y nivel de aptitud física.

Durante la actividad física, las personas normales se incrementa la utilización de glucosa por parte del músculo; sin embargo, esto no se traduce en cambios relevantes en la glucemia. El trabajo muscular causa que la insulina disminuya, en tanto que las hormonas contrarreguladoras aumentan. De esta manera la utilización de glucosa por el músculo que se ejercita es equiparable a la mayor producción de glucosa por el hígado. El equilibrio entre insulina y hormonas contrarreguladoras es el principal determinante en la producción de glucosa hepática donde sobresale

2.3. Instituciones Implicadas.

-IMSS



El Instituto Mexicano del Seguro Social tiene un mandato legal derivado del Artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Su misión es ser el instrumento básico de la seguridad social, establecido como un servicio público de carácter nacional, para todos los trabajadores y sus familias. Es decir, el aumento en la cobertura de la población se persigue como un mandato constitucional, con un sentido social. Por su parte, el Artículo 2 de la Ley del Seguro Social (LSS) establece que la seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo, así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

La estrategia PREVENIMSS tiene como compromiso fundamental mejorar la calidad de vida de los usuarios, a través de elevar su cultura e información en el cuidado de la salud, para lograr una participación activa y corresponsable entre los derechohabientes y el personal médico.

Lo anterior, mediante una herramienta básica de dicho Programa, como lo es la provisión sistemática y ordenada de acciones relacionadas con la prevención, la detección oportuna, el control de enfermedades y la promoción de la salud reproductiva y que ellas, en conjunto garanticen evitar padecimientos prevenibles, identificar tempranamente otros y evitar la aparición de complicaciones y sus consecuencias.

Un primer objetivo es alcanzar el 100% en el reparto de las Cartillas de Citas y las Guías para el Cuidado de la Salud a cada derechohabiente; y de manera simultánea insistir en su lectura y utilización.

Estos instrumentos serán parte del Historial Médico de nuestros pacientes, así como un vínculo permanente con su médico; se pretende que dichas guías permanezcan en cada hogar y con ello los pacientes tengan la facilidad de consultarlas en cualquier momento para hacer un seguimiento de las actividades realizadas y por realizar.

Para ordenar y facilitar las acciones se dividió a la población en cinco grupos identificados por colores, como se puede observar en las Cartillas y Guías; por otra parte las primeras acciones son:

- La entrega informada a través de cita previa o cuando se presente a consulta algún integrante de la familia.

- La segunda acción es la revisión de las acciones plasmadas en la Cartilla y comentar con el paciente el objetivo de dichos documentos haciendo hincapié en su

lectura frecuente, siendo este el momento cuando se pueden efectuar el mayor número de acciones posibles o programarlas según sea el caso.

- Por último recomendar que siempre que acudan a consulta deben traer su Cartilla y el médico solicitarla en cada contacto.

Los procedimientos anteriores permiten al médico la copia de los datos de la Cartilla del paciente a la Cartilla Virtual del Expediente Electrónico y así, en cualquier momento que se consulte dicho expediente por parte de médicos tratantes, se podrán conocer y evaluar las acciones educativas, preventivas y de detección.

Es conveniente tener siempre presente los siguientes principios en el manejo del programa PREVENIMSS – Banobras:

Siempre que se atiende a un derechohabiente:

MÁS VALE
PREVENIMSS



1. Revisa la Cartilla de Salud y Citas Médicas.

2. Evalúa su estado de nutrición.

3. Promueve la correcta alimentación y la práctica cotidiana de actividad física.

4. Prescribe hierro para prevenir la anemia en los niños menores de un año y en mujeres embarazadas.

5. Identifica y realiza las acciones de prevención, control y detección que el paciente requiera.

6. Identifica y realiza las acciones de salud reproductiva pertinentes.

7. Con el apoyo en la Cartilla de Salud y en las Guías para el cuidado de la salud, informa y capacita al paciente.

8. En caso necesario, evalúa la conveniencia y posibilidad de incorporarlo a un grupo de ayuda o a sesiones educativas.

9. Registra en la Cartilla las acciones realizadas aún cuando las haya efectuado otro personal médico.

10. Programa citas para las acciones que no se pudieron efectuar o que el paciente requiere en el futuro.

La perseverancia y el trabajo en equipo son los instrumentos que nos llevarán a cumplir con los objetivos primordiales del Programa que, conjuntamente pretenden elevar la calidad de vida de nuestros derechohabientes, continuar con la uti-

lización racional de los recursos y, a su vez, contribuir a mejorar la salud financiera de nuestro Sistema de Atención Médica, dándole viabilidad cada vez a mejores servicios para nuestros usuarios y a preservar nuestra fuente de empleo.

-SEP



La Secretaría de Educación Pública de México es una secretaría de estado del poder ejecutivo federal, encargada de la educación tanto científica como artística y deportiva en todos los niveles, así como de sus contenidos, programas de estudio y calendarios. Además, se encarga de la manutención de la cultura y sus centros de exhibición (museos, bibliotecas, escuelas de arte); y tiene en su control los registros de derecho de autor y marcas registradas.

La SEP servirá de medio para impartir pláticas de educación nutrimental a los niños por medio de docente calificado e impartirá material didáctico para comprender sobre el tema.

3.2. Formalización

Proceso de bocetaje

Bocetos Layout

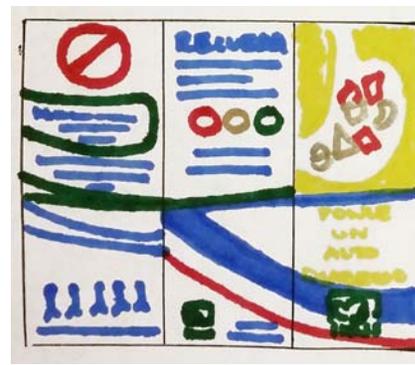
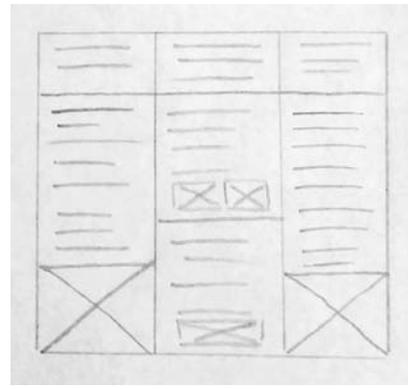
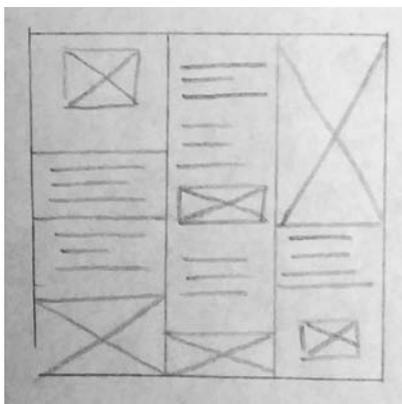
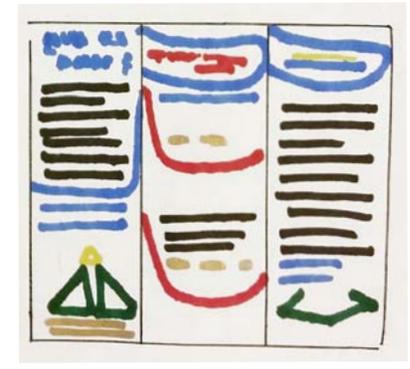
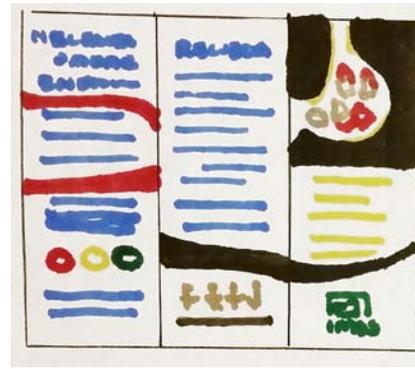
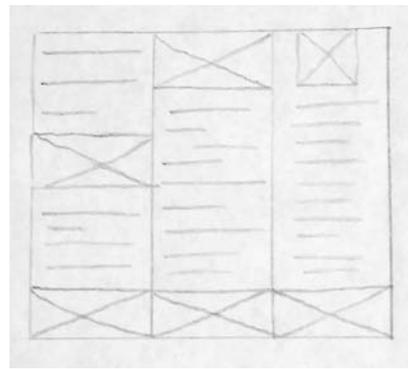
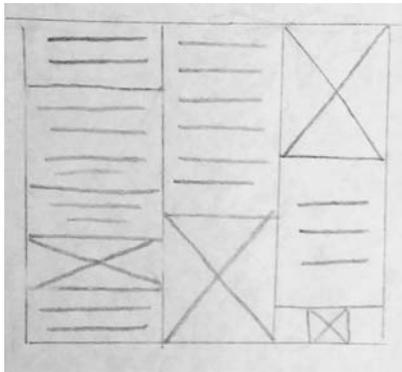
Bocetos Proyout

Exterior

Interior

Exterior

Interior



Boceto Dummy o Final

Exterior

¡Recuerda!
Cuanto antes se diagnostica esta enfermedad más eficaz será su control pero antes que padecerla hay que prevenirla.
Acude a tu centro de salud más cercano en donde te brindaremos más información al respecto.

MÁS VALE PREVENIMSS
CHECATE MIDETE MUEVETE

¡Necesitamos parar esta enfermedad!
Va que es la segunda que afecta a los niños además del crecimiento del índice de obesidad asociada a una vida sedentaria por eso es importante mantener una actividad física en tu rutina diaria, como andar en bicicleta, jugar fútbol, basquetbol, etc.

PONLE UN ALTO A LA DIABETES

Comunícate al 5524 1616 o ingresa a www.imss.gob.mx

Esquema de la evolución del sobrepeso

Interior

¿Qué es la Diabetes?
La diabetes se caracteriza por una alteración en la producción de la hormona insulina, por el páncreas o por la resistencia en el organismo a la insulina. La insulina ayuda al cuerpo a transformar el azúcar en energía promoviendo así un buen funcionamiento en el organismo. Es por eso que la cantidad liberada de insulina depende de la cantidad de azúcar que se ingiere, así que es necesario comer de forma saludable frutas, verduras, proteína como huevo, carne, pescado, pollo, fibra y cereales en vez de comida chatarra como papas fritas, dulces, refrescos, etc. que exige a nuestro páncreas trabajar más de lo que le es necesario aumentando los niveles de azúcar en la sangre lo que nos podrá enfermar de DIABETES.

Tipos de Diabetes

-La Diabetes Tipo 1
Es aquella que se caracteriza por necesitar de insulina inyectada para regular los niveles de glucosa en la sangre sus principales síntomas son:
-Aumento rápido en los niveles de azúcar en la sangre.
-Mucha sed.
-Aumento del apetito.
-Adelgazamiento o aumento de peso.
-Debilidad, fatiga o mareos.
-Calambres y hormigueos.

-La Diabetes Tipo 2
Esta es hereditaria y ocurre cuando las células resisten a la acción de la insulina, no presenta normalmente síntomas es por eso que la detectan en los chequeos médicos pero si presenta síntomas estos son:
-Vista nublada.
-Necesidad de orinar.
-Pérdida de peso.
-Mucha sed.

¿Cómo prevenirla?
Esta enfermedad se puede prevenir a partir del nacimiento del niño con el consumo de la lactancia materna y conforme continúe su crecimiento alimentándose saludablemente con toda la gama de frutas, verduras, proteínas y cereales que la naturaleza nos brinda y que no contienen azúcar refinada ni sodio añadido.
Es necesario que los niños disfruten de una alimentación saludable para prevenir no solo la diabetes, sino muchas de las enfermedades crónicas por consecuencia de una mala alimentación y de la vida sedentaria.

Pirámide de la actividad física
Ocasionalmente
Cada semana
Todos los días

Pirámide alimentaria para niños y adolescentes
Kilocalorías: 1000-1200 kcal
Grasas: 30-40g
Proteínas: 40-50g
Carbohidratos: 100-120g
Fibra: 10-15g
Azúcar: 25-30g
Sodio: 100-150mg

En este punto se diagrama el tríptico con su correspondiente retícula en su parte exterior e interior.

Funcionalidad de la Propuesta final:

Para lograr que el tríptico tuviera una función, fue necesario crear una sintaxis visual de los elementos (información e imágenes).

Todas las imágenes denotan la información del contenido, lo importante fue colocarlas en el orden adecuado para hacer referencia a su explicación y de manera que funcione el lenguaje del tríptico.

En el siguiente esquema se explica cada una de las caras y partes que conforma un tríptico.

Solapa de introducción	Contraportada	Portada
Cara A	Cara B	Cara C

Para poder explicar la funcionalidad de nuestro tríptico informativo sobre la diabetes explicare cada parte:



1.Solapa informativa

Esta cara tiene la función primordial de mostrar en pocos elementos de lo que trata nuestro contenido, necesita un titulo que connote y englobe su función, en este caso “Ponerle un alto a la Diabetes”, el titulo lo dice todo, esto nos da una idea general del tema a tratar.

Para reafirmar el titulo es necesario ilustrarlo con una imagen que impacte en este caso el sistema digestivo con los alimentos chatarra en su contenido, esta imagen nos dice todo lo que estos le ocasionan al organismo.

Para constatar esta información el logo del Instituto Mexicano del Seguro Social es que respalda el contenido.



2.Contraportada

La contraportada es la cara del tríptico que nos recuerda parte del mensaje principal del contenido, en este caso nos da el mensaje de la prevención de esta enfermedad y el hecho de acudir al centro de salud mas cercano.

También reafirma este mensaje con la campaña del IMSS de prevención “Mas vale Prevenimss” y su imagen (Checate, midete y muevete).

Los telefonos, la página y en la parte inferior las instancias implicadas para su realización (Sep e IMSS),



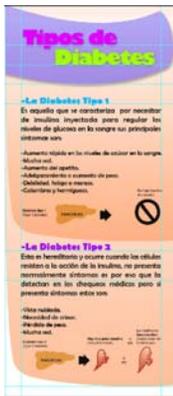
3.Solapa Interior

Esta cara nos invita a seguir leyendo el contenido, lo primero con una imagen de prohibición de los alimentos chatarra en las escuelas, le sigue un texto que dice ¡Necesitamos parar esta enfermedad!, esto nos crea la duda del porque de este texto y la imagen que nos impacta del esquema de la evolución del sobrepeso.



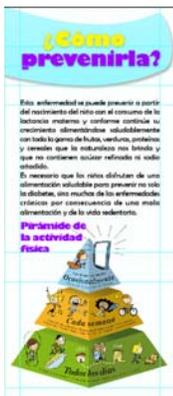
4. Cara A

En esta cara empieza nuestro contenido, la información del tríptico ¿Que es la Diabetes?, una breve pero sustanciosa información sobre esta enfermedad respaldada por la ilustración de la piramide alimentaria básica para niños y adolescentes.



5. Cara B

En esta cara subyace el titulo de los tipos de diabetes con su respectivo esquema de descripción.



6. Cara C

Esta cara tiene como función mostrar las conclusiones del título en este caso como es informativo las soluciones con el título ¿Cómo prevenir la diabetes?, se muestran tips o puntos principales para su prevención y para reafirmar la imagen de la pirámide de la actividad física.

3.3. Materialización

Para hacer la impresión de los trípticos fue necesario hacer pruebas de impresión y se utilizó el papel Couche brillante en un gramaje de 100, para imprimir la cantidad aproximada de 920 000 folletos proporcionales a los niños que en el último censo realizado por el gobierno se calcularon que estudian el nivel básico primaria en escuelas públicas y privadas en el Distrito Federal.

3.4 Uso y Aplicación.

El fin del tríptico de prevención de diabetes es meramente informativo sobre esta enfermedad, el primer objetivo es llegar a manos de los niños de las primarias del D.F (tanto públicas como privadas incorporadas a las SEP) que es el principal estado de la república mexicana y con el mayor índice de diabetes, su uso es explicativo y reafirmara las platicas de orientación de especialistas nutricionales, de manera sintética y clara realizado específicamente para edades de cinco años en adelante, su segundo objetivo será que los niños movilicen este folleto a sus casas y así promuevan esta información a su familia ampliando las posibilidades del mismo.

3.5 Conclusiones

Importancia del proyecto de la formación profesional

Como diseñadores vivimos diversas etapas en las que tenemos que realizar proyectos con distintos fines, en muchos de ellos no tenemos la oportunidad de poner nuestro granito de arena para lograr un bien a la sociedad, es por eso que al realizar este tríptico siento mucha gratificación al abordar un tema que nos compete a todos de una u otra forma.

La diabetes es una enfermedad de la que todos y más en México tenemos conocimiento por tener algún familiar, amigo o la herencia de padecerla. Es bien sabido que sus consecuencias son fatales, por ello la importancia de realizar este proyecto ha sido un aliciente para presentarla en mi proyecto de tesina ya que de forma breve y concisa nos lleva a crear conciencia y que mejor que pueda lograr una diferencia en los niños de primaria, en esta etapa en la que ya se tiene la capacidad para crear buenos cimientos sobre tener buenos hábitos alimenticios, actividad física y conciencia sobre la salud que pueden hacer la diferencia en nuestra calidad de vida.

Bibliografía

Libros:

Dondis A. Dondis.1998, *La sintaxis de la imagen*. Gustavo Gilli, Barcelona.

Donis A. Dondis.1973,*La sintaxis de la imagen Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.Barcelona.

Samara, Timothy.2008,*Los elementos del Diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Gustavo Gili. Barcelona,

2008.*Retículas. Soluciones creativas para el diseñador gráfico*.Editorial Gustavo Gili.

Josef Muller-Brockmann.1982,*Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*.Editorial Gustavo Gili.

Grande.1998, *Nutricional y Salud*.Salvat ed Barcelona.

Periódico:

Periódico la Jornada. viernes 10 de Mayo 2013 P .2

Crónica.com fecha 2013-07-10

Folletos:

Dr. José Ángel Córdova Villalobos.

Dr. José Armando Barriguete Meléndez.*Estrategia 5 pasos para la salud escolar.*

Secretaría de Salud.2011, *Guía de Implementación 5 pasos por tu salud México.*

FAO.agosto 2003,*Perfiles nutricionales por países México Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación.*

Nuria Burgos Carro.10 de abril 2011, *Revista digital universitaria Alimentación y Nutrición en edad escolar.*

Pozuelos F.J. Y Trave. *Alimentación y consumo en la educación obligatoria una propuesta de la didáctica globalizada* Ed. Alminar 41, 21, 30.

López V. *Hacia la escuela saludable.* Sevilla junta de Andalucía. Conserjería de Educación y Ciencia.

Imágenes para el folleto:

Ilustrador Roy Hernández

Logotipo de SEP

Logotipo del IMSS

Imagen de PREVENIMSS

Imágenes para la tesis:

las imágenes que ejemplifican los capítulos de la tesis las saque de internet.