

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN HUMANA**



**RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y
MEDIO AFECTIVO SOCIAL CON EL CONSUMO DE ALIMENTOS
EN ADOLESCENTES EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” - PUNO**

TESIS

PRESENTADA POR:

ROSSY LUCERITO ORTEGA COILA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN NUTRICIÓN HUMANA

PUNO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN HUMANA

RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO
AFECTIVO SOCIAL CON EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN
ADOLESCENTES EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA
"INDUSTRIAL 32" – PUNO

TESIS PRESENTADA POR:
ROSSY LUCERITO ORTEGA COILA
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NUTRICIÓN HUMANA



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE : 
Lic. David Pablo Moroco Choqueña

PRIMER MIEMBRO : 
M.Sc. Arturo Zaira Churata

SEGUNDO MIEMBRO : 
M.Sc. Marta Zoila Medina Pineda

DIRECTOR / ASESOR : 
Dr. José Oscar Alberto Begazo Miranda

Área: Salud del adolescente.

Tema: Medios de comunicación, medios afectivos en el consumo alimentario.

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 31 DE JULIO DEL 2019

DEDICATORIA

A Dios por tantas bendiciones en mi vida y guiar mis pasos y mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible, por bendecirme en cada paso que doy e iluminar en cada momento de nuestras vidas.

Con mucho amor y gratitud a mis queridos padres Rosita y Edgar, por su apoyo constante moral, espiritual, su sacrificio, comprensión, perseverancia, superación con su ejemplo, y sus sabios consejos, hicieron posible mi desarrollo personal y profesional.

A mi querido hermano Axel por estar junto conmigo en cada paso que doy, apoyándome moralmente y por compartir juntos mis triunfos y fracasos.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero reconocimiento a todas aquellas personas que aportaron en este trabajo de investigación. Todos aquellos que fueron partícipes del logro de la presente investigación.

Mi sincero Agradecimiento:

A nuestra alma mater, Universidad Nacional del Altiplano – Puno, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

A la Facultad de Ciencias de la Salud, escuela profesional de Nutrición Humana, a la señora decana y docentes, quienes me impartieron sus conocimientos durante mi formación profesional.

Dr. José Óscar Alberto Begazo Miranda, asesor de tesis del presente trabajo de investigación; y sobre todo una gran persona; por su orientación constante, brindarme sus valiosos conocimientos, apoyo y por su tiempo.

A los miembros de jurado, Lic. David Pablo Moroco Choqueña, M.Sc. Arturo Zaira Churata, M.Sc. Marta Zoila Medina Pineda, por su colaboración, orientación y aporte en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Finalmente, a los estudiantes en la institución educativa que fueron sujeto de esta investigación, apoyando y colaborando para poder llevar a cabo las medidas de evaluación necesarias para el desarrollo de esta tesis.

A todos ellos gracias.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	18
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPÍTULO II	21
REVISIÓN DE LITERATURA	21
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
2.2. MARCO TEÓRICO	26
2.3. MARCO CONCEPTUAL	56
CAPÍTULO III	58
MATERIALES Y MÉTODOS	58
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	58
3.2. ÁMBITO DE ESTUDIO.	58
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO.	59
3.4. CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN	59
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	59
3.6. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	61
3.7. DESCRIPCIÓN DEL PROCESAMIENTO DE DATOS	62
3.8. CONSIDERACIONES ÉTICAS	66
3.9. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO PARA PROBAR LAS HIPÓTESIS.....	66

CAPÍTULO IV	68
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	68
4.1. REPORTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO AFECTIVO SOCIAL.....	68
4.2. REPORTE DE LA VARIABLE: CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.....	75
CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES	121
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXOS	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Medios de comunicación masiva (MASS), información, publicidad, necesidades sentidas, decisión de compra y modelo alimentario relacionado..35

Figura 2: Factores que impactan las propensiones en los hábitos alimentarios, disponibilidad y elección del alimento.....52

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Medios de comunicación masiva utilizados por adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.....	69
TABLA N° 2 Medio de comunicación afectivo social en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	72
TABLA N° 3 Consumo de leche y derivados en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	75
TABLA N° 4 Consumo de cereales y derivados en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	78
TABLA N° 5 Consumo de tubérculos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – puno, 2019.	80
TABLA N° 6 Consumo de verduras y hortalizas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	82
TABLA N° 7 Consumo de frutas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	85
TABLA N° 8 Consumo de carnes y huevos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	87
TABLA N° 9 Consumo de legumbres y menestras en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	90
TABLA N° 10 Consumo de embutidos y fiambres en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	92
TABLA N° 11 Consumo de azúcares y dulces en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – puno, 2019.	95
TABLA N° 12 Consumo de bebidas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	98
TABLA N° 13 Consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	100
TABLA N° 14 Medios de comunicación masiva en adolescentes de 15 a 17 años segun sexo en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	102
TABLA N° 15 Medio de comunicación afectivo social en adolescentes de 15 a 17 años según sexo en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	104

TABLA N° 16 Consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años según sexo en la Institucion Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.	107
TABLA N^a 17 Correlación de las variables medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos	110
TABLA N^a 18 Correlación de las variables medios de comunicación masiva y consumo de alimentos.....	113
TABLA N^a 19 Correlación de las variables medio de comunicación afectivo social y consumo de alimentos	116

ACRONIMOS

I.E.S:	Institución Educativa Secundaria
KG:	Kilogramos
CENAN:	Centro Nacional de Alimentación y Nutrición
MCM o MASS:	Medios de comunicación masiva
FAO:	Organización Ejecutiva de Vigilancia Alimentaria y Nutricional
UNICEF:	Fondo de Emergencia Internacional para la Infancia de las Naciones Unidas
OPS:	Organización Panamericana de la Salud
PESA:	Programa Especial para la Seguridad Alimentaria Centroamérica
IAS:	Índice de Alimentación Saludable
IASE:	Índice de alimentación saludable para la población española
SENC:	Sociedad Española de Nutrición Comunitaria
OMS:	Organización Mundial de la Salud

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno. La propuesta de investigación se centró en el análisis explicativo de los medios de comunicación y medio afectivo social en relación en el consumo de alimentos en educandos adolescentes. En la actualidad los adolescentes incluimos o excluimos alimentos habituales influenciados por los contenidos que se escenifican en los distintos medios de comunicación masiva. Objetivo: Determinar la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes, hipótesis: Los medios de comunicación masiva y medio afectivo social tienen relación con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019. El método que corresponde es el científico sistémico e hipotético deductivo, el tipo de investigación es explicativo descriptivo no experimental y su diseño es correlacional transversal. Población y muestra de estudio, la constituyeron los 151 estudiantes de la mencionada institución. Para dicho propósito se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento cuestionario. Se llegó a los resultados: La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado calculado es de 46,531 asumiendo el nivel de confianza de 0,05; por el contrario el valor de la Chi Cuadrado tabulada con 6 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592; el cual es significativo la relación de ambas variables; considerando el 41.7% de los estudiantes poseen mucha utilización de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social; y el 64.9% que representa a estudiantes poco saludable: se alimentan de manera inadecuada o escasa en alimentos como leche y derivados, cereales y derivados, tubérculos, verduras y hortalizas, frutas, carnes y huevos, legumbres y menestras, embutidos y fiambres, azúcares y dulces y bebidas, concluye: Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno.

Palabras clave: afectivo, alimentos, comunicación, medio, social.

ABSTRACT

This research work entitled: Relationship of mass media and social affective in the consumption of food in adolescents in Secondary Educational Institutions "Industrial 32" - Puno. The research proposal focused on the explanatory analysis of the means of communication and social affective medium in relation to the consumption of food in adolescent students. Currently adolescents include or exclude usual foods influenced by the content that is staged in different mass media. Objective: Determine the relationship of the mass media and social affective in the consumption of food in adolescents, hypothesis: There is a low positive relationship between mass media and social affective with the consumption of food in adolescents from 15 to 17 years. The corresponding method is the systemic and hypothetical deductive scientist, the type of research is descriptive non-experimental explanatory and its design is cross-correlational. Population and study sample, constituted the 151 students of the aforementioned institution. For this purpose, the survey was used as a technique and as a questionnaire instrument. The results were reached: The relation of the variables achieved according to the calculated Chi-square test statistic is 46,531 assuming the confidence level of 0.05; On the other hand, the value of the square Chi tabulated with 6 degrees of freedom at the level of 0.05 is 12,592; which is significant the relation of both variables; Considering 41.7% (63) of the students, they are very dependent on mass media and social affective media; and 64.9% that represent unhealthy students: they eat inadequately or scarcely in foods such as milk and milk products, cereals and derivatives, tubers, vegetables, fruits, meats and eggs, legumes, sausages and products, sugars and sweets and drinks, concludes: There is a significant relationship between mass media and social affective media with the consumption of food in the Secondary Educational Institution "Industrial 32" – Puno

Key words: affective, food, communication, medium, social.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En la última década el crecimiento económico del Perú ha permitido la aparición de grandes centros comerciales y de esta forma, el panorama de algunas ciudades como Puno, Arequipa, Cusco entre otros, ha cambiado, observándose un mayor movimiento comercial y una imagen renovada de modernidad. Junto a ello, la oferta de innumerables productos ha acrecentado el consumismo, dentro de ellos los de comida rápida. (3)

Según un estudio de la OMS, los alimentos nocivos son una amenaza para la salud humana, afectando desproporcionadamente a las poblaciones vulnerables y marginadas, especialmente los niños y los adolescentes, y las poblaciones afectadas por conflictos y migración. El consumo de alimentos ultra procesados y comida rápida en el Perú creció en 67% y 86% en la última década. Así mismo, el consumo per cápita de comida rápida, pasó de 40,2 Kg a 83.2 kg, siendo uno de los países con mayor incremento en la región, es así, que, en el año 2015, una persona compraba este tipo de comidas 8.7 veces al año, cantidad que se elevó hasta 31.8 en el 2013. (4)

De igual forma, durante la niñez y la adolescencia adquieren actitudes, conductas y hábitos alimenticios que perduraran a lo largo de vida, debido a que se da un proceso de selección de sabores, preferencias de alimentos, así como la decisión y adquisición de un alimento, se transmiten las creencias familiares y culturales sobre los alimentos y la alimentación, posibilitando así, una educación adecuada sobre el consumo de alimentos o alguna alteración de los patrones de alimentación dando pauta al desarrollo un trastornos alimenticios como riesgos de salud para la anorexia, bulimia, sobrepeso u obesidad, que puede generar riesgos a lo largo de su vida. (3)(4)

Stornaiolo Pimental & Duque Ayala 2013, declaran “Los medios de comunicación masiva se han adaptado a nuestra sociedad con una rapidez notoria lo que nos ha llevado a modificar nuestros distintos estilos de vida en todos los ámbitos; especialmente lo que se refiere a formas de comunicación y alimentación ya que

nos encontramos en la época de la tecnología donde los medios masivos de comunicación juegan un papel preponderante en la creación de opinión, debate público y en la generación de hábitos sociales, es de fundamental importancia analizar su accionar, pues tiene importantes implicaciones en la vida y realidad social que vivimos.” (1) Para el autor José Cegarra Sánchez la tecnología es un “Conjunto de conocimientos propios de un arte industrial que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos”, que permite la gestión de la información, que viene con un afán de facilitar y proponer la elección en la compra de un producto, es imposible dejar de lado el Internet, que según la Real Academia Española, se define como la “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”. La aleación entre tecnología e Internet conlleva la creación de medios de comunicación más próximos para la población adolescente. (1) (2)

Son los jóvenes, quienes son más cercanos a los medios de comunicación masiva, las cuales se encuentran conformadas por redes como: terminales ya sea, navegador (Internet, televisor, radio periódico y también se encuentran los servicios como correo, banca, información, etc. Para ellos, estas nuevas tecnologías son aspectos relevantes de identidad y/o en la sociabilidad juvenil, ven en ellas posibilidades, ya sea en conocimientos, comunicación y cordialidad, información, identidades, inclusiones, entre otras. Los medios de comunicación masiva tienen una estrecha relación con la edad, a favor de la población joven, ya que, a mayor edad, más baja es la conectividad, siendo los mayores participantes, aquellos jóvenes entre 15 a 17 años. (10)

Su amplia influencia ha llevado a determinar que la población joven pasa anualmente 990 horas frente a pantallas electrónicas, la mayoría televisores, lo que obviamente los dejará a merced de la publicidad, es importante destacar el equipamiento de los hogares en tecnología.

El presente trabajo pretende va a mostrar la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social en el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32 – Puno.

El trabajo de investigación se desarrolló en cinco componentes:

En el primer capítulo se presentan planteamiento del problema, formulación del problema, hipótesis de la investigación, justificación del estudio, objetivos de la investigación

En el segundo capítulo se presenta la revisión literaria: Antecedentes, marco teórico que componen bases teóricas y definición de términos.

En el tercer capítulo se presenta la metodología compuesta por: Tipo y diseño de investigación, lugar de estudio, población y muestra, criterios de inclusión y criterios de exclusión, operacionalización de variables, métodos, técnicas procedimientos e instrumentos para recolección de datos, descripción del procesamiento de datos, consideraciones éticas, tratamiento estadístico.

En el cuarto capítulo se realiza la presentación de resultados.

Concluyendo, el quinto capítulo presenta la discusión conclusiones y recomendaciones. Sin olvidarnos, las fuentes bibliográficas y los anexos de recolección de datos.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando se refiere a medios de comunicación masiva y medio afectivo social, es necesario hablar de la educación, puesto que en la actual sociedad los medios masivos y afectivo social, ejercen demasiada influencia, ya que brindan a adolescentes y jóvenes una educación informal, respecto al consumo de alimentos, que en ocasiones creen que son más atractivos e interesantes que la adquirida en la sociedad circundante. (1) (2) Los medios inciden demasiado en el consumo de alimentos de las generaciones nuevas, forman gustos y estilos en personas de cualquier edad e incluso intervienen en el modo en que el sujeto se relaciona consigo mismo, con su prójimo y con el mundo. (2)

En la actualidad, es cada vez mayor la influencia de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social. Los adolescentes y adolescencia, a diferencia de los adultos, crecen en un entorno sobrecargado de medios informáticos, telecomunicaciones y tecnología. (2) Los medios masivos de comunicación masiva y medio afectivo social en la sociedad de hoy manifiestan una creciente relación como formadores culturales, ya que determinan sus ideas, hábitos y costumbres en gran medida. Ahora es posible obtener cantidades extensas de

información y noticias con una rapidez impresionante sin interesar el instante en que salieron. Aunque es un tema debatido, los medios de comunicación influyen en la formación de actitudes, percepciones y creencias de los individuos, además que son fuente primaria de información de varios temas. En consecuencia, pueden verse vulnerables en nuevas actitudes percepciones y creencias siendo o no buena para su desarrollo. (2) (3)

El problema de la desnutrición, sobrepeso y obesidad se ha convertido en un problema de salud pública importante. Si bien es cierto, nuestro país aún batalla contra el problema de la desnutrición y la anemia, hoy en día la malnutrición por exceso viene alcanzando valores alarmantes, así en solo 6 años, la incidencia de sobrepeso y obesidad en menores de 9 años se duplicó y en mayores de 15 años el 35.5 % tienen sobrepeso y el 18,3% son considerados obesos (2). En el caso específico de los adolescentes entre los 10 a 19 años, según el INEI, entre el 2007 al 2014, el sobrepeso pasó de 12.9% a 18.5% y en el caso de la obesidad se elevó de un 4,9% a 7,5%, demostrando un incremento de 46% en solo 6 años.

Numerosos estudios destacan el impacto de los medios de comunicación en el consumo de alimentos, especialmente de los denominados “alimentos chatarra” sobre todo en la población infantil (5,6); sin embargo, también encontramos otros factores relacionados al consumo de alimentos como son educativos (escuela y familia), de salud, culturales, económicos y religiosos entre otros (7,8,9). Por otro lado, la familia influye desde edades muy tempranas en los patrones alimentarios de la población siendo en la adolescencia el círculo de amigos quienes ejercen dicha influencia.

Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, TV cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, los ancestros podían vivir con mayor facilidad el prescindir de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos de toda índole, como lácteos, cereales, tubérculos, verduras, carnes y azúcares, etc. Hoy en día dichas actividades son anversos a nuestra realidad actual. (3) Considerando que el estudio se enmarcará en relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de

alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. ENUNCIADO GENERAL

¿Cuál es la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019?

1.2.2. ENUNCIADOS ESPECÍFICOS

- ¿Cuáles son los medios de comunicación masiva más utilizados por los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno?
- ¿Cuáles es el medio de comunicación afectivo social más utilizado por los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno?
- ¿Cómo es el consumo de alimentos en los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno?
- ¿Cuál es la relación que existe entre los medios de comunicación masiva con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

Los medios de comunicación masiva y medio afectivo social tienen relación con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

1.3.2. Hipótesis específicas

- Los medios comunicación masiva más utilizados por los adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno son la televisión y el facebook.
- El medio de comunicación afectivo social más utilizado por los adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32”- Puno son los padres y amigos.
- El consumo de alimentos en los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno es poco saludable.
- Los medios de comunicación masiva promueven una alimentación poco saludable con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.
- El consumo de alimentos se relaciona con medio de comunicación afectivo social en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El interés investigativo, el esfuerzo humano, ético y profesional de indagar y proponer posibles soluciones sobre la problemática planteada, es una alternativa viable debido a que la población se encuentra al alcance de la investigación localizada en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32”.

El tema de alimentación saludable es difundido por diferentes medios de comunicación de tipo masivo, como impresos (diarios o periódicos, revistas, entre otros), radio, televisión e internet como lo menciona por (3). Los medios de comunicación tienen gran influencia en las orientaciones hacia el consumo y en los comportamientos de la población juvenil, por lo que sus mensajes pueden ser potenciadores o perjudiciales para la salud referido por: (4), (5). Al identificar qué medios de comunicación tienen influencia en el consumo de alimentos de los educandos de nivel secundario estas conformaciones pueden ser utilizados en la difusión de temas de alimentación saludable y con ello contribuir con el propósito de disminuir problemas nutricionales.

Los resultados adquiridos de este estudio además de consolidar futuros estudios, pretenden extenderse a todas aquellas Instituciones de nivel secundario y primario que velen por la seguridad y salud nutricional de sus educandos, de acuerdo a los resultados que se obtengan.

Los motivos que nos llevaron a investigar “Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno.”, se centran en que este grupo vulnerable de población se encuentra expuesto en mayor medida que el resto de la sociedad a los riesgos que pueden ver relacionada por los medios de comunicación masiva y medio afectivo social respecto al consumo de los alimentos. Se pretende entonces identificar acerca de los medios de comunicación masiva que están presentes en todos los extractos de nuestra sociedad actual, desde que apareció el Internet, en la década de los sesenta, se ha abierto paso a un modelo de intercambio de información, ideas y contenidos, totalmente distinto a los medios de comunicación convencionales (prensa, radio, cine o televisión). Los adolescentes son el sector de la población con mayor vulnerabilidad al uso de estas tecnologías, debido al incremento de accesibilidad de las mismas, generando cierto grado de popularidad y aumento en las horas de uso entre éste sector de la población, así como el medio afectivo social que influye en las decisiones cotidianas tanto en el consumo de alimentos como en aspectos generales.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar los medios comunicación masiva utilizados por los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.
- Identificar el medio de comunicación afectivo social en los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.
- Determinar el consumo de alimentos en los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.
- Identificar la relación de los medios de comunicación masiva con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno.
- Identificar la relación del medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32 – Puno.

1.6. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se realizó en: La región de Puno, provincia de Puno, distrito de Puno cuya población está constituida por 128.637 habitantes. Ubicación geográfica. - El departamento de Puno está ubicado en la parte sureste del territorio peruano, territorio de aproximadamente 72,000 km², representa el 5.6% del territorio peruano, de los cuales el 60% es rural y el 40% es urbano.

Puno se encuentra localizado en la sierra del sudeste del país en la meseta del Collao. Limita por el Sur, con la región Tacna. Por el Este, con la república de Bolivia y por el Oeste, con las regiones de Cusco, Arequipa y Moquegua.

La investigación se llevó en la institución educativa 32 con dirección: Jirón Simón Bolívar 1505, centro poblado: Tupac Amaru, área censal: Urbana- 500 habitantes, distrito: puno, provincia: Puno, departamento: Puno, nombre de la DRE o UGEL que supervisa el S.E.: UGEL Puno, nivel/modalidad: secundaria, forma: escolarizado, género: Mixto, tipo de gestión: Pública de gestión directa, turno: continuo mañana y tarde.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes Internacionales

Arias, L. (2014), Tesis titulada: Estilos de apego y actitudes hacia la alimentación en adolescentes. Con el objetivo: Determinar si existe relación significativa entre el estilo de apego y las actitudes hacia la alimentación percibidas por los adolescentes. Comprobando la hipótesis: Existe una relación significativa entre los estilos de apego percibidos por los adolescentes y las actitudes hacia la alimentación. Teniendo una metodología con un tipo de diseño correlacional. En una población constituida por adolescentes entre 12 y 15 años que cursan educación secundaria en la ciudad de Toluca, la muestra fue de 88 sujetos pertenecientes a la escuela secundaria N° 7 de la ciudad de Toluca. Concluye: el estilo de apego evitativo en los adolescentes, se presentan problemas en la percepción y comunicación de emociones, que pudo haber sido aprendido por las reacciones materno-filiales y familiares, siendo muy extraño que busquen apoyo emocional cuando se sienten angustiados. Recomendando: Promover la intervención en edades tempranas ayudarían a la prevención de estos trastornos, ya que este tipo de patologías comienzan a desarrollarse o predisponer en los primeros años. (1)

Vargas Ares Mariadel Carmen (2012), Tesis titulada “Publicidad y alimentación saludable: Un acercamiento a las percepciones de adolescentes y amas de casa”. Cuyo objetivo: Explorar si la percepción de las amas de casa y adolescentes sobre “alimentación saludable” proviene de la televisión y reconocer como la publicidad televisiva afecta la decisión de compra de amas de casa y los adolescentes. Comprobando la hipótesis: La percepción de un producto saludable para las amas de casa y adolescentes está relacionada con el discurso de la publicidad televisiva y por lo tanto el consumo de productos industrializados es incluido con frecuencia en la dieta de las amas de casa y los

adolescentes, como producto de la publicidad televisiva, sin que los reconozcan como alimentos de bajo valor alimenticio “alimentos chatarra”. Haciendo uso de una metodología con un tipo de estudio con ambos alcances, buscando resultados descriptivos y comparativos, diseño: experimental con uso de metodología mixta, (metodología cualitativa y cuantitativa). En una población de 12 sujetos constituido por: 4 amas de casa y 4 adolescentes de entre 8 y 13 años (2 mujeres y 2 hombres). Concluye: Las percepciones sobre un producto saludable están basadas en la experiencia del individuo más que en la información del anuncio de televisión, incluso un mismo producto puede resultar saludable para una persona y no saludable para otra, aun cuando en el mensaje del anuncio resalten conceptos que pueden resultar positivos para el consumidor como el contenido de vitaminas y minerales , retomando la hipótesis planteada puedo decir que la percepción de un producto saludable para las amas de casa y adolescentes no está relacionado con el discurso de la publicidad televisiva y el consumo de productos industrializados está más arraigado a los gustos y satisfacción del ser e incluso a la socialización que a la exposición de un mensaje continuo por parte de la publicidad televisiva. Recomendación: A la institución implicada respecto en salud deben vincularse con los anuncios publicitarios, utilizan comúnmente el relato para dar una información sobre los beneficios del producto, en su totalidad tienen mensajes promotores de conductas que son en ocasiones poco saludables el personal en salud debe incluirse más en la publicidad alimentaria y alimentación saludable. (2)

Antecedentes Nacionales

Huett L. (2018), Tesis titulada: Influencia de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables en adolescentes en etapa escolar de una Institución pública - Lince. Cuyo objetivo: Determinar la influencia de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables en adolescentes en etapa escolar de una institución pública. Comprobando la hipótesis el cual es: Existe una influencia positiva significativa de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables en adolescentes en etapa escolar. Haciendo uso de una metodología con un tipo de diseño explicativo, no experimental, correlacional. La población de estudio estuvo conformada por los 106 adolescentes de sexo masculino y femenino alumnos del colegio nacional “Baquijano y Carrillo”, que

comprenden desde los 7 años hasta los 11 años (segundo grado – hasta sexto grado de primaria). Concluye: El análisis de los resultados evidencia que no existe una influencia de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables; debido a que la publicidad para estos es limitada ya que ciertos grupos son publicitados como es el caso de los lácteos, mientras que los alimentos no saludables son los más publicitados. Recomienda: El personal de salud requiere de un conocimiento profesionalizado de las ciencias de la información y comunicación en cuanto a fuentes, procesos y elaboración de informaciones en distintos soportes. También se requiere viceversa comprender los enfoques de los profesionales de la salud y habilidades suficientes para tender puentes de confianza y comunicación entre ambos colectivos. (3)

Pajuelo, R.; Sánchez, A.; Álvarez, D. . (2015). Tesis titulada: Relación del tiempo de uso de tecnologías de la información – comunicación y la obesidad en adolescentes en la institución Educativa Privada “Ingeniería” noviembre – diciembre 2013. Cuyo Objetivo es: Determinar la relación entre el tiempo de uso de las tecnologías de la información - comunicación con la Obesidad en Adolescentes en la institución Educativa Privada “Ingeniería”. Comprobando la hipótesis el cual es: El tiempo de uso de las tecnologías de la información - comunicación se relaciona con la obesidad en adolescentes en la institución Educativa Privada “Ingeniería”. Haciendo uso de la metodología con un tipo de investigación descriptivo correlacional, prospectivo aplicado a una sola población con un diseño de Investigación: Propuesta que establece la relación de dos variables obesidad y tiempo de uso de tecnologías de la información y comunicación, su representación es bidireccional. De tal manera que concluye: Las tecnologías de la información y comunicación más utilizadas por los adolescentes en la institución Educativa Privada “Ingeniería” son la televisión ya que el 50,8% de los adolescentes emplea más de 3 horas al uso de ésta tecnología; y la computadora representada por el 54% de los adolescentes que emplean más de 3 horas a dicha tecnología, el tiempo que los adolescentes en la institución Educativa Privada Ingeniería dedican a las tecnologías de la información - comunicación (televisión, PC/laptop, videojuego, Tablet) posee una relación de manera muy significativa con la obesidad del adolescente según la prueba estadística Chi Cuadrado ($p < 0,01$). Recomienda: A los investigadores se

recomienda aplicar en paralelo el cuestionario a padres y tutores para obtener una mejor información sobre la población de estudio. Ampliar la investigación sobre el uso racional de las tecnologías de información y comunicación, partiendo desde la importancia de su verdadero fin. A la institución educativa se recomienda considerar medidas preventivas de sobrepeso y obesidad, por ejemplo, promover pautas para una alimentación saludable, incentivar la actividad física, así como el uso racional de las tecnologías de la información y comunicación, en conjunto con los docentes, tutores, padres y apoderados. (6)

Flores C. (2017) Tesis titulada: Conocimientos nutricionales de los padres, frecuencia de consumo de alimentos y su relación con el estado nutricional de los adolescentes de 2° a 5° grado de la IEP N° 70025 Independencia Nacional de la ciudad de Puno - 2017. Cuyo Objetivo es: objetivo determinar la relación de los conocimientos nutricionales de los padres, la frecuencia de consumo de alimentos y el estado nutricional de los adolescentes de 2° a 5° grado en la institución Educativa Primaria N° 70025 Independencia Nacional de la ciudad de Puno – 2017. Comprobando la hipótesis el cual es: Los conocimientos nutricionales de los padres, la frecuencia de consumo de alimentos tiene en relación con el estado nutricional de los adolescentes de la IEP N° 70025 Independencia Nacional de la ciudad de Puno. Haciendo uso de la metodología con un tipo de investigación descriptivo, analítico y de corte transversal. Aplicando a una muestra de constituida por 97 adolescentes con su respectivo padre o madre. De tal manera que concluye: Los conocimientos nutricionales de los padres no tienen relación con el estado nutricional de acuerdo a los indicadores T/E, IMC/E en los adolescentes en la institución Educativa Primaria Independencia Nacional Puno. Recomienda: A los gobiernos nacional, regional, local, DIRESA, instituciones educativas, establecimientos de salud y entidades a fines, así también a los profesionales de salud, (nutricionista), comunidad educativa, etc. para que se involucren activamente en temas de alimentación, nutrición y salud, para que hagan cumplir la Ley N° 30021, ley de promoción de la alimentación saludable para adolescentes, niñas y adolescentes. (7) (8)

Cabana Colque. (2016), Tesis titulada: Hábitos alimentarios, patrón de alimentación y estilos de vida, de estudiantes de la una, Puno Cuyo objetivo:

Determinar los hábitos alimentarios, patrón de alimentación y estilos de vida, de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Haciendo uso de una metodología con un tipo de fue transversal, descriptivo y analítico; los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios como hábitos de consumo, patrón consumo alimentario, estilo de vida y IPAQ, que comprenden desde los 7 años hasta los 11 años (segundo grado – hasta sexto grado de primaria). Concluye: se determinó los hábitos alimentarios, patrón de alimentación y estilos de vida en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

En relación con los hábitos alimentarios, se identificó los hábitos alimentarios que la mayoría de estudiantes universitarios tienen los hábitos alimentarios adecuados. Sin embargo, se encontró horarios irregulares como el desayuno y almuerzo, consumo diario de las frutas y verduras fue debajo de 5 porciones. Los motivos que se omiten los tiempos de comida tres veces a la semana, el cual atribuye a la falta de tiempo y económico. Recomendación: Se recomienda integrar un programa de Universidad saludable en la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, como una institución de la promotora de salud y que forme a sus estudiantes como profesional competitivo, responsable y contribuya al desarrollo saludable y sostenible del país, así como en sus integrantes en su entorno de la Universidad. (9)

Miranda, V. (2017) Tesis titulada: Consumo de alimentos en escolares y estado nutricional de los estudiantes de las instituciones educativas primarias de la ciudad de Puno – 2017, Cuyo objetivo: Determinar el consumo de alimentos en escolares y estado nutricional de los estudiantes de las Instituciones Educativas Primarias de la ciudad de Puno 2017. Haciendo uso de una metodología con un tipo fue de tipo descriptivo, analítico y de corte transversal, en la que se aplicó el diseño estadístico de la Chi cuadrada; los instrumentos utilizados fueron: Cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos. Concluye: Se evaluó la frecuencia de consumo de alimentos que se expenden en quioscos escolares expresado en el índice de alimentación, encontrándose que el 92.21% de los estudiantes presenta un consumo poco saludable y el 3.79% requiere cambios en su alimentación, según el indicador índice de masa corporal por edad el 8.83% de los estudiantes evaluados presentan obesidad, el 33.44% sobrepeso y el 56.78% un estado nutricional normal; según talla por edad el 90.85%

presenta un estado nutricional normal y el 7.89% talla baja, la frecuencia consumo de alimentos en quioscos escolares tiene relación con el estado nutricional según el índice de masa corporal por edad en los estudiantes de las instituciones educativas primarias de la ciudad de Puno 2017. Por el contrario, no se encontró relación entre las variables según talla para la edad. Recomienda: Buscar alianzas entre los centros de salud e instituciones educativas para el desarrollo de sesiones de capacitación sobre el consumo de alimentos dentro de las escuelas dirigido a padres de familia, docentes y estudiantes, promoviendo el consumo de alimentos saludables en los niños y adolescentes, Involucrar a las autoridades regionales y locales, región de salud, unidad de gestión Educativa Local y sociedad civil para lograr el cumplimiento de la Ley N°30021 "Ley de Promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes". (10)

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según lo indicado por la FAO (1996), los medios de comunicación masiva son los canales de comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes. Es imperativo percibir entre dos canales de comunicación, llamados comunicación interpersonal (individual o en grupo) y las comunicaciones generales. La voz es el órgano fundamental de la comunicación interpersonal, sin embargo, se prescribe la utilización de otros materiales de ayuda: estos pueden ser impresos, visuales y audiovisuales. Fortalecen la comunicación oral entre el "maestro" y su grupo de interés previsto.

El impacto en desarrollo de los medios en la obtención del aprendizaje supone un trabajo innegable, asumiendo un trabajo instructivo significativo, al punto que se suele decir que comparten con el marco instructivo formal la importante asignación de controlar los procedimientos de desarrollo social de el mundo real, ya que los medios de comunicación, y en particular la televisión, son fuentes de información y generadores de información, lo que afecta la utilización del sustento. (11)

2.2.1.1. Tipos de Medios de Comunicación

Podemos caracterizar los medios de comunicación masiva (MCM o MASS) en vista de ciertos criterios, por ejemplo, la apertura de la población a los mensajes emitidos por los diversos medios y la fluctuación la actividad - objetivo que se establece desde los contenidos efectivos en cada medio.

Tipo 1: De masas para las masas: es decir, gran apertura y alta variedad del objetivo (medios no específicos), aquí descubrimos radio, prensa, televisión y la revista de masas.

Tipo 2: De masas para públicos específicos: aquellas con baja disponibilidad y alta variedad de objetivos, aquí descubrimos la revista como también televisión "cable".

Tipo 3: Especializados para las masas: son los métodos con alta disponibilidad y baja inconstancia de objetivos, por ejemplo, películas o cine, libros, revistas y radio.

Tipo 4: Especializados para públicos específicos: cuando tienen poca disponibilidad y poca capacidad de cambio de objetivos, por ejemplo, películas, libros, videos, revistas y TV "cable".

Tipo 5: Informativa de masa entre las masas: disponibilidad libre, similar a la instancia de Internet. (12)

2.2.1.1.1. Televisión.

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada por medio de ondas de radio, por redes de televisión por cable, televisión por satélite o IPTV, de los que existen en modalidades abierta y paga. El receptor de las señales es el televisor (13)

Los colegiales y la televisión:

El estudiante tanto en la infancia como en la adolescencia realiza sus primeros aprendizajes a través de la observación, experimentación e imitación y en este aspecto la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad, ofreciendo importantes modelos de realización para el niño. Pero al

mismo tiempo que la televisión puede ofrecer experiencias enriquecedoras para el aprendizaje del niño, mostrándole modelos pro sociales de conducta.

En el aprendizaje del lenguaje, la televisión juega también un papel crucial. Data la importancia que posee el lenguaje en el desarrollo del pensamiento infantil y la influencia que los mensajes televisivos tienen para ese pensamiento en desarrollo, en este caso el medio podría servirnos de instrumento para potenciar las capacidades lingüísticas orientando sus efectos adecuadamente. Otra importante influencia que la televisión produce en el espectador, como bien señala Joan Ferrés, es la transformación de hábitos perceptivos, que implica una modificación de los procesos mentales, al tiempo que crea la necesidad de una hiper-estimulación sensorial. El medio televisivo a diferencia de otro medio, como el verbal, va a privilegiar la percepción sobre la abstracción, lo sensitivo sobre lo conceptual. Es natural, por tanto, que tienda a provocar respuestas de carácter emotivo más que de carácter racional.

Otro de los efectos que potencia la narrativa televisiva y que el autor comenta es de la necesidad de inmediatez y el sentido de la impaciencia, dada la multiplicación y superposición de imágenes e informaciones a que el medio habitúa al espectador. Dicha hiper-estimulación sensorial es la que incrementa aún más la gratificación instantánea.

La publicidad puede ser muy nociva para los niños y adolescentes porque les manipula, las imágenes y la forma de presentar los productos les hace desearlos, pero ellos no saben que se los están intentando vender y los niños exigen a sus padres que se los comprenden. (14) (15)

Desarrollo e influencia de Internet en la sociedad

Al igual que con la aparición de inventos como el telégrafo, el teléfono, la radio o las computadoras, la llegada de Internet se tradujo en un cambio profundo en la sociedad. Desde las costumbres cotidianas, hasta las formas de comunicarse, transmitir datos y hasta informarse, fueron atravesadas por la implementación de Internet en la vida diaria.

Siguiendo esa línea, es imposible negar que la sociedad actual se encuentra completamente atravesada por estas nuevas tecnologías de la información y la

comunicación. Tal como enuncia la Real Academia Española en su vigésima tercera edición, Internet se define como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación”. (16)

Internet comienza a gestarse a principios de los '60, cuando el investigador del MIT (Massachusetts Institute of Technology) Carl Robenett Licklider publicó una serie de documentos donde se discutía el concepto de “red galáctica”. Este hombre hacía referencia a una red interconectada globalmente a través de la que cada uno pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas.

Se trataba de una concepción bastante similar a la de Internet actual. Leonard Kleinrock fue el primero en publicar desde ese mismo instituto un documento donde exponía una propuesta diferente a la de Licklider: la “teoría de conmutación de paquetes”. Este investigador hacía referencia a la posibilidad de realizar comunicaciones mediante paquetes en lugar de hacerlo a través de circuitos.

El mayor avance se dio a mediados de los '60, cuando Lawrence G. Roberts, otro de los investigadores del MIT, realizó la conexión entre un ordenador de Massachusetts y uno de California a través de una línea telefónica. Este experimento mostró claramente que los ordenadores podían trabajar en conjunto, pero que el sistema telefónico no era el adecuado para realizar este tipo de trabajos de ahí la población mundial se sumergió en el internet hasta el punto de tomar decisiones a base de información almacenada en el mismo. (17)

2.2.1.1.2. Definición de redes sociales

Según (Requena Santos, 2012), Las redes sociales son sitios de Internet formados por asociaciones de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a tomar contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales. (18)

Características de las redes Sociales: Según (Sedano, 2017), las características de las redes sociales vienen a ser la identidad virtual que el sujeto adopta en estas plataformas, estas son:

- Personalización: Ya que los usuarios son capaces de ajustar las configuraciones del sitio.
 - Vínculos y conectividad. Las redes sociales tratan de establecer lazos con otras personas, conexiones de diversa índole, que estos sitios ayudan a crear y mantener vivos. Los usuarios deben ser capaces de relacionarse y hacer crecer sus redes de contactos, de lo contrario no podríamos hablar de redes sociales.
 - Interacción. Es lo que mueve a las redes sociales, lo que mejor plasma su carácter social. Ya sea que se comparta un mismo interés en algún deporte, una misma institución, o lo que fuera, la gente está allí para comunicar y expresarse.
 - Identidad Virtual. Un perfil es la carta de presentación que tiene cada persona, que puede tener elementos sencillos o complejos según la naturaleza y tamaño de la página.
 - Tiempo real. A diferencia de los foros y otras páginas de comunidades, las redes sociales ofrecen la oportunidad de establecer relaciones con respuestas inmediatas, asegurando una interacción continua.
 - Inteligencia colectiva. el sentido de colaboración, creación conjunta y ayuda mutua inspira la conformación de redes sociales. Es el usuario quien en comunidad propone, soluciona, aporta y da soporte a la misma.
 - Lenguaje multimedia e hipertextual. El lenguaje de las redes sociales es el de Internet, en el que se usan los recursos audiovisuales; Es decir, texto, imagen, video, audio, gráficos interactivos y animaciones y los enlaces para comunicar.
 - Viralidad. El sistema de redes de contactos hace fácil la propagación de contenidos, multiplicando exponencialmente su exhibición e influencia.
- (19)

Facebook: Historia y llegada a Perú

Actualmente es una de las redes sociales más populares y exitosas de la web. Facebook a principios de 2004, cuando el estudiante universitario de 19 años, Mark Zuckerberg, intentó crear -con la ayuda de Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Eduardo Saverin- una comunidad exclusiva para compartir información entre los estudiantes de la Universidad de Harvard, en Estados Unidos (17). Lejos de los planes iniciales, la red social se expandió al permitir que los estudiantes agregaran a miembros de otras instituciones ajenas a ese sitio. Así, terminó siendo abierta al público en general (sólo bastaba con tener una cuenta de correo electrónico), lo que la convirtió en un verdadero boom en la web. En Perú, la red social alcanzó este año los 20 millones de usuarios (20). Actualmente el sitio cuenta con más de 865 millones de usuarios a nivel global, quienes comparten fotos, mensajes e intereses comunes. En una entrevista al Diario The Wall Street Journal, Zuckerberg aseguró: “Nuestra misión es conectar a la gente (...) La mejor manera de que Facebook funcione es hacer lo que la gente quiere”.

En ese sitio, los usuarios pueden subir fotografías y videos, publicar notas, recibir noticias sobre posteos que realicen sus amigos, unirse a grupos de intereses afines, del mismo lugar de residencia, universidad o empresa, y hasta incluso jugar en grupo y porque no tomar decisiones en base a información obtenida en facebook.

De esa manera, día a día millones de usuarios coinciden en esas sub-redes creadas en Facebook donde comparten contenidos, opiniones y noticias sobre un determinado tema a través de las aplicaciones ofrecidas. Además, se convirtió en un espacio donde empresas grandes y pequeñas pueden desarrollar aplicaciones y hasta hacer sus negocios mediante esta plataforma. (21)

Facebook

Según (Faerman, 2010), Facebook hoy por hoy, es un fenómeno social, de la cual muy poca gente puede abstenerse, aun sin comprender exactamente cuál es su utilidad. Es una red social creada por Mark Zuckerberg. En la actualidad está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. En facebook todos los usuarios pueden participar en una o más interacciones

sociales generadas en esa plataforma sin que esto conlleve a tener una relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. (22)

Twitter. Es un servicio de microblogging gratuito que permite a los usuarios enviar y compartir entradas cortas, denominadas “tweets”, no mayores de 140 caracteres. Ha empezado a llamar la atención de los usuarios por la existencia de personas famosas y la fuerte presencia en los medios. Tiene un carácter diferencial, ya que es más un redistribuidor de información o una manera de conversar colectivamente (BBVA y The Cocktail Analysis, 2012). Se fundamenta en el presente, en lo que está ocurriendo en el momento actual. Las conexiones de Twitter no son relaciones de amistad mutuas como sucede en Facebook. (23)

Instagram

Según (Hernandez Mejia, 2014), define Instagram como una red social cuyo objetivo principal es compartir fotos y videos con el resto de la comunidad, su principal diferenciación reside en los múltiples efectos y filtros fotográficos que los usuarios pueden aplicar a sus imágenes con un simple clic, y además con un simple toque clásico, todos los recuerdos subidos son recortados en forma cuadrada recordando a las cámaras kodak o polaroid. Instagram a su vez es una aplicación totalmente gratuita que se integra a la perfección con Facebook y Twitter, lo que permite que las imágenes se compartan fácilmente con aquellos que no son usuarios de Instagram y provoca el cruce de usuarios de una comunidad a otra, difundiendo además las ventajas y beneficios que Instagram puede aportar al usuario. (24)

La radio La radio forma parte de dos términos llamados: Radiofonía y Radiodifusión. Muñoz y Gil (2000) explican que la radiofonía es la parte de la física que estudia a los fenómenos de producción del sonido por la energía radiante. Es un concepto de carácter científico que se refiere más a la realidad física del sonido y las ondas que a la comunicación, es decir a la comunicación mediante cualquier señal o emisión conducida a través de un cable. Muñoz y Gil (2000) describen el otro término de Radiodifusión “al sistema de transmisión y comunicación por medio de la radiofonía”, (p.30).

Muñoz y Gil (2000) afirman que es el medio de comunicación y expresión plural más cercana, llega a las personas en forma de voz amiga, transmite cuando se está solo, acompaña en el hogar, bus, oficina, y en muchos lugares. Aparte es uno de los métodos más importantes en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes, terremotos, inundaciones y guerras o apagones generalizados en una ciudad. La radio sirve para informar de lo que sucede, mantener alerta y difundir mensajes para informar a la población. Sin duda es un emisor que utiliza elementos expresivos ya existentes como la voz, dicción, tonalidad entre otros elementos ya utilizados en algunos procedimientos de comunicación y que sus contenidos no tienen distinción, como la noticia por ejemplo que puede ser escrita o hablada, pero no deja de ser información lineal. (25)

Publicidad en periódicos y revistas

La Prensa Escrita

La prensa escrita en el Perú

El periodismo en el Perú se inicia en la época Colonial. Lo hace del mismo modo que en Europa con boletines tales como "Relaciones" y "Noticiarios", que contenían noticias de carácter mundial y que se publicaban en Lima a la llegada del correo de España. Es el año 1810 el que marca el inicio de una etapa importante en el periodismo en el país. Ese año se da la constitución de Cádiz, que decreta la libertad de pensamiento y la supresión de la Inquisición. Gracias a este decreto, se da una nueva apertura en el periodismo y comienzan a circular abundantes impresos (Oyarce, 2000, p.25) (26)

Características de la prensa escrita

A grandes rasgos la prensa escrita se caracteriza por su permanencia indefinida en poder de los lectores y además cumple con una función informativa y analítica en cuanto a que argumenta, concluye y plantea soluciones; lo que la convierte en orientador cultural e ideológico de sus lectores. Los periódicos también material para la investigación, dado que permiten almacenar la información indefinidamente y constituyen un material de consulta disponible en cualquier momento en las hemerotecas. Así es posible "regresar el tiempo" a épocas pasadas y captar información invaluable, datos, fechas etc. En cuanto a su contenido podemos decir que más de 60% es publicidad y propaganda, gracias

a las cuales los periódicos pueden subsistir y sostener precios al alcance de la mayoría de los bolsillos, que, de otra manera, sería imposible mantener. Este factor económico, el surgimiento de la radio y la televisión ya que es necesario considerar que, durante más de 200 años, los periódicos fueron el único medio de comunicación que podía llegar simultáneamente a gran número de personas (Jiménez, 2001, p. 15) (27)

2.2.1.2. Medios de comunicación e información alimentaria

Aranceta Bartrina, 2006, (1) define la tecnología de información y comunicación como una investigación sistematizada de la disposición de la metodología que se encuentra en la administración de información y comunicación. Las tecnologías de la Información y la comunicación aluden a cada uno de los instrumentos, procedimientos y apoyos que están destinados a mejorar la comunicación humana. La prensa, la radio, el cine y la televisión son hoy una pieza prácticamente básica de la vida cotidiana del hombre de hoy. (28)

Los medios asumen un trabajo en la animación de las necesidades latentes o sentidas de la población en relación con su inclusión en la dieta, el bienestar y la naturaleza de la vida familiar, entre otros (Fig. 1). Los información contenidos o aportados por el MASS tienen la poderosa naturaleza de comunicar mensajes positivos con respecto a la utilización de nutrientes específicos.

Todas las configuraciones de difusión que transmiten información de sustento son aptas para afectar el entusiasmo para intentar una preparación específica para el alimento o para fusionarlas en la cesta de la compra, dependiendo de las características organolépticas propuestas o de ciertas propiedades saludables o de bienestar. (28)

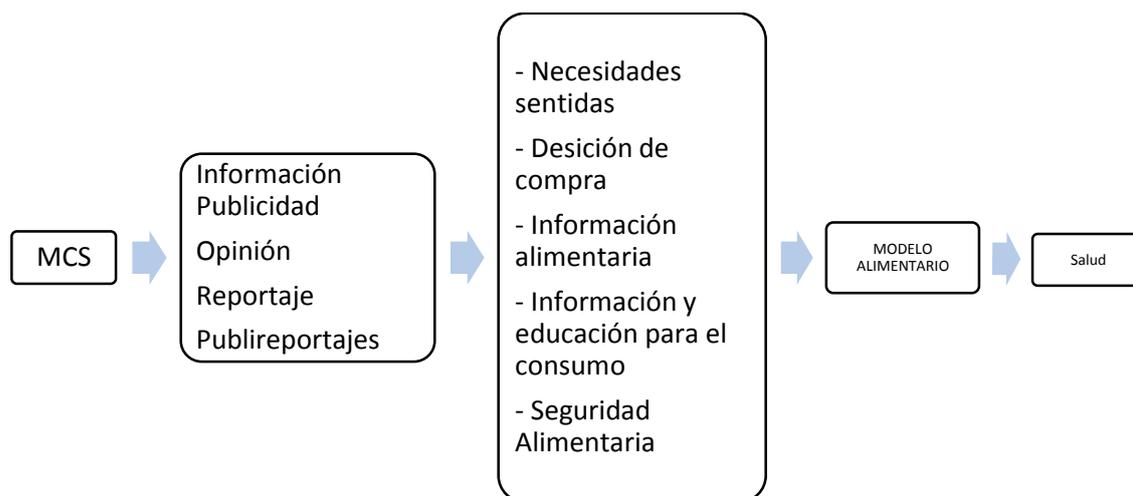


Figura 1: Medios de comunicación masiva (MASS), información, publicidad, necesidades sentidas, decisión de compra y modelo alimentario relacionado. Fuente Aranceta, 2013. (29)

2.2.2. MEDIO AFECTIVO SOCIAL

La condición social llena de sentimiento de un individuo alude a su núcleo más cercano al hogar que incorpora familiares y compañeros, amigos, que significa una organización entusiasta sucesiva para el sujeto. Un individuo se siente muy bien en una situación apasionada, ya que está en un entorno de autoestima y cercanía con uno mismo. Un individuo tiene diversas organizaciones interpersonales ya que la persona es social en general. (18)

En los largos períodos primarios de la vida, el núcleo familiar establece en el entorno, sin embargo, es en la organización escolar y particularmente en la pubertad y la juventud donde el grupo de compañeros decide los ejemplos principales de decisión y modelos en la rutina de comer y la utilización de bebidas y adornos. En la escuela y los adolescentes organizan pioneros sociales y fotos de marcas que aglutinan inclinaciones y sustentaciones o bebidas estelares, además, los pioneros más cercanos de nuestra condición apoyan la ejecución de la conducta de personificación o la participación en la reunión. (30)

2.2.2.1. Círculo afectivo (familia) y el adolescente

Rodríguez & López, 2015 Indica: La vida familiar proporciona a los adolescentes desde el principio el efecto más significativo en su formación, siendo un componente decisivo en las reacciones sociales de los adolescentes. (31)

En el entorno adolescente, hay un desafío entre el grupo familiar y el grupo contemporánea; el último es el que le da reglas sobre cualidades, sexualidad, atuendo, estilo de vida, asuntos gubernamentales, diversión y puntos de vista futuros; Por todo el tiempo, entrar en lo inmaduro en un procedimiento de renegociación con sus amigos en cuestiones de autogobierno y control. La colaboración entre el inmaduro y su gente se describe habitualmente por una comunicación deficiente y una articulación negativa llena de sentimientos, que resulta en una administración insuficiente de los activos para el control de la conducta. (24)

2.2.2.2. Círculo social (amigos) y el adolescente:

Amialchuk, A.; Heiland, F., 2015 en su investigación encontró una distinción crítica entre el impacto de los compañeros en la ejecución de los juegos y el movimiento físico, al igual que en la recurrencia de la utilización de alimentos de bajo costo, de todos modos, esto demuestra que el impacto de los compañeros en la utilización del sustento generalmente no es beneficioso.

La condición social que nos abarca ha adquirido una importancia extraordinaria en lo que respecta a obtener y mantener marcos mentales y prácticas sobrenaturales después de algún tiempo para los estados de bienestar del individuo, por ejemplo, los patrones dietéticos. (18)

En este sentido, la pubertad es un período excepcional a considerar, ya que es un momento de cambio a la edad adulta, en el que se producen ajustes fisiológicos, mentales y sociales, que pueden poner en peligro las sólidas propensiones obtenidas en la adolescencia.

Los adolescentes se presentan a una gran cantidad de impactos de sus compañeros y de la sociedad en general, que son parte de sus vidas y con quienes siempre se contactan. En adelante, las prácticas de los adolescentes, por ejemplo, los patrones dietéticos, podrían reaccionar a un ejemplo comparable relacionado con su organización informal. (18)

Según lo indicado por De la Haye, K.; Robins, G; Mohr, P.; Wilson, C., 2014, los adolescentes en general estructurarán obligaciones de parentesco que en general copiarán la conducta de sus compañeros. En este sentido, atestiguó que el arreglo de parentesco parece afectar el tipo de alimento que los adolescentes devoran, por ejemplo, comida barata, bocaditos dulces y salados, refrescos con alto contenido calórico, alimentos frondosos, propensiones al desayuno, etc. Los adolescentes, a través de su sistema de compañeros y asociados, podrían verse afectados en cuanto a la suma y el tipo de sustento que comen. (18)

Arias, N.; Marqués, M.P.; Calvo, M.D.; Sánchez, A.B.; Quiroga, E.; García, R.M., 2015, Mencionan: Los patrones dietéticos de los adolescentes están cambiando, una parte de las prácticas sanas están suplantadas por otras cada vez más hirientes afectadas esencialmente por la organización interpersonal (compañeros) que es una parte de su condición. Entonces, nuevamente, la medida del sustento que se ingiere puede ser moldeada por varios componentes, por ejemplo, la condición social que abarca al individuo.

En los adultos, se ha demostrado que las personas comen más alimentos en el caso de que estén en la organización de diferentes personas, en contraste con cuando comen solos. Esta realidad es probable debido a la expansión del tiempo al mediodía, debido a la comunicación social, particularmente cuando se unen familiares y compañeros, en los que se incluye un clima de desconexión y desinhibición; Por otro lado, en la fase de la juventud, la naturaleza de la seguridad con la que se comparte el sustento resulta ser progresivamente significativa. Es decir, los adolescentes comen menos, más o igual en organizaciones no familiares, por ejemplo, personas de la misma edad, en el mismo vecindario o colegas, que, si lo hacen solo, sentados frente al televisor o sintonizando música. (32)

2.2.2.3. Apego

Evolución de la teoría del apego

Diferentes autores, han estudiado las características del vínculo materno-filial normal y sus alteraciones y repercusiones en el desarrollo psico-afectivo.

El concepto de apego evolucionó del Psicoanálisis, en particular de la teoría de las relaciones objetales. El primero en desarrollar una teoría del apego a partir

de los conceptos que aportaba la psicología del desarrollo, con el objetivo de analizar y explicar por qué los adolescentes se convierten en personas emocionalmente apegadas a sus primeros cuidadores, amigos, compañeros o individuos de su entorno, así como los efectos emocionales que resultan de la separación, fue John Bowlby, quien intenta mezclar los conceptos provenientes del psicoanálisis y la teoría de sistemas para explicar el lazo emocional del hijo con su progenitor ya sea madre o padre, madre amigo compañero, personas a su entorno. (33)

Bowlby (1969) hizo una descripción meramente conductual; la necesidad aparece en ausencia del cuidado/a y la presencia de este/a hace desaparecer la necesidad. En 1973 sostuvo que la meta del sistema de apego era mantener al cuidador accesible y receptivo y para referirse a esto, utilizó el término disponibilidad. Posteriormente, en 1980 incorporó la noción de que las experiencias con el cuidador, mediante una serie de procesos cognitivos, dan lugar a modelos representacionales. (33)

En esta línea, entendemos que un sistema de apego alcanza el objetivo cuando ofrece seguridad al adolescente.

Botella (2005) menciona que las funciones primordiales son:

- a) Mantenimiento de la proximidad
- b) Base segura desde la cual explorar el mundo
- c) Refugio seguro en el que buscar consuelo y seguridad ante el peligro o la amenaza

El sistema de apego tiene una función homeostática al contribuir a mantener el equilibrio entre las conductas exploratorias y las de proximidad. A esta contribución Girón, Rodríguez y Sánchez (2003) añaden lo siguiente: cuando se desarrolla una relación de apego saludable, se satisfacen las necesidades físicas y psíquicas del adolescente y éste desarrolla un sentimiento de seguridad. La experiencia de que la figura de apego (el cuidador) es accesible y responderá si se le pide ayuda, suministra un sentimiento de confianza, que facilita la exploración tanto del mundo físico como del social (Bowlby, 1998). (33)

CLASIFICACION DE LOS ESTILOS DE APEGO:

El esquema de apego que desarrolla un individuo durante sus años de inmadurez está profundamente influido por la manera en que lo tratan sus padres u otras figuras de tipo parental.

Para la clasificación de los tipos de apego Ainsworth y cols. (1978) elaboraron un instrumento denominado "situación extraña", con el objetivo de evaluar la manera en que los adolescentes utilizaban a los adultos como fuente de seguridad, desde la cual podían explorar su ambiente; también la forma en que reaccionaban ante la presencia de extraños, y en los momentos de separación y reunión con su progenitor ya sea madre o padre, madre amigo compañero, personas a su entorno. (34)

Ainsworth distinguió a raíz de ésta prueba tres tipos de apego según la respuesta del adolescente:

- 1.- Adolescentes con apego seguro (A)
- 2.- Adolescentes con apego ambivalente (B)
3. -Adolescentes con apego evitativo (C)

Han sido identificados de manera confiable tres esquemas de apego, así como las condiciones familiares que los favorecen:

Apego Seguro: El individuo tiene confianza en el hecho de que su madre-padre, amigo compañero, personas a su entorno. está disponible, se siente alentado en sus exploraciones del mundo, son capaces de usar a sus cuidadores, amigos, compañeros o individuos de su entorno como una base de seguridad cuando están angustiados. Los cuidadores, amigos, compañeros o individuos de su entorno se caracterizan por ser sensibles a sus necesidades, proporcionando confianza en que sus figuras de apego estarán disponibles, que responderán y les ayudarán en la adversidad. En el dominio interpersonal, tienden a ser más positivos, integrados y con perspectivas coherentes de sí mismo, tienden a ser más cálidos, estables y con relaciones interpersonales satisfactorias, De igual forma, muestran tener una alta accesibilidad a esquemas y recuerdos positivos, lo que las lleva a tener expectativas positivas acerca de las relaciones

interpersonales. (Feeney, B. & Kirkpatrick, L. 1996, citados por Machay, 2008). (34)

Apego Ambivalente: El individuo no está seguro de que su progenitor ya sea madre o padre, madre amigo compañero, personas a su entorno esté disponible y le responda o le ayude si él llama. Debido a esta incertidumbre, siempre estará sujeto a esta angustia de separación, tenderá a pegarse a la progenitora y se mostrará angustiado a ir a explorar el mundo. Responden a la separación con angustia intensa y mezclan comportamientos de apego con expresiones de protesta, enojo y resistencia, no tienen expectativas de confianza respecto al acceso y respuesta de los primeros. Estas personas están definidas por un fuerte deseo de intimidad, junto con una inseguridad respecto a los otros, pues desean tener la interacción e intimidad y tienen intenso temor de que ésta se pierda. De igual forma, desean acceder a nueva información, pero sus intensos conflictos las lleva a alejarse de ella. (Gayó y Darwin C, 1999). (35)

Apego Evitativo: El individuo no tiene ninguna confianza en el hecho de que si busca cuidados se le responda de modo útil, y, por el contrario, espera un rechazo. Intenta vivir su vida sin amor ni apoyo por parte de los demás. Trata de ser autosuficiente en el plano afectivo. Este tipo de apego evitativo, se ha asociado con la presencia del "síndrome no orgánico de detención del desarrollo" que se caracteriza por carencias nutricionales y/o emocionales que derivan en una pérdida de peso y un retardo en el desarrollo físico, emocional, social y escasa reacción a la separación. Este tipo de personas evita o inhibe conductas de proximidad y de expresión de afectos hacia su figura de apego, mayor atención a su ambiente, tienen despliegues mínimos de afecto y angustia hacia el cuidador, o evasión de esta figura ante situaciones que exigen la proximidad y rechazan la información que pudiese crear confusión, cerrando sus esquemas a ésta, teniendo estructuras cognitivas rígidas, poseen más propensión al enojo, caracterizándose por metas destructivas, frecuentes episodios de cólera y otras emociones negativas (Gayó, 1999). (35)

Cuando estos esquemas de apego se establecen tienden a persistir. Esto se debe al hecho, de la manera en que el padre trata a su adolescente, buena o

mala, tiende a mantenerse sin modificación y a que todo esquema tiende a perpetuarse a sí mismo. Cuando el adolescente crece, este esquema se vuelve, cada vez más, una característica suya, lo que significa que propende a imponérselo a nuevas relaciones. (35)

En el transcurso de los primeros años de vida, el adolescente construye el modelo mental que representa a su madre y a su manera de conducirse con ella, así como un equivalente para el padre; hacen ver claramente que las formas que estos modelos adoptan se apoyan en la experiencia que el individuo tiene con sus padres. La teoría del apego explica el desarrollo de las personalidades flexibles y sanas en el plano mental, y el de otras sujetas a la angustia, a la depresión o a otras formas de mala salud mental (Lebovici, et al, 2012) (36)

APEGO EN LA ADOLESCENCIA

La adolescencia es un momento de profundas transformaciones: cognitivas, emocionales y sociales que van a tener una repercusión directa sobre el significado y expresión del establecimiento de los vínculos afectivos percibidos como incondicionales y duraderos a través de las primeras relaciones.

Bowlby, (1980) (33) considera que algunos comportamientos de apego disminuyen con la edad, la calidad de la conexión de apego se ve como relativamente estable a lo largo de la vida de la persona. Allen y Land (1999) mencionan que la capacidad de los adolescentes para conseguir equilibrar su necesidad de autonomía y su deseo de conservar un sentido de aproximación, sobre todo en el contexto de los desacuerdos son características particulares a esta fase.

Especialmente durante la adolescencia, los patrones de apego adquieren importancia al proporcionar al individuo estrategias para mantener o restaurar la propia seguridad. De esta manera al tener la certeza de contar con el apoyo y la disponibilidad de los padres (figuras de apego primarias), se tiene la base para la formación de la personalidad sólida y estable.

Cooper, Shaver y Collins (1998), mencionan que la seguridad en el apego podría ser considerada un factor de protección en el desarrollo social en general, pero también con el desarrollo afectivo y sexual del adolescente. (37)

2.2.3. EL ADOLESCENTE Y SU ALIMENTACIÓN

La adolescencia, obtenida etimológicamente de la expresión latina "adoleceré" que pretende desarrollar, crear y se caracteriza como la fase de avance entre la adolescencia y la edad adulta. Medina, M.; Pineda, S., 2013. (38) De acuerdo con el Fondo de Emergencia Internacional para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF), se suma una importancia poco común a la tarea de lograr que los adolescentes se vean más incómodos y subestimados al garantizar sus derechos en una amplia gama de circunstancias, incluidos los enfrentamientos, la fase que va tras enfrentamientos y crisis. (39)

Según lo indicado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), plantea la idea de la adolescencia, como el momento de la vida entre el desarrollo natural, místico y social y la instantánea de aceptar los trabajos y deberes de los adultos, este es el medio por medio de lo que muy bien puede decirse que los adolescentes comienzan a estudiar su capacidad en cuanto a la ejecución al ocupar puestos futuros, al tiempo que enfrentan nuevos deseos sociales identificados con el deber y la decisión de las estructuras relacionadas con las palabras. (40) (41)

Adolescencia: Según lo indicado por la Academia Americana de Pediatría, 2015, "La adolescencia se ve como un procedimiento social físico que comienza en algún lugar dentro del rango de diez y quince años, con la presencia de cualidades sexuales opcionales, y termina alrededor de veinte, cuando un desarrollo y desarrollo sustanciales Stop psicosocial, "se comprende como una fase de cambios, que se realizan en una dimensión física, hormonal y sexual, así como una dimensión social y psico-entusiasta.

En este período, ocurren cambios significativos en la forma de vida, a medida que su tamaño aumenta y su morfología y disposición fluctúan; Por otro lado, los requisitos previos de nutrición en esta etapa también aumentan, ya que dependen del uso importante para mantener la tasa de desarrollo, las variedades en la creación del cuerpo y la utilización de la vitalidad. (42)

Tojo, R. (2007) Refiere: En este período, ocurre un incremento extraordinario en la velocidad del desarrollo del cuerpo, logrando la mitad del peso final y logrando el pináculo de la masa ósea con la mitad de la masa esquelética. Por otra parte, hay un ajuste en la pieza del cuerpo que es diverso en función del sexo, con un notable incremento en la masa de ajuste en los hombres y la masa de grasa en las mujeres, lo que hace que la vitalidad y los requisitos previos del suplemento, además del hecho de que son extremadamente altos, Sin embargo, es extraordinario en todos, por lo que la utilización de un régimen alimentario deficiente puede tener un impacto problemático en el desarrollo físico y el desarrollo sexual. (43)

Lancho, 2015 Indica: En la inmadurez hay un cambio inesperado en la tasa de desarrollo, que demuestra contrastes en ambos sexos, tanto en su secuencia como en su poder. El "arrebato" de la juventud es significativo para el último tamaño, ya que en este período alrededor del 20% del desarrollo total ocurre, sin embargo, la distinción de tamaño entre un sexo y el otro es rara (3 a 4,5 cm.) pero esto se debe al inicio tardío del arrebato de desarrollo puberal y al desarrollo, más prolongado en medio del período prepúber en varones, lo que implica que, hacia el inicio del brote de desarrollo juvenil, los adolescentes ahora tienen un tamaño más prominente que 8 cm. El de las señoritas. (44)

A pesar del largo desarrollo, igualmente significativo en la expansión de peso que casi se empareja en este período, ya que los requisitos saludables se identifican firmemente con la expansión en masa, el pináculo más extremo de las necesidades alimentarias coincidirá con la instantánea de la mayor velocidad de desarrollo.

Las progresiones que ocurren en medio de la juventud influyen en toda la extensión de la grasa sin tejido graso y sin tejido graso, con contrastes increíbles en ambos sexos. De esta manera, en los chicos, la expansión en tejidos no grasos, esqueleto y músculo principalmente, es sustancialmente más significativa; De 10 a 20 años, el macho construye su masa sin grasa de 27 a 62 kg. (35 kg.), Mientras que la expansión en mujeres en un período similar es de alrededor de la mitad (18 kg.), De 25 a 43 kg acumula grasa progresivamente.

Teniendo en cuenta que los tejidos sin grasa se relacionan con la parte metabólicamente dinámica, los contrastes sexuales en el desarrollo acelerado tienen una repercusión significativa en los requisitos nutritivos en la pubertad.

La acción física es otro factor que además afecta a las necesidades saludables, y su evaluación es fundamental para evitar los errores de abundancia, que conducen no exclusivamente a la acumulación de grasa y corpulencia, además de a un aumento irrazonable en los tejidos no grasos que se desarrollan tarde. Logran el pináculo del desarrollo más extremo tardío. (44)

Alimentación del adolescente: Ballabriga & Carrascosa, 2006 La alimentación que recibe el adolescente debe respaldar un adecuado crecimiento y desarrollo y propiciar hábitos de vida saludables a fin de evitar trastornos nutricionales. El adolescente se debe preparar nutricionalmente de manera saludable para una vida de adulto más beneficiosa y sana; sin embargo, nuevamente, en esta época se pueden obtener nuevos hábitos de consumo de alimentos debido a diferentes factores, por ejemplo, impactos sociales e influencias psicológicas de compañeros y/o amigos, hábito para consumir fuera del hogar, el despido de los estándares familiares convencionales, la búsqueda de autoestima y un poder de adquisición más prominente.

Comprendemos por alimentación saludable una " alimentación que proporciona aporte todos los nutrientes y la energía que cada individuo necesita para mantenerse sólido y sano. Los nutrientes esenciales son: proteínas, grasas, carbohidratos, vitaminas, minerales y agua" (45)

FAO O. O., 2016 prescribe y recomienda a los adolescentes un consumo de 2500 a 2800 Kcal y la utilización diaria de:

CUADRO N° 1
REQUERIMIENTO ENERGÉTICO PARA ADOLESCENTES Y NIÑAS SEGÚN
GASTO ENERGÉTICO TOTAL Y PESO

EDAD (años)	VARON		MUJER	
	Requerimiento energético diario		Requerimiento energético diario	
	Kcal/día	Kcal/kg/día	Kcal/día	Kcal/día
10-13 años	2.450	55	2.300	47
13-16 años	2.750	45	2.500	40
16-20 años	3.000	40	2.300	38

Fuente. – Recomendaciones de energía y proteínas para la población infanto-juvenil (DRI; Academia Americana de medición. Food and Nutrition Board, 2002 (46) (47)

2.2.4. CONSUMO ALIMENTARIO

Macedo, Briceno, & Nunez, 1985 Indica: El consumo de alimentos es uno de los aspectos más importantes que deciden el estado nutricional de los habitantes del país. Se basa en los sistemas de producción, comercialización, poder de adquisición como factores de moldeo que promueven tipos específicos de consumo que tienen en el valor nutritivo.

Alimentación en el colegio

La edad colegial se caracteriza por un crecimiento lento y estable y por la progresiva madurez biopsicosocial. Es un periodo de gran variabilidad interindividual de los hábitos, incluido el alimentario o el de la actividad física y con un aumento progresivo de influencias externas a la familia, como son los compañeros, la escuela y las tecnologías de la información y la comunicación. En cualquier época de la vida la alimentación debe aportar la energía, el agua, los macronutrientes (proteínas, grasas e hidratos de carbono) y micronutrientes (vitaminas y minerales) y componentes bioactivos, necesarios para el mantenimiento de un buen estado de salud. Además, el comer debe ser un acto personal y social satisfactorio y gratificante.

En el periodo de la edad escolar, la alimentación saludable es imprescindible para la consecución de un crecimiento y desarrollo óptimos y el acto de la comida

debe ser un medio educativo familiar para la adquisición de hábitos saludables que deben repercutir en el comportamiento nutricional a corto, medio y largo plazo. (47)

La alimentación de un adolescente en edad escolar debe ser:

- **Completa:** Que incluya en las comidas principales del día, los diferentes grupos de alimentos (lácteos, carnes, huevos, frutas y verduras, cereales, legumbres y menestras, etc.)
- **Equilibrada:** Que cada comida principal contenga todos los nutrientes (carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas y minerales) en cantidades necesarias para cubrir los requerimientos diarios.
- **Suficiente:** Tanto en cantidad como calidad, para cubrir las necesidades nutricionales del adolescente.
- **Variada:** Es importante que los adolescentes aprendan a comer una gran variedad de alimentos.
- **Higiénica:** Que los alimentos tengan buena calidad y se preparen en un ambiente limpio e higiénico, para prevenir enfermedades infecciosas. El lavado de manos antes de prepararlos y comerlos es un hábito que debe fomentarse en los adolescentes desde pequeños. (47)

GRUPOS DE ALIMENTOS

a. Grupos de alimentos de consumo diario

- **Agua:** Teniendo en cuenta que más del 50% del cuerpo de los escolares es agua, su consumo abundante es imprescindible para su correcta homeostasis y salud. Existen dos líquidos de consumo prioritario, el agua corriente o en su defecto embotellada (vigilando el contenido de iones) y la leche. El agua debe acompañar a todas las comidas.
- **Cereales y tubérculos:** Constituyen la base de la alimentación. Son una fuente principal de energía y comprenden el pan, papa, camote, pasta, arroz, maíz, etc. La papa debe consumirse preferentemente cocidas, es recomendable, mientras que las fritas, tanto en casa como manufacturadas, debe ser limitado.

Una parte importante del aporte debe ser como cereales integrales, ya que son ricos en fibra y mantienen las concentraciones de vitaminas y minerales. Globalmente se recomienda el consumo de 6 o más raciones/día.

- **Frutas y vegetales:** Forman un grupo de alimentos especialmente importante por su alto contenido en micronutrientes, fitoquímicos, fibra, agua y su bajo contenido calórico y en grasa. Aportan vitamina A (carotenos), vitamina E, C, B, ácido fólico, Na, K, P, Ca, Fe, Zn, Se, Mg y fotoquímicos, con importantes acciones reguladoras y antioxidantes. La fruta debe consumirse preferentemente natural, fresca y entera, previamente lavada, contiene más fibra que los zumos. Hay que prestar especial atención a los sucedáneos de zumos por su escasa calidad nutricional y por su contenido energético. Las frutas desecadas como la ciruela, los dátiles, las pasas, entre otros, contienen menos agua y más energía. Al menos se debe consumir 5 raciones al día de frutas y verduras, combinando los colores: rojo, amarillo-naranja, verde, azul-violeta y blanco, los denominados colores de la vida y el bienestar.
- **Leche y derivados:** Son fuente de proteínas de buena calidad, con un perfil completo de aminoácidos esenciales, lactosa, abundancia de vitaminas del grupo B, en especial riboflavina, vitamina A y calcio. Debe destacarse su aporte de calcio. La alta tecnología alimentaria con los productos lácteos permite adaptarlos a las necesidades nutricionales, según edad, género, estado de salud, etc. (suplementos de vitamina D, prebióticos, probióticos, hierro, omega-3 y disminución o eliminación del contenido de grasa y lactosa, etc.). En escolares con sobrepeso, obesidad, hiperlipidemia y otras patologías puede ser recomendado el consumo de lácteos bajos en grasa o sin grasa. (48)

b. Grupos de alimentos de consumo semanal

- **Legumbres y menestras.** Forman parte de la tradición gastronómica española con innumerables recetas (frejoles, garbanzos, habas, lentejas, pallares). Aportan una cantidad importante de proteínas, que asociadas a las de los cereales aumentan significativamente su calidad y contenido de aminoácidos. Aportan hidratos de carbono, fibra, vitaminas y minerales. La

variedad de presentaciones debe permitir que sean atractivas y su consumo no produzca rechazo en los adolescentes. Se recomiendan 2-4 raciones/semana.

- **Carnes, derivados y aves.** Son una fuente importante de proteínas, de vitamina B12, hierro, zinc, potasio, fósforo y de grasas saturadas. De la carne de vacuno se debe consumir preferentemente la parte magra, la menos rica en grasa. En la de cerdo su componente magro (lomo, solomillo, paletilla) es de buena calidad, baja en grasa saturada y rica en oleico. Por el contrario, el tocino tiene un porcentaje elevado de grasa saturada. Muchos de los derivados cárnicos como los embutidos, además de la abundancia de grasa saturada, también son ricos en sodio, por lo que su consumo debe ser ocasional. Las carnes de ave (pollo, pavo) tienen menos contenido graso y deben consumirse sin piel. Se recomiendan 3-4 raciones/semana.
- **Huevos.** Importante aporte de proteínas de alta calidad, vitamina A, D, B12, fósforo, selenio y otros micronutrientes. Se recomiendan 3-4 raciones/semana. (48) (49)

c. Alimentos cuyo consumo debe ser infrecuente

Son aquellos alimentos que se caracterizan por su alto contenido energético y baja proporción de nutrientes. Son ricos en grasa total, grasa saturada y trans y/o azúcares añadidos y sal. Es decir, muchas comidas rápidas y bebidas blandas elaboradas industrialmente. Por ello, su consumo debe ser restrictivo, ya que favorecen una baja calidad nutricional y un balance positivo de energía.

2.4.1. Conducta alimentaria

Troncoso, C.; Amaya, P., 2016: declaran en su investigación que la conducta puede caracterizarse como "cualquier proceso o acción humana o animal, que puede observarse o estimarse de manera objetivamente y con neutralidad (sin impactos de juicios de valores, preferencias personales o prejuicios y con el acuerdo de distintos observadores), cuyo objetivo es cubrir una determinada situación carencial en las personas".

Entre las conductas adquiridas por los seres humanos, las de tipo alimentario se pueden caracterizar como una conducta continua relacionado con los hábitos

alimentarios, el consumo de alimentos, las preparaciones y cantidades consumidas; Esto se relaciona el estado nutricional de los individuos.

La conducta alimentaria es un fenómeno de naturaleza compleja e inicio multifactorial, que por definición se ve relacionado por diferentes elementos entre los cuales podemos especificar la sociedad, la cultura, la religión, la situación económica, el acceso a los alimentos, entre otros. (48) (50)

Cruz, 1991 Menciona: La conducta alimentaria se conceptualiza como "la conexión-Relación de intercambio con la cual el individuo obtiene los elementos que su ser vivo necesita para continuar la estructura biológica y mantener las necesidades energéticas". La conducta alimentaria es el modo para actuar de la persona ante los alimentos seleccionados, los prepara y los consume. (51)

2.4.2. Hábito

Díaz & Anigstein, 2006, págs. 246-247 considera hábito a toda conducta que se repite a tiempo de modo sistemático. Debe ser evidente que un hábito no es una conducta asidua sin importancia, sin embargo, debe ser de un grado de regularidad que se confunda con la vida del individuo que lo ostenta. Todos los individuos han inculcado una serie de hábitos que tienen notable relación o influencia en sus vidas, hasta el punto de decidir éxitos y los fracasos en diversas actividades. Esa es la razón por la cual es de suma importancia fijar la atención en las conductas recurrentes que se han incorporado. (52)

2.4.3. Hábito Alimentario

Loaiza S & E., 2006, pág. 8 Se pueden definir como los hábitos obtenidos a lo largo de la vida que afectan influyen o se relacionan en nuestra alimentación. Llevar una dieta equilibrada, variada y suficiente, acompañada de la práctica de ejercicio físico es la fórmula perfecta para estar sanos. Una dieta variada debe incluir alimentos de todos los grupos y en cantidades suficientes para cubrir nuestras necesidades energéticas y nutritivas. Para mantenernos sanos y fuertes, es esencial tener un régimen de alimentación adecuado y satisfactorio. No solo la cantidad o la porción de alimento que comemos, sino también su

calidad, ya que ambas impactan en el mantenimiento adecuado de nuestra salud. Para poder elegir el menú más saludable necesitamos saber qué nutrientes nos aporta cada alimento. (53)

Las personas necesitan, además del agua, una ingestión de alimentos variada, equilibrada y moderada del hecho de que no hay un solo alimento que brinde a cada uno de los nutrientes para mantener la vida y el bienestar; Por eso es fundamental el consumo regular de un conjunto de alimentos (dieta) que proporcione las cantidades adecuadas de proteínas, lípidos, glúcidos, vitaminas y minerales. Sin embargo, la alimentación moderna urbana es muy a menudo desequilibrada, desestructurada, y se suele asociar con una vida cada vez más sedentaria. Los hábitos alimentarios se adquieren desde la infancia y estas pautas alimentarias pueden ser el origen de patologías crónicas relacionadas con la malnutrición por exceso en edades posteriores.

Las mayores demandas nutricionales que se obtuvieron del rápido crecimiento que se produce en esta época, son interesantes con los ajustes en la conducta alimentaria que ocurren en la pubertad debido a factores sociales, el requisito de socialización y las necesidades de autonomía de esta etapa. (53)

FAO (2016) Define: Los hábitos alimentarios son el conjunto de costumbres que condicionan la forma como los individuos o grupos seleccionan, preparan y consumen los alimentos, éstos se transmiten de padres a hijos y están influidos por varios factores entre los que destacan: el lugar geográfico, el clima, la vegetación, la disponibilidad de la región, costumbres y experiencias, mensajes de los medios ,por supuesto que también tienen que ver la capacidad de adquisición, la forma de selección y preparación de los alimentos y la forma de consumo (horarios, compañía). (54)

Los hábitos alimentarios en la adolescencia se caracterizan por una rutina de alimentación desordenada con irregularidad en el patrón de comidas y una tendencia creciente a omitirlas, especialmente el desayuno y el almuerzo, concentrando la ingesta en el horario vespertino; un alto consumo de comidas rápidas, golosinas y bebidas azucaradas de alta densidad calórica y bajo

contenido de nutrientes específicos; bajo consumo de calcio debido a la suplantación de la leche por bebidas o infusiones de bajo contenido nutricional; el consumo de alcohol, dietas no convencionales y escaso control y conocimiento de los padres respecto a la alimentación de sus hijos adolescentes. Como consecuencia de lo anterior, la adolescencia es una etapa con alta prevalencia de trastornos nutricionales, anorexia y bulimia nerviosa, síndrome de temor a la obesidad, anorexia de los atletas, polifagia y obesidad. (53)

Oliva, 2017 expresa que los hábitos alimentarios se modifican en la adolescencia por diferentes factores relacionados estrechamente con los diversos cambios biopsicosociales característicos de esta época, como la autonomía para elegir sus alimentos que está conectado a la búsqueda de su propia identidad y disminuye en gran medida, la influencia familiar en este aspecto.

Por otra parte, los adolescentes suelen comer fuera de casa debido a la modificación de sus horarios escolares, así como la necesidad de pertenecer e identificarse con las costumbres y modas de su propia generación (amigos). Por ende, es sabido que debido a que desde el punto de vista biológico las necesidades nutricionales del adolescente se ven incrementadas y a que sus hábitos en general se modifican notablemente, los adolescentes son considerados como grupo en riesgo pues podrían presentar mala nutrición, tanto por exceso como por deficiencia. (55)

Los adolescentes pueden introducir hábitos alimentarios erróneos como: frecuente consumo de refrigerios con alta densidad energética, bajo consumo de frutas y verduras, baja ingesta de calcio principalmente en mujeres, omisión de algunas comidas y elevado consumo de bebidas azucaradas, carbonatadas y/o embriagantes entre otros.

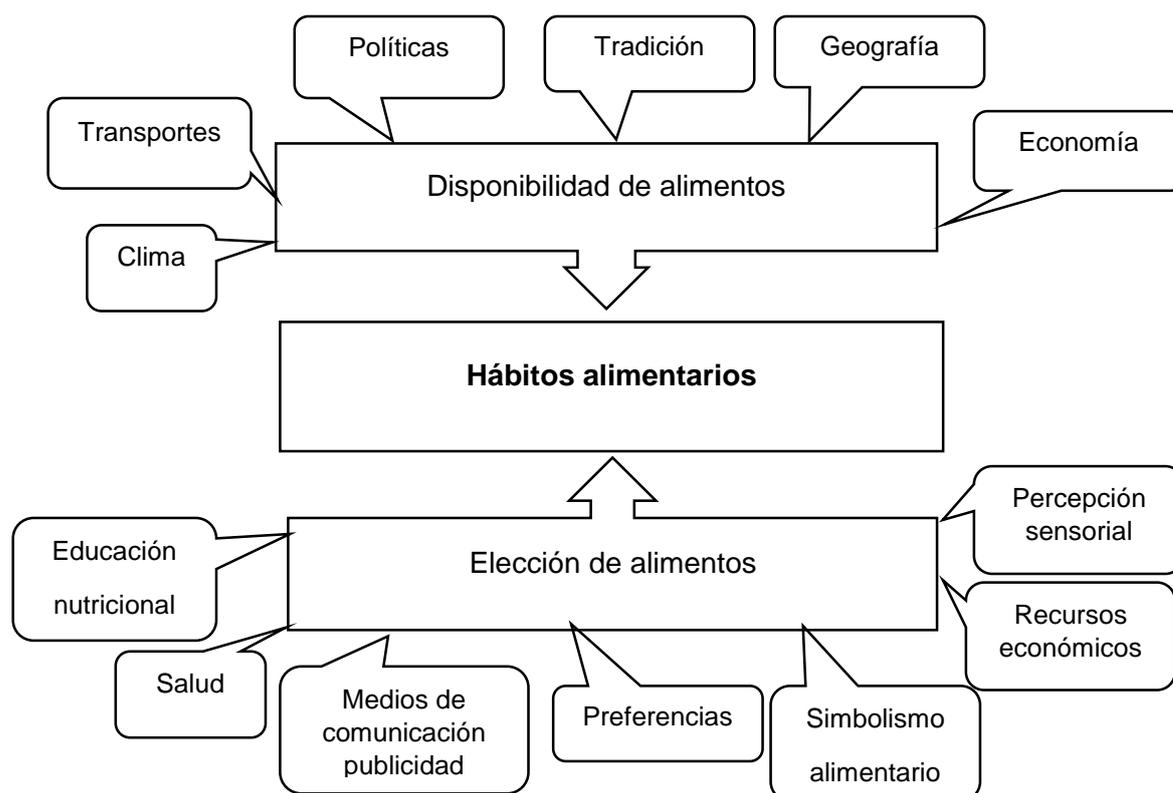


Figura 2: Factores que impactan las propensiones en los hábitos alimentarios, disponibilidad y elección del alimento. Fuente: Bartrina, 2016 relación de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario. (28)

Entonces, nuevamente, hay factores que condicionan la elección de los alimentos o consumo de alimentos (Fig. 2). Como vemos, en todo este complejo proceso, la comunicación y la información aportada por los medios de comunicación tiene y ha tenido una importancia singular, tanto en el sector productivo como en el consumidor. Es así que producción de alimentos, elección, consumo e ingesta se encuentran unidos por el conocimiento y la información técnica, sanitaria y divulgativa de los medios y las nuevas tecnologías de la información. (28)

ÍNDICE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE

El índice de alimentación saludable (IAS) es un indicador que nos permite medir la calidad de la dieta y que engloba a todos los grupos de alimentos, pues se asigna puntajes de acuerdo a la dieta consumida por la persona. Fue desarrollado por el centro para la promoción de la nutrición del departamento de

Agricultura de Estados Unidos en 1995, con el objetivo de determinar el grado de adhesión de la población norteamericana de las Guías alimentarias. (56)

Consta de 10 variables, 4 de ellas hacen referencia a los alimentos de consumo diario entre ellos leche y sus derivados, cereales y derivados, verduras y hortalizas, frutas, las siguientes 3 representan los grupos de alimentos de consumo semanal, los cuales son carnes y huevos, legumbres y menestras, y las siguientes 3 variables hacen referencia al consumo de alimentos de manera ocasional los cuales son embutidos, azúcar y dulces, refrescos con azúcar. La aplicación de puntajes a las 10 variables genera un puntaje total entre 0 y 100 puntos clasificando la alimentación en 3 categorías: > 80 puntos = Alimentación saludable; 50 - 80 puntos = Se necesitan cambios en la alimentación; <50 puntos = Alimentación poco saludable. (56) (57)

Importancia:

El IAS también es una herramienta valiosa para la investigación epidemiológica y económica, se puede utilizar para evaluar intervenciones nutricionales y programas de educación nutricional para el consumidor, para evaluar los cambios en la calidad de la dieta a lo largo del tiempo; para examinar la relación entre el costo de la dieta y la calidad de la dieta; para evaluar las dietas de las subpoblaciones, entornos alimentarios, menús, alimentos proporcionados a través de los programas de asistencia nutricional, y la eficacia de las intervenciones nutricionales; y para validar otras herramientas. También se puede utilizar en la investigación para comprender mejor las relaciones entre nutrientes, alimentos, y / o patrones dietéticos y resultados relacionados con la salud. (58)

EVALUACIÓN DEL CONSUMO DE ALIMENTOS

El medir el consumo de alimentos mediante la identificación y selección de métodos es sumamente importante para mejorar o evitar el deterioro de la alimentación familiar, a través de los cuales se adquiere conocimientos relacionados con la calidad de la dieta, el tipo de alimentos que suele consumir y las cantidades suficientes para cubrir las necesidades nutricionales de los individuos.

Dentro de los propósitos del estudio sobre consumo de alimentos se puede considerar muchos, pero los principales destacan lo siguiente:

- Identificar deficiencias dietéticas que pueden estar contribuyendo a la generación de procesos de desnutrición. Son fundamentalmente en el análisis y vigilancia de la situación alimentaria nutricional de los grupos de población.
- Conocer hábitos y patrones alimentarios para la formulación de programas de orientación al consumidor, o para conocer su comportamiento frente a nuevos productos.
- Disponer de información fundamental para la vigilancia alimentaria, en particular para la definición de la canasta básica de alimentos.
- Evaluar el efecto de los programas con objetivos alimentarios y nutricionales, específicamente de programas de alimentación a grupos y de subsidios o bonos alimentarios.
- Conocer las variaciones del consumo familiar de alimentos según: regiones geográficas, épocas del año, características socioeconómicas, demográficas y culturales de los hogares, lugares de suministro y otros. Menciona: Carbajal, 2014 (59)

A. CUESTIONARIO DE FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS

Es útil para obtener información cualitativa y descriptiva sobre patrones de consumo de alimentos.

Comprende una lista de alimentos (previamente seleccionados) y una relación de frecuencia de consumo (diaria, semanal, mensual, etcétera). La lista de alimentos se selecciona de acuerdo con el objetivo del estudio. Permite identificar la exclusión de grupos de alimentos.

Ventajas:

El método de frecuencia de consumo de alimentos está diseñado para estimar la ingesta usual del entrevistado en un período extenso, como un año. También puede ser utilizado para evitar el registro de cambios recientes en la dieta (por

ejemplo, cambios ocasionados por alguna enfermedad), al obtenerse la información de la dieta del individuo en un período anterior al evento. (60)

Las respuestas obtenidas con el método de frecuencia de consumo pueden ser utilizadas para categorizar a las personas de acuerdo al consumo usual de nutrientes, alimentos o grupos de alimentos y, cuando se incluye el tamaño de las porciones, para categorizar a las personas de acuerdo a ingesta de nutrientes. Algunos de los instrumentos de frecuencia de consumo han sido diseñados para ser auto-administrados y requieren de un período de 30-60 minutos para ser completados, dependiendo del instrumento y de la persona entrevistada. Algunos también son ópticamente escaneables para reducir los costos del ingreso de datos.

Debido a los costos de recolección de datos, su procesamiento y la facilidad del entrevistado para responder, el método de frecuencia de consumo de alimentos se ha convertido en el medio más común para estimar la ingesta usual en la dieta en estudios epidemiológicos, más que aquellos métodos de recordatorio o registros múltiples.

Desventajas:

La mayor limitación del método de frecuencia de consumo de alimentos es que muchos de los detalles del consumo dietético no son medidos y la cuantificación de la ingesta no es tan exacta como en los métodos de recordatorio o de registro. Las inexactitudes se dan debido a una lista incompleta de todos los alimentos posibles, errores de estimación en la frecuencia y por errores en la estimación de los tamaños usuales de las porciones. Como resultado, la escala de las estimaciones de la ingesta de nutrientes derivada de cuestionarios de frecuencia de consumo de alimentos puede estar considerablemente desviada, produciendo estimaciones inexactas de la ingesta promedio de un grupo. (60)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Medios de Comunicación Según la FAO, Los medios de comunicación masiva son los canales de comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes. Es importante reconocer entre dos canales de comunicación, llamados comunicación interpersonal (individual o grupal) y los medios masivos de comunicación. La voz es el órgano principal de la comunicación interpersonal, pero el uso de otros materiales de apoyo es recomendable: éstos pueden ser impresos, visuales y audiovisuales. Ellos refuerzan la comunicación oral entre el «educador» y su audiencia objetivo. (1996) (11)

Medio afectivo social: El medio afectivo social de una persona se refiere a su núcleo personal más cercano, que integra a familiares y amigos íntimos que significan una compañía emocional frecuente para el sujeto. Una persona se siente cómoda en un medio afectivo ya que se encuentra en un contexto de confianza y de intimidad para él o ella misma. Un ser humano tiene diferentes redes sociales puesto que el ser humano es social por naturaleza. (61)

Apego. - El apego supone " la atadura" afectiva más fuerte que siente el ser humano hacia otros semejantes produciendo seguridad cuando se lleva a cabo interacciones y buscando la cercanía de la persona en momentos de ansiedad e inseguridad. Supone el lado afectivo más fuerte que establecemos los seres humanos con nuestros iguales. (62)

Consumo de alimentos: Según él PESA: El consumo se refiere a que las existencias alimentarias en los hogares respondan a las necesidades nutricionales, a la diversidad, a la cultura y las preferencias alimentarias. También hay que tener en cuenta aspectos como la inocuidad de los alimentos, las condiciones higiénicas de los hogares y la distribución con equidad dentro del hogar. (63)

Adolescencia La OMS define la adolescencia como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más

importantes en la vida del ser humano que se caracteriza por un ritmo acelerado de crecimiento y de cambios superado únicamente por el que experimentan los lactantes, esta fase de crecimiento y desarrollo viene condicionada por diversos procesos biológicos, el comienzo de la pubertad marca el pasaje de la niñez a la adolescencia. (64)

Frecuencia de consumo de alimentos: Comprende una lista de alimentos (previamente seleccionados) sobre la que se solicita la frecuencia (diaria, semanal, mensual, etcétera) de consumo de cada uno de ellos durante un periodo de tiempo determinado. (65)

Índice de alimentación saludable: Es un indicador que nos permite medir la calidad de la dieta y que engloba a todos los grupos de alimentos, pues se asigna puntajes de acuerdo a la dieta consumida por la persona. (66)

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de investigación.

El presente trabajo de investigación corresponde al tipo de investigación descriptivo, correlacional y transversal.

3.1.1. Diseño de investigación.

El diseño de investigación es correlacional transversal.

La correlación entre dos tipos de variables puede ser positiva y negativa; las de tipo positivo toman la forma de: A mayor "X", Mayor "Z"; las de tipo negativo se manifiestan como: A mayor "X"; menor "Z". Su diseño es el siguiente:

M ----- Ox (r) Oy

Donde: (M) es la muestra de estudio; lo constituyen 151 estudiantes en la institución Educativa Secundaria "Industrial 32" (O) Cada una de las variables observadas; (X) variable: medios de comunicación masiva y medio afectivo social; (Y) Observación de la variable: consumo de alimentos; y (r) la relación entre dichas variables de trabajo.

3.2. Ámbito de estudio.

La investigación se desarrolló en la Institución Educativa Secundaria "Industrial 32", situado en el Jirón Simón Bolívar # 1505; correspondiente a la UGEL Puno, que está ubicado en la zona Urbana de Puno, Distrito de Puno, Departamento de Puno. (67)

3.3. Población y muestra del estudio.

3.3.1. Población

La población está conformada por 151 estudiantes en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” Puno, consolidada por: Ministerio de Educación, 2017. Cuya población total es de 151 estudiantes de 15 a 17 años de edad.

3.3.2. Muestra.

La muestra está constituida por el 100% de la población, totalizando 151 estudiantes de 15 a 17 años de edad en la institución educativa. Siendo el muestreo no probabilístico censal.

3.4. Criterios de inclusión y exclusión

Se consideraron los siguientes criterios:

De Inclusión:

- Jóvenes de ambos sexos que 15-17 años de edad que se asisten a la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.
- La madre/padre o apoderado expresen su aceptación para participar en el estudio a través de la firma del formato del consentimiento informado.
- Los educandos firmen el formato del asentimiento informado en señal de aceptación a participar en la investigación

De exclusión

- Jóvenes que manifiesten haber sido diagnosticados con alguna patología metabólica, endocrina o de otro tipo que limite su consumo de alimentos.
- Jóvenes que manifiesten seguir un plan de alimentación por razones religiosas o de estilo de vida (ej. Vegetarianismo, veganismo o similares) que limiten su consumo de alimentos.

3.5. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicador	Escala de valoración
Independiente: Medios de Comunicación	Medios Masivos	Publicidad de la televisión Publicidad en Internet Publicidad en redes sociales Facebook	— Mucha utilización — Regular utilización

		Publicidad en redes sociales twitter Publicidad en redes sociales Instagram Publicidad de la radio Publicidad en periódicos/revistas	— Poca utilización — Nula utilización
	Medio Afectivo Social	Consejos de la Madre Consejos del padre Consejos de los hermanos Consejos de los primos Consejos de los tíos Consejos de los padrinos Recomendaciones de amigos Recomendaciones de docentes	— Mucho apego — Regular apego — Poca apego — Nulo apego
Dependiente: Consumo de Alimentos	Generalidades	Restricciones alimentarias	No Si: -Carnes y Derivados - Productos Marinos -Productos azucarados y chocolates - Alimentos infantiles -Otros (Especifique)
	Consumo Diario	— Leches y derivados — Cereales y derivados — Tubérculos — Verduras — Frutas	a. Consumo diario b. Tres a más veces a la semana, pero no diario c. Una o dos veces a la semana d. menos de 1 vez a la semana e. Nunca o casi nunca
	Consumo semanal	— Carnes y huevos y — Legumbres y menestras	a. Una o dos veces a la semana b. Tres o a más veces a la semana, pero no diario c. Menos de una vez a la semana d. Consumo diario e. Nunca o casi nunca
	Consumo ocasional	— Embutidos y — Fiambres — Azúcares y dulces — Bebidas	a. Nunca o casi nunca b. Menos de una vez a la semana c. Una o dos veces a la semana d. Tres o más veces a la semana, pero no diario e. Consumo diario
Intercurrente	Aspectos generales	— Sexo	— Masculino

		— Edad	— femenino — 15-17 años de edad
--	--	--------	------------------------------------

3.6. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para identificar los medios de comunicación masiva:

A. Método: Encuesta

B. Técnica: Cuestionario.

C. Instrumentos: Cuestionario de preguntas de Quintana y Román (2010). (68)

D. Procedimiento:

De acuerdo al enfoque escogido y a partir de la autorización de la dirección en la institución educativa, cuyo momento designado fueron en la hora de tutoría, considerando el asentimiento informado y brindando una charla persuasiva con un tiempo de 10 min (Anexo E) se inició con la aplicación el instrumento (Anexo C) del cuestionario de preguntas que consta de 02 ítems de aspectos generales, de los ítems 3 al 9 pertenece a los medios de comunicación masivo con un plazo de llenado de 10 min estándar y 5 min adicional en el caso de estudiantes que no hayan concluido, posteriormente se procedió al procesamiento de datos .

Para identificar el medio de comunicación afectivo social:

A. Método: Encuesta

B. Técnica: Cuestionario.

C. Instrumentos: Cuestionario de preguntas Quintana y Román (2010). (68)

D. Procedimiento:

De acuerdo al enfoque escogido y a partir de la autorización de la dirección en la institución educativa, cuyo momento designado fueron en la hora de tutoría, considerando el asentimiento informado y brindando una charla persuasiva con un tiempo de 10 min (Anexo E) se inició con la aplicación el instrumento (Anexo C) del cuestionario de preguntas que consta de 02 ítems de aspectos generales, de los ítems 10 al 17 pertenece al medio de comunicación afectivo social con un plazo de llenado de 10 min estándar y 5 min adicional en el caso de estudiantes que no hayan concluido, posteriormente se procedió al procesamiento de datos.

Para identificar los niveles de consumo de alimentos:**A. Método:** Encuesta**B. Técnica:** Cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos. **Tomado de Navarro N. y Ortiz (2011)****C. Instrumentos:** Cuestionario de preguntas.**D. Procedimiento:**

De acuerdo al enfoque escogido y a partir de la autorización de la dirección en la institución educativa, cuyo momento designado fueron en la hora de tutoría, considerando el asentimiento informado y brindando una charla persuasiva con un tiempo de 10 min (Anexo E) se inició con la aplicación el instrumento (Anexo D) del cuestionario de preguntas que consta de 02 ítems de aspectos generales, de los ítems 20 al 29 pertenece al consumo de alimentos según los indicadores de investigación, el cual tuvo un tiempo de 30 minutos y estándar y 5 min adicional en el caso de estudiantes que no hayan concluido, posteriormente se procedió al procesamiento de datos.

3.7. DESCRIPCIÓN DEL PROCESAMIENTO DE DATOS**3.7.1. Para la identificación de los medios de comunicación masiva.**

- Toda la información recogida del cuestionario de preguntas de los medios de comunicación masiva, luego de ser verificadas se almacenó en el programa Microsoft Excel 2013.
- Se le asignó un código numérico a cada uno de las alternativas del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, de esta manera se facilitó la tabulación y conteo de los mismos.

1.7.2. Para la identificación del medio de comunicación afectivo social.

- Cabe puntualizar que el adolescente identifica a la persona de su entorno con mayor o mucho apego, a partir de ello, se considera que un sistema de apego alcanza el objetivo cuando ofrece seguridad al adolescente se consideró según los criterios de Botella (2005) menciona que las funciones primordiales son:
 - a) Mantenimiento de la proximidad.
 - b) Base segura desde la cual explorar el mundo.

- c) Refugio seguro en el que buscar consuelo y seguridad ante el peligro o la amenaza.

CLASIFICACION DE LOS ESTILOS DE APEGO:

Para la clasificación de los tipos de apego Ainsworth y cols. (1978) elaboraron un instrumento denominado "situación extraña", con el objetivo de evaluar la manera en que los adolescentes utilizaban a los adultos, amigos, compañeros, etc como fuente de seguridad, desde la cual podían explorar su ambiente; Ainsworth distinguió a raíz de ésta prueba tres tipos de apego según la respuesta del adolescente:

- 1.- Adolescentes con apego seguro (A)
- 2.- Adolescentes con apego ambivalente (B)
3. - Adolescentes con apego evitativo (C)

Han sido identificados de manera confiable tres esquemas de apego, así como las condiciones familiares que los favorecen:

- **Apego Seguro:** El individuo tiene confianza en el hecho de que su madre-padre, amigo, compañero, docente o personas a su entorno disponible, se siente alentado en sus exploraciones del mundo, son capaces de usar a sus cuidadores, amigos, compañeros o individuos de su entorno, como una base de seguridad cuando están angustiados. (Feeney, B. & Kirkpatrick, L. 1996, citados por Machay, 2008).
- **Apego Ambivalente:** El individuo no está seguro de que su progenitor ya sea madre o padre, madre amigo compañero, personas a su entorno disponible y le responda o le ayude si él llama. Debido a esta incertidumbre, siempre estará sujeto a esta angustia de separación, tenderá a pegarse a la progenitora y se mostrará angustiado a ir a explorar el mundo. (Gayó y Darwin C, 1999).
- **Apego Evitativo:** El individuo no tiene ninguna confianza en el hecho de que si busca cuidados se le responda de modo útil, y, por el contrario, espera un rechazo. Intenta vivir su vida sin amor ni apoyo por parte de los demás. Trata de ser autosuficiente en el plano afectivo. Este tipo de apego evitativo, se ha asociado con la presencia del "síndrome no orgánico de detención del desarrollo" que se caracteriza

por carencias nutricionales y/o emocionales que derivan en una pérdida de peso y un retardo en el desarrollo físico, emocional, social y escasa reacción a la separación. (Gayó, 1999). (61)

- Toda la información recogida del cuestionario de preguntas del medio de comunicación afectivo social, luego de ser verificadas se almacenó en el programa Microsoft Excel 2013.
- Se le asignó un código numérico a cada uno de las alternativas del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, de esta manera se facilitó la tabulación y conteo de los mismos.

1.7.3. Para evaluar la frecuencia de consumo de alimentos.

- Toda la información recogida del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, luego de ser verificadas se almacenó en el programa Microsoft Excel 2013.
- Se le asignó un código numérico a cada uno de las alternativas del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, de esta manera se facilitó la tabulación y conteo de los mismos.
- Luego se clasificó en el índice de alimentación saludable de la siguiente manera:
- **Se empleó los criterios de puntuación de índice de alimentación saludable:**

Se aplicó el instrumento utilizado en el trabajo de Navarro N, Ortiz R., 2011, llamado Índice de Alimentación Saludable para la población española (IASE) que toma en cuenta las recomendaciones de consumo de alimentos dadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y consta de diez variables: Leche y derivados, cereales y derivados, verduras, frutas, carnes y huevos, legumbres y menestras, embutidos y fiambres, azúcares y dulces, bebidas. (29) (56) (58)

Para el cálculo del IASE, cada respuesta según el grupo de alimento recibió una puntuación, que varió del 1 a 5 de acuerdo con los criterios establecidos, donde 5 significa que se cumplen las recomendaciones

propuestas por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENSAC) la cual está basada en la FAO/OMS. (69)
Luego se clasificó en el índice de alimentación saludable mediante el siguiente cuadro.

Cuadro N° 3

Criterios de puntuación de índice de alimentación saludable

VARIABLES	Puntuación Máxima 10	Puntuación De 7.5	Puntuación de 5	Puntuación de 2.5	Puntuación de 0
Consumo diario					
Leche y derivados	Consumo diario	3 o más veces a la semana	1 o 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Cereales y tubérculos	Consumo diario	3 o más veces a la semana	1 o 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Verduras	Consumo diario	3 o más veces a la semana	1 o 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Frutas	Consumo diario	3 o más veces a la semana	1 o 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Consumo semanal (Veces por semana)					
Carnes y huevos	1 o 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Consumo diario	Nunca o casi nunca
Legumbres y menestras	1 o 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Consumo diario	Nunca o casi nunca
Consumo ocasional (veces por semana)					
Embutidos y fiambres	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 o 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana	Consumo diario
Dulces	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 o 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana	Consumo diario
Bebidas	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 o 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana	Consumo diario

Fuente: Calidad de dieta española según el índice de alimentación saludable (Nort, 2011)

Para el cálculo del IASE se sumó la puntuación obtenida en cada uno de los grupos de alimentos, lo que permitió obtener un máximo teórico de 100 puntos. La clasificación de la alimentación se realizó de acuerdo a la puntuación total y se considera tres categorías:

CUADRO N° 4
ESCALA DE PUNTUACIÓN PARA MEDIR DEL ÍNDICE DE ALIMENTACIÓN
SALUDABLE

PUNTAJE	DESCRIPCIÓN
< 50	Poco saludable
50-80	Requiere cambios
>80	Saludable

Fuente: El índice de alimentación saludable de estudiantes de nuevo ingreso a una universidad de México (Muñoz-Cano, et al, 2015) (58)

1.7.4. Para la correlación

Toda la información obtenida se almacenó en el programa Microsoft Excel 2013, para luego procesarlos con el paquete estadístico IBM SPSS versión 25, el cual permitió obtener el nivel de relación de ambas variables.

3.8. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La presente investigación con la autorización de los directores, docentes, área de tutoría, respetando la participación voluntaria, no afectando los derechos de y la integridad física y moral de los investigados, previamente se ha persuadido a los estudiantes, los objetivos y metodología de la investigación, de los beneficios, asegurándoles que dicha información es confidencial y que solo sería de utilidad para la investigación. Con la firma del asentimiento informado se pasó a recolectar datos.

3.9. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO PARA PROBAR LAS HIPÓTESIS

Para el contraste de la hipótesis entre las variables independientes y la variable dependiente se utilizó la prueba de la Chi cuadrado, con un nivel de confianza del 95%, así mismo por la naturaleza de la variable, Así mismo se realizó el

análisis de correspondencia simple para establecer la afinidad entre las categorías de las variables de la investigación. La información se procesará en Software estadístico SPSS versión 25.

Prueba de hipótesis.

Se comprobó la veracidad de la prueba de hipótesis planteada en el proyecto con la puesta en práctica del modelo estadístico denominado coeficiente de correlación de datos agrupados en clases de la Chi cuadrado (Mendoza, 1999).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Aspectos generales

Considerando el propósito del estudio, determinar la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno, para este fin, en una primera instancia se presentan los reportes de la primera variable de estudio; medios de comunicación masiva y medios de comunicación afectivo social; en una segunda instancia se presenta los resultados de la segunda variable de estudio; consumo de alimentos, leche y derivados, cereales, verdura, frutas, carnes y huevos, azúcares, dulces y bebidas.

Considerando los resultados de las variables se procedió a la correlación y prueba de las hipótesis planteadas, haciendo uso del estadístico de prueba de la Chi cuadrado y llegar a las conclusiones pertinentes, llegando a los propósitos de la investigación propiamente dicha.

4.1. REPORTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO AFECTIVO SOCIAL

Dicho resultado corresponde a dos dimensiones: medios de comunicación masiva; televisión, internet, Facebook, twitter, instagram, radio, periódico o revistas, y medios de comunicación afectivo social; madre, padre, hermanos, primos, tíos, padrino(a), amigos y docentes.

4.1.1. REPORTE DE LOS INDICADORES: MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

TABLA N° 1

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA UTILIZADOS POR ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Medios de Comunicación masiva	IES “Industrial 32”								TOTAL	
	Nula utilización		Poca utilización		Regular utilización		Mucha utilización			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Televisión	22	14,6	24	15,9	28	18,5	77	51,0	151	100
Internet	22	14,6	26	17,2	47	31,1	56	37,1	151	100
Facebook	14	9,3	27	17,9	37	24,5	73	48,3	151	100
Twitter	40	26,5	35	23,2	32	21,2	44	29,1	151	100
Instagram	35	23,2	19	12,6	55	36,4	42	27,8	151	100
Radio	19	12,6	10	6,6	51	33,8	71	47,0	151	100
Periódico	40	26,5	36	23,8	40	26,5	35	23,2	151	100
TOTAL	28	17.8	25	16.6	41	27.1	57	37.7	151	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de 15 a 17 años sobre medios de comunicación masiva y medio afectivo social. Anexo C

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 1

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA UTILIZADOS POR ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

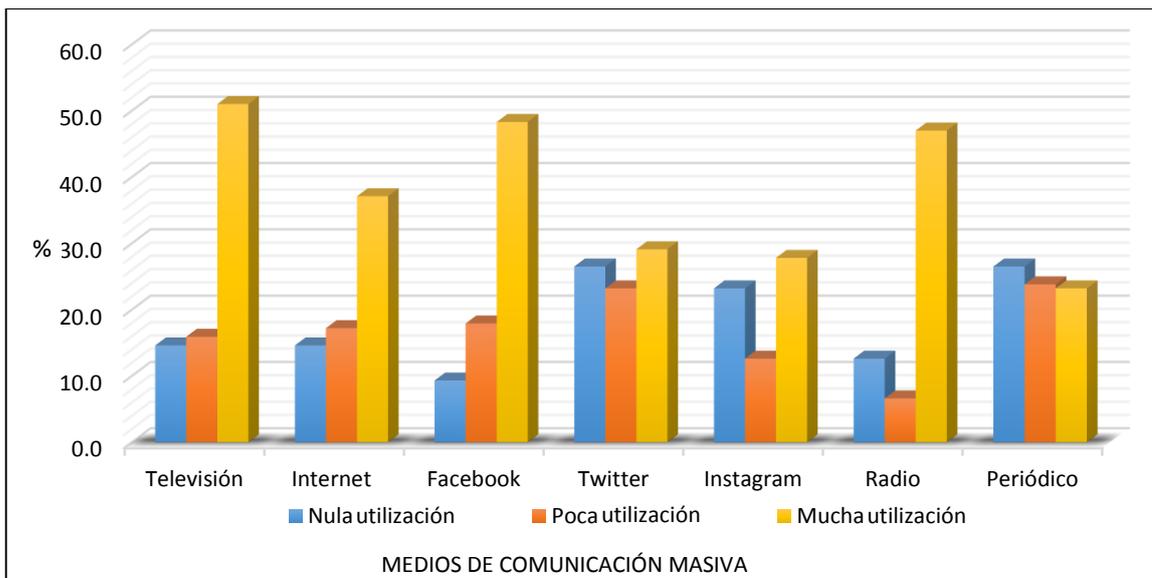


Gráfico 1. Medios de comunicación masiva utilizados por adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n° 1

Interpretación

De la tabla y gráfico 1 se desprende que el 51% explican que existe mucha utilización de la televisión como medios de comunicación masiva en la IES “Industrial 32” de Puno. Así como también, el 48.3% manifiestan que existe mucha utilización del Facebook como medios de comunicación, el 47% de estudiantes enuncian que existe mucha utilización a la radio emisora como medios de comunicación masiva; 37.3% explican que existe mucha utilización de la Internet como medios de comunicación masiva; por otro lado, el 48.3% manifiestan que existe mucha utilización del Facebook como medios de comunicación, por el contrario, el 29.1% declaran que existe mucha utilización del Twitter como medios de comunicación masiva: asimismo, el 36.4% enuncian que existe regular utilización del Instagram como medios de comunicación masiva, por el contrario, el 26.5% de estudiantes declaran que existe regular y nula utilización al periódico o revista como medios de comunicación masiva.

Resultados similares encontró Holguin F. (2016), en su trabajo de investigación relación de la televisión en el estado nutricional y hábitos alimentarios, donde encontró una frecuencia frente a la televisión por semana donde el 60% de los adolescentes ven la televisión a diario y el 40% lo realiza a veces.

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión, Así mismo un estudio realizado por La televisión juega también un papel crucial en el aprendizaje del adolescente influyendo en el lenguaje y en el desarrollo del pensamiento del individuo, influyendo en la adquisición y el consumo de alimentos sean saludables y no saludables. (68)

Así mismo un estudio realizado por Huett Neyra (2017) en su investigación influencia de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables en adolescentes en etapa escolar, el programa más visto por los alumnos de lunes a viernes es esto es guerra con 57,5% en el horario de 6:50 a 8:30 pm, así mismo el chavo fue el programa más visto el sábado en el horario de 12:00 a 1:00 pm y domingos en el horario de 12:00 a 2:00 pm con un 59% y 42,5% respectivamente. De igual maneta resalta que en el estudio se observó el 97.2%

veían televisión más de 3 horas a diario mientras el 2.8% veían de 0 a 2.9 horas, lo que se expresa como una alta explosión a la publicidad televisiva. (15)

Según los resultados se deduce que el ser humano se ve inmerso en el proceso de cambio en el mundo de la globalización, este cambio ha influido en la política, la economía, las religiones, las enseñanzas y los medios de comunicación; este último también cumple la función importante de difundir por cada lugar en el mundo toda información que acontece en la actualidad. Este impacto de avance tecnológico es generado por las redes sociales e influyen en el comportamiento en diferentes aspectos de los adolescentes, así como en la interacción de éstos con sus semejantes; estas redes sociales como el facebook, internet, twitter, Instagram y otros; se encuentran además presentes como pasatiempo en las sociedades jóvenes.

Es por ello que el presente trabajo de investigación que lleva por título “relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno” abarca comportamientos de índole positivo siempre que éstas sean utilizadas en forma intensa, sin embargo, es de carácter negativo cuando el adolescente utiliza excesivamente el uso tanto de la televisión como las redes sociales resaltando el Facebook son de uso múltiple posponiendo actividades necesarias para dedicarse a una vida virtual.

4.1.1.2 REPORTE DE LOS INDICADORES: MEDIO DE COMUNICACIÓN AFECTIVO SOCIAL EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

TABLA N° 2

MEDIO DE COMUNICACIÓN AFECTIVO SOCIAL EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Medio de Comunicación Afectivo social	IES “Industrial 32”								TOTAL	
	Nulo apego		Poco apego		Regular apego		Mucho apego			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Madre	42	27,8	59	39,1	21	13,9	29	19,2	151	100
Padre	15	9,9	63	41,7	35	23,2	38	25,2	151	100
Hermanos	10	6,6	43	28,5	72	47,7	26	17,2	151	100
Primos	44	29,1	39	25,8	37	24,5	31	20,5	151	100
Tíos	28	18,5	32	21,2	44	29,1	47	31,1	151	100
Padrinos	51	33,8	18	11,9	41	27,2	41	27,2	151	100
Amigos	10	6,6	17	11,3	44	29,1	80	53,0	151	100
Docentes	29	19,2	34	22,5	36	23,8	52	34,4	151	100
TOTAL	29	19.2	38	25.1	41	27.1	43	28.4	151	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de 15 a 17 años sobre medios de comunicación masiva y medio afectivo social. Anexo C

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 2

MEDIO DE COMUNICACIÓN AFECTIVO SOCIAL EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

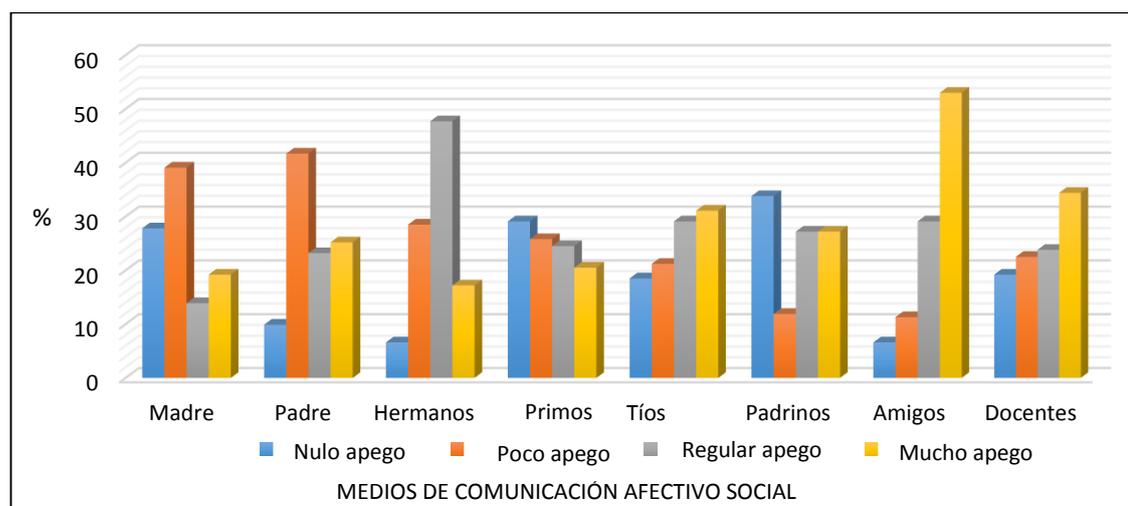


Gráfico 2. Medio de comunicación afectivo social en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019

Fuente: Tabla n° 2

Interpretación

Una vez aplicados los instrumentos de medio de comunicación afectivo social (Inventario de Padres, amigos, primos, tíos, padrinos, docentes, entre otros) el cual da como resultado el apego percibido por el Adolescente frente a la imagen de apego de individuos cercanos los adolescentes de los mismos que sirve para medir las actitudes hacia el consumo de alimentos. De acuerdo con los objetivos fijados en la presente investigación los resultados obtenidos fueron los siguientes:

De la tabla y gráfico 2 se desprende el 53% declaran que existe mucho apego a los consejos de las amistades como medio de comunicación afectivo social en la IES “Industrial 32” de Puno, por el contrario, Por otro lado, el 47.7% declaran que existe regular apego a los consejos de los hermanos como medio de comunicación afectivo social en la IES “Industrial 32” de Puno.

Por otro lado, el 41.7% declaran que existe poco apego a los consejos del padre como medio de comunicación afectivo social en la IES “Industrial 32” de Puno, por el contrario, el 39.1% declaran que existe poco apego a los consejos de las madres como medios de comunicación afectivo social.

Asimismo, el 33.8% declaran que existe nulo apego a los consejos de los padrinos como medio de comunicación afectivo social en la IES “Industrial 32” de Puno, por el contrario, el 34.4% declaran que existe mucho apego a los consejos de los docentes como medios de comunicación afectivo social, el 31.1% de igual manera declaran que existe mucho apego a los consejos de los tíos como medios de comunicación afectivo social, el 29.1% declaran que existe nulo apego a los consejos de los primos como medio de comunicación afectivo social en la IES “Industrial 32” de Puno.

Resultados similares encontró Arias, L. (2014), el cual señala que los adolescentes entre 12 y 15 años en el factor social con una escala de apego materno se desprende con un 14% seguro, de manera ambivalente un 60%, de manera distinta a un apego evitativo un 26%, en el apego paterno un 51.2% declaran un medio afectivo como evitativo, ambivalente en un 36.3% y seguro

con un 12.5%, caso distinto denota el medio afectivo con amigo con un 40% de manera ambivalente, seguro con un 36% y evitativo un 24%. Poniendo en evidencia que un 30% siendo el porcentaje más alto en adolescentes que se sienten un apego más seguro con un 30% a comparación de los padres. (1)

Destaca la importancia que tiene la relación entre el adolescente y su entorno amical, como determinantes de la salud mental del adolescente, en el contexto evolutivo y social. Las dificultades que surjan tempranamente en el vínculo materno filial pueden contribuir a tener ciertas alteraciones en el desarrollo. Una de estas dificultades puede surgir durante el ejercicio materno de los cuidados tempranos del adolescente, entre los cuales la función de alimentar y nutrir es crucial, también resalta, que en el proceso de construcción de la personalidad intervienen muchas variables; la predisposición genética, el temperamento, la familia, la educación, el proceso de socialización, el ambiente, los acontecimientos vitales y otras. Todas son entidades importantes, sin embargo, las primeras relaciones que se establecen con el cuidador principal (madre, padre, amigos u otros).

En nuestro estudio se observa que en el alumnado que indica poco apego, se destaca al respecto que en la adolescencia se establece mayor apego, en donde las figuras de apego determinantes pasan a ser las relaciones con amigos, se muestra menor apego de los padres, lo cual no implica en ningún momento que la relación se vuelva innecesaria o carezca de importancia. Allen y Land (1999), consideran que la adolescencia, más que ser una etapa en la que los vínculos de apego se debilitan y desaparecen, es una época en la que estos sufren una transformación; y son transferidos al grupo de amigos. En síntesis, la adolescencia es una etapa de transformaciones. Uno de los cambios que se presentan es la jerarquía de las relaciones afectivas, pues aparte de los padres el grupo de amigos juega un papel importante. (61)

La presente investigación obtuvo como resultado que el medio socio afectivo como un estilo de apego de los adolescentes hacia la madre, padre, amigos y docente que tienen una relación significativa con las alteraciones en los patrones de la conducta alimentaria.

4.2. REPORTE DE LA VARIABLE; CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

TABLA N° 3

CONSUMO DE LECHE Y DERIVADOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Leche y derivados	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Leche fresca	12	7.9	15	10.0	23	15.2	16	10.6	85	56.3	151	100
Leche evaporada	14	9.3	12	7.9	20	13.2	18	11.9	87	57.6	151	100
Queso	12	7.9	12	7.9	28	18.5	21	13.9	78	51.7	151	100
Yogurt	10	6.6	12	7.9	24	15.9	15	10.0	90	59.6	151	100
TOTAL	48	7,9	51	8,6	95	15,9	70	11,3	85	56,3	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 3

CONSUMO DE LECHE Y DERIVADOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

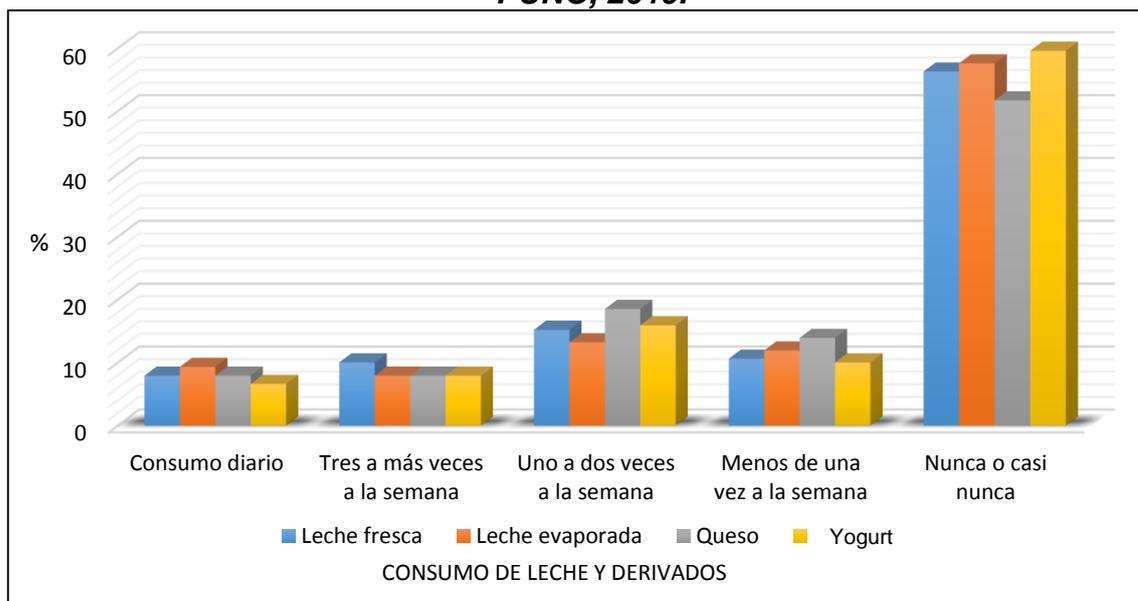


Gráfico 3. Consumo de leche y derivados en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019

Fuente: Tabla n°3

Interpretación

De la tabla y gráfico 3, se observa la frecuencia de consumo de leche y derivados en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume de manera nula o casi nunca es el yogurt que representa el 59.6%, seguida por 57.6% representada por la leche evaporada, seguida por 56.3% representada por leche fresca, seguida por el consumo de queso representada por un 51.7%, por otro lado, el consumo de productos lácteos donde el alimento que se consume de manera uno a dos veces a la semana se desprende: Que el queso que representa el 18.5% se ve más expuesta, seguida por 15.9% representada por el yogurt, seguida por 15.2% representada por leche fresca, seguida por el consumo de leche evaporada representada por un 13.2%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de menos de una vez a la semana una a dos veces a la semana lo cual representa el 13.9% con el consumo de queso, el 11.9 % de los adolescentes consume leche evaporada, el 10.6% consume leche fresca, el 10% consume yogurt, como también, el consumo de tres a más veces a la semana lo cual representa el 10% con el consumo de leche fresca, el 7.9 % de los adolescentes consume leche evaporada, queso, yogurt, hay un consumo diario de mayor frecuencia de leche evaporada de 9.3%, seguida por, 7.9% de consumo de queso y leche fresca, el 6.6% de consumo de yogurt. En la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación frecuencia de consumo de leche y derivados de los adolescentes de 2° a 5° grado, donde el alimento que se consume diariamente es yogurt que representa el 34.0%, hay un consumo interdiario de queso lo cual representa el 22.7%, el 32.0% de los adolescentes consume queso semanalmente, el 11.3% consume yogurt quincenalmente, el 9.3% consume queso mensualmente, el 27.8% casi nunca consume leche fresca y el 23.7% no consume leche evaporada.

Por otra parte, Salas-Salvadó, et al.; nos indica que los tres productos lácteos básicos son la leche, el yogurt y el queso. La principal característica nutricional de este grupo de alimentos es su contenido en proteínas y en calcio, aunque

también aportan otros nutrientes como vitaminas, ciertos minerales además del calcio, lactosa y grasas.

En nuestro estudio se observa que la preferencia diaria de los adolescentes es la leche evaporada, esta preferencia probablemente sea porque el producto tiene sabor dulce y agradable al paladar. Además, la adquisición del producto es de manera fácil ya que viene en envases enlatados en presentación pequeña y grande, económico y lo pueden comprar en tiendas, minimarqueq, etc.

Cabe puntualizar que este grupo de alimentos es muy importante porque tiene proteínas de alta calidad, que ayudan en el crecimiento y mantenimiento de huesos, dientes y músculos. Además, tiene micronutrientes como el calcio que está involucrado en el crecimiento y desarrollo normal de huesos y dientes; favorece las funciones de movilidad. Su deficiencia puede estar asociada a malnutrición y reducción de la masa ósea.

TABLA N° 4

CONSUMO DE CEREALES Y DERIVADOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Cereales y derivados	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Arroz	4	2.6	16	10.6	30	19.9	71	47.0	30	19.9	151	100
Maíz	6	4.0	12	7.9	24	15.9	63	41.7	46	30.5	151	100
Fideos	5	3.3	14	9.3	27	17.9	67	44.4	38	25.2	151	100
Trigo	7	4.6	15	10.0	26	17.2	70	46.4	33	21.9	151	100
Avena	3	2.0	13	8.6	28	18.5	64	42.4	43	28.5	151	100
Quinua	5	3.3	15	10.0	27	17.9	68	45.0	36	23.8	151	100
Pan	5	3.3	13	8.6	27	17.9	66	43.7	40	26.5	151	100
TOTAL	5	3,3	14	9,3	27	17,9	67	44,4	38	25,2	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 4

CONSUMO DE CEREALES Y DERIVADOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

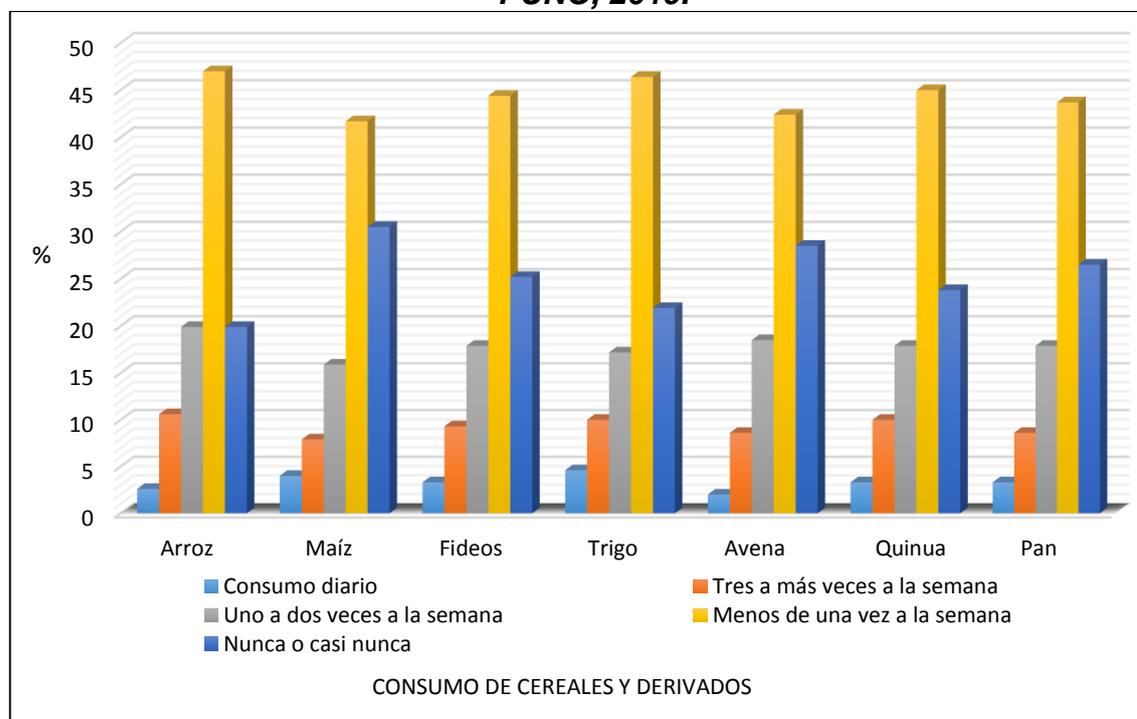


Gráfico 4. Consumo de cereales y derivados en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°4

Interpretación

De la tabla y gráfico 4 se observa la frecuencia de consumo de cereales y derivados en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume de manera menos de una vez a la semana es el consumo de arroz que representa el 47%, seguida por 19.9% representada un consumo nunca o casi nunca y uno a dos veces a la semana, seguida por 10.6% de un consumo de tres a más veces a la semana representada por cereales y derivados, seguida por un 2.6% en un consumo diario de arroz, por otro lado, el consumo de maíz donde el alimento que se consume de manera menos de una vez a la semana a la semana con un 41.7% se ve más expuesta, seguida por 30.5% que nunca o casi nunca consumen, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de fideos que consumen de menos de una vez a la semana resultando de igual manera su consumo diario que se representa en un 4%, como también, el consumo de trigo representa el 46.4% con el consumo menos de una vez a la semana, el 4.6 % de los adolescentes consume este alimento de manera diaria, el consumo de avena donde el alimento que se consume de menos de una vez a la semana representa el 46.4%, a comparación por 2% representada como consumo diario, seguida por 45% representada por la quinua, seguida por el consumo de leche evaporada representada por un 13.2%, Así mismo, la frecuencia de consumo de pan lo cual representa el 48.7% en consumo de menos de una vez a la semana, el 3 % de su consumo diario en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de cereales donde, el alimento que más se consume inter diariamente es el arroz en un 63.9%, seguido del fideo 22.7%, el 33.0% consume quinua semanalmente, el 16.5% consume trigo quincenalmente. (46)

La dieta de las familias se caracteriza por el consumo de estos alimentos ricos en carbohidratos y forma parte de la diversidad alimentaria. El INEI en su informe 2012 señala que, el consumo anual de papa por persona en la ciudad de Puno es de 74 kilos 500 gramos, el consumo de arroz per cápita es 24 kilos 700 gramos

al año, el consumo de anual de pan es 36 kilos 500 gramos por persona. Como se puede ver que el consumo de este grupo de alimentos es preferido por las personas. Así mismo observamos en nuestra investigación que más del 50% de los adolescentes consumen papa, pan y arroz de forma diario.

TABLA N° 5

CONSUMO DE TUBÉRCULOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Tubérculos	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Papa	54	35.8	34	22.5	44	29.1	12	7.8	7	4.6	151	100
Camote	52	34.4	35	23.2	45	29.8	13	8.6	6	4.0	151	100
Oca	46	30.5	37	24.5	47	31.1	15	10.0	6	4.0	151	100
Olluco	39	25.8	39	25.8	49	32.5	17	11.3	7	4.6	151	100
Izaño	36	23.8	40	26.5	50	33.1	18	11.9	7	4.6	151	100
Chuño negro	44	29.1	38	25.2	48	31.8	16	10.6	5	3.3	151	100
Tunta	50	33.1	36	23.8	46	30.5	14	9.3	5	3.3	151	100
TOTAL	46	30.5	37	24.5	47	31.1	15	9.9	6	4.0	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 5

CONSUMO DE TUBÉRCULOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

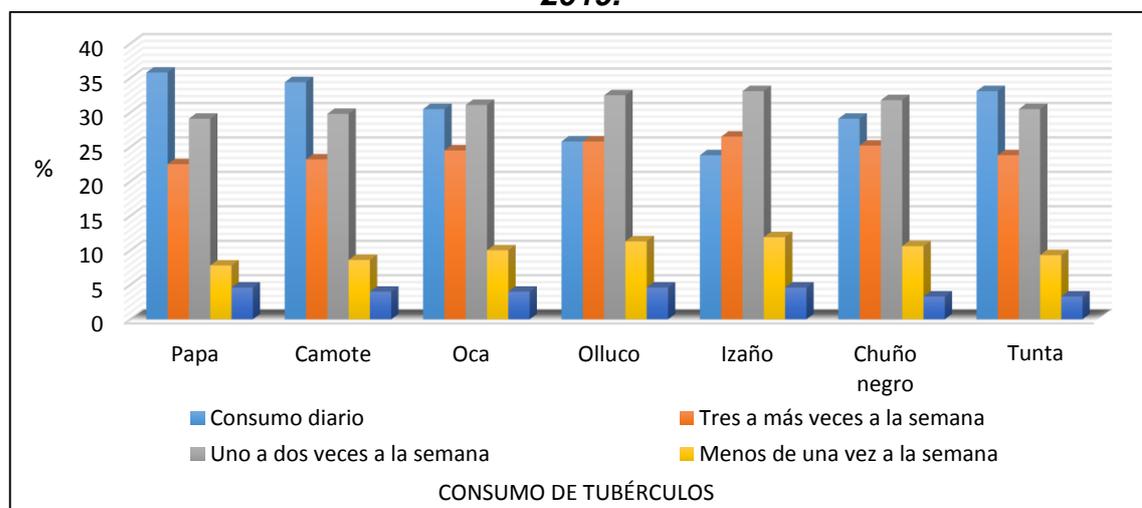


Gráfico 5. Consumo de tubérculos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°5.

Interpretación

De la tabla y gráfico 5 se desprende la frecuencia de consumo de tubérculos en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume de manera diaria con mayor frecuencia es el consumo de papa que representa el 35.8%, seguida por un menor porcentaje 4.6% de consumo nunca o casi nunca, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de camote que consumen de manera diaria que se representa en un 34.4 % y con un menor porcentaje en un 4% de consumo nunca o casi nunca , como también, el 32.5% con el consumo de olluco de uno a dos veces a la semana, el 4.6 % de los adolescentes consume este alimento de manera nunca o casi nunca de este alimento, el consumo de izaño donde el alimento que se consume uno a dos veces a la semana representa el 33.1%, a comparación por 4.6% representada como consumo en una frecuencia de nunca o casi nunca, por otro lado, 31.8% representada por la chuño negro en frecuencia de uno a dos veces a la semana, a diferencia de un 3.3% en frecuencia de consumo de nunca o casi nunca, Así mismo, la frecuencia de consumo de tunta lo cual representa el 33.1% en consumo diario, el 3.3 % de su consumo nunca o casi nunca en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de tubérculos donde, el alimento que más se consume diariamente es la papa que representa el 66.0%, el 14.4% consume mensualmente oca y camote ambos alimentos en el mismo porcentaje, el 52.6% casi nunca consume oca y el 47.4% nunca consume izaño. (5)

Los alimentos de este grupo se caracterizan por su alto contenido de carbohidratos, pero se debe tener cuidado, su elevado consumo puede llevar a tener sobrepeso u obesidad, que es un problema de salud pública, actualmente en la mayoría de los países su incremento es cada vez mayor. Se recomienda que al menos 50% de la energía total debe ser aportado por este grupo de alimentos, y la mayor parte debe ser por carbohidratos complejos como cereales y tubérculos. (26)

TABLA N° 6

CONSUMO DE VERDURAS Y HORTALIZAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Verduras y hortalizas	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Zanahoria	13	8.6	6	4.0	32	21.2	52	34.4	48	31.8	151	100
Cebolla	12	7.9	4	2.6	30	19.9	48	31.8	57	37.7	151	100
Tomate	11	7.3	4	2.6	31	20.5	50	33.1	55	36.4	151	100
Zapallo	11	7.3	3	2.0	29	19.2	52	34.4	56	37.1	151	100
Lechuga	9	6.0	3	2.0	32	21.2	48	31.8	59	39.1	151	100
Pepino	10	6.6	4	2.6	32	21.2	50	33.1	55	36.4	151	100
Espinaca	9	6.0	4	2.6	30	19.9	50	33.1	58	38.4	151	100
Acelga	10	6.6	5	3.3	31	20.5	48	31.8	57	37.7	151	100
Repollo	8	5.3	4	2.6	29	19.2	50	33.1	60	39.7	151	100
Arvejas	10	6.6	3	2.0	32	21.2	53	35.1	53	35.1	151	100
Vainitas	11	7.3	4	2.6	33	21.9	48	31.8	55	36.4	151	100
Brócoli	8	5.3	4	2.6	32	21.2	53	35.1	54	35.8	151	100
Coliflor	7	4.6	4	2.6	31	20.5	48	31.8	61	40.4	151	100
Pimentón	8	5.3	3	2.0	30	19.9	52	34.4	58	38.4	151	100
TOTAL	10	6.6	4	2.6	31	20.5	50	33.1	56	37.1	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 6

CONSUMO DE VERDURAS Y HORTALIZAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIAS “32”– PUNO,2019.

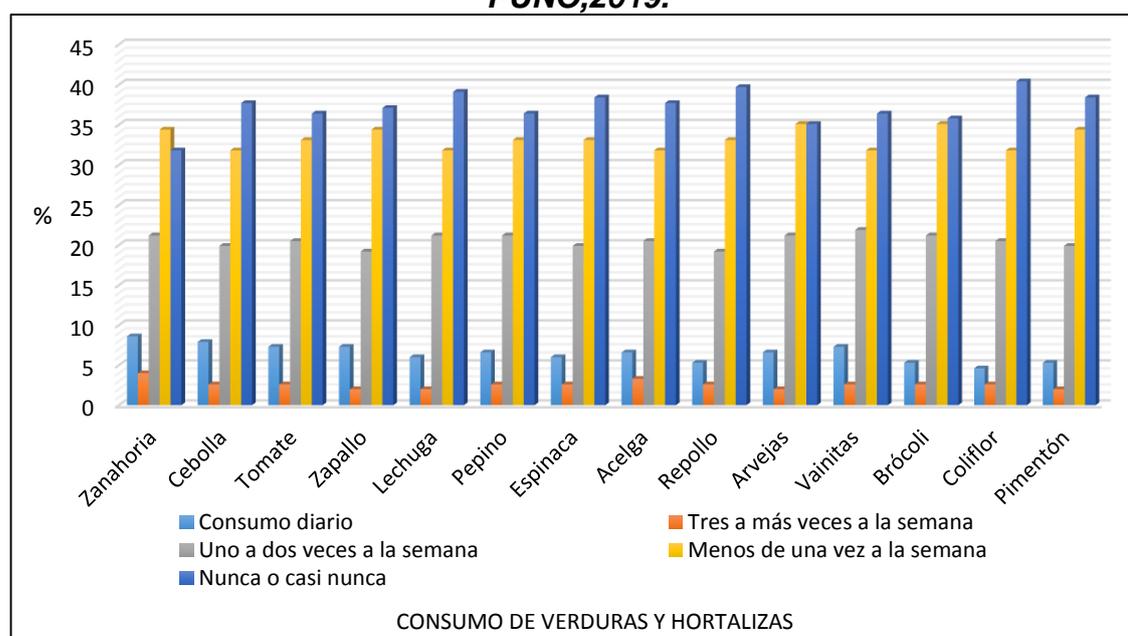


Gráfico 6. Consumo de verduras y hortalizas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°6

Interpretación

De la tabla y gráfico 6 se desprende la frecuencia de consumo de verduras y hortalizas en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume menos de una vez a la semana que representa el 34.4% es el consumo de zanahoria, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de cebolla y acelga que consumen de manera nunca o casi nunca se representa en un 37.7%, como también, el 36.4% con el consumo de tomate de nunca o casi nunca, el 37.1% de los adolescentes consume zapallo, este alimento de manera nunca o casi nunca de este alimento, el consumo de lechuga donde el alimento que se consume nunca o casi nunca representa el 39.1%, por otro lado, 36.4% representada por el pepino y vainitas en frecuencia de consumo de nunca o casi nunca, de igual manera la espinaca y pimentón de un 38.4% en frecuencia de consumo de nunca o casi nunca, Así mismo, la frecuencia de consumo de repollo lo cual representa el 39.7% en consumo de menos de una vez a la semana y nunca o casi nunca se representa el 35.1 %, el 40.4% de su consumo nunca o casi nunca de coliflor en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de verduras y hortalizas en donde destaca el alimento que más se consume diariamente es la zanahoria que representa el 57.7%, hay un consumo inter diario de zanahoria que representa el 30.9%, el 25.8% consume lechuga semanalmente, el 18.6% consume brócoli quincenalmente, el 13.4% consume mensualmente pimentón, el 15.5% casi nunca consume coliflor y el 47.4% nunca consume acelga. (5)

La ingesta adecuada de vitaminas y minerales también es fundamental para el crecimiento y desarrollo normal de los adolescentes. Muchos de estos micronutrientes actúan como cofactores o catalizadores en el metabolismo celular y otros participan en el crecimiento de los tejidos (calcio, fósforo, magnesio). El hierro y el zinc también pueden ser limitantes potenciales de crecimiento.

Según la OMS recomienda su consumo diario de 2 porción en adolescentes; pero de acuerdo a los resultados el consumo de verduras y hortalizas es menor

que el 50% excepto de la arvejas y pimentón que llegan al tope de 50 %; no se tiene el hábito de consumo de verduras. Muchos de estos micronutrientes actúan como cofactores o catalizadores en el metabolismo celular y otros participan en el crecimiento de los tejidos (calcio, fósforo, magnesio). El hierro y el zinc también pueden ser limitantes potenciales de crecimiento. Además del contenido vitamínico y mineral, las verduras constituyen el vehículo de compuestos de importancia fisiológica como es la fibra alimentaria, cuyo consumo no alcanza a cubrir el requerimiento nutricional de los adolescentes. (64)

TABLA N° 7

CONSUMO DE FRUTAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Frutas	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	100
Piña	13	8.6	53	35.1	19	12.6	30	19.9	36	23.8	151	100
Naranja	12	7.9	49	39.1	17	11.3	30	19.9	43	28.5	151	100
Mandarina	11	7.3	41	27.2	21	13.9	36	23.8	42	27.8	151	100
Plátano	11	7.3	44	29.1	15	10.0	38	25.2	43	28.5	151	100
Manzana	10	6.6	42	27.8	17	11.3	36	23.8	46	30.5	151	100
Uva	10	6.6	52	34.4	19	12.6	28	18.5	42	27.8	151	100
Papaya	9	6.0	51	33.8	18	11.9	28	18.5	45	29.8	151	100
Pera	10	6.6	42	27.8	16	10.6	40	26.5	43	28.5	151	100
Sandía	9	6.0	44	29.1	15	10.0	36	23.8	47	31.1	151	100
Kiwi	10	6.6	42	27.8	21	13.9	39	25.8	39	25.8	151	100
Granada	11	7.3	51	33.8	19	12.6	28	18.5	42	27.8	151	100
Granadilla	8	5.3	43	28.5	20	13.2	39	25.8	41	27.2	151	100
TOTAL	10	6.6	46	30.5	18	11.9	34	22.5	43	28.5	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 7

CONSUMO DE FRUTAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

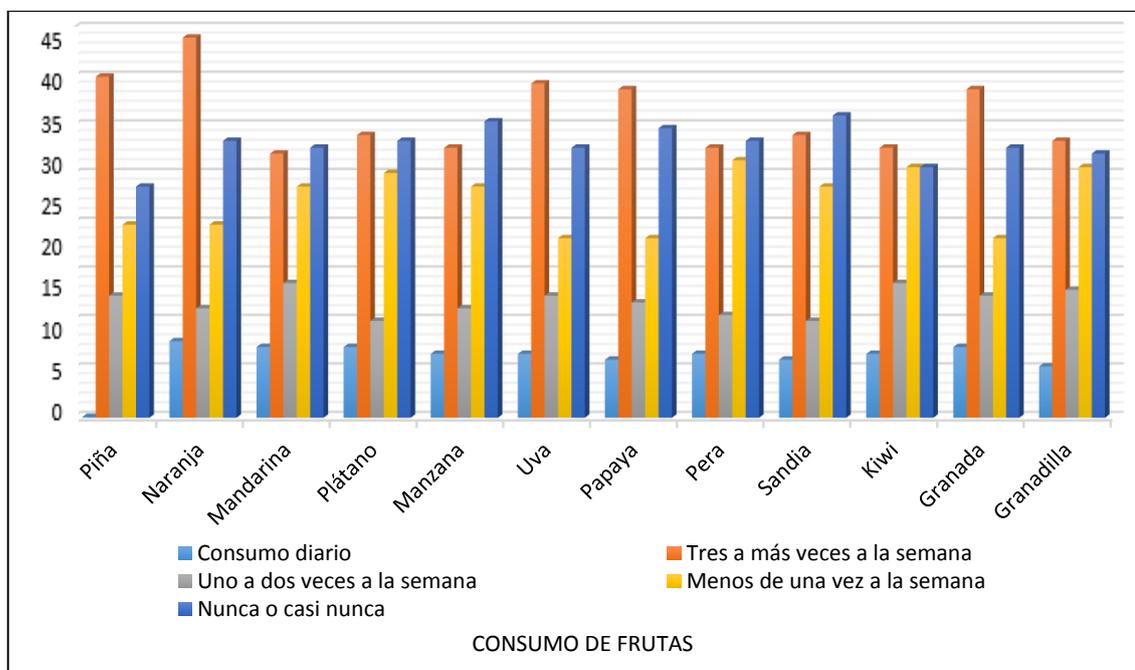


Gráfico 7. Consumo de frutas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°7.

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 7, se desprende la frecuencia de consumo de frutas en la IES “Industrial 32” de Puno, la frecuencia de consumo de alimentos de naranja que consumen de manera tres a más veces a la semana se representa en un 39.1% de manera más significativa, Así mismo, donde el alimento que se consume tres a más veces a la semana que representa el 35.1% es el consumo de piña, como también, el 27.2% con el consumo de mandarina de tres a más veces a la semana, el 29.1% de los adolescentes consume plátano y sandía este alimento consumen de manera tres a más veces a la semana de este alimento, el consumo de manzana donde el alimento que se consumen de manera nunca o casi nunca representa el 30.5%, por otro lado, 34.4% representada por la uva en frecuencia de consumen de manera tres a más veces a la semana, de igual manera la papaya y granada de un 33.8% en frecuencia de consumen de manera tres a más veces a la semana, Así mismo, la frecuencia de consumo de pera y kiwi lo cual representa el 27.8% en consumen de manera tres a más veces a la semana y nunca o casi nunca se representa el 35.1 %, el 28.5% de su consumen de manera tres a más veces a la semana de granadilla en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de frutas en donde destaca el alimento que más se consume diariamente es la naranja que representa el 45.8%, hay un consumo interdiario de manzana que representa el 26.8%, el 41.2% consume uva semanalmente, el 27.8% consume mango quincenalmente, el 29.9% consume mensualmente granadilla, el 45.4% casi nunca consume granada y el 28.9% nunca consume kiwi. (5)

Así como las verduras, las frutas también tienen una importancia fisiológica que es la fibra alimentaria, la fibra participa en la reducción del riesgo de desarrollo de obesidad y enfermedades crónicas, donde además de mejorar la función inmune, tiene efecto sobre el crecimiento de bacterias intestinales benéficas como las bífido bacterias y lactobacilos, de importancia en la salud digestiva y orgánica. Pero en nuestra investigación el consumo de frutas no alcanza a cubrir los requerimientos que son recomendados por la OMS.

TABLA N° 8

CONSUMO DE CARNES Y HUEVOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Carnes y huevos	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Pollo	70	46.4	10	6.6	19	12.6	34	22.5	18	11.9	151	100
Gallina	63	41.7	11	7.3	15	10.0	34	22.5	28	18.5	151	100
Res	58	38.4	11	7.3	19	12.6	39	25.8	24	15.9	151	100
Cordero	60	39.7	11	7.3	12	7.9	40	26.5	28	18.5	151	100
Alpaca	57	37.7	10	6.6	17	11.3	39	25.8	28	18.5	151	100
Cuy	66	43.7	10	6.6	19	12.6	32	21.2	24	15.9	151	100
Cerdo	65	43.0	9	6.0	18	11.9	32	21.2	27	17.9	151	100
Huevo de gallina	56	37.1	10	6.6	14	9.3	43	28.5	28	18.5	151	100
Huevo de codorniz	60	39.7	9	6.0	13	8.6	40	26.5	29	19.2	151	100
TOTAL	62	41.1	10	66.6	16	10.6	37	24.5	26	17.2	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 8

CONSUMO DE CARNES Y HUEVOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

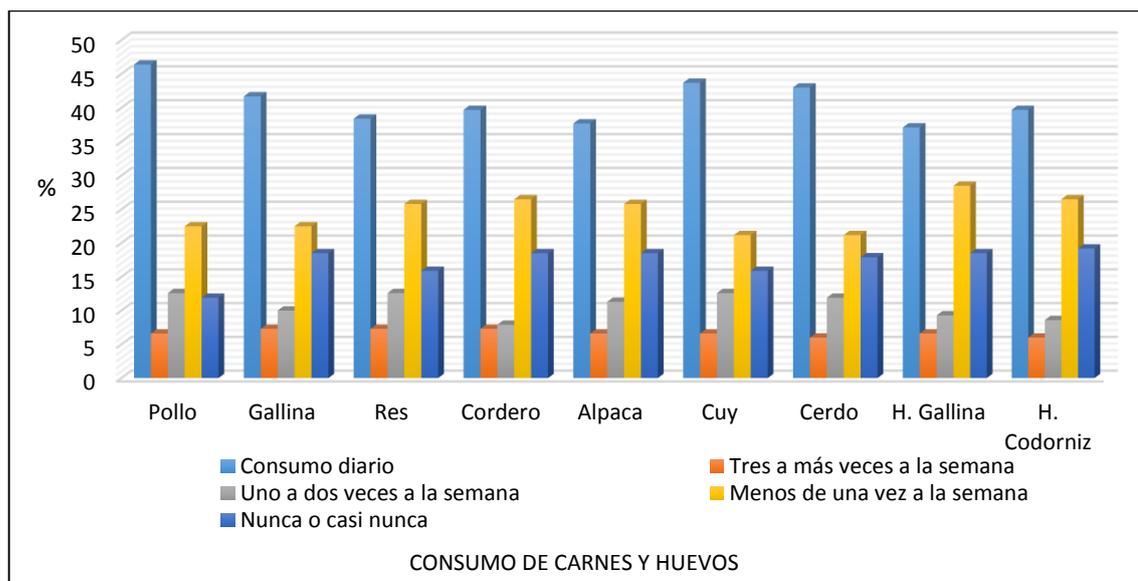


Gráfico 8. Consumo de carnes y huevos en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°8.

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 8, se desprende la frecuencia de consumo de carnes y huevos en la IES “Industrial 32” de Puno, , donde el alimento que se consume en carnes de manera diaria es el pollo que representa el 46.4%, por el contrario el alimento que menos se consume de manera diaria es la alpaca representado por un 37.7%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de manera tres a más veces a la semana se representa en mayor significancia en un 7.3% en el consumo de gallina, res y cordero, como también, el 6.0% con el consumo de cerdo de menor frecuencia tres a más veces a la semana, el 12.6% de los adolescentes consume pollo, res y cuy estos alimentos consumen de manera significativa de uno a dos veces a la semana, por el contrario, el consumo de cordero son los alimentos de menor consumo en esta frecuencia representada por un 7.9%, el consumo de carne de res y alpaca donde el alimento que se consumen de menos de una vez a la semana representa el 25.8%, por otro lado, 21.2% representada por la carne de cuy y cerdo consumen menos frecuentemente es decir nunca o casi nunca de manera significativa, de igual manera la carne de gallina, cordero y alpaca de un 18.5% en frecuencia de consumo nunca o casi nunca, Así mismo, la frecuencia de consumo de pollo lo cual representa el 11.9% en consumen de manera escasa en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de huevos y carnes de los adolescentes de 2° a 5° grado, donde el alimento que más se consume diariamente es el pollo que representa el 32.0%, hay un consumo interdiaria de pollo que representa el 27.8%, el 26.8% de los adolescentes consumen pollo semanalmente, el 18.6% consume carne de cerdo quincenalmente, el 16.5% consume mensualmente carne de cerdo, el 32.0% casi nunca consume carne de gallina y el 58.8% nunca consume carne de cuy. (5)

Las carnes en general además de fuente importante de proteínas de alto valor biológico contienen una cantidad variable de grasa, cantidades moderadas de tiamina, riboflavina, hierro, abundante niacina y fósforo. Debido a su contenido

en grasas saturadas, es muy importante elegir cortes magros de carne y retirar la grasa visible antes de cocinar el alimento.

De acuerdo a los resultados del estudio se observa que el consumo de forma diaria, inter diaria y semanal, se basa más en los alimentos como el pollo y huevo de gallina, probablemente puede estar asociado a la economía de las familias ya que el precio del pollo y huevos son más económicos y accesibles que otros alimentos cárnicos. (70)

TABLA N° 9

CONSUMO DE LEGUMBRES Y MENESTRAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Legumbres y menestras	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Lentejas	15	10.0	11	7.3	17	11.3	48	31.8	60	39.7	151	100
Frijol	10	6.6	14	9.3	19	12.6	52	34.4	56	37.1	151	100
Pallar	13	8.6	15	10.0	18	11.9	51	33.8	54	35.8	151	100
Habas secas	15	10.0	13	8.6	18	11.9	49	32.5	56	37.1	151	100
Arvejas	14	9.3	10	6.6	19	12.6	50	33.1	58	38.4	151	100
Garbanzos	12	7.9	15	10.0	17	11.3	51	33.8	56	37.1	151	100
Tarwi	12	7.9	13	8.6	18	11.9	49	32.5	59	39.1	151	100
TOTAL	13	8.6	13	8.6	18	11.9	50	33.1	57	37.7	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 9

CONSUMO DE LEGUMBRES Y MENESTRAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

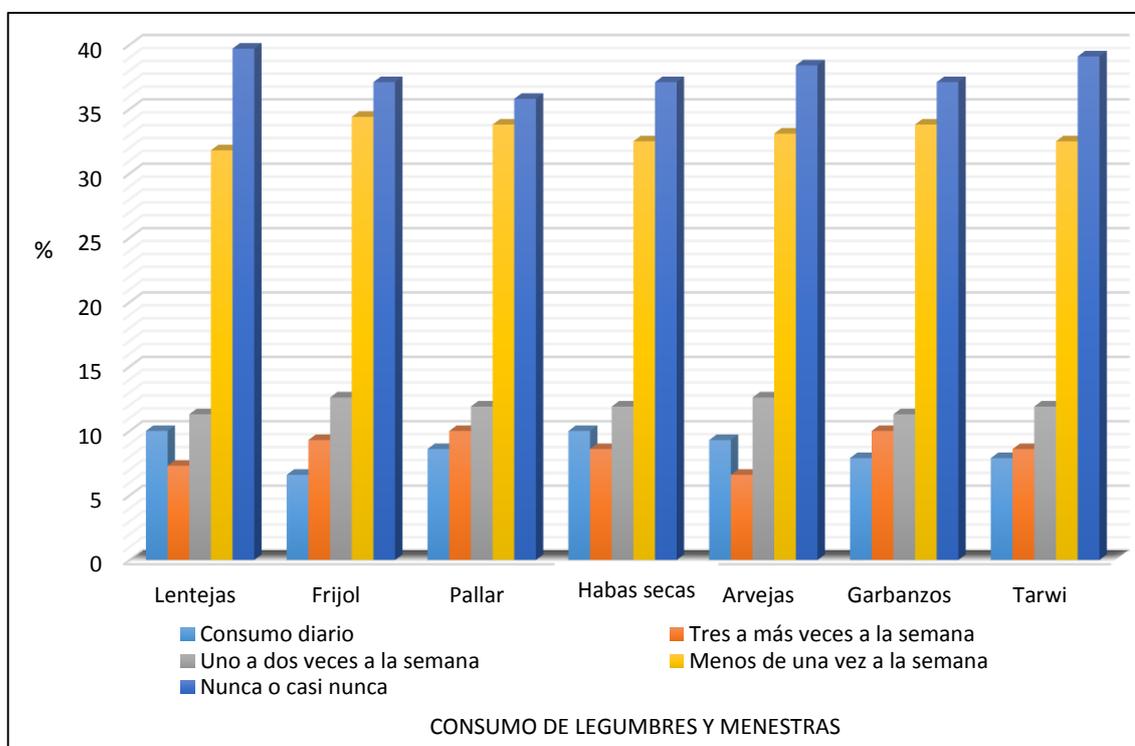


Gráfico 9. Consumo de legumbres y menestras en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°9.

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 9, se desprende la frecuencia de consumo de legumbres y menestras en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume de manera diaria es el lentejas habas secas que representa el 10%, por el contrario el alimento que menos se consume de manera diaria es el frijol representado por un 6.6%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de manera tres a más veces a la semana se representa en mayor significancia en un 10% en el consumo de pallar y garbanzos, como también, el 6.6% con el consumo de arvejas de menor frecuencia tres a más veces a la semana, el 12.6% de los adolescentes consume arvejas y frijol estos alimentos consumen de manera significativa de uno a dos veces a la semana, por el contrario, el consumo de garbanzos y lentejas estos alimentos de menor consumo en esta frecuencia representada por un 11.3%, el consumo de carne de frijol donde el alimento que se consumen de menos de una vez a la semana representa el 34.4%, por otro lado, 39.7% representada por la lenteja consumen menos frecuentemente es decir nunca o casi nunca de manera, de igual manera el tarwi en un 39.1% en frecuencia de consumo nunca o casi nunca de manera deficiente en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de legumbres y menestras de los adolescentes de 2° a 5° grado, donde el alimento que más se consume diariamente es habas secas que representa el 11.3%, hay un consumo interdiario de lentejas que representa el 14.4%, el 55.7% consume lentejas semanalmente, el 12.4% consume arvejas secas quincenalmente, el 19.6% consume mensualmente frijoles, el 32.0% casi nunca consume pallares y el 59.8% nunca consume tarwi. (5)

De acuerdo a nuestros resultados se observa que el 39.7% consume lentejas de forma escasa, es decir, nunca o casi nunca, probablemente su consumo sea; porque encontramos este alimento en la mayor parte de las preparaciones en restaurantes, comedores y gracias a ello su consumo se genera de forma rutinaria y llega al aburrimiento, es por ello que es de menor consumo de forma significativa por las familias. Además, el mayor consumo diario son las habas secas, probablemente se debe a que Puno es productor de este alimento. (32)

TABLA N° 10

CONSUMO DE EMBUTIDOS Y FIAMBRES EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Embutidos y fiambres	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Salchicha	22	14.6	18	11.9	20	13.2	28	18.5	63	41.7	151	100
Mortadela	18	11.9	15	10.0	22	14.6	22	14.6	74	49.0	151	100
Jamón	20	13.2	17	11.3	21	13.9	21	13.9	72	47.7	151	100
Salteña	19	12.6	19	12.6	21	13.9	29	19.2	63	41.7	151	100
Papa rellena	21	13.9	17	11.3	22	14.6	31	20.5	60	39.7	151	100
Salchipapa	20	13.2	16	10.6	20	13.2	31	20.5	64	42.4	151	100
TOTAL	20	13.2	17	11.3	21	13.9	27	17.9	66	43.7	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 10

CONSUMO DE EMBUTIDOS Y FIAMBRES EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

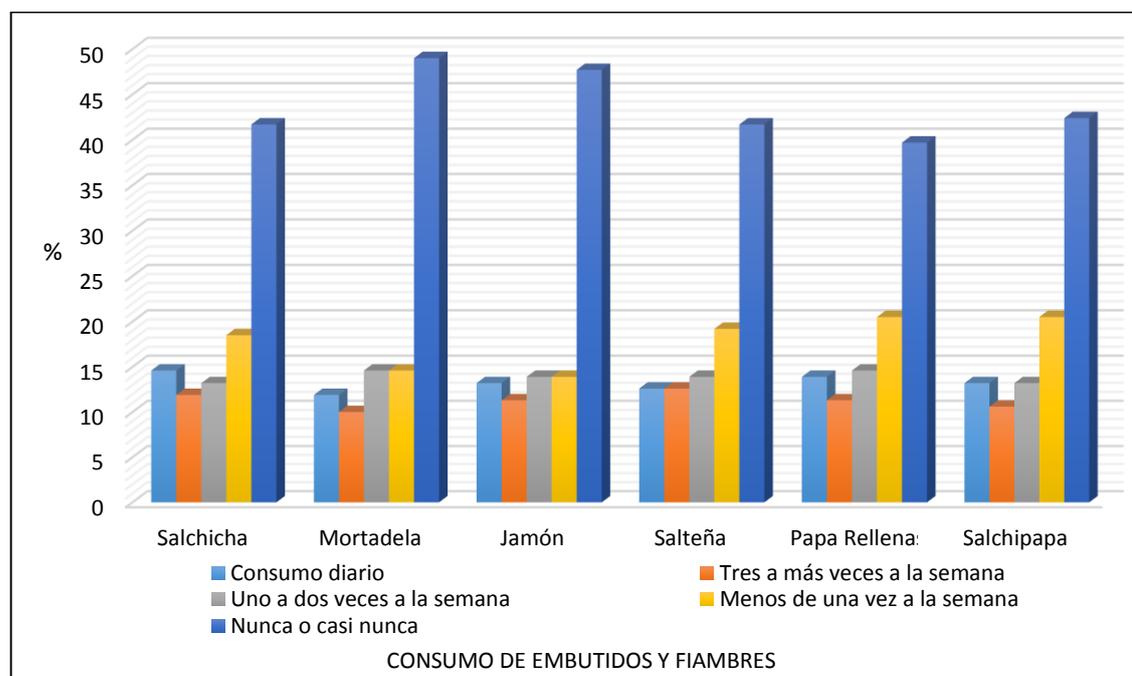


Gráfico 10. Consumo de embutidos y fiambres en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°10.

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 10, se desprende la frecuencia de consumo de embutidos y fiambres en la IES “Industrial 32” de Puno, , donde el alimento que se consume de manera diaria son las salchicha que representa el 14.6%, por el contrario el alimento que menos se consume de manera diaria es la mortadela representado por un 11.9%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de manera tres a más veces a la semana se representa en mayor significancia en un 12.6% en el consumo de salteña, como también, el 10% con el consumo de mortadela de menor frecuencia tres a más veces a la semana, el 14.6% de los adolescentes consume papa rellena y mortadela estos alimentos consumen de manera significativa de uno a dos veces a la semana, por el contrario, el consumo de salchipapa y salchicha estos alimentos de menor consumo en esta frecuencia representada por un 13.2%, el consumo de papa rellena y salchipapa donde el alimento que se consumen de menos de una vez a la semana representa el 20.5%, por otro lado, 47.7% representada por el jamón consumen menos frecuentemente es decir nunca o casi nunca de manera, de igual manera el papa rellena en un 39.7% en frecuencia de consumo nunca o casi nunca de manera deficiente en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Cabana E. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de hígado, embutidos se destaca que en el caso de hígado el 35.8% rara vez de manera contraria el 2.4% representa un consumo de todos los días, en el consumo de embutidos el 33.6% consume rara vez como el 1.1% representa un consumo diario en los estudiantes universitarios, también se encontró que tienen prácticas y patrón de alimentación adecuado, es decir fue más de la mitad de estudiantes universitarios consumen el huevos alguna veces a la semana y se determina no más de 3 raciones diarias; menos de la mitad estudiantes consumen el ovino algunas veces a la semana y la res alguna veces al mes. (9)

Los productos como los embutidos o también llamados ultra procesados son formulaciones industriales elaboradas a partir de sustancias derivadas de los alimentos o sintetizadas de otras fuentes orgánicas. En sus formas actuales, son inventos de la ciencia y la tecnología de los alimentos industriales modernas.

Los productos ultra procesados contienen una alta densidad energética, es decir, en porciones pequeñas se consume una cantidad importante de calorías que provienen principalmente de azúcar y grasa, y por lo general, también tienen un contenido elevado de sal. Sin embargo, son productos accesibles, fáciles de llevar a cualquier lugar, adaptados al ritmo de vida acelerado en el que vivimos debido a que no requieren preparación, es más, son altamente convenientes ya que están listos para ser bebidos o comidos, en el peor de los casos únicamente requieren ser calentados. Por lo tanto, su consumo desplaza o sustituye el consumo de alimentos como frutas y verduras frescas, granos, leguminosas, productos lácteos, carnes, aves los cuales deben ser la base de una alimentación correcta. (70)

TABLA N° 11

CONSUMO DE AZÚCARES Y DULCES EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Azúcares y dulces	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Chancaca	21	13.9	24	15.9	24	15.9	39	25.8	43	28.5	151	100
Azúcar blanca	17	11.3	21	13.9	26	17.2	33	21.9	54	35.8	151	100
Azúcar rubia	19	12.6	23	15.2	25	16.6	32	21.2	52	34.4	151	100
Miel de abeja	18	11.9	25	16.6	25	16.6	40	26.5	43	28.5	151	100
Galletas	20	13.2	23	15.2	26	17.2	42	27.8	40	26.5	151	100
Caramelos	19	12.6	22	14.6	24	15.9	42	27.8	44	29.1	151	100
TOTAL	19	12.6	23	15.2	25	16.6	38	25.2	46	30.5	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 11

CONSUMO DE AZÚCARES Y DULCES EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

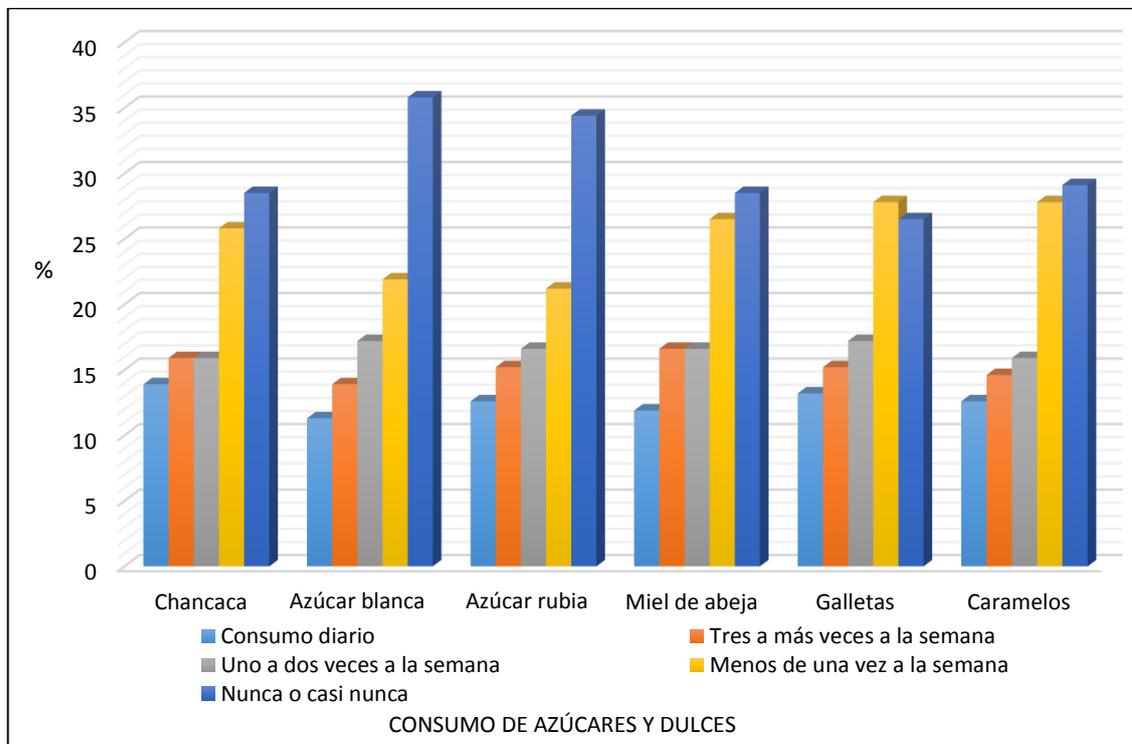


Gráfico 11. Consumo de azúcares y dulces en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°11.

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 11, se desprende la frecuencia de consumo de azúcares y dulces en la IES “Industrial 32” de Puno, , donde el alimento que se consume de manera diaria es la chancaca que representa el 13.9%, por el contrario el alimento que menos se consume de manera diaria es la miel de abeja representado por un 11.9%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de manera tres a más veces a la semana se representa en mayor significancia en un 16.6% en el consumo de miel de abeja, como también, el 13.9% con el consumo de azúcar blanca de menor frecuencia tres a más veces a la semana, el 17.2% de los adolescentes consume galletas y azúcar blanca estos alimentos consumen de manera significativa de uno a dos veces a la semana, por el contrario, el consumo de chancaca estos alimentos de menor consumo en esta frecuencia representada por un 15.9%, el consumo de miel de abeja donde el alimento que se consumen de menos de una vez a la semana representa el 26.5%, por otro lado, 35.8% representada por la chancaca consumen menos frecuentemente es decir nunca o casi nunca de manera, de igual manera las galletas en un 26.5% en frecuencia de consumo nunca o casi nunca de manera deficiente en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de azúcares y dulces de los adolescentes de 2° a 5° grado, donde el alimento que más se consume diariamente es azúcar rubia que representa el 70.1%, hay un consumo interdiario de galletas dulces que representa el 24.7%, el 28.9% consume caramelos semanalmente, el 18.6% consume galletas dulces quincenalmente, el 17.5% consume mensualmente caramelos, el 29.9% casi nunca consume miel de abeja y el 60.8% nunca consume chancaca. (5)

La OMS recomienda el consumo de 25 gramos de azúcar por día, también menciona que el azúcar no es necesario desde el punto de vista nutricional. Si se ingieren azúcares libres, aporten menos del 10% de necesidades energéticas totales; además si se reducen al menos 5% se puede observar mejoras en la salud. De acuerdo con el nuevo informe de la OMS, en las encuestas nacionales sobre alimentación se ha comprobado que la ingesta de alimentos y bebidas

ricos en azúcares libres puede ser una fuente importante de calorías innecesarias, especialmente para los adolescentes, los adolescentes y los adultos jóvenes.

Según los resultados obtenidos, los adolescentes consumen a diario de galletas por la accesibilidad en los quioscos escolares seguido de la azúcar rubia, probablemente su consumo sea para endulzar en sus preparaciones como avena (cuaquer), jugo de frutas, jugo de quinua, etc. Este grupo de alimentos no es necesario su consumo diario, porque si el adolescente consume a diario y en cantidades elevados puede ser dañino para su salud además llevar a cuadros de sobrepeso u obesidad. (71)

TABLA N° 12

CONSUMO DE BEBIDAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Bebidas	IES “Industrial 32”										TOTAL	
	Consumo diario		Tres a más veces a la semana		Uno a dos veces a la semana		Menos de una vez a la semana		Nunca o casi nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Té	12	7.9	23	15.2	24	15.9	46	30.5	46	30.5	151	100
Café	8	5.3	19	12.6	25	16.6	40	26.5	59	39.1	151	100
Infusiones	10	6.6	22	14.6	25	16.6	38	25.2	56	37.1	151	100
Cocoa	9	6.0	24	15.9	25	16.6	47	31.1	46	30.5	151	100
Gaseosas	11	7.3	22	14.6	26	17.2	49	32.5	43	28.5	151	100
TOTAL	10	6.6	22	14.6	25	16.6	44	29.1	50	33.1	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora

GRÁFICO N° 12

CONSUMO DE BEBIDAS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

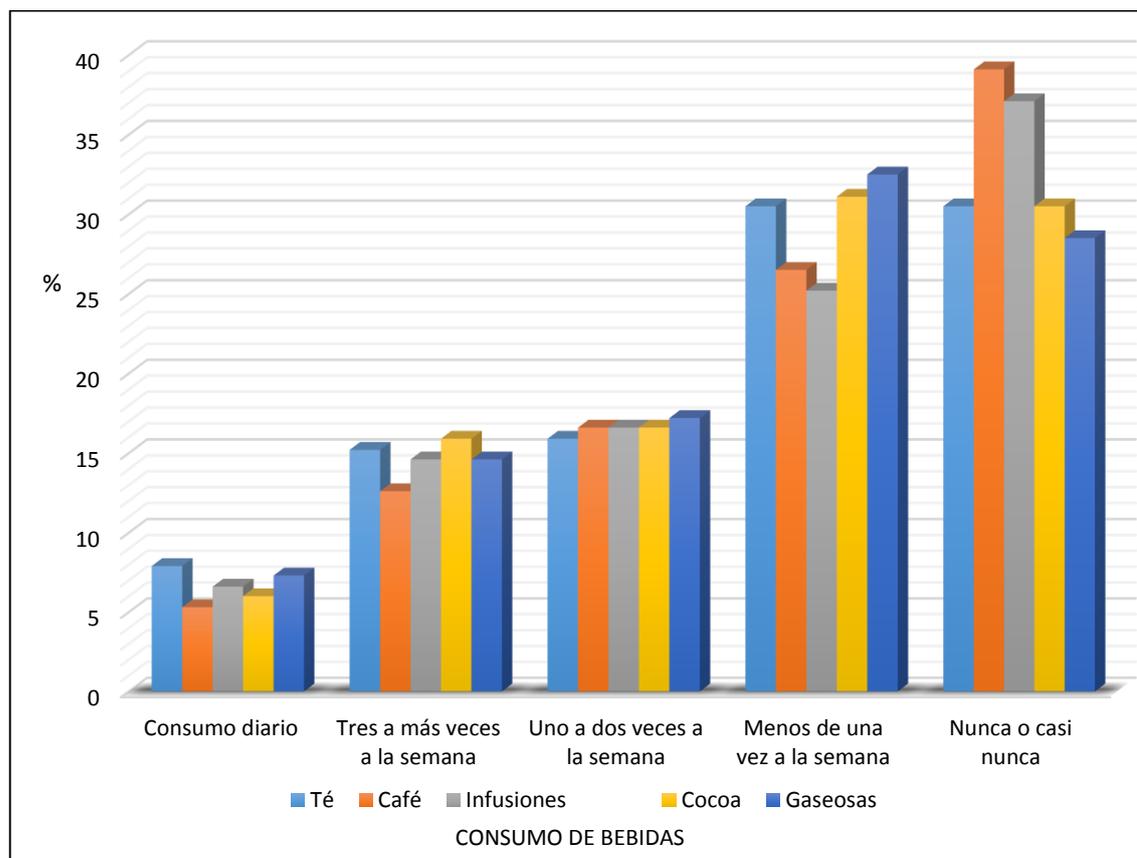


Gráfico 12. Consumo de bebidas en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°12

Interpretación

Considerando la tabla y gráfico 12, se desprende la frecuencia de consumo de azúcares y dulces en la IES “Industrial 32” de Puno, donde el alimento que se consume de manera diaria es el té que representa el 7.9%, por el contrario el alimento que menos se consume de manera diaria es la cocoa representado por un 6.0%, Así mismo, la frecuencia de consumo de alimentos de manera tres a más veces a la semana se representa en mayor significancia en un 15.9% en el consumo de miel de cocoa, como también, el 12.6% con el consumo de café de menor frecuencia tres a más veces a la semana, el 17.2% de los adolescentes consume gaseosas estos alimentos consumen de manera significativa de uno a dos veces a la semana, por el contrario, el consumo de té estos alimentos de menor consumo en esta frecuencia representada por un 30.5%, el consumo de infusiones donde el alimento que se consumen de menos de una vez a la semana representa el 25.2%, por otro lado, 39.1% representada por la chancaca consumen menos frecuentemente es decir nunca o casi nunca de manera, de igual manera las gaseosas en un 28.5% en frecuencia de consumo nunca o casi nunca de manera deficiente en la IES “Industrial 32” de Puno.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de bebidas azucaradas de los adolescentes de 2° a 5° grado donde, el alimento que más se consume diariamente son las infusiones que representa el 41.2%, hay un consumo interdiario de cocoa que representa el 24.7%, el 23.7% consume café semanalmente, el 15.5% consume gaseosa quincenalmente, el 16.5% consume mensualmente gaseosa, el 11.3% casi nunca consume cocoa y gaseosa ambos en el mismo porcentaje, y el 12.4% nunca consume cocoa e infusiones ambos en el mismo porcentaje. (5)

La OMS reconoce que la venta de alimentos y bebidas no saludables son las causas principales del incremento de peso en los adolescentes, de aquí la importancia del seguimiento y control a los puestos de venta de comida exigiéndole por parte del gobierno a los microempresarios, que deben cumplir con ciertas normas para el desarrollo de esta actividad, normas que deben ir dirigidas a la higiene, y a la preparación de alimentos saludables para la salud,

principalmente cuando los mayores consumidores son los adolescentes, pues son los más vulnerables en cuestiones de salud.

La Organización Mundial de la Salud además señala que la población está susceptible a padecer enfermedades no transmisibles debido a una alimentación rica en grasas y bebidas azucaradas y gaseosas. (64)

TABLA N° 13

CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Consumo de alimentos	IES “Industrial 32” Puno		TOTAL	
	N°	%	N°	%
Poco saludable	98	64.9	151	100
Necesita cambio	32	21.2	151	100
Saludable	21	13.9	151	100
Total	151	100	151	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo D

Elaboración: Propia de la autora

GRÁFICO N° 13

CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

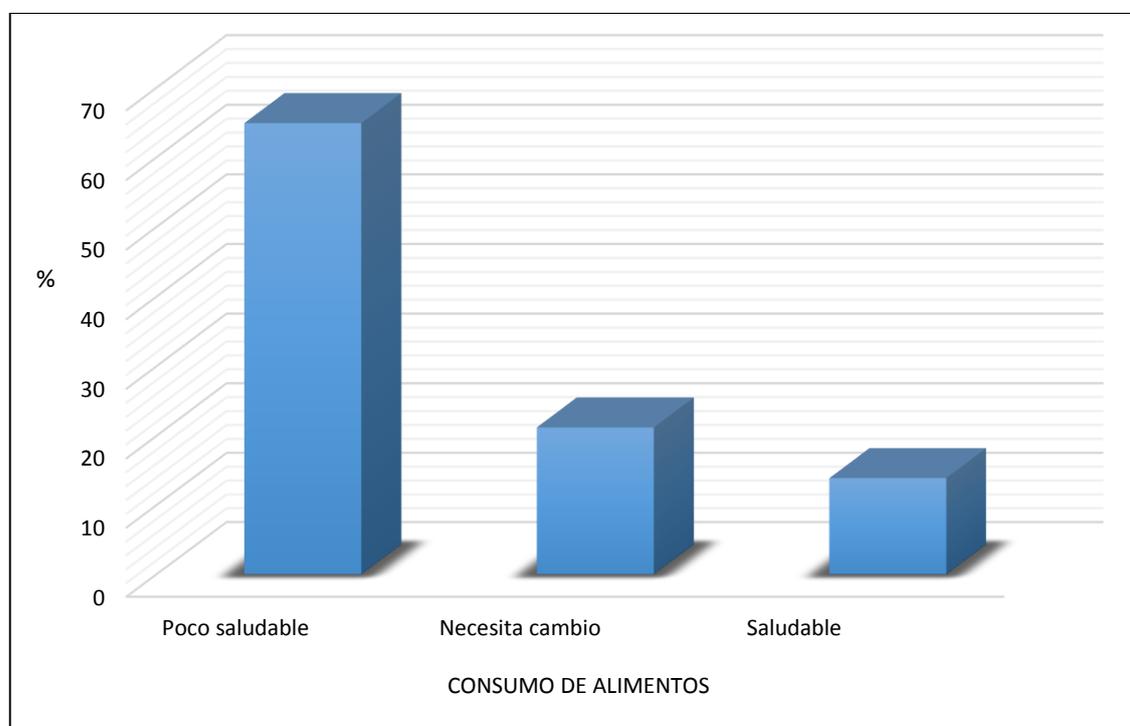


Gráfico N° 13 Consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°13.

Interpretación

De la tabla y gráfico 13 se desprende el 64.9% que representa una alimentación poco saludable en cuanto a: leche y derivados, cereales y derivados, tubérculos, verduras y hortalizas, frutas, carnes y huevos, legumbres y menestras, embutidos y fiambres, azúcares y dulces y bebidas, en la Institución Educativa Secundaria estatal “Industrial 32” de Puno, por otro lado, el 21.2% necesitan cambio en el consumo de alimentos saludable; asimismo, el 13.9% tienen un consumo de alimentos saludable en la IES estatal “Industrial 32” de Puno.

Resultados similares de encontró en Flores C. (2017) donde señala que la frecuencia de consumo de alimentos expresada en índice de alimentación saludable de los adolescentes de la IEP Independencia Nacional requieren modificación en un 69.1% de los cuales el 45.4% tienen un estado nutricional normal, el 13.4% presentan sobrepeso y el 10.3% tienen obesidad. Del 30.9% de adolescentes que presentan una alimentación poco saludable, el 15.5% son normales, el 9.3% presentan sobrepeso y el 6.2% tienen obesidad. (5)

En nuestro estudio se observa que la mayoría de los adolescentes requiere cambios en su alimentación debido a una alimentación poco saludable de los mismos, por ello es importante que se brinde información sobre temas de alimentación del escolar, también dar a conocer las causas de una mala alimentación en la institución educativa, no solo a adolescentes sino también a padres de familia, docentes y todos los que están involucrados en la educación de los adolescentes. El aprovechamiento de los nutrientes ingeridos depende de factores como la combinación de alimentos y la calidad de la dieta, así como las condiciones del sistema gastrointestinal de la persona.

También se pone en evidencia que un 64.9% tiene una alimentación poco saludable, este porcentaje encontrado es porque los adolescentes según la frecuencia de consumo de alimentos observamos que la mayoría de los adolescentes no consume los requerimientos adecuados de lácteos, así mismo sucede con el grupo de frutas y verduras, y los adolescentes no cumplen con esta recomendación, como se puede observar los adolescentes según la frecuencia de consumo de alimentos no consumen alimentos en cantidad y calidad.

TABLA N° 14

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS SEGUN SEXO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Indicadores	MUJERES								VARONES								TOTAL	
	Nula utilización		Poca utilización		Regular utilización		Mucha utilización		Nula utilización		Poca utilización		Regular utilización		Mucha utilización			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Televisión	10	9.5	12	11.4	16	15.2	67	63.8	18	24.3	20	27.0	25	33.8	11	14.9	151	100
Internet	10	9.5	14	13.3	36	34.3	45	42.9	18	24.3	20	27.0	17	23.0	19	25.7	151	100
Facebook	2	1.9	15	14.3	26	24.8	62	59.0	18	24.3	20	27.0	11	14.9	25	33.8	151	100
Twitter	28	26.7	23	21.9	21	20.0	33	31.4	20	27.0	22	29.7	19	25.7	13	17.6	151	100
Instagram	13	12.4	7	6.7	44	41.9	41	39.0	24	32.4	16	21.6	15	20.3	19	25.7	151	100
Radio	7	6.7	2	1.9	40	38.1	56	53.3	22	29.7	20	27.0	15	20.3	17	23.0	151	100
Periódico	28	26.7	24	22.9	39	37.1	14	13.3	14	18.9	24	32.4	21	28.4	15	20.3	151	100
TOTAL	14	13.3	14	13.3	32	30.5	45	42.9	19	25.7	20	27.0	18	24.3	17	23.0	151	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de 15 a 17 años sobre medios de comunicación masiva y medio afectivo social, según sexo.

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 14

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA SEGÚN SEXO EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

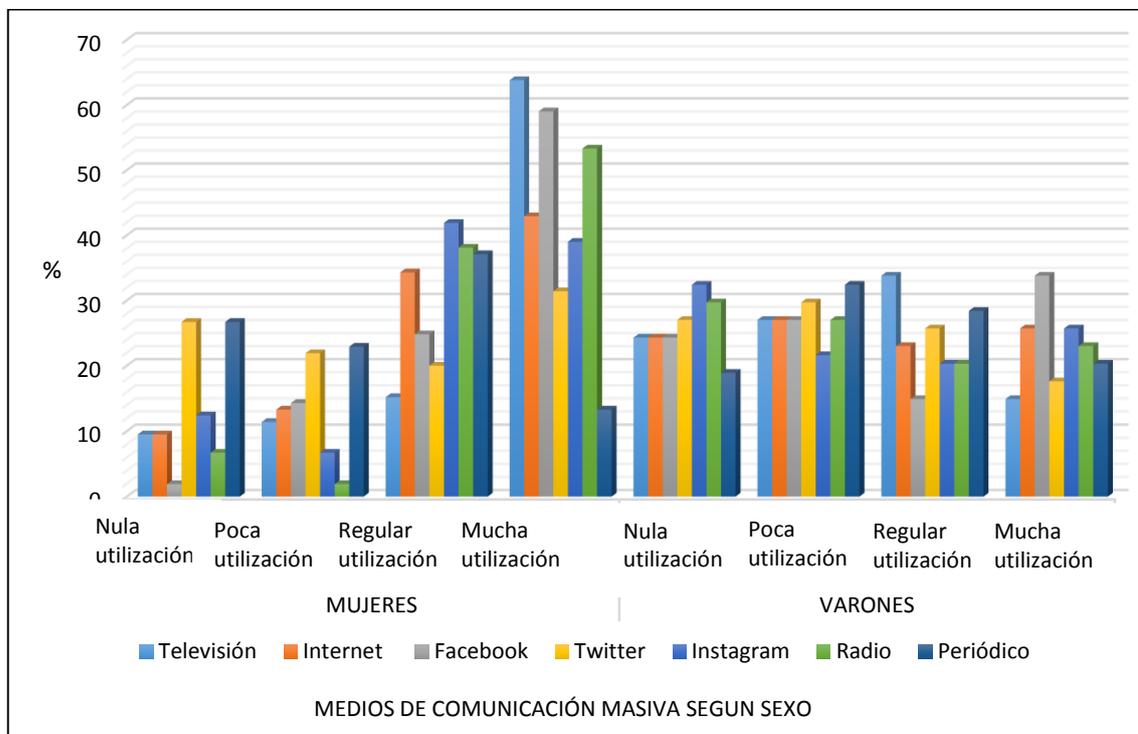


Gráfico 14. Medios de comunicación masiva en adolescentes de 15 a 17 años según sexo en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°14.

Interpretación

A continuación, se presenta en el cuadro de contingencia en relación a los medios de comunicación masiva según sexo, como se aprecia, el 63.8% que corresponde a 67 mujeres tienen mucha utilización de la televisión; en cambio los varones, el 33.8% que corresponde a 25 mujeres poseen regular utilización de la televisión. Por otro lado, el 42.9% que es igual a 45 mujeres poseen mucha utilización de la Internet; asimismo, el 27% que es igual a 20 varones tienen poca utilización de la internet. Del mismo modo, el 59% que representa a 62 mujeres poseen mucha utilización del Facebook; del mismo modo, el 33.8% que representa a 25 varones tienen mucha utilización del Facebook. El 31.4% en relación a 33 mujeres poseen mucha utilización con el Twitter; Por el contrario, el 29.7% en relación a 22 varones tienen poca relación con el Twitter. Sin embargo, el 41.9% de 44 mujeres tienen regular utilización del Instagram; a diferencia del 32.4% de 24 varones tienen nula utilización del Instagram. El 53.3% en correspondencia a 56 mujeres tienen mucha utilización por la radio; del mismo modo, el 29.7% en correspondencia a 22 varones tienen nula utilización a la radio. El 37.1% en relación a 39 mujeres tienen regular utilización del periódico; Por el contrario, el 32.4% en relación a 24 varones tienen poca utilización por el periódico. En suma, el 42.9% de los encuestados en el sexo masculino poseen utilización a los medios de comunicación masiva a la televisión y Facebook; en cambio, el 33.8% de las mujeres encuestados poseen regular utilización por la televisión y mucha utilización del Facebook.

Respecto a esto Arab y Díaz (2015), (17) manifiestan que millones de personas en el mundo, son quienes hacen uso excesivo de la tecnología e internet, habiéndose convertido en parte de sí mismos, siendo además una moderna forma de comunicarse y de interrelacionar con sus semejantes en ambos sexos tanto varones como mujeres; no obstante, las apariciones de las diferentes aplicaciones tecnológicas han dado lugar a conductas de efecto adictivo en la población adolescente en ambos sexos. De acuerdo con los autores hacemos énfasis que son los adolescentes quienes más acceden a las redes sociales, más que una necesidad se ha convertido en un hábito y un vicio el hecho de estar conectados y pegados a un celular, computadora, tablet, entre otros.

TABLA N° 15

MEDIO DE COMUNICACIÓN AFECTIVO SOCIAL EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS SEGÚN SEXO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

Medio afectivo social	MUJERES								VARONES								TOTAL	
	Nulo apego		Poco apego		Regular apego		Mucho apego		Nulo apego		Poco apego		Regular apego		Mucho apego			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Madre	30	28.6	47	44.8	10	9.5	18	17.1	16	21.6	16	21.6	15	20.3	27	36.5	151	100
Padre	3	2.9	51	48.6	24	22.9	27	25.7	20	27.0	18	24.3	13	17.6	23	31.1	151	100
Hermanos	0	0.0	29	27.6	61	58.1	15	14.3	14	18.9	14	18.9	15	20.3	31	41.9	151	100
Primos	32	30.5	27	25.7	26	24.8	20	19.0	16	21.6	16	21.6	21	28.4	21	28.4	151	100
Tíos	16	15.2	20	19.0	33	31.4	36	34.3	16	21.6	20	27.0	17	23.0	21	28.4	151	100
Padrinos	39	37.1	6	5.7	30	28.6	30	28.6	14	18.9	16	21.6	23	31.1	21	28.4	151	100
Amigos	0	0.0	5	4.8	32	30.5	68	64.8	16	21.6	22	29.7	21	28.4	15	20.3	151	100
Docentes	17	16.2	22	21.0	25	23.8	41	39.0	16	21.6	18	24.3	21	28.4	19	25.7	151	100
TOTAL	17	16.2	26	24.8	30	28.6	32	30.5	16	21.6	18	24.3	18	24.3	22	29.7	151	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de 15 a 17 años sobre el medio de comunicación masiva y medio afectivo social, según sexo. Anexo C

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 15

MEDIO DE COMUNICACIÓN AFECTIVO SOCIAL EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS SEGÚN SEXO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” – PUNO, 2019.

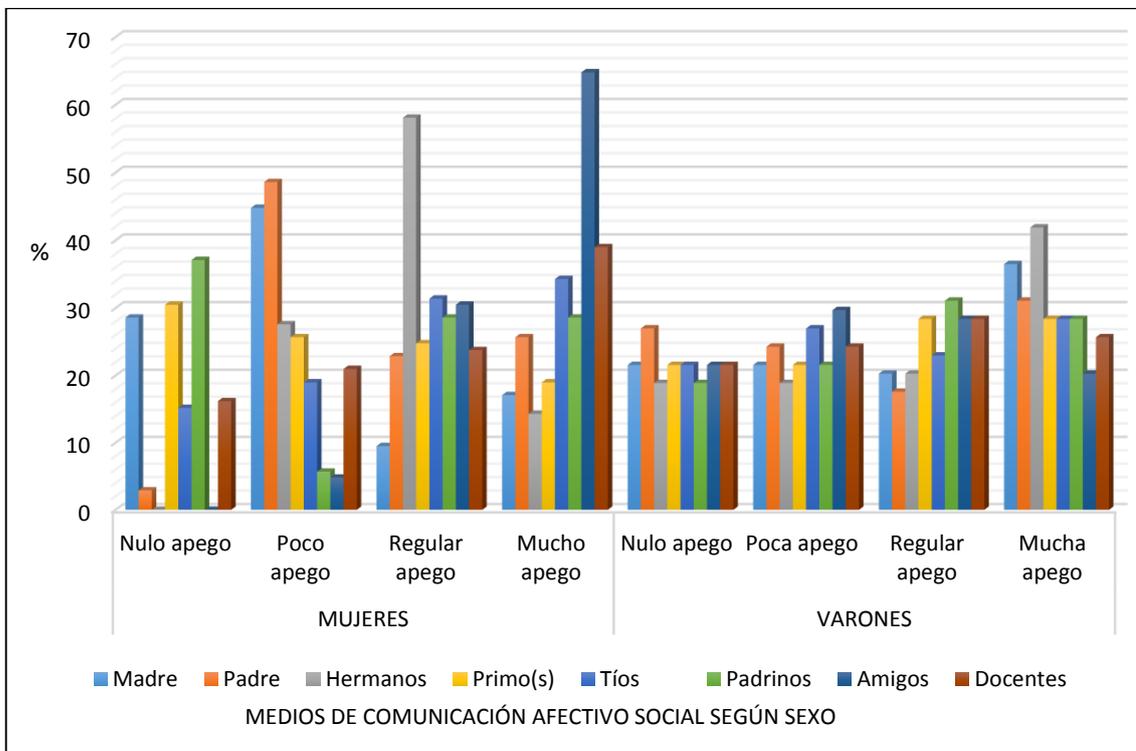


Gráfico 15. medio de comunicación afectivo social según sexo en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°15

Interpretación

A continuación, se presenta en el cuadro de contingencia en relación de medio de comunicación afectivo social según sexo, como se aprecia, el 44.8% que corresponde a 47 mujeres tienen poco apego de la madre; en cambio en el sexo de varones, el 36.5% que corresponde a 27 hombres poseen mucho apego de la madre. Por otro lado, el 48.6% que es igual a 51 mujeres poseen poco apego del padre; asimismo, el 31.1% que es igual a 27 hombres tienen mucho apego del padre. Del mismo modo, el 58.1% que representa a 61 mujeres poseen regular apego de los hermanos; del mismo modo, el 41.9% que representa a 31 hombres tienen mucho apego de los hermanos. El 30.5% en relación a 32 mujeres tienen nulo apego de los primos; por el contrario, el 28.4% en relación a 21 hombres tienen regular y mucho apego de los primos. Sin embargo, el 34.3% de 36 mujeres tienen mucho apego de los tíos; a diferencia del 28.4% de 21 hombres tienen mucho apego de los tíos. El 37.1% en correspondencia a 39 mujeres tienen nulo apego por los padrinos; del mismo modo, el 31.1% en correspondencia a 23 hombres tienen regular apego de los padrinos. El 64.8% en relación a 68 mujeres tienen mucho apego de los amigos; por el contrario, el 29.7% en relación a 22 hombres tienen poco apego de los amigos. El 39% que es igual a 41 mujeres poseen mucho apego de los docentes; el 28.4% que es igual a 21 hombres poseen regular apego de los docentes. En suma, el 58.1% de los encuestados en el sexo femenino poseen regular apego de los hermanos y el 64.8% mucho apego de los amigos como medio de comunicación afectivo social en masiva; en cambio, el 41.9% de los hombres encuestados poseen mucho apego por los hermanos y el 36.5% de ellos poseen mucho apego de las madres.

El sistema de apego tiene una función homeostática al contribuir a mantener el equilibrio entre las conductas exploratorias y las de proximidad. A esta contribución Girón, Rodríguez y Sánchez (2003) añaden lo siguiente: cuando se desarrolla una relación de apego saludable, se satisfacen las necesidades físicas y psíquicas del adolescente y éste desarrolla un sentimiento de seguridad. La experiencia de que la figura de apego (el cuidador) es accesible y responderá si se le pide ayuda, suministra un sentimiento de confianza, que facilita la exploración tanto del mundo físico como del social.

Desde el enfoque biopsicosocial, la salud es entendida como una conexión entre elementos biológicos, psicológicos y sociales (72). En el caso de la alimentación, la interacción entre el estado de ánimo, las emociones y el comportamiento alimentario es compleja. No obstante, se ha planteado la hipótesis de que las estrategias que utilizan las personas en la regulación de las emociones conllevan cambios en la elección de alimentos, así como en la cantidad de alimentos ingerida.

Existe evidencia moderada de que los estilos de crianza parentales- familiares influyen en gran medida el peso corporal, la elección de alimentos y la actividad física del adolescente. Además, la calidad de la relación paterno-filial (sensibilidad y tono emocional) está estrechamente relacionada con la internalización de valores sociales y la autorregulación. Teniendo en cuenta que las comidas son con frecuencia momentos donde ocurren las interacciones entre progenitores e hijos, los estilos parentales y amicales.

TABLA N° 16

CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS SEGÚN SEXO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA "INDUSTRIAL 32" – PUNO, 2019.

		MUJER		HOMBRES	
		N°	%	N°	%
Consumo de alimentos	Poco saludable	83	79.0	21	28.4
	Necesita cambio	17	16.2	30	40.5
	Saludable	05	4.8	23	31.1
	Total	105	100	74	100

Fuente: Cuestionario a estudiantes de 15 a 17 años de edad con el consumo de alimentos. Anexo 2 y sexo.

Elaboración: Propia de la autora.

GRÁFICO N° 16

CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS SEGÚN SEXO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA "INDUSTRIAL 32" – PUNO, 2019.

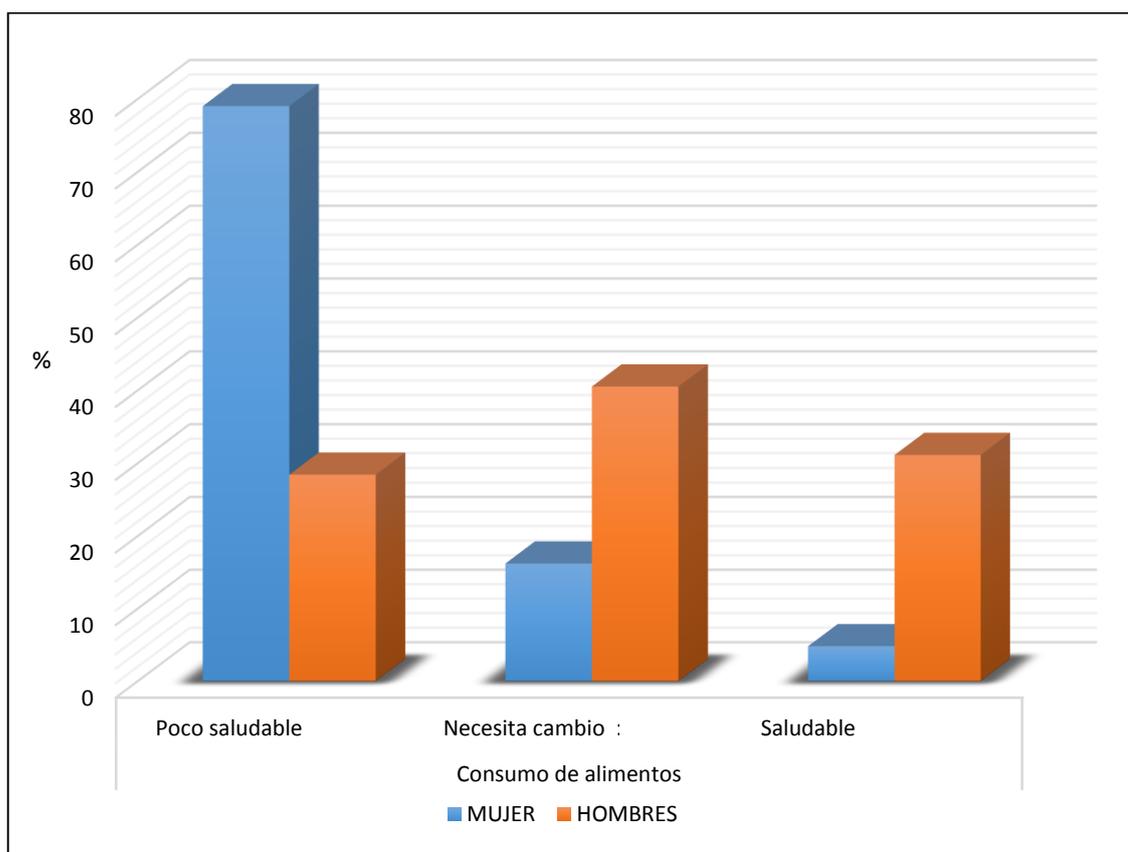


Gráfico 16. Consumo de alimentos según sexo en adolescentes de 15 a 17 años en la Institución Educativa Secundaria "Industrial 32" – Puno, 2019.

Fuente: Tabla n°16

Interpretación

En la tabla de sexo con el consumo de alimentos se observa, el 79% en correspondencia a 83 mujeres son poco saludables; en cambio, el 28.4% en relación a 21 hombres son pocos saludables. El 16.2% que representa a 17 mujeres necesitan cambios en el consumo de alimentos; por el contrario, el 40.5% que representa a 30 hombres necesitan cambios en el consumo de alimentos. Por último, el 4.8% de 5 mujeres son saludables en el consumo de alimentos; y el 31.1% de 23 hombres son saludables en el consumo de alimentos.

En suma, el 79% de las mujeres encuestadas son poca saludables en el consumo de alimentos, por el contrario, el 31.1% de los hombres encuestados son saludables en el consumo de alimentos.

De manera comparativa y similar presenta Flores C. (2017) señala en su investigación la frecuencia de consumo de bebidas azucaradas de los adolescentes de 2° a 5° grado donde, índice de alimentación saludable de los niños de la IEP Independencia Nacional requieren modificación en un 69.1% de los cuales el 45.4% tienen un estado nutricional normal, el 13.4% presentan sobrepeso y el 10.3% tienen obesidad. Del 30.9% de niños que presentan una alimentación poco saludable, el 15.5% son normales.

De igual manera Miranda, V. (2017) en su investigación consumo de alimentos en escolares y estado nutricional de los estudiantes de las instituciones educativas primarias de la ciudad de Puno señala la frecuencia de consumo de alimentos que se expenden en quioscos escolares expresado en el índice de alimentación, encontrándose que el 92.21% de los estudiantes presenta un consumo poco saludable y el 3.79% requiere cambios en su alimentación.

Los resultados de estas dos investigaciones coinciden con los resultados que obtuvimos y se concluye que la mayoría de los adolescentes necesita cambios en su alimentación, por ello es importante que se brinde información sobre temas de alimentación del escolar, también dar a conocer las causas de una mala alimentación en la institución educativa, no solo a adolescentes sino también a padres de familia, docentes y todos los que están involucrados en la educación

de los adolescentes. El aprovechamiento de los nutrientes ingeridos depende de factores como la combinación de alimentos y la calidad de la dieta, así como las condiciones del sistema gastrointestinal de la persona.

4.3. LA PRUEBA DE LA CHI – CUADRADA

Esta prueba es utilizada para los análisis de la relación entre dos variables, la prueba se calcula mediante la utilización de una tabla de contingencia o tabulación cruzada, el que se caracteriza porque consta de dos variables; a las frecuencias observadas de cada variable en la comparación de la tabla de frecuencia esperada, para observar su significancia.

TABLA N^a 17

CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO AFECTIVO SOCIAL CON EL CONSUMO DE ALIMENTOS

		Consumo de alimentos						Total	
		Poco saludable		Necesita cambio		Saludable			
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Medios de comunicación masiva y medio afectivo social	Nula utilización/apego	27	17.9	0	0.0	0	0.0	27	17.9
	Poca utilización/apego	8	5.3	13	8.6	0	0.0	21	13.9
	Regular utilización/apego	24	15.9	4	2.7	12	7.9	40	26.5
	Mucha utilización/apego	39	25.8	15	9.9	9	6.0	63	41.7
Total		98	64.9	32	21.2	21	13.9	151	100

En la tabla N° 17 observamos que el consumo de alimentos en los estudiantes en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” de Puno, son poco saludables en un 64.9% de los cuales el 25.8% de los estudiantes son poco saludables en relación a mucha utilización/apego a los medios de comunicación masiva y medio afectivo social. El 21.2% de los estudiantes necesitan cambios en el consumo de alimentos, de los cuales el 9.9% de los estudiantes poseen mucha utilización/apego de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social; por otro lado, el 13.9% de estudiantes poseen consumo de alimentos saludables de los cuales el 7.9% de estudiantes poseen regular utilización/apego de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social.

En el cuadro se observa la frecuencia observada de las dos variables en estudio, para luego dar a conocer la frecuencia esperada que pide la fórmula de la Chi cuadrado, en el cuadro que a continuación se presente la frecuencia observada para luego reemplaza la fórmula planteada.

Un estudio de (CONCORTV, 2012) “Análisis de la publicidad de alimentos no saludables en la televisión peruana”, el 13% de la publicidad es de naturaleza alimentaria de la cual el 54,0% es no saludable, 10.0% poco saludable y el 36,0% sin clasificar. Otro dato importante fue que los medios de comunicación masiva y medio afectivo social está ligada estrechamente a una alimentación poco saludable en los adolescentes destacando así un 64.9%. La comparación de medio de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos se encuentran altamente asociados, esto se comprueba con el chi cuadrado con un grado de confiabilidad al 95% ($p < 0,005$), lo que demuestra que debido a la publicidad emitida de dichos alimentos y/o productos estos son consumidos, según (Gutiérrez & Enciso, 2014) el 100% de los alumnos consumen productos anunciados en televisión y que más del 60 % de ellos los consumen más de tres días a la semana., (Román & Quintana, 2010) nos indica que más del 70% de los adolescentes de cada grupo indicaron que alguna vez han comprado o deseado comprar algún alimento promocionado en cualquiera de los medios de comunicación. Para demostrar la preferencia de alimentos se preguntó el motivo de consumo dando como resultado al 77,1 % “emitido por la televisión”, seguido del 14,3% “lo envían en mi lonchera” y 8,6 % “mis amigos lo consumen”, lo que refuerza la influencia de la publicidad en alimentos. (73)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	46,531 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	51,656	6	,000
N de casos válidos	151		

A partir del estadístico de prueba del SPSS v, 25, con la Chi – Cuadrada (X^2) calcularemos con la fórmula planteada; se calcula la diferencia entre las frecuencias observadas y esperadas, se eleva al cuadrado y se divide entre las frecuencias esperadas. La suma de todas las celdas es la Chi – Cuadrada calculada.

Tal como se puede apreciar en la tabla, el valor de la Chi Cuadrada calculada es de 46,531 para interpretar el resultado obtenido debemos utilizar el concepto de grados de libertad (GI).

Luego de realizados los cálculos, debemos comparar en la tabla de Distribución de la Chi Cuadrada, eligiendo el nivel de confianza 0,05 el valor corresponde a los grados de libertad obtenidos. Si el valor calculado es igual o superior al de la tabla, esto quiere decir que las variables están relacionadas. Asumiendo el valor del nivel de confianza de 0.05 con 6 grados de libertad, la Chi tabulada es de 12.592.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

Para la prueba de hipótesis se recurrirá a la hipótesis que se desea probar; la primera hipótesis es la hipótesis nula y la segunda es la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis

H₀: No existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno, 2019.

H_a: Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

Decisión

La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado calculado se logra 46,531, asumiendo el nivel de confianza de 0,05, por el contrario el valor de la Chi Cuadrado tabulada con 6 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592, como el valor de la Chi cuadrado tabulado es inferior en 12.592, por el contrario el valor de la Chi cuadrado calculado es de 46,531 que es superior a la Chi cuadrado tabulado con 6 grados de libertad y el nivel de confianza de 0.05, se asume la hipótesis alterna, entonces; Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019.

TABLA N^o 18
CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MASIVA Y CONSUMO DE ALIMENTOS

		Consumo de alimentos						Total	
		Poco saludable		Necesita cambio		Saludable			
		N ^o	%	N ^o	%	N ^o	%	N ^o	%
Medios de comunicación masiva	Nula utilización	27	17.9	1	0.7	0	0.0	28	18.5
	Poca utilización	11	7.3	14	9.3	0	0.0	25	16.6
	Regular utilización	27	17.9	5	3.3	9	6.0	41	27.2
	Mucha utilización	33	21.8	12	7.9	12	7.9	57	37.7
Total		98	64.9	32	21.2	21	13.9	151	100

En la tabla N^o 18 observamos que el consumo de alimentos en los estudiantes en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” de Puno, son poco saludables en un 64.9% de los cuales el 21.8% de los estudiantes son poco saludables en relación a mucha utilización a los medios de comunicación masiva. El 21.2% de los estudiantes necesitan cambios en el consumo de alimentos, de los cuales el 9.3% de los estudiantes poseen poca utilización de los medios de comunicación masiva; por otro lado, el 13.9% de estudiantes poseen consumo de alimentos saludables de los cuales el 7.9% de estudiantes poseen mucha utilización de los medios de comunicación masiva.

En el cuadro se observa la frecuencia observada de las dos variables en estudio, para luego dar a conocer la frecuencia esperada que pide la fórmula de la Chi cuadrada, en el cuadro que a continuación se presente la frecuencia observada para luego reemplaza la fórmula planteada.

En el estudio realizado por Huett, M. (2017) nos indica el 97,2 % de los alumnos veían televisión más de 3horas a diario mientras el 2,8% veían de 0 a 2,9 horas, lo que se expresa como una alta exposición a la publicidad televisiva (15), en el estudio de (Román & Quintana, 2010) realizado en Perú nos indica que la televisión es el medio más influyente en la preferencia de alimentos según el 70% de los alumnos. (73)

De acuerdo a nuestros resultados se observa que el 21.8% de los adolescentes y su alimentación es poco saludable, por lo que tiene relación con los medios de

comunicación masiva en cuanto mucha utilización, esto indica que su alimentación no ha variado en el tiempo, si no esto podría deberse a la mala elección de los adolescentes al momento de la adquisición de un producto alimentario y se relacione también por la mala alimentación en el hogar, el 6,0% de los adolescentes necesita cambios en su alimentación, probablemente los niños tengan una alimentación adecuada en su casa, sin embargo esta alimentación puede estar influenciado con alimentos y preparaciones que consumen fuera del hogar, como puede ser en los quioscos de la escuela, ya que se ha podido observar que en el quiosco escolar expenden alimentos en su mayoría poco saludables como son la comidas rápidas y a precio económico, ejemplo salchipapa 0.50 céntimos. Además, si el adolescente continúa con una alimentación de productos con alto contenido energético y no utilizarlo en alguna actividad física, es probable que tenga problemas como sobre peso y obesidad, Así también la constante exposición a la publicidad de alimentos y bebidas de alto contenido calórico, ricos en grasa, azúcar y sal, así como una gran oferta de este tipo de alimentos ha inducido un cambio importante en los patrones de alimentación que no son adecuados para los adolescentes.

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	37,741 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	42,207	6	,000
N de casos válidos	151		

Por último, la Chi – Cuadrada (X^2) calcularemos con la fórmula planteada; es decir para cada celda se calcula la diferencia entre las frecuencias observadas y esperadas, se eleva al cuadrado y se divide entre las frecuencias esperadas. La suma de todas las celdas es la Chi – Cuadrada calculada.

Tal como se puede apreciar en la tabla, el valor de la Chi Cuadrada es de 37.741 para interpretar el resultado obtenido debemos utilizar el concepto de grados de libertad (Gl).

Luego de realizados los cálculos, debemos comparar en la tabla de Distribución de la Chi Cuadrada, eligiendo el nivel de confianza 0,05 el valor corresponde a

los grados de libertad obtenidos. Si el valor calculado es igual o superior al de la tabla, esto quiere decir que las variables están relacionadas. Asumiendo el valor del nivel de confianza de 0.05 con 6 grados de libertad, la Chi tabulada es de 12.592

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

Para la prueba de hipótesis se recurrirá a la hipótesis que se desea probar; la primera hipótesis es la hipótesis nula y la segunda es la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis

H₀: No existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

H_a: Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

Decisión

La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado se logra 37.741, asumiendo el nivel de confianza de 0,05, por el contrario el valor de la Chi Cuadrado tabulada con 4 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592, como el valor de la Chi cuadrado tabulado es inferior en 12.592, por el contrario el valor de la Chi cuadrado calculado es de 37.741 que es superior a la Chi cuadrado tabulado con 6 grados de libertad y el nivel de confianza de 0.05, se asume la hipótesis alterna, entonces; Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019.

TABLA N^o 19
CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES MEDIO DE COMUNICACIÓN
AFECTIVO SOCIAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS

		Consumo de alimentos						Total	
		Poco saludable		Necesita cambio		Saludable			
		N ^o	%	N ^o	%	N ^o	%	N ^o	%
Medios de comunicación afectivo social	Nulo apego	28	18.5	0	0.0	1	0.7	29	19.2
	Poco apego	22	14.6	16	10.6	0	0.0	38	25.2
	Regular apego	21	13.9	0	0.0	20	13.2	41	27.2
	Mucho apego	27	17.9	16	10.6	0	0.0	43	28.4
Total		98	64.9	32	21.2	21	13.9	151	100

En la tabla N^o 19 observamos que el consumo de alimentos en los estudiantes en la institución Educativa Secundaria "Industrial 32" de Puno, son poco saludables en un 64.9% de los cuales el 18.5% de los estudiantes poseen nulo apego del medio de comunicación afectivo social. El 21.2% de los estudiantes necesitan cambios en el consumo de alimentos, de los cuales el 10.6% de los estudiantes poseen poca y mucho apego del medio de comunicación afectivo social; por otro lado, el 13.9% de estudiantes poseen consumo de alimentos saludables, de los cuales el 13.2% de estudiantes poseen regular apego del medio de comunicación afectivo social.

En el cuadro se observa la frecuencia observada de las dos variables en estudio, para luego dar a conocer la frecuencia esperada que pide la fórmula de la Chi cuadrada, en el cuadro que a continuación se presente la frecuencia observada para luego reemplaza la fórmula planteada.

Torresani (2007) menciona que los hábitos alimentarios de los adolescentes no solo son influidos por el tipo de alimentación familiar, sino también por las conductas de los otros adolescentes con los que se relacionan y por los estilos de vida en el que se desarrollan. En la adolescencia, se tiende a introducir el consumo de comidas rápidas, las cuales contribuyen a la modificación de los hábitos alimentarios.

De acuerdo a nuestros resultados se observa que el 17.9% de los adolescentes y su alimentación es poco saludable, por lo que tiene relación con el medio afectivo social y el mucho apego destacado en este caso el medio amical, esto indica que su alimentación se ve influenciada por los amigos ya que se da una interacción directa con los mismos generando decisiones equivalentes en la elección de alimentos, a comparación del entorno familiar ya que algunos adolescentes mencionan que no viven con los padres y los que viven los cuidadores están inversos en actividades cotidianas a ellos y no tienden a tener tiempo en la interacción con sus jóvenes hijos.

Asi mismo Arias, L. (2014) menciona de manera general es importante resaltar que los trastornos de la conducta alimentaria son multifactoriales sin embargo, es de suma importancia tener presente el papel que juega la familia frente al desarrollo de los mismos, debido a que los patrones alimentarios se aprenden principalmente en el núcleo familiar, mismos que contribuirán a la adquisición y medicación de conductas en los niños y adolescentes.

Finalmente, los resultados obtenidos en este estudio requieren otras investigaciones que contribuyan a reforzarlas y a aumentar su consistencia por lo cual considero importante realizar intervenciones directamente en etapas tempranas de la infancia y adolescencia temprana; en el cual se debe trabajar el apego, la autopercepción y regulación de los estados internos del sujeto.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,257 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	92,881	6	,000
N de casos válidos	151		

Por último, la Chi – Cuadrada (X^2) calculando con la ayuda del estadístico de SPSS v, 25; para cada celda se calcula la diferencia entre las frecuencias observadas y esperadas, se eleva al cuadrado y se divide entre las frecuencias esperadas. La suma de todas las celdas es la Chi – Cuadrada calculada.

Tal como se puede apreciar en la tabla, el valor de la Chi cuadrada es de 83,257 para interpretar el resultado obtenido debemos utilizar el concepto de grados de libertad (GI).

Luego de realizados los cálculos, debemos comparar en la tabla de distribución de la Chi cuadrada, eligiendo el nivel de confianza 0,05 el valor corresponde a los grados de libertad obtenidos. Si el valor calculado es igual o superior al de la tabla, esto quiere decir que las variables están relacionadas. Asumiendo el valor del nivel de confianza de 0.05 con 6 grados de libertad, la Chi tabulada es de 12.592

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

Para la prueba de hipótesis se recurrirá a la hipótesis que se desea probar; la primera hipótesis es la hipótesis nula y la segunda es la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis

H₀: No existe relación significativa entre el medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

H_a: Existe relación significativa entre el medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019

Decisión

La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado calculada se logra 83,257, asumiendo el nivel de confianza de 0,05, por el contrario el valor de la Chi cuadrado tabulada con 6 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592, como el valor de la Chi cuadrado tabulado es inferior en 12.592, por el contrario el valor de la Chi cuadrado calculado es de 83,257 que es superior a la Chi cuadrado tabulado con 6 grados de libertad y el nivel de confianza de 0.05, se asume la hipótesis alterna, entonces; Existe relación significativa entre lo al medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno. 2019.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Existe relación significativa entre los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en la IES “Industrial 32” - Puno. La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado calculado es de 46,531 asumiendo el nivel de confianza de 0,05; el cual es significativo la relación de ambas variables; considerando el 41.7% de los estudiantes poseen mucha utilización/apego de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social; y el 64.9% que representa a estudiantes poco saludable: se alimentan de manera inadecuada.

SEGUNDA

Los medios comunicación masiva más utilizados por los adolescentes de 15 a 17 años son la televisión y la internet en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno. El 51% explican que existe mucha utilización de la televisión como medios de comunicación masiva en la IES “Industrial 32” de Puno. Así como también, 37.1% explican que existe mucha utilización de la Internet como medios de comunicación masiva.

TERCERA

Con respecto al medio de comunicación afectivo social se resalta el poco apego por los adolescentes de 15 a 17 años con los padres y amigos en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32”- Puno. El 39.1% declaran que existe poco apego a los consejos de las madres como medios de comunicación afectivo social es poco o a veces nulo por ausencia de los padres en casa debido a altas horas de trabajo o a escaso tiempo en la interacción con los hijos; por el contrario, el 53.8% declaran que existe mucho apego por los amigos como medios de comunicación afectivo social.

CUARTA

El consumo de alimentos es poco saludable en los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a la IES “Industrial 32” - Puno; el 64.9% que representa a estudiantes con alimentación poco saludable: se alimentan de manera inadecuada o escasa

en alimentos como leche y derivados, cereales y derivados, tubérculos, verduras y hortalizas, frutas, carnes y huevos, legumbres y menestras, embutidos y fiambres, azúcares y dulces por último bebidas.

QUINTA

Los medios de comunicación masiva se relacionan significativamente con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la IES “Industrial 32” - Puno. La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado se logra 37.741, asumiendo el nivel de confianza de 0,05, por el contrario, el valor de la Chi Cuadrado tabulada con 4 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592, por otro lado, el 21.8% de los estudiantes son poco saludables en relación a mucha utilización a los medios de comunicación masiva.

SEXTA

Existe relación significativa entre el medio de comunicación afectivo social con el consumo de alimentos en la IES “Industrial 32” – Puno. La relación de las variables logrado según el estadístico de prueba de la Chi Cuadrado calculada se logra 83,257, asumiendo el nivel de confianza de 0,05, por el contrario, el valor de la Chi Cuadrado tabulada con 6 grados de libertad al nivel de 0.05 es de 12.592, lográndose una relación significativa.

RECOMENDACIONES

- La formación de hábitos alimentarios saludables durante la infancia y adolescencia es uno de los más importantes objetivos sociales en el que participan la familia, los medios de comunicación y la escuela por lo que se recomienda establecer políticas educativas que incluyan medios de comunicación como internet y las redes sociales no necesariamente los mensajes recibidos son adecuados se debe cuidar dicha información recibida.
- Una buena alimentación es importante para conservar y mejorar nuestra salud y puede ayudar a protegernos de muchas enfermedades. Sin embargo, diversos informes desvelan que por lo general los más jóvenes no consumen cantidades suficientes de calcio, elemento que se encuentra en la leche, productos lácteos, y otros alimentos, esta afirmación también se evidencio en esta investigación por lo que se recomienda mayor consumo de este alimento, Tomando alimentos y bebidas ricos en calcio, los niños y adolescentes pueden contribuir a almacenar en los huesos este importante elemento, ya que en la edad adulta perdemos este elemento significativamente.
- El Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Universidades y Colegios Profesionales como Colegio de Nutricionistas y Colegio Médico entre otros, deberían promover una cultura de estilos de vida saludables en las instituciones educativas de nivel secundario, así como en la comunidad en general de forma que permitan reducir la prevalencia de sobrepeso u obesidad y de enfermedades asociadas a una inadecuada alimentación.
- Por otra parte, se sugiere una Intervención sobre la búsqueda de los padres hacia el apego a sus hijos: desde la Teoría del apego se pueden orientar algunas intervenciones, haciendo énfasis en temas vinculares valiéndose de varias técnicas. Es decir, valiéndose del apoyo de relaciones familiares y sociales, que faciliten la confianza, donde se busca que los nuevos patrones de apego se perpetúen y refuercen dentro del contexto familiar.

A LA INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE NIVEL SECUNDARIO

- Incorporar en la Escuela de Padres en la institución Educativa, el tema de apego y hábitos alimenticios saludables, que incluya la importancia del consumo de alimentos, así como la importancia de las comidas, para que los padres supervisen el consumo de alimentos saludables y el vínculo de apego padre - hijo, de ahí la importancia de las comidas en familia y la interacción del adolescente con su cuidador.
- Establecer coordinaciones pertinentes con el sector salud para realizar sesiones educativas sobre la problemática del consumo poco saludable en los adolescentes y así evitar riesgos a los que están expuestos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

1. Aranceta Bartrina J. Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario. Fundación DIALNET Barriocepo 10 Logroño - La Rioja. 2006.
2. Fernández T GA. Medios de comunicación, sociedad y educación España: Universidad de Castilla-La Mancha, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha; 2001.
3. Fischer L, Espejo J. Mercadotecnia. México;; 2004.
4. Brown J, Cantor J. An Agenda for research on youth and the media. España;; 2000.
5. Sowden , Arblaster.. Mass media interventions for preventing smoking in young people. México;; 2010.
6. Palomino C. Relación del tiempo de uso de tecnologías de la información – comunicación y la obesidad en adolescentes en la institución Educativa Privada “Ingeniería”. Tesis. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo, CIENCIAS MÉDICAS; 2013.
7. Ministerio de Salud, Dirección General de Promoción de la salud. Modelo de abordaje de promoción de la salud: Acciones a desarrollar en el eje temático de Alimentación y Nutrición Saludable. Lima-Perú;; 2006.
8. Valdés, W.; Leyva, G.; Reyes, E.; Mayvel, T.; Tobar, P.; Fabrizio, C. Hábitos alimentarios en adolescentes de séptimo grado del municipio. Rev. Cuba Endocrinol. 2014 Octubre 10; 23(1): p. 19-29.
9. Cabana C. “HÁBITOS ALIMENTARIOS, PATRÓN DE ALIMENTACIÓN Y ESTILOS DE VIDA, DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO. Tesis. Puno: Universidad Nacional del Altiplano, Ciencias de la salud; 2016. Report No.: 108.

- 10 Arias J. RELACION DEL ESTADO NUTRICIONAL CON LOS HABITOS ALIMENTARIOS, ADECUACION DE LA DIETA Y ACTIVIDAD FISICA EN NIÑOS Y ADOLESCENTES DEL COMEDOR SAN ANTONIO DE PADUA PUNO. Tesis. Puno: Universidad Nacional del Altiplano, Ciencias de la Salud; 2014. Report No.: 90.
- 11 FAO. Glosario de términos. Roma; 2016.
- 12 BRETONES MT. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: Desarrollo y Tipos. Barcelona; 1997.
- 13 Sartiri G. La sociedad Teledirigida. 1998950511429th ed. Juan Bravo 38. 28006 Madrid E, editor. Argentina: Snatillana SA; 1998.
- 14 Vargas M. publicidad y alimentación saludable: un asentamiento a las percepciones de amas de casa y niños. tesis. México: Universidad Iberoamericana, Educación; 2012. Report No.: 149.
- 15 Huett Neyra Lucero Milagros. Influencia de la publicidad televisiva en la preferencia de alimentos saludables en niños en etapa escolar de una institución pública - Lince. Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal, Facultad de Medicina; 2018.
- 16 Barry, M.; Cerf, V.; Clark, D.; Kahn, R.; Kleinrock, L.. Una breve historia de Internet (Segunda Parte). [Online].; 2018 [cited 2019 Mayo 19. Available from: <http://www2.ati.es/DOCS//internet/histint/histint2.html>.
- 17 Carrizo M. sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. Tesis Monográfica. Buenos Aires: Universidad del Salvador, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social; 2012. Report No.: 133.
- 18 Arias, N.; Marqués, M.P.; Calvo, M.D.; Sánchez, A.B.; Quiroga, E.; García, R.M. La red social del adolescente: la influencia de la amistad en el desarrollo de hábitos obesogénicos. SciELO Scientific Electronic Library Online Biblioteca Nacional de Ciencias de la Salud. 2015 Abril; 14(38): p. 5-6.

- 19 Carranza Y. REDES SOCIALES DIGITALES EN LA DECISIÓN DE . COMPRA DEL CONSUMIDOR. Tesis. Huánuco: UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ; 2017. Report No.: 111.
- 20 Carter B. The Like Economy: How Businesses Make Money with Facebook . (La economía similar: cómo las empresas ganan dinero con Facebook). primera ed. Wiegand G, editor. India, USA: second edition; 2013.
- 21 Troncoso, P.; Amaya, P. FACTORES SOCIALES EN LAS CONDUCTAS . ALIMENTARIAS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. Revista chilena de nutrición versión On-line ISSN 0717-7518. 2014 Diciembre; 36(4).
- 22 Álvarez, N.; Asunción, Palacio.; Calvo, F.; Carcavilla P. ; Vallejo, R. . Publicidad 360°. Segunda ed. Salvo E, editor. España: Universidad San José; 2014.
- 23 análisis del impacto de la publicidad digital en los adolescentes a travez de . las redes sociales facebook y twitter. Tesis. Quito: Universidad Salesiana sedequito, Administración de empresas ; durante el periodo 2008 - 2011. Report No.: 145.
- 24 Romero CM. INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN . PUBLICITARIA: EL CASO DE MADE WITH LOF. Reporte. Lima: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, Publicidad y relaciones públicas; 2015. Report No.: 70.
- 25 LA EVOLUCIÓN DE LA RADIO Y LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS . TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN ENTRE LOCUTOR Y OYENTE. tesis. Guatemala: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, Ciencias de la comunicación; 2016. Report No.: 168.
- 26 Oyarce J. Orígenes del Periodismo Radial en el Perú I, Arequipa, Cusco, . Moquegua, Tacna y Puno. Lima, Perú: Fondo Idl, editor. Lima: Editorial de la Universidad San Martín de Porres; 2007.

- 27 Jiménez M. Características de la Prensa Escrita y sus efectos psicológicos.
. 2001. Sección de libro.
- 28 Bartrina J. Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de
. comunicación en la elección de alimentos. Dialnet. 2016.
- 29 Aranceta J. Nutrición Comunitaria. 3rd ed. España: Elsevier- ISBN
. 8445821377, 9788445821374; 2013.
- 30 López G. Características socioafectivas de niños con altas capacidades
. participantes en un programa extraescolar. Revista de Estudios e
Investigación en Psicología y Educación - <http://reipe.udc.es>. 2019 Julio;
6(1).
- 31 Rodríguez J, López B. La familia y el adolescente. Portal de Revistas
. Científicas em Ciências da Saúde. 2015.
- 32 Amialchuk, A.; Heiland, F. Weight-Related Behavior among Adolescents:
. The Role of Peer Effects. - Comportamiento relacionado con el peso en
adolescentes: el papel de los efectos de los compañeros. PLOS is a nonprofit
501(c)(3) corporation, based in San Francisco, California, US. 2015 Junio
23;: p. 6.
- 33 BOWLBY J. Los cuidados maternos y la salud mental. Reporte/ informe.
. Canes: Organización Panamericana de la Salud. Washington D.C., Informe
preparado bajo los auspicios de la Organización Mundial de la Salud; 1968.
Report No.: 40.
- 34 Garcia L. La construcción del Apego, la Cohesión Diádica y la Comunicación
. en pacientes con Trastornos de la Conducta Alimentaria. Reporte. Sevilla:
Universidad de Sevilla, Colegio oficial de Psicología de Andalucía Occidental;
2008. Report No.: 11.
- 35 Wyhe J. Apego en la sociedad. [Online].; 2002 [cited 2019 Mayo 26].
. Available from: [http://darwin-
online.org.uk/content/frameset?itemID=F373&viewtype=text&pageseq=1](http://darwin-online.org.uk/content/frameset?itemID=F373&viewtype=text&pageseq=1).

- 36 Aduriz, U.;Almeida, G.; Delgado, R. Cuadernos de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del adolescente. 2128231st ed. Sorles L, editor. Madrid: Selene Editorial; 2012.
- 37 Ozlem, K.; Ezva, D. UN EXAMEN DE LOS ESTILOS DE APEGO Y HABILIDADES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. Revista Electrónica de educación Psicoeducativa. 2011 Noviembre; 9(24).
- 38 Medina M PS. Manual de prácticas clinicas para la atención del adolescentes. México;; 2013.
- 39 UNICEF. El Fondo de las Naciones Unidas para le Infancia. Adolescencia y juventud. [Online].; 2017. Available from: http://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.htm1.
- 40 OPS. Departamento Familia, Promoción de la Salud y Curso de Vida (FPL). [Online].; 2017 [cited 2019 Marzo 17. Available from: https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=3184:salud-del-adolescente-servicios-de-salud&Itemid=2421&lang=es.
- 41 Comunitaria Organización Panamericana de la Salud UdSdNydAÁdSFy. Medios y salud: La voz de los adolescentes. España;; 2010.
- 42 Academia Americana de Pediatría. Healthychildren.org. [Online].; 2015 [cited 2019 Marzo 18. Available from: <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>.
- 43 Tojo R. Tratado de Nutrición Pediátrica Barcelona: Editorial Doyma; 2007.
- 44 Lancho M. Alimentación y Educación Nutricional en la Adolescencia. Fundación Dialnet Barriocepo 10 la rioja. 2015; 6(600): p. 34.
- 45 Ballabriga A, Carrascosa A. Alimentación en el adolescente. In José Manuel Marugán de Miguelsanz1 LMC. Nutrición en la infancia. Madrid: Ed. Cátedra de Nutrición Clínica Pediátrica; 2006. p. 308.

- 46 Flores C. CONOCIMIENTOS NUTRICIONALES DE LOS PADRES, FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y SU RELACIÓN CON EL ESTADO NUTRICIONAL DE LOS NIÑOS DE 2° A 5° GRADO DE LA IEP N° 70025 INDEPENDENCIA NACIONAL DE LA CIUDAD DE PUNO. tesis. 2017: Universidad Nacional del Altiplano, Ciencias de la Salud; 2017. Report No.: 106.
- 47 Meraz L. Hábitos alimenticios. [Online].; 2014. Available from: <http://www2.esmas.com/salud/nutricion/662441/habitos-alimenticios/>.
- 48 Álvarez, A.; Franch A.; Aparicio, A.; Aparicio, M.; Aranceta, J.; Arroba, M. Manual práctico de Nutrición en Pediatría. Informe. Madrid: Junta Directiva de la Sociedad de Pediatría de Madrid y Castilla La Mancha, Comité de Nutrición; 2007. Report No.: 1 - 154.
- 49 Alfaro, N.; Bulux, J.; Fernández, M.; Sanucini, L. Manual de instrumentos de evaluación dietética Guatemala: Journal of nutrition; 2016.
- 50 Macedo A, Briceno GD, Nunez RT. Nutricion y Agricultura en Comunidades Campesinas de Puno. Lima;; 1985.
- 51 Cruz J. Universidad de Navarra Palploma. [Online].; 1991. Available from: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/20503/1/RESE%C3%91AS%201990-2.pdf>.
- 52 Díaz X, Anigstein M. Análisis comparativo de la canasta básica de alimentos pirámide alimentaria y recomendaciones nutricionales para preescolares y escolares chilenos. Revista Chilena Pediatría; 77(5): 466-72. 2006;; p. 246-247.
- 53 Loaiza S , E. A. Factores de riesgo de obesidad en escolares de primer año básico de Punta Arenas. Rev Chil Pediatr; 77 (1): 20-6. 2006;; p. 8-9.
- 54 FAO OOdINUpAylA. Alimentación de adolescentes: Información y orientación para un consumo humano. Chile;; 2016.

- 55 Oliva H. Consumo de comida rápida y obesidad, el poder de la buena alimentación. Redalyc Red de revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 2017 Diciembre; 4(7).
- 56 Navarro N, Ortiz R. Calidad de la dieta española según el índice de alimentación saludable. Recista Española Nutr. Hosp.. 2011;; p. 330-6.
- 57 Pinheiro, A.; Atalah, E. Propuesta de una metodología de análisis de la calidad global de la alimentación. scielo Rev. chil. nutr. 2017; 44(1): p. 8.
- 58 Muñoz, M.; Córdova, A.; Valle, D. El índice de alimentación saludable de estudiantes de nuevo ingreso a una universidad de México. Nutr Hosp. 2015; 31(4): p. 9.
- 59 Guenther, P.; Casavale, K.; Kirpatrick, S.; Reedy, J.; Hiza, H.; Kuczynski, K. Update of the Healthy Eating Index: HEI-2014. US National Library of Medicine National Institutes of Health acad Nutr Diet. 2014; 113(4): p. 1–20.
- 60 Carbajal Á. Registro del consumo de alimentos de tres días. Madrid:, Departamento de nutrición; 2014.
- 61 Arias L. Estilos de apego y actitudes hacia la alimentación en adolescentes. México: Universidad Autónoma del estado de México, Facultad de Ciencias de la conducta; 2014.
- 62 Delgado I, Oliva A, Sánchez I. Apego a los iguales durante la adolescencia y la adultez emergente. Redalyc Sistema de Información Científica, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 2011;; p. vol. 27, núm. 1, enero,155-163.
- 63 PESA. Seguridad Alimentaria y Nutricional. El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua;; 2011.
- 64 Organización Mundial de Salud. Primera conferencia internacional FAO/OMS/UA sobre inocuidad alimentaria. Lima Perú: Rescatado el 13 diciembre 2018. En: <https://www.who.int/es/news->

room/events/detail/2019/02/12/default-calendar/the-first-fao-who-au-
international-conference-on-food-safet; 2017.

- 65 Álvarez M, Franch M, Rodrigo M, J. B, Lasanta M. Fundación Alimentación .
. Saludable. Nutrición clínica y dietética hospitalaria. 2012; 37.
- 66 Rosas H.; Barrera, E. Evaluación del estado de nutrición España: Nutr
. médica; 2000.
- 67 Ministerio de Educación DP. ESCALE Estadística de la calidd educativa.
. [Online].; 2017. Available from: <http://escale.minedu.gob.pe/inicio>.
- 68 Román, V.; Quintana, M. Nivel de influencia de los medios de comunicación
. sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos. Scielo
Scientific Electronic Library Online. 2014;; p. 4.
- 69 SENSAC. Adolescente. Chile;; 2014.
- 70 De la Haye, K.; Robins, G; Mohr, P.; Wilson, C. How physical activity shapes,
. and is shaped by, adolescent friendships - Español: Cómo la actividad física
moldea, y es moldeada por, las amistades adolescentes. Soc Sci Med. 2014
Setiembre 1;(73(5):719): p. 28.
- 71 Troncoso, C.; Amaya, P. Factores sociales en las conductas alimentarias de
. estudiantes universitarios iniciales. SciELO - Scientific Electronic Library
Online. 2016;; p. 6.
- 72 Rodríguez, J.; López, B. La adolescencia y su interrelación con el entorno.
. Informe de estudios - Observatorio de la Juventud en España. España;;
2016.

ANEXOS

ANEXO A

CONSENTIMIENTO INFORMADO

TITULO DE LA INVESTIGACION: “Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno

Su menor hijo(a) ha sido invitado(a) a participar en la investigación “Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno”, cuyo objetivo es: Determinar la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes de 15 a 17 años en la institución Educativa Secundaria “Industrial 32” - Puno.

Su menor hijo(a) ha sido seleccionado pues reúne los requisitos para participar en esta investigación, tales como estar entre los 15 y 17 años, ser estudiantes de educación secundaria de un centro educativo de la ciudad de Puno y no tener ningún plan de alimentación que no le permita consumir algún alimento.

La investigadora responsable de este estudio es la Bachiller en Nutrición Humana, Rossy Lucerito Ortega Coila perteneciente a la escuela profesional de Nutrición Humana- Universidad Nacional del Altiplano.

Para decidir participar en esta investigación, es importante que considere la siguiente información. Siéntase libre de preguntar cualquier asunto que no le quede claro:

Participación: la participación del menor de edad a su cargo consistirá en responder un cuestionario, compuesto por 29 preguntas sobre algunos datos generales como edad, sexo; consumo de alimentos y percepción sobre la relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social (familia, amigos y docente) sobre el consumo de alimentos.

Riesgos: la presente investigación no supone ningún riesgo para su menor hijo (a).

Beneficios: Usted y/o el menor de edad a su cargo no recibirá ningún beneficio directo, ni recompensa alguna, por participar en este estudio. No obstante, su

participación permitirá generar información que permita desarrollar políticas o programas educativos preventivos que contribuyan en la lucha contra el sobrepeso y obesidad de nuestra población.

Voluntariedad: la autorización para que participe un menor de edad a su cargo es absolutamente voluntaria. Su menor hijo (a) tendrá la libertad de contestar las preguntas que desee, como también de detener su participación en cualquier momento que lo desee. Esto no implicará ningún perjuicio para usted.

Confidencialidad: Toda la información brindada será confidencial y mantenidas en estricta reserva. En las presentaciones y publicaciones de esta investigación, los nombres del menor de edad a su cargo no aparecerán asociados a ninguna opinión particular. Es así que en el cuestionario no se le pide colocar su nombre.

Conocimiento de los resultados: Usted tiene derecho a conocer los resultados de esta investigación, para ello, puede comunicarse con la investigadora para que le haga llegar una copia de los resultados.

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo,.....
identificado con DNI, padre/ madre/ apoderado del
estudiante, ACEPTO () NO ACEPTO ()
la participación voluntaria de mi hijo/hija en el estudio: *Relación de los medios de
comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en
adolescentes en la Institución Educativa Secundaria "Industrial 32" – Puno.*

Declaro que he leído y he comprendido las condiciones de la participación de mi
menor hijo (a) en este estudio y no tengo dudas al respecto.

Fecha: de..... del 2019

Firma Padre/ madre/ apoderado

ANEXO B

ASENTIMIENTO INFORMADO

Te invitamos a participar en una investigación en jóvenes adolescentes en edad escolar sobre la *“Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno”*, tus respuestas son sumamente importantes para este trabajo.

Es importante que sepas que tu participación es voluntaria y no debes sentirte obligado a responder el cuestionario que se te entregará, además si no te sientes cómodo, puedes retirarte en cualquier momento, si así lo deseas.

Te brindamos la siguiente información sobre nuestra investigación:

TITULO DEL PROYECTO: *“Relación de los medios de comunicación masiva afectivo social en el consumo de alimentos en adolescentes en la institución educativa secundarias “Industrial 32” – Puno.”*

INVESTIGADORA RESPONSABLE: Bach. Rossy Lucerito Ortega Coila

CORREO ELECTRONICO: rossyortega0608@gmail.com

Facultad de Ciencias de la Salud / Escuela profesional de Nutrición Humana /
Universidad Nacional del Altiplano.

Debes saber que las respuestas que nos entregues a las preguntas que te haremos serán confidenciales, es decir no se te pedirá que coloques tu nombre. Las preguntas del cuestionario son sobre algunos datos generales (edad, sexo y colegio de procedencia), información sobre tu consumo de alimentos y tu percepción sobre la relación de los medios de comunicación y del medio afectivo social con el consumo de alimentos.

Si decides no participar en esta investigación, te agradecemos el tiempo dedicado a conocer este estudio.

Para formalizar tu participación en este estudio te pedimos llenar lo siguiente:

FORMULARIO DE ASENTIMIENTO INFORMADO

Yo.....
identificado con DNI.....ACEPTO () NO ACEPTO () participar
en el estudio *“Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social con el consumo de alimentos en adolescentes en la Institución Educativa Secundaria “Industrial 32” – Puno”*, para lo cual firmo en señal de aceptación.

Fecha: de..... del 2019

Firma:

ANEXO C

CUESTIONARIO: ESTUDIO SOBRE LA RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO AFECTIVO SOCIAL CON EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32” -PUNO

Estimado joven, recibe un afectuoso saludo. Pedimos tu colaboración para realizar un estudio de investigación donde buscamos determinar la relación de los medios de comunicación masiva y del medio afectivo social (familia, amigos y docentes) en el consumo de alimentos de adolescentes.

El presente cuestionario contiene 28 preguntas las cuales están divididas en dos secciones: la primera contiene datos generales, segunda aparte referida al consumo de alimentos y tu percepción sobre la relación de los medios de comunicación, amigos, familia y docentes.

Agradecemos tu participación.

I. ASPECTOS GENERALES:

P1. Sexo:

- Masculino ()
- Femenino ()

P2. ¿Cuál es tu edad?:

- Menor a 15 años de edad ()
- 15-17 años de edad ()
- 17a mas ()

II. RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y MEDIO AFECTIVO SOCIAL CON EL CONSUMO DE ALIMENTOS

Si tienes que comprar algo para comer, ¿Cómo calificarías la relación de cada uno de los aspectos que te presentamos?... MARCA CON UNA “X o Aspa”

	Mucha utilización	Regular utilización	Poca utilización	Nula utilización
Medios de Comunicación Masivo				
P3. Publicidad de la televisión				
P4. Publicidad en Internet				
P5. Publicidad en redes sociales Facebook				
P6. Publicidad en redes sociales twitter				

P7. Publicidad en redes sociales Instagram				
P8. Publicidad de la radio				
P9. Publicidad en periódico/ revistas				
Medios de Comunicación Afectivo Social	Mucho apego	Regular apego	Poco apego	Nulo apego
P10. Consejos de la madre				
P11. Consejos del padre				
P12. Consejos de los hermanos				
P13. Consejos de los primos				
P14. Consejos de los tíos				
P15. Consejos de los padrinos				
P16. Recomendaciones de amigos				
P17. Recomendaciones de docentes				

Fuente: Tomado de Quintana y Román (2010)

ANEXO D

CUESTIONARIO: ESTUDIO SOBRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN ADOLESCENTES EN LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA “INDUSTRIAL 32”

CONSUMO DE ALIMENTOS.

P18. ¿sigues algún plan de Alimentación que no te permite consumir algún alimento?

Si () → pasa a 19

No () → pasa a 20

P19. ¿Cuál es el alimento que no puedes consumir? “restricciones Alimentarias

Si tu respuesta fue Sí:

- Carnes y derivados ()
- Productos marinos ()
- Productos azucarados y chocolates ()
- Alimentos infantiles ()
- Otros (Especifique)

.....
¿Con qué frecuencia consumes los siguientes alimentos? Responde marcando con una X UNA SOLA RESPUESTA...

Frecuencia Alimento	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
P20. Leche y derivados					
Leche fresca					
Leche evaporada					
Queso					
Yogurt					
P21. Cereales y derivados	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Arroz					
Maíz					
Fideos					
Trigo					
Avena					
Quinoa					
Pan					

P22. Tubérculos	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Papa					
Camote					
Oca					
Olluco					
Izaño					
Chuño negro					
Tunta					
P23. Verduras	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Zanahoria					
Cebolla					
Tomate					
Zapallo					
Lechuga					
Pepino					
Espinaca					
Acelga					
Repollo					
Arvejas					
Vainitas					
Brócoli					
Coliflor					
Pimentón					
P24. Frutas	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Piña					
Naranja					
Mandarina					

Plátano					
Manzana					
Uva					
Papaya					
Pera					
Sandia					
Kiwi					
Granada					
Granadilla					
P25. Carnes y Huevos	Consumo diario	Tres a más veces a la semana	Uno a dos veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
Pollo					
Gallina					
Res					
Cordero					
Alpaca					
Cuy					
Cerdo					
Huevo de gallina					
Huevo de codorniz					
P26. Legumbres y menestras					
Lentejas					
Frijol					
Pallar					
Habas secas					
Arvejas					
Garbanzos					
Tarwi					
P27. Embutidos y fiambres					

Salchicha					
Mortadela					
Jamón					
Salteña					
Papa rellena					
Salchipapa					
P28. Azúcares y dulces					
Chancaca					
Azúcar blanca					
Azúcar rubia					
Miel de abeja					
Galletas					
Caramelos					
P29. Bebidas					
Té					
Café					
Infusiones					
Cocoa					
Gaseosas					

Fuente: Tomado de Navarro N. y Ortiz (2011) Adecuado para la investigación.

ANEXO E PROTOCOLO DE PRESENTACIÓN

Protocolo de presentación:

¡Buenos días jóvenes y señoritas, mi nombre es Rossy Lucerito Ortega Coila Bachiller en Nutrición Humana perteneciente a la Universidad Nacional del Altiplano he pedido autorización al centro educativo y estaré en este día con ustedes! El día de hoy van a llenar un cuestionario. Es importante que realicen su mejor esfuerzo y concentración en ello. No deben utilizar celulares u otro aparato electrónico durante el desarrollo de las encuestas. (Protocolo de presentación anexo E)

Les voy a entregar a cada uno un cuestionario y un asentimiento informado como este. Seguidamente pasare a explicarles el llenado del cuestionario.



El cuestionario que les he entregado consta de dos partes, primero trabajaremos con la primera parte titulada: “*Relación de los medios de comunicación masiva y medio afectivo social, consumo de alimentos*” Hay un tiempo para responder esta primera parte del cuestionario.

Protocolo de finalización:

Continúen trabajando falta muy poco para terminar, por favor las señoritas y jóvenes que ya hayan terminado levanten la mano. Los que hayan terminado volteen su cuestionario y déjenlo sobre la carpeta, yo pasare por sus sitios para recogerlos. Los que aún no hayan terminado continúen trabajando. Ya concluida la aplicación se agradece la participación y concluye la aplicación.

ANEXO F

INDICE DE ALIMENTACION SALUDABLE PARA LA ALIMENTACION ESPAÑOLA

Tabla I					
<i>Criterios para definir la puntuación de cada variable del Índice de Alimentación Saludable</i>					
<i>Variables</i>	<i>Criterios para puntuación máxima de 10</i>	<i>Criterios para puntuación de 7,5</i>	<i>Criterios para puntuación de 5</i>	<i>Criterios para puntuación de 2,5</i>	<i>Criterios para puntuación mínima de 0</i>
<i>Consumo diario</i>					
1. Cereales y derivados	Consumo diario	3 o más veces a la semana pero no a diario	1 ó 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
2. Verduras y hortalizas	Consumo diario	3 o más veces a la semana pero no a diario	1 ó 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
3. Frutas	Consumo diario	3 o más veces a la semana pero no a diario	1 ó 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
4. Leche y derivados	Consumo diario	3 o más veces a la semana pero no a diario	1 ó 2 veces a la semana	Menos de una vez a la semana	Nunca o casi nunca
<i>Consumo semanal</i>					
5. Carnes	1 ó 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana pero no a diario	Menos de una vez a la semana	Consumo diario	Nunca o casi nunca
6. Legumbres	1 ó 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana pero no a diario	Menos de una vez a la semana	Consumo diario	Nunca o casi nunca
<i>Consumo ocasional</i>					
7. Embutidos y fiambres	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 ó 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana pero no a diario	Consumo diario
8. Dulces	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 ó 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana pero no a diario	Consumo diario
9. Refrescos con azúcar	Nunca o casi nunca	Menos de una vez a la semana	1 ó 2 veces a la semana	3 o más veces a la semana pero no a diario	Consumo diario
10. Variedad.	2 puntos si cumple cada una de las recomendaciones diarias, 1 punto si cumple cada una las recomendaciones semanales.				

Fuente: Navarro N. Calidad de la dieta Española según el Índice de alimentación saludable (56)

ANEXO G
FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



Descripción: Aplicando las encuestas correspondientes a los alumnos del Quinto A correspondientes a la Institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Impartiendo información breve y concisa sobre dudas de estudiante correspondientes Quinto Ba la Institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Estudiantes resolviendo el cuestionario correspondiente a los alumnos del Quinto C en la institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Estudiantes resolviendo el cuestionario correspondiente a los alumnos del Quinto D en la institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Estudiantes resolviendo el cuestionario correspondiente a los alumnos del Quinto E en la institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Estudiantes resolviendo el cuestionario correspondiente a los alumnos del Quinto D en la institución Educativa Secundaria Industrial N° 32



Descripción: Recogiendo el cuestionario correspondiente a los alumnos en la institución Educativa Secundaria Industrial N° 32