



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO
GRAFICO Y PUBLICIDAD.

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.

TEMA:

INFLUENCIA DE LAS PIEZAS GRÁFICAS EN LOS HÁBITOS
ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO.

Autores:

Srta. LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH.

Acompañante:

Mgtr. CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO.

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

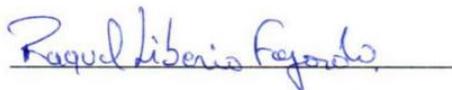
Presente.

Yo, **LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación “**INFLUENCIA DE LAS PIEZAS GRAFICAS EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO.**” De conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta práctica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Raquel Elizabeth Liberio Fajardo

Autor 1

C.I: 0927873844

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por la estudiante **LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH** cuyo tema de trabajo de Titulación es “**ANÁLISIS DE LAS PIEZAS GRAFICAS EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO.**” que aporta a la Línea de Investigación Relaciones estratégicas entre comunicación, educación y comunidad, previo a la obtención del Grado **LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Cornejo Mayorga Ana Del Rocio

Tutor

C.I: 1203728850

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO

ANDRADE SÁNCHEZ EDISON DAVID

GERMÁNICO RENEÉ TOVAR ARCOS

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD Presentado por la estudiante **LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH**

Con el tema de trabajo de Titulación: **“INFLUENCIA DE LAS PIEZAS GRAFICAS EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO.”**.

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado.

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Apellidos y Nombres	Firma
Presidente	CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO	
Secretario (a)	ANDRADE SÁNCHEZ EDISON DAVID	
Integrante	GERMÁNICO RENEÉ TOVAR ARCOS.	

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haber permitido que culmine uno de mis objetivos de vida, por darme fe, conocimiento y paciencia con el fin de tener ideas, soluciones para todas las actividades que se me presentaron en el transcurso de mi periodo académico. En segundo lugar, a mis padres por ser el pilar fundamental e incondicional de mi vida, por velar en todo momento mi bienestar y educación, gracias a sus enseñanzas, valores, confianza y apoyo que me han brindado e inculcado siempre y así llegar a cumplir una de mis metas para poder trazar un nuevo futuro para mí y para ellos. También a mis hermanos quienes fueron un refuerzo de guía y ejemplo, ya que en muchas oportunidades se pusieron en el papel de padres dándome cariño, consejo y apoyo.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por darme conocimiento y paciencia para la realización de este proyecto, por brindarme su protección y sabiduría para tomar buenas decisiones, permitiendo que llegara hasta esta etapa de mi vida universitaria. Por bendecirme con mis padres y permitir que estén conmigo guiándome, gracias a ellos que son el pilar fundamental en la construcción de mi vida, por esas enseñanzas y valores que me inculcaron ayudándome a cumplir este objetivo, y gracias a la Universidad estatal de Milagro por darme la oportunidad de ser parte de su comunidad universitaria, a los docentes por brindarnos sus conocimientos como guía para culminar este objetivo.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	4
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
Descripción del problema	4
Objetivo de Investigación	5
Preguntas de Investigación	5
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	7
Antecedentes de Investigación	7
2.2. Antecedentes Históricos	9
Bases Conceptuales	14
CAPÍTULO III.....	17
METODOLOGÍA	17
CAPÍTULO IV.....	18
DESARROLLO DEL TEMA	18
Comunicación visual	20
CAPITULO V.....	23
CONCLUSIÓN	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

“INFLUENCIA DE LAS PIEZAS GRAFICAS EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO.”

RESUMEN

Las piezas publicitarias son factores primordiales para la comunicación visual dentro de una sociedad, ya que intervienen en las emociones de las personas y más aún al grupo más vulnerable que son los menores de edad, ya que publicidad tiene su función es persuadir e adquirir un producto. El análisis de estas piezas gráficas alimenticias de ciertos productos, nos ayuda a determinar las causas que intervienen en el desarrollo nutricional de los niños de 6 a 8 años de edad en la ciudad de Milagro. La comunicación visual en la alimentación de los niños, es muy importante para poder tener una buena nutrición, las piezas graficas son medios de comunicación que transmite ideas e información e incluso publicidades de productos a la venta o alimentos que se pueden observar parcialmente con la vista. Estos son factores que persuaden mucho a los niños, de manera que ellos sientan la necesidad de consumir alimentos dañinos para su desarrollo. Los niños tienen derecho a una alimentación saludable, siendo los padres precursores como guía en los hábitos del comportamiento nutricional; están obligados a enseñar y elegir los alimentos apropiados para su crecimiento, dentro de la cultura de nuestra sociedad los padres como principales promotores transmiten sus conocimientos a sus niños, pero por causas de la poca información que tienen las personas de ciertos productos alimenticios, llegan a consumirlos sin tomar en cuenta las consecuencias que esta contraen. El desarrollo alimenticio en los niños es un procedimiento que se determina como un factor que influye mentalmente y físicamente en su crecimiento.

PALABRAS CLAVE: Piezas gráficas, Comunicación visual, Hábitos alimenticios

“INFLUENCE OF GRAPHIC PARTS IN FOOD HABITS IN CHILDREN OF THE CITY OF MILAGRO.”

ABSTRACT

Advertising pieces are essential factors for visual communication within a society, which persuade and intervene in people's emotions to acquire the product. Also in the message of each design, we find essential elements that influence the purchase to satisfy a need. The analysis of the graphic us determine what are the factors involved in the nutritional development of children 6 to 5 years of age in the city of Milagro. Visual communication in the feeding of children, is very important to be able to have a good nutrition, since this medium transmits ideas and information, including advertising of products or foods that can be partially observed with the view and usually shown on posters, drawings illustrations and persuade children a lot, so that they feel the need to consume food that is harmful to their development. Children have the right to healthy eating, being the precursor parents as a guide in the habits of nutritional behavior; they are obliged to teach and choose the appropriate foods for their growth, within the culture of our society parents as main promoters transmit their knowledge to their children, but because of the little information that people have of certain food products, they reach consume them without taking into account the consequences that they contract. Nutritional development in children is a procedure that is determined as a factor that mentally and physically influences their growth.

KEY WORDS: Graphic pieces, Visual communication, Eating habits

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se enfoca, en los aspectos de como la publicidad interviene en los hábitos alimenticios en niños de 6 a 8 años de edad, causándole cambios de conducta, enfermedades crónicas, entre otras. Con el tiempo, una de las enfermedades más causada es la obesidad que se ha convertido en un tema de discusión y preocupación para muchos. Si bien, antiguamente el problema relacionado con la alimentación más importante era la desnutrición infantil, el crecimiento económico y el rápido desarrollo de los países han llevado un cambio en el estilo de vida de las personas

En el *Capítulo I* Se planteó como problema la mala alimentación causada por la publicidad alimenticia mal dirigida en niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro. Los anuncios cuando son utilizados en productos alimenticios tiene la fuerte convicción de captar toda la atención de su grupo objetivo hacia sus productos, en este caso el grupo más vulnerable son los menores de edad, ya que en muchas de las publicidades que aparecen en vía pública como en revistas o prensa escrita, comerciales, punto de venta.

En el *capítulo II* En base de los antecedentes históricos que se analizaron, siendo parte fundamental para aclarar y demostrar los acontecimientos sucedidos en épocas atrás, y que ha venido suscitando en el transcurso de los años. Dentro de este capítulo encontramos teorías de las piezas gráficas alimenticias, la publicidad como influyen en los niños, la nutrición de los menores de edad, la obesidad causada por la mala nutrición, entre otras que llevan a cabo esta investigación.

En el *Capítulo III* Se estableció el tipo de investigación de este presente proyecto, demostrando por sus teorías ser una investigación documental, dando a conocer distintas conceptualizaciones de otros autores, tomando como referencia al tema de estudio. Se realizó la recolecta de información esencial de diferentes fuentes fidedigna, tales como de revista científica, libros digitales, artículos científicos, repositorios, que nos ayudó a la comprensión y el desarrollo de esta investigación.

En el *Capítulo IV* Por consiguiente el presente estudio está enfocado al análisis de la publicidad mal dirigida, que son utilizadas en proyectar productos alimenticios de consumo masivo hacia niños de 6 a 8 años de edad, la investigación enfoca los beneficios y contradicciones de los productos alimenticios que consumen y sus hábitos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Descripción del problema

Se planteó como problema la mala alimentación causada por la publicidad alimenticia mal dirigida en niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro. En la actualidad los niños son el público objetivo más débil e influenciado por la publicidad, ellos son convencidos fácilmente y no discernen el mensaje publicitario a simple vista, por lo que en su temprana edad dispone de insuficientes habilidades en su desarrollo intelectual, muchos de estos utilizan atractivos modelos de convencimiento, haciendo que los infantes recurran a sus padres y sean ellos quienes consigan el producto que ellos tanto desean. Sin embargo, hay ciertos productos que por muy excelente trabajo publicitario que presente no son los más adecuados para el consumo de los niños, influyendo y provocando en los niños un aumento en su consumo diario a lo que están expuestos a contraer consecuencias de sobrepeso.

La cantidad de imágenes enviadas reflejan una sociedad cada vez más consumista que instruye a los niños desde muy pequeños, transformándolos en poderosos sistemas de representación simbólica. Estas mismas intentan representar prototipos ideales traduciendo a imágenes símbolos referenciales que permanecerán en sus mentes y que lo vincularán con un producto y, por ende, una marca. Es así, que se hace uso de impulsores, palabras que vayan modelando la idea del consumo y creando una necesidad hasta asumirlas como tal.

La mala alimentación tiene su propia causa que no está perfectamente orientada sobre el suceso que hoy en día genera la salud.

- Problemas en su desarrollo.
- Mal funcionamiento de sus órganos respiratorios
- Daños psicológicos (baja autoestima)
- Tener sobrepeso obesidad
- Cambio de Conductas
- Problemas de presión arterial
- Deformidades de los huesos
- Problemas articulares

- Diabetes
- Problemas cardíacos e infartos
- Perturbación en el sueño.

Objetivo de Investigación

Objetivo general

Analizar cómo influye la publicidad de alimentos inapropiados para la salud de niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro con el objetivo de prevenir y orientar sus consecuencias

Objetivo específicos

1. Identificar cuáles son las conductas que presenta los niños al ver un anuncio publicitario.
2. Analizar los factores de riesgo antes enfermedades que se desarrollan en una mala alimentación.
3. Orientar a la comunidad milagreña las consecuencias de una mala alimentación.

Preguntas de Investigación

¿Cómo influyen las publicidades o anuncios en los hábitos alimenticios en niños de 6 a 8 años del cantón Milagro?

¿Cuál es la importancia de desarrollar una buena publicidad?

¿Cuáles son las consecuencias que trae un anuncio mal dirigido a niños?

Este análisis lo llevaremos a cabo mediante el uso de las piezas graficas visuales como herramienta para comunicar a la comunidad Milagreña, nuestro objetivo es fomentar, orientar las consecuencias que trae una mala alimentación, ya que estas se van obteniendo durante la infancia y la adolescencia.

Justificación

En este proyecto se realiza un estudio y análisis concreto que es de gran interés para el desarrollo de la comunicación visual además sirve para dar a conocer y establecer un nuevo perfil en la sociedad, como organizadora de soluciones que contribuye al desarrollo y el mejoramiento del sistema de la calidad de vida de grupos vulnerables (niños 6-8 años).

La investigación se realizó para tener en cuenta cuáles son los pros y contra de la alimentación en niños, la publicidad debe ser un modo de prevención ante una buena nutrición, dentro del diseño de una publicidad sobre el mensaje que se quiere transmitir debe ser directo y preciso ya que los niños son incapaces de entender el mensaje publicitario a simple vista, por lo que en su temprana edad dispone de pocas habilidades en su desarrollo intelectual.

Por otro lado, investigar sobre los conocimientos que poseen los padres de familia o personas que estén encargados de los niños menores, así para poder hacer una evaluación del estado nutricional que poseen los menores de edad, que nos permitirá plantear y poder elaborar unos métodos educativos para que contribuyan en el mejoramiento de los hábitos alimenticios, mediante las unidades educativas y así poder elevar la calidad nutricional de los más pequeños.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Antecedentes de Investigación

Según (Alfonso Méndiz Noguero, 2015) La publicidad comenzó desde el siglo XVII se remota a finales del siglo XIX la cultura occidental se enfrenta a profundos cambios a consecuencia de la revolución industrial y el desarrollo tecnológico. Las ciudades crecen convirtiéndose en urbes y los avances en la comunicación y el transporte hacen que fluyan más las ideas los arqueólogos que trabajan en los países de la zona del mar mediterráneo han encontrado restos que hablan de diversos eventos y ofertas. Los romanos pintaban los muros para anunciar los combates de los gladiadores y los fenicios pintaban cuadros para promover sus mercancías, los cuales colocaban sobre grandes rocas a lo largo de sus rutas.

Hoy por hoy, la publicidad gráfica ha cambiado mucho con respecto a lo que era en sus orígenes. Con la llegada de los nuevos medios, se aceleró la evolución del diseño y la comunicación. De la misma forma, Internet ha permitido un cambio radical en la manera en que concebíamos este tipo de publicidad hace apenas unos años atrás.

(Maria Eugenia Escudero Aragón, 2015) Los medios de publicidad son un método de marketing mix cuya finalidad esencial es procreas representación de marca, como la es recordar, comunicar o convencer al espectador para conservar o aumentar las ventas del capital o prestaciones ofertados. La propagación hace ocupación de considerables disciplinas, tales como la psicología, la sociología, la estadística, la información general, el patrimonio y la antropología. (pág. 236).

De acuerdo a lo dicho anteriormente la publicidad en una técnica de comunicación con el objetivo de llamar la atención al público objetivo, esta técnica juega mucho con las emociones de las personas ya que la publicidad hacia ellos los incentiva tanto a requerir una necesidad como satisfacerla. La publicidad de marketing mix ayuda a que esta sea recordada mediante su marca o producto, pero también que las personas no solo sepan que existen si no que otorguen cierto prestigio a lo que una empresa brinda.

Según (Eva Alardro Vico , 2015) dice que las piezas graficas son otros de las causa que, presumiblemente, influyen en el índice de oxigeno compositivo (IOC) es la explicación de una sucesión de piezas claves a nivel icónicos y textuales, de aspecto semántico. En un

elemento publicitario grafico que podemos meditar que tiene una excelente explicación del índice de oxígeno compositivo (IOC) debe poseer un cantidad grandemente definido de elementos. (pág. 20)

Es decir una pieza grafica se refiera a los elementos a la composición asimétrica o simétrica del diseño visual, en el cual se puede alterar los elementos en un soporte según sus necesidades, por otra parte se trata de comunicación visual efectiva mediante elementos tales como el color, la cual este elementos es muy importante para la recordación de una marca ya que este va vinculado con las emociones del ser humano, también tenemos las distintas fuentes tipográficas, la imagen, entre otras que están en el desarrollo de una piezas publicitaria.

Por otro lado (Ana Gomez Diaz - Franzon , 2018) El primordial método utilizado para clasificar el material publicitario ha sido el punto de interés iconográfico que simboliza las piezas publicitarias. Se ha sido considerado prioritariamente a su configuración icónica, así mismo descartando en iniciación aquellos ejemplos publicitarios estructurados únicamente mediante factores textuales, si bien se ha incorporado algunas en cuando a su clasificación de marca o la iconicidad del indicado contenido podían fortificar o perfeccionar las significaciones de verdaderas unidades iconográficas. (pág. 28)

De otras palabras estamos en un mundo donde la representación sobre lo que nos rodea es normalmente jerarquizada por lo que observamos y como lo decodifiquemos, cada imagen que se observe, tiene un motivo por la cual es exhibido, la cual varía los elementos que son utilizados y sus factores principales como la cultura, Identidad, emociones entre otros

Además (Macro Macro , 2017) nos dice que la alimentación, durante los últimos treinta años, los trastornos alimenticios se tornan más frecuentes en los adolescentes, con una proporción de diez a uno. La población más vulnerable está representada por las mujeres jóvenes, aunque en los últimos años se ha incrementado el número de adolescentes varones. Además, el inicio de estas conductas fluctúa entre los 12 y 14 años de edad. Son condiciones serias que potencialmente sobresaltan la afección socioemocional de todas aquellas personas. Esto no es una moda en donde aparece por tiempo o por temporada en la vida cotidiana. Las personas no padecen de enfermedades alimenticias por un determinado tiempo, estas situaciones son existentes, complejas que pasan en la vida real todo el tiempo

o en todo momento de sus vidas, en donde pueden generar efectos en la salud nutricional de las personas, en la fertilidad y en las amistades. (pág. 32)

En otro sentido las enfermedades que causan esta mala alimentación son trastornos con afecciones graves que surge de una mala conducta alimentaria, su desarrollo intelectual como psicológico se van desarrollando con capacidades vulnerables a adquirir continuamente enfermedades, sin embargo, una mala trae trastornos tanto físico como psicológico y sus destrezas en la educación irán bajando poco a poca hasta el punto de que contraen enfermedades crónica internas de los niños.

(Steven Gerali , 2014) Muchos líderes juveniles tienen una visión estrecha y simplista de los desórdenes alimenticios. La creencia es que los adolescentes con trastornos alimenticios simplemente no comen. Y si comen, lo hacen compulsivamente y luego lo vomitan, más aun, consideran que este desorden deriva de la vanidad y la baja autoestima de las adolescentes que intentan encajar en el ideal de belleza impulsivo por los medios y la cultura. Aunque la mayoría de los líderes de jóvenes se muestran solidarios ante la situación de una adolescente que lucha con este tipo de desorden, piensan que la cura es solo comer o volver aprender a comer bien. (pág. 38).

Muchas veces nos dejamos llevar por la publicidad y adquirimos o consumimos productos con el simple hecho de satisfacer una necesidad sin embargo debemos tener en cuenta al momento de que nuestros no debemos complacer las inquietudes de nuestro niño con alimentos no saludables de las calles ya que así irán obteniendo una costumbre de consumir productos malos para la salud, y eso hay que evitar.

2.2. Antecedentes Históricos

La Publicidad

(Ayala, Juana Gallego, 2015) Actualmente conforme, a la publicidad, para conseguir sus objetivos, se requiere de todo un mecanismo en general simbólico para el cual se necesita poseer críticamente para no parecer exagerado vulnerables. (pág. 13)

Los anuncios tienen como objetivos comercializar todos aquellos bienes y servicios, asimismo la ciudadanía tiene que desarrollar cantidad de mecanismos de protección para contrarrestar su autoridad.

La influencia de la publicidad desarrolla mecanismos inconscientes a las personas tales como la racionalización que otorga métodos para probar nuestras causas que normalmente no contesta a la verdad, pero representan ser cierto. Los mecanismos de defensa son esencialmente inconscientes, que las personas utilizan para protegerse de las emociones o pensamientos que son creados por la ansiedad.

Como influye la publicidad en el desarrollo Alimentación en niños.

(Sandra Vilajoana Alejandre , 2016) En el desarrollo del mensaje publicitario, surgiere ser fundamental comprender las causas y los impedimentos del público específico, asimismo en cuanto a todo lo que se le puede promover a la adquisición de un producto, además como todos aquellos métodos que podrían persuadir al público meta de cumplir la adquisición. En otro aspecto notable que hay que considerar y tener en cuenta es la obligación de entender los hábitos de comunicación de este público para saber cómo poder llegar a ellos, por lo que, se deberá concretar su entrada a los medios de comunicación, el empleo que les dan y la conducta que tienen hacia los semejantes. (pág. 20)

Sin embargo, el proceso del desarrollo alimenticio en las conductas de salud propia, son disposiciones por una amplia diversidad de elementos que abarca la influencia sociocultural de las personas, por lo que, se desconoce el pensamiento que tiene los padres de familia en sus casas para hacia sus niños sobre cómo debe ser su salud alimenticia.

De la misma manera (Benito Peinado , 2014) Nos dice que la propagación alimentaria es utilizada con continuidad y con éxitos de expresiones que le rememora al comprador la amabilidad de lo original a lo artificial, como también lo obrero frente a lo técnico, la seguro de una costumbre gastronómica consolidada por el época frente a una conjunto de técnicas hacia la que muchos usuario son reticentes. (pág. 5)

Es decir la publicidad debe ser fiel, tanto que el mensaje publicitario no debe ser distorsionado de forma significativa hacia la conducta del cliente, el mensaje que incluye enunciados confusos, desconocidas o con una diversidad de conceptos que dan sitio a la inseguridad de que el receptor deduzca el mensaje en un sentido incorrecto, diferente a la realidad, eso conlleva a una idea irrelevante con el impulso de satisfacer una necesidad inadecuada, la publicidad no solo debe ser un modo de consumo si no también un modo de prevención.

La Nutrición

La obesidad es un concepto al cual se le dio un uso conocido por primera vez en 1651 en lengua inglesa, y se refiere principalmente a cuando la persona tiene un exceso de grasa en el cuerpo.

De acuerdo a la historia del individuo, la obesidad ha tenido un desarrollo que va a la par con los avances de la sociedad. En este sentido, si nos remontamos a la pre historia por ejemplo, la forma en que se puede constatar que existía la obesidad en esa época son las estatuas, las cuales representan a mujeres con las formas de su cuerpo muy anchas. Estas estatuas simbolizaban probablemente la relación entre mujer y maternidad; la obesidad no sería vista como algo malo, sino como una señal divina de salud, como una necesidad de supervivencia.

(Rosa Isabel Esquivel Hernández, Silvia María Martínez , 2018) La alimentación es un elemento o factor principal que ayudan a generar un buen desarrollo de un modo íntimo en la salud de las personas, y esto va relacionado con la sucesión de la temperatura, la higiene personal y entrenamiento corporal son actividades que influyen para un mejor estilo de vida y salud. Asimismo estos componentes intervienen fundamentalmente al desarrollo del ser humano, calificado como un enfoque participativo. Tener una alimentación apropiada ayuda obtener un desarrollo evolutivo y un regulado crecimiento del cuerpo, también, la articulación conforme a los aparatos del organismo, siendo el principal en la alimentación para promueva y que tenga un apropiado desarrollo (pág. 26).

En otras palabras para una adecuada nutrición debemos tener en cuenta la alimentación que se va a ingerir ya que es un elemento esencial que permite producir una buena nutrición, al mismo modo, evaluar las sucesiones del entorno, como las actividades diarias, la higiene y hacer entrenamiento físico.

Desarrollo Alimenticio en Niños

(Griselda Herrero Martin , 2018) En la actualidad, aquellas dos direcciones como la nutrición y el bienestar son dos sendas que determinan cada vez más firmeza, que nos conlleva a poseer una mejor existencia y salud, ya que con tener una mejor vida, es alimentarnos regularmente con alimentos que diariamente ingerimos, así mismo teniendo en cuenta que muchos de estos alimentos también causan efectos dañinos y debemos prevenir enfermedades y mantener una vida estable. Sin embargo debemos consolidar los

hábitos y a distinguirlos para fomentar estas pautas alimenticias desde la niñez y puedan generar y mantener desde la temprana edad una nutrición saludable hasta en la vida adulta. (pág. 15)

Innovar nuestros hábitos alimenticios en esta actualidad no es una tarea fácil, y más cuando estamos acostumbrado a consumir comida chatarra o rápida que venden fuera de casa. Sin embargo, debemos tener en cuenta que nuestro rendimiento en la alimentación en nuestra edad temprana, debe ser de una forma adecuada para que a lo largo de nuestra edad adulta no tengamos ningún inconveniente en nuestro desarrollo físico y psicológico.

(Antonio Jose Gnzales Jimenes , 2015) Nos dice que la nutrición en los infantes es primordial, porque están en todo su evolución y están expuesto a generar cualquier tipo de enfermedades. Por lo que es un ciclo de vida más importante en su desarrollo. Mientras que generan actitudes continuamente, es decir debemos tener en cuenta la alimentación que los niños van a ingerir ya que esto afecta mucho al organismo, comportamiento o al aprendizaje socioemocional. (pág. 25)

La alimentación infantil debe ser cuidada habitualmente por ser el grupo más vulnerable eh influenciada por la publicidad, una nutrición sana regularmente equitativa es elemental en el desarrollo y salud de infantes en temprana edad, es definitivo y perfecto evolución del cuerpo, el desarrollo, es impecable elemento en la educación.

Según, (David Martin Castillo, 2017) La nutrición es uno de los apoyos principales esenciales para asegurar un progreso conveniente de los menores de edad y puede componer las dificultades crecidamente importantes en lo que se confronta los adultos encargado de los niños en período escolar, por lo que en este lapso, la consentimiento ingenuo conlleva a los niños a preferir los comestibles según su tonalidad, degustación y textura, asiduamente la comida es elegida con este pensamiento no se ajusta con los elementos adecuados para el progreso infantil y asimismo con los más consumidores en nutrientes dañino en los pobladores adultos como en los escolares, además en muchos momentos a los escolares se les facilitan los alimentos que apetecen del mismo modo no se dedica el espacio necesario a explicarle como deben tener una buena nutrición y en otras ocasiones es adecuado que los padres, responsables de los escolares lleven a fin los buenas costumbre alimenticia.

Por otro lado, decimos que la alimentación es uno de los pilares más importante en el desarrollo de los niños ya que es donde su capacidad en temprana edad es donde es más vulnerable en contraer discapacidades físicas y cognitivas.

(Castronuovo, Luciana, Gutkowski, 2016) Según la Institución Mundial de la Salud (OMS) observa que el sobrepeso y la pesadez infantil establecen como particular y principal inconveniente de salud pública de la época XXI. Además, en el año 2010 fue hallado en el ámbito de la sociedad cerca de 42 millones de niños en temprana edad menores de cinco años que existen con sobrepeso u pesadez, por consiguiente, se encontró aproximadamente 35 millones que existen en los países en desarrollo. Además, según las Institución de las Naciones Unidas para aquellos Agricultores y la Nutrición (FAO), puesto que en los últimos años se encontró métodos en desarrollo conocido con el nombre de “doble peso de la malnutrición” a pesar de cuando comenzaron a relacionarse la desnutrición infantil con un acrecimiento, enorme de la obesidad. Siempre y cuando este incremento mundial del índice de sobrepeso y obesidad en niños de temprana edad, si bien se debe a una composición de elementos, el cambio en las pautas de compra que compromete un incremento de los alimentos fabricados en bajo precio alimenticio, ricos en grasas, también en azúcar y sin duda en sal. (pág. 3)

El motivo principal del sobrepeso como la obesidad en la humanidad son los cambios de hábitos de energía entre los alimentos que poseen grasas consumidas y gastadas. Sin embargo, en la naturaleza, se ha encontrado un gran crecimiento de los ingredientes para los comestibles hipercalóricos ya que posee elementos ricos en grasa y poco o pobres en fibra.

(Sánchez Palacios, Johanna Jessenia., 2016) Actualmente la adquisición de alimentos que están ricas en grasas conectados comúnmente con las enfermedades graves que no transferibles a (enfermedades cardiovasculares, degeneración, trastorno y padecimiento respiratorias crónicas). Aun cuando hay un alto grado de menores de edad con sobre peso y eso puede implicar a un más sobrepeso u obesidad tanto en su niñez como en su madures. Según, la OMS nos indica que crecidamente del 50% de los habitantes mundial ingieren alimentos chatarra, hay lugares que se localizan en zonas urbanas incluso compromete a su vez importantes alteraciones en la vida, la conducta general y salud.

Por lo cual, es necesario investigar este tema ya que las enfermedades se causan por la mal elección de elementos para la producción de los alimentos, una mala ingesta en la

alimentación, causaran una mala nutrición en el desarrollo humano, sin embargo, el alto grado de enfermedades generan trastornos y padecimientos crónicas, alterando el proceso de vida. Ya que la nutrición es uno de los componentes del desarrollo que conlleva a un proceso saludable tanto en la niñez como en la adultez.

(Yolanda Fleta, Jaime Giménez, 2017) La desnutrición de los más pequeños sigue siendo uno de los esenciales problemas de la salud, mundialmente se ha sido identificado como un método de riesgo considerable en los infantiles. Se le llama desnutrición a todas aquellas determinaciones patológica que no has sido efectuada, en el desarrollo potencial que se produce por la mala administración en sus elementos, factores del cuerpo donde se agrega una varias revelaciones policlónicas que son vinculadas abundantemente en varios elementos que se envuelve al nivel energético. Por todos estos motivos que se efectúan en una mala alimentación, es necesario que trabajemos bien para mejorar el hábito alimenticio de los más pequeños (pág. 26)

Por razones educativas, la existencia de los niños en una campaña publicitaria continuamente ha sido esencial siempre como un elemento habitual para proponer un ambiente de ingenuo de afecto, la desnutrición es unos hábitos causado por las malas alimentaciones, en la vida hay que saber cómo sobrellevar los elementos ingestas que los alimentos contienen para poder brindarles a nuestros hijos un crecimiento adecuado. La buena nutrición debe ser un procedimiento continuo donde las personas encargadas de los menores puedan detectar lo que es conveniente o no para su organismo, hagan un análisis de los elementos que serán fabricados para la elaboración de los productos alimenticios, ya que las consecuencias que contrae una mala alimentación, influenciada por anuncios publicitarios conlleva a adquirís productos que generan enfermedades o trastornos en la vida del niño.

Bases Conceptuales

Publicidad

De acuerdo a (Ana Maria Diaz Jordan, Ingri Paola Cortés Pardo, 2017) nos dice que un texto publicitario conlleva a entender la publicidad, así mismo es establecer en un componente predicativo/ descriptivo aquellas relaciones que componen en una composición de signos, por lo que un textos e iconografía, es un grupo de signo descriptivos que pueden

alcanzar a la definición e conclusión de la disertación por intervención de la hermenéutica. (pág. 5)

La publicidad es una forma de comunicación impersonal ya que tiene una prolongada trascendencia que es utilizada por muchos empresarios para establecer y hacer reconocer sus negocios, compañía o instituciones, y que son canceladas de acuerdo al tutor registrado. Con el fin de comunicar y convencer al conjunto de personas acerca de cuáles son los beneficios, sus valores y noción con el objetivo de conquistar clientes.

Comunicación visual

(Adela de Castro, 2015) Se ha señalado nuestra principal descripción gráfica que comunicamos es acerca de nuestra imagen, una identidad propia, incluso como somos físicamente, aun mas como nos vestimos, hasta que actitud adoptamos, a la vez el modo hasta como caminamos, del mismo modo el inclinación de nuestros brazos, igualmente debemos empezar a proyectar conscientemente todo estas características. La publicidad visual transfiere cualquiera prototipo de aviso a nuestro contorno social, de la misma decimos que es otra expresión añadida que todos obligatoriamente debemos estudiar por ser factores manejables, ya puesto que indica a nuestro oyente. (pág. 19)

Este medio de comunicación radica, como esquema para intrapersonal que permite hacernos conocer nuestro físico, como primera imagen principal que presentamos, a la vez es como una descripción como una identificación semióticamente hablando, en una representación detallada.

(Klaus Bruhn Jensen, 2015) Las circunstancias en los materiales de la comunicación ciertamente están fuera de lugar de cualquier individuo del mismo modo las capacidades semánticas, cognitivas e interactivas del ser humano, pese a que las cultive mediante la socialización y la formación, también establecen los límites de los comunicados. A su vez solemos expresar que tenemos un organismo, del mismo modo también somos un cuerpo, mi organismo es “el intermedio universal que me permite poseer un mundo” (pág. 34)

Alimentación

(Barascco, Adriana del valle, 2014) La alimentación es la ingesta de la comida necesaria para el cuerpo. En una buena alimentación acompañada con ejercicios es un

mecanismo primordial para una buena energía, visto que en los niños en temprana edad escolar (de 6 a 13 años) necesitan comestibles vigorosos y bocados entre comidas que sean beneficiosos, ya que actualmente tienen un desarrollo constante pero pausado y normalmente ingieren alimentos de cuatro a cinco veces al día. Por lo tanto, mientras esta etapa se implanta muchas costumbres alimenticias.

Así mismo en la ingesta de alimentos debemos tener en cuenta que es lo que va a ser ingerido por nuestros niños, que alimentos comen para el desarrollo de su organismo ya que muchas veces son influenciados por familiares, amigos o quienes los rodean por impulso o satisfacción de adquirir alimentos no saludables que no son nutritivos.

Propaganda

(María Eugenia Escudero , 2015) Es cualquier tipo de comunicación difundida por televisión, prensa, Internet, radio, volantes, entre otros, que busca ganar adeptos a una filosofía de pensamiento, ideas políticas, morales sociales o religiosas a través de los sentimientos o de la razón. En pocas palabras busca influir en las actitudes de las personas. (pág. 81)

Obesidad

(María Cascales Angosto, 2015) Enfermedad causada por mala alimentación, generada por acumulación de residuos dañinos, que perjudica el desarrollo del ser humano, afecciones transformadas en un sobrepeso excesivo.

De acuerdo a lo mencionado la obesidad es una de las principales las enfermedades que se encuentran en nivel mundial, en todas las poblaciones, así mismo declarada como una epidemia que a través de ella van acusando más enfermedades con afición de trastornos psicológico.

(Mariana Nuño, Mariana Hevia, Carolina Bustos, 2017) La obesidad pediátrica es un importante problema de salud pública en el país. El desequilibrio entre ingesta y gasto energético ha sido reconocido como la principal causa, pero pese a las múltiples estrategias para enfrentar esta patología los resultados continúan siendo desalentadores. La madre es un mediador importante en el tratamiento, pudiendo influir la distorsión de la imagen corporal (DIC) en el estado nutricional (EN) de sus hijos. El propósito de este trabajo fue evaluar en población escolar la percepción de la imagen corporal (PIC) de la madre hacia su hijo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El desarrollo de este proyecto, es analizar cómo influye la publicidad en la alimentación de niños en temprana edad y cuáles serán las consecuencias que estas traen, así mismo, en esta investigación metodológica ayudara a definir el nivel de conocimientos que tienen las personas sobre la prevención de enfermedades que causan una mala nutrición, para la ejecución de este proyecto, se realizó un estudio documental mediante libros, artículos, revista científicos, repositorios, etc. Con el fin de hallar información y respuestas verídica y directa.

Tipo de investigación

Investigación Documental

Se realizará la recolecta de información esencial de diferentes fuentes fidedigna, tales como la revista científica, libros digitales, artículos científicos, repositorios, que nos ayudara a la comprensión y el desarrollo de este proyecto, permitiendo la facilidad de examinar los elementos que intervienen en la mala nutrición de los niños en temprana edad, así mismo con el fin de prevenir enfermedades o trastornos.

Investigación Descriptiva

Se planteó este tipo de investigación ya que se redacta información y datos referentes al problema, que se ha obtenido a través de consultas en diferentes documentos, las cuales están asegurada al reglamento establecido por la congregación científica, así mismo, se pudo desarrollar este proyecto en la cual nos permite comprender los elementos, variables y los métodos que influyen en esta investigación.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL TEMA

Las piezas gráficas publicitarias

La publicidad puede crear estándares, pero no todos consumimos lo mismo, ni de igual modo. Aquí entra en juego el propio desarrollo de la subjetividad humana que se inicia desde la primera infancia, cuando el niño es reconocido desde su singularidad. En la adolescencia es cuando se vuelven más visibles los fallos en este desarrollo que pueden haberse pasado por alto en la infancia. En donde los modelos publicitarios, personajes públicos, etc. pueden quedar en el lugar de verdaderos gurús de lo que hay que ser, hacer, sentir, pensar y consumir, para sentirse aceptados, valorados, queridos. Vivimos tiempos en donde no siempre es sencillo encontrar un lugar de aceptación social sin ceder en la individualidad.

Las piezas gráficas son elementos que tiene una estructura representativa en el diseño gráfico. Su elaboración se determina en diferentes soportes para su presentación, con el fin de plasmar una idea de acuerdo a la necesidad. Los elementos del diseño son materiales esenciales para la composición que va ser expuesta y preservada, ya que estos factores están entrelazados con la significación o representación del diseño propuesto.

De acuerdo a (Aznar Yolanda, 2017) dice que los niños de 6 a 8 años es la etapa de la niñez mediana, ya que a esta edad implican muchos cambios en la vida de un niño, a esta edad los niños ya pueden vestirse y comer por si solos ocupando una parte importante de su tiempo en la escuela, compartiendo con otros niños y adquiriendo bastante independencia. Esta mayor independencia y la influencia de los medios de comunicación o de sus compañeros, con frecuencia les hacen tomar decisiones equivocadas respecto a los alimentos que deben comer.

Por lo tanto es necesario que los adultos enseñen a los menores a seleccionar y combinar los alimentos para lograr una alimentación que permita un desarrollo y crecimiento adecuado

Según (Valeria Lozano , 2018), manifiesta que el anuncio publicitario que ofrecen es un mecanismo que actualmente forma parte para incrementar las ventas, es un recurso preciso para los negocios, sin embargo se presta a muchas confusiones, especialmente en la

preparación alimentaria, asimismo debería existir y ser controlada, referente a toda las publicidades dirigida a los menores de edad, como consideran, muchos expertos en el proyecto. (pág. 23)

Dicho de otro modo en una investigación referente al desarrollo de alimentos y bebidas no saludables administrada a niños que el sobrepeso y la obesidad están afectando simultáneamente a niños y adolescentes en el mundo, por lo tanto se observa como alguno de los principales factores de peligro en lo infantes.

En otras palabras (Rosa M. Zapata Boluda., 2015) nos dice, que los medios de comunicación influyen enormemente en nuestra conducta alimentaria. La población infantil, juvenil, sigue patrones de conducta que la televisión nos vende como ideales, las consecuencias son los trastornos de la conducta alimentaria, tanto obesidad como anorexia. (pág. 8).

Los efectos negativos de la publicidad: pueden ser numerosos crear estereotipos, promover el materialismo, iniciar comportamientos violentos, fomentar el individualismo, calificaciones bajas, pérdida de tiempo y otras tales como:

Presiones a los medios de comunicación; Los anunciantes escogen los medios que ven más adecuados para colocar su publicidad, de acuerdo a características demográficas de los consumidores diana. Incluso atienden al contenido de ese medio, si es consistente con el mensaje que tiene su marca o no.

- Promueve el materialismo; Crea en las personas necesidades y deseos que no estaban antes, haciéndoles creer que su valor reside en todo lo que puede adquirir o poseer.

Crea estereotipos; Suelen mantener y acrecentar los estereotipos, ya que, al dirigirse cada uno a un público especializado, refleja a los grupos de manera muy estereotipada.

Modelos de vivir y de ser que no son realistas; Los estilos de vida que aparecen en los anuncios funcionan como un modelo para el consumidor, llamados “de referencia”.

Produce un comportamiento poco racional; Promueve que los individuos actúen de forma impulsiva, y de acuerdo a recompensas instantáneas en vez de reflexionar sus decisiones. Además de esta forma, disminuye la sensación de responsabilidad sobre las consecuencias a largo plazo.

Podríamos asumir a continuación la semejanza que poseen los avisos publicitarios en nuestra coexistencia diaria, como nuestro modo de entender va creando ciertas comportamientos inadecuados, la propagación debe tener en cuenta la inocencia de los niños respecto al contenido de los mensajes publicitarios, previniendo la exposición visual, en que hay situaciones de productos expuestos a niños cometiendo actos prohibidos, no se deben exponer productos que sean inapropiados para los niños en temprana edad.

Componentes de una pieza gráfica.

- Mensaje: información a transmitir con ayuda del concepto.
- Idea: el concepto.
- Composición: distribución de los elementos dentro del espacio definido.
- Uso del color.
- Imágenes: fotografías, ilustración, dibujo, etc.
- Uso de las formas.
- Uso de la tipografía.
- Legibilidad y claridad de la información que se transmite

Comunicación visual

La comunicación visual pone en práctica al diseñador su capacidad de razonar y poder emplear sus conocimientos en plasmar el mensaje que será elaborado con una claridad para el público específico. La comunicación visual comprende un conjunto de ideas que se expone y se refleja como un factor para llegar al público objetivo, teniendo claro los elementos de comunicación.

La publicidad según (Ana Carretero García, 2018) dice que posee diferentes funciones, la más esencial es de informar o anunciar y es utilizada como un instrumento de comunicación visual que crea una representación con el fin de convencer a un grupo grande de personas.

Además aquellos avisos promocionales poseen un encargo primordial que permite propagar productos como sus beneficios y servicios de gran interés, fomentando marcas para ser reconocidas por el público con la finalidad de inducir los vínculos mercantiles. La publicidad influye en la conducta de las personas generando comportamientos de necesidad racional.

Hay tres tipos de publicidad que frecuentemente están expuesto o al alcance de los niños. Las publicidades online son aquellas que se anuncian por medio de internet o redes sociales. En la cual este medio la utilizan un elevado número de personas y se la decreta como una estrategia para promocionar productos o servicios. Las publicidades impresas son determinadas como un medio más eficaz por ser directo, claro y evidente para el público objetivo. Ya que este medio permite persuadir al instante al cliente. La publicidad televisiva que son los comerciales, influye mucho a los niños por tener un grandioso alcance con el público dando un impacto y demostrando las funciones de los productos

(Jordi Salas-Salvadó, Anna Bonada, 2019) En nuestro país, no existen muchos estudios que describan cómo es realmente la publicidad mostrada a los niños. Es decir, cuáles son los alimentos más promocionados, chocolates, cereales, bebidas gaseosas, galletas, snacks, en qué horarios hay mayor número de comerciales y por supuesto qué canales transmiten un mayor número de ellos. Creemos que el propósito de este trabajo no es encontrar una solución al problema de la obesidad infantil existente en nuestro país, sino más bien radica en dar una luz de alerta a las autoridades sobre si deberían o no ejercer algún tipo de regulación sobre la publicidad mostrada durante los programas infantiles. (pág. 35)

Los hábitos alimenticios de los niños de 6 a 8 años; Según enfatiza, (J.M. Moreno Villares, M.J. Galiano Segovia, 2015), expresa desde el programa de formación continua en pediatría extra-hospitalaria expone que existe una relación entre los hábitos alimenticios adquiridos en la infancia y el riesgo a desarrollar enfermedades a lo largo de la vida.

Los procesos alimenticios son etapas que se van modificando a medida que van creciendo el infante y sus costumbres por obvias razones se van cambiando, la familia parte como el eje de control alimenticio y nutricional que debe tener todo hogar, los niños ven en ciertos productos que les llaman la atención pero de cierta manera no son sanos ni saludables, desde que el niño empieza sus estudios en instituciones educativas se ve rodeado de comidas apetecibles que no son recomendables, es ahí donde la mano del protector en este caso los padres de familia o encargados de su crianza a más del docente responsable son quienes deben ejercer el mayor control en su ámbito alimenticio, porque de alguna manera si afecta a su desarrollo físico e intelectual.

A manera que el niño va creciendo aumenta su volumen de comida y el control de los padres en este ámbito se va haciendo independiente y empiezan a adquirir otro estilo de

vida alimenticio. Pero para esto tiene que ver mucho la parte de retroalimentación que dan las publicidades por varias vías manipulando al niño e incluso al padre de familia que se ve seducido por las espectaculares publicidades que ofrecen los productos.

Características biológicas

Las etapas del infante cambian aceleradamente con su desarrollo físico desde los 6 años en adelante comienza la pubertad, cambia su longitudinal de 6 a 8 años y el crecimiento ponderal de 2 a 3 kg por año, el ambiente familiar desde el aspecto nutricional se ve reflejado en el consumo que realiza el resto de la familia, es decir si todo los integrantes de la familia tienen un régimen alimenticio escasos de proteínas, nutrientes y vitaminas, de igual manera el infante contara con esa dieta alimenticia familiar en cierta forma hereditaria, pero si la familia tiene una alimentación balanceada y sana lo puede heredar el resto de sus familiares en este caso los de menor edad.

Hay muchos aspectos que se deben tener en cuenta durante el desarrollo del niño, es el grupo de actividades o acciones mentales que tiene por finalidad satisfacer los placeres, que se generan con el pasar de los días y que van ocupando espacio en la vida del ser humano.

CAPITULO V

CONCLUSIÓN

Luego de haber establecido la investigación y el análisis correspondiente mediante estudios que fueron consultados de diversas metodologías técnicas y fuentes científicas. Se dio a conocer muchas conceptualizaciones teóricas acorde al problema establecido, para poder obtener una conclusión debidamente apropiada, de este modo mencionamos que las piezas publicitarias son una gran influencia en el hábito alimenticio en niños de 6 a 8 años de edad , ya que son el público más vulnerable influenciado por los anuncios publicitarios, de la misma manera se expone que los medios de comunicación conlleva a adquirir una necesidad inapropiada, muchas veces los padres o personas encargadas de los menores son influenciado por el llanto o engreimiento por parte de ellos, con el hecho de satisfacer la necesidad o capricho de los mismo del cual acceden los padres a la compra de comida basura que no es apropiada para ellos.

Los padres de familia son los responsables de evaluar la calidad de alimentos que consumen sus hijos y crear un hábito alimenticio para su desarrollo, no dejarse llevar por las piezas que son engañosas por su presentación atractiva, alimentos que con el tiempo puede descompensar al infante e incluso puede llegar al punto de contraer graves enfermedades crónicas, tales como trastornos alimenticios, obesidad, etc.

Unas de las características más resaltable de esta investigación son:

- Inducir al padre de familia a implementar nuevas maneras de consumo para que identifique la alimentación adecuada para el desarrollo nutricional de sus niños.
- La promoción y publicidad dirigida a los niños deben definirse como aquellas destinadas exclusivamente a los niños, con un atractivo específico para ellos y en los medios evaluados, aquellas destinadas a los adultos pero vistas por los niños.
- Los alimentos deben definirse de modo que incluyan tanto los alimentos que deben promocionarse (aquellos que los niños deben consumir más como parte de una alimentación saludable) como los alimentos que deben prohibirse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adela de Castro. (2015). *Manual práctico de Comunicación Organizacional*. madrid : verbum.
- Alfonso Méndiz Noguero. (2015). *Cómo se ha escrito la “Historia de la Publicidad”*:. Universidad de Málaga.
- Álvaro Bilbao. (2016). *El Cerebro del Nino Explicado A los Padres*. (Plataforma).
- Ana Carretero García. (2018). *La vulneración del derecho humano a la alimentación: Consecuencias de los actuales modelos de producción, distribución y consumo de alimentos*. españa: Reus.
- Ana Gomez Diaz - Franzon . (2018). *Imagen Publicitaria del Maro de Jerez (1868-1936). Un retrato de la época Volumen 1*. Grupo Planeta .
- Ana Maria Diaz Jordan, Ingri Paola Cortés Pardo. (2017). la revista cromo y las metáforas de la publicidad en os años sesenta . *Coleccion Academica de Ciencias Sociales* , 15.
- Antonio Jose Gnzales Jimenes . (2015). *Educacion y Salud en una sociedad globalizada*. universidad Almeria.
- Ayala, Juana Gallego. (2015). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicacion,¿motor o remora para la igualdad?* UOC.
- Aznar Yolanda. (2017). Los niños con mala alimentación tienen más riesgo de padecer enfermedades de mayores. *ABC aragon*.
- Barascco,Adriana del valle. (2014). *Conocimiento de los padres sobre la alimentacion en niños en edad escolar*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO.
- Benito Peinado . (2014). *Alimentacion Y Nutricion en la vida Activa: Ejercicio Fisico y Deporte* . Madrid: UNED.
- Castronuovo, Luciana, Gutkowski. (2016). Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias. *Salud Colectiva*, 1-30.
- Cecilia Martínez Costa y Consuelo Pedrón Giner. (2017). Consuelo. Requerimientos en nutrición parenteral pediátrica. *Scielo*.
- David Martin Castillo. (2017). *Influencia de los habitos en el rendimiento escolar*. Universitat de les Illes Balears.
- Denny Elizabeth chavez vera, Ginger Anais Ruiz Robalino. (2018). *MALOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y SU INCIDENCIA EN LA DESNUTRICION EN NIÑOS DE 5 A 11 AÑOS DE EDAD COUNIDAD CONCEPCION.BABA.LOS RIOS*. ECUADOR : UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO .

- Eva Aladro . (2015). *Aplicaciones actuales de la comunicacion e interaccion digital* . Madrid España : ACCI.
- Eva Aladro Vico . (2015). *Aplicaciones Actuales de la comunicacion e interaccion degitales*. Madrid España: ACCI.
- Griselda Herrero Martin . (2018). *Alimentacion saludable para niños geniales- consejos y recetas para la mejora del rendimiento escolar y desarrollo del talento* . Profit ISL.
- Gustavo Verela. (2017). *La guerra de las imagenes una historia visual de la Argentina*. Arna genti: Paidos SAICF.
- J.M. Moreno Villares, M.J. Galiano Segovia. (5 de 2015). *PEDIATRIA INTEGRAL*. Recuperado el 14 de 8 de 2019, de PEDIATRIA INTEGRAL: <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2015-05/alimentacion-del-nino-preescolar-escolar-y-del-adolescente/>
- Jaime Pajuelo-Ramírez. (2017). *La obesidad en el Perú*. *Scielo*.
- Jordi Salas-Salvadó, Anna Bonada. (2019). *Nutrición y dietética clínica*. Elsevier Health Sciences.
- Klaus Bruhn Jensen. (2015). *La comunicación y los medios: Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. mexico: Fondo de Cultura Economica.
- Lucy Jo Palladino . (2016). *Educación en la era de la dispersión digital. Una guía práctica para que los niños hagan un uso equilibrado de la tecnología*. . Alba.
- M. Cristina Valdes Rodriguez . (20018). *La traducción Publicitaria: Comunicación y Cultura* . Barcelona : Universidad de Valencia .
- Macro Macro . (2017). *transtornos de la alimentación* . Macro .
- Maiposalud. (2 de abril de 2018). *Maiposalud*. Obtenido de <https://maiposalud.cl/blog/ninos-y-el-exceso-de-tecnologia-un-dano-silencioso/>
- MAIPOSALUD.CENTRO DE DIAGNOSTICO MEDICO . (2 de abril de 2018). Obtenido de <https://maiposalud.cl/blog/ninos-y-el-exceso-de-tecnologia-un-dano-silencioso/>
- Marfil-Carmona,Rafael . (2015). *El factor relacional como elemento estratégico en la comunicación publicitaria*. Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura.
- Margarita Varela Ruiz y Tania Vives Varela . (2016). *METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN MÉDICA - Autenticidad y calidad en la investigación educativa*. *Facultad de Medicina, UNAM,*, 192.
- María Cascales Angosto. (2015). *Informe de la nutrición mundial 2015: Acciones y responsabilidades para hacer progresar la nutrición y el desarrollo sostenible Global Nutrition Report*. Atlanta EEUU: Intl Food Policy Res Inst.
- María Eugenia Escudero . (2015). *Servicio de atención comercial*. Editex.
- Maria Eugenia Escudero Aragón. (2015). *Marketing en la actividad Comercial*. editex, S.A. Elsa Tébar.

- Mariana Nuño, Mariana Hevia, Carolina Bustos. (2017). Distorsión de la imagen corporal en madres hacia sus hijos con sobrepeso u obesidad. *Scielo*.
- Marugán Solís, Fernando. (2016). La metáfora visual, elemento comunicador de las marcas en la publicidad exterior. *Prisma Social*, 120.
- Melvin Campos Ocampo. (2017). *Metodos de Investigacion Academicas fundamentos de la investigacion bibliograficas*. UNIVERSIDAD DE COSTA RICA SEDE DE OCCIDENTES SISTEMA DE EDUCACIÓN GENERAL.
- Mesa. (2014). Breve historia de la publicidad. *Mercado tencial Publiidad medios Merca2.0*, 1.
- Nogrero, Alfonso Mendiz. (2018). *La representación del menor en la publicidad infantil. de la inocencia a la sexualizacion The representation of the child in children's advertising*. España: Universidad Internacional de Catalunya,.
- Rosa Isabel Esquivel Hernández, Silvia María Martínez . (2018). *Nutrición y salud*. Manual Moderno.
- Rosa M. Zapata Boluda. (2015). Jornada Internacional de Investigacion en Educacion y Salud . Universal de Almeria .
- Salud, L. o. (2017). America Latina y Caribe. Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional. Sistema Alimentarios sostenibles para poner fin al hambre y la malnutricion. Santiago.
- Salud, Organización Panamericana de la. (2015). *recomendaciones de la consulta de expertos de la Organización Panamericana de la Salud sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la región de las américas*. U.S.A: Washington, d.c.
- Sánchez Palacios, Johanna Jessenia. (2016). “ANÁLISIS DEL CONSUMO DE COMIDA NO SALUDABLE “COMIDA CHATARRA” EN ALUMNOS DEL COLEGIO “SANTA MARÍA GORETTI” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”. Guayaquil : UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.
- Sandra Vilajoana Alejandre . (2016). *¿ Como aplicar los conceptos basicos de la publicidad?* barcelona : UOC (Oberta OUC publishing, SL).
- Steven Gerali . (2014). *Que hacer cuando los jovenes luchan con desorden alimenticios* . Miami Florida : Vida .
- Valeria Lozano . (2018). *Habitos para niños (Coleccion Vital)*. Mexico: Penguin Random House Grupo.
- Yolanda Fleta, Jaime Giménez. (2017). *Coaching nutricional para niños y padres: Tu hijo querrá comer bien. vivir mejor*. España: Penguin Random House Grupo Editorial .

ANEXOS





REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACION COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

Línea de investigación: RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD

TEMA: INFLUENCIAS DE LAS PIEZAS GRÁFICAS EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO

ACOMPAÑANTE: CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH	0927873844	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	20-06-2019	Inicio: 17:00 p.m.	Fin: 19:00 p.m.	2	SELECCIÓN DEL PROBLEMA
2	25-06-2019	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	DESCRIPCIÓN DE PROBLEMA Y SELECCIÓN DEL TEMA
3	04-07-2019	Inicio: 18:02 p.m.	Fin: 20:02 p.m.	2	REVISIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
4	18-07-2019	Inicio: 14:16 p.m.	Fin: 16:16 p.m.	2	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL
5	25-07-2019	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN DE METODOLOGÍA
6	31-07-2019	Inicio: 14:19 p.m.	Fin: 16:19 p.m.	2	REVISIÓN DEL DESARROLLO DEL TEMA , CONCLUSION E INTRODUCCIÓN
7	15-08-2019	Inicio: 16:16 p.m.	Fin: 18:16 p.m.	2	REVISIÓN DE METODOLOGÍA RESUMEN E INTRODUCCIÓN


 CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO
 PROFESOR(A)


 CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO
 DIRECTOR(A)


 LIBERIO FAJARDO RAQUEL ELIZABETH
 ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
 Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

INFLUENCIA DE LAS PIEZAS GRÁFICAS EN LOS HáBITOS ALIMENTICIOS EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO.

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %	0 %	0 %	1 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León	1 %
	Trabajo del estudiante	
2	red.uao.edu.co	<1 %
	Fuente de Internet	

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo