**LIBRO DE CODIGOS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Super familia** | Familia | Código |
| Dimensión | Variables | Categorías |
| Prenociones respecto de los alimentos | Saludables  | Imaginario positivo de comida saludableImaginario neutro de la comida saludable. |
| No saludables  | Imaginario positivo de comida no saludableImaginario neutro de comida no saludableImaginario negativo de la comida no saludable |
| Prácticas y rutinas asociadas a la alimentación | Preparación | Tiempo de preparación |
| Precio | Alto costo alimentos Bajo costo de alimentos  |
| disponibilidad | Stock de productos saludables en el hogar /lugar de compra Stock de productos no saludables en el hogar /lugar de compra |
| Accesibilidad | Asociación con los tiempos de trabajo de / estudio.Dependencia de un tercero en la compra /preparación. |
| Comprensión, percepción y funcionalidad de los mensajes relacionados con los sellos de advertencia | Cognitivas   | Inteligibilidad del mensajeReconocimiento /no reconocimiento de la autoridad firmante de la autoridad firmanteExtensión del mensajePropuesta de mejora |
| Afectivas   | Valoración del mensaje (cercanía – distancia emotiva)Valoración de la autoridad firmanteIntención del emisor |
| Conductuales   | Probabilidad de apropiar significativamente el mensaje |
| Comprensión, percepción y funcionalidad de los mensajes relacionados con el riesgo potencial de salud y enfermedades asociadas | Cognitivas   | Inteligibilidad del mensajeReconocimiento /no la autoridad firmante de la autoridad firmanteExtensión del mensajePropuesta de mejora. |
| Afectivas | Valoración del mensajeValoración de la autoridad firmanteIntención del emisor |
| Conductuales | Probabilidad de apropiar significativamente el mensaje |
| Inserción audiovisual | Cognitivos – perceptivas | Alto grado de atención.Bajo grado de atención.Asociación con la publicidad |
| Estructural | Valoración positiva de la disposición visualValoración negativa de la disposición visualValoraciones tipografíaValoraciones uso cromáticoSugerencias de mejora. |
| Inserción radial | Cognitiva - Perceptiva | Alto grado de atención.Bajo grado de atención.Asociación con la publicidad |
| Estructural | Valoraciones de la voz (ritmo, género, tono)Valoraciones continuidadSugerencia de mejora |
| Inserción gráfica | Perceptivo -Cognitivas | Alto grado de atención.Bajo grado de atención.Asociación con la publicidad |
| Estructural | Valoración positiva de la disposición visualValoración negativa de la disposición visualValoraciónes tipografíaValoraciones uso cromáticoSugerencias de mejora. |

Instrucciones para codificador:

1. Será una codificación cerrada, es decir, cualquier otra posibilidad de nuevo código se deberá consignar como memos en atlas ti. Por ello prioritariamente lo haremos a nivel deductivo.
2. La idea es agrupar los códigos (acá categorías) con familias y superfamilias de códigos.
3. Cualquier idea para el análisis deberá consignarse como memo.
4. El reporte deberá entregarse desde las superfamilias de códigos, con citas.