

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

por Raquel Liberio

Fecha de entrega: 29-ago-2019 04:39p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1164981495

Nombre del archivo: ELIZABETH_LIBERIO_31.docx (117.25K)

Total de palabras: 6351

Total de caracteres: 34176

INTRODUCCIÓN

Las piezas publicitarias es una herramienta de diseño que tiene como función impulsar el producto o servicio para tener mayores réditos para sus correspondientes dueños posesionándose en el mercado y utilizando metodologías para que el consumo al cual ha sido enfocado sea del mayor agrado del consumidor, dependiendo el grupo objetivo a quien va dirigido. Por lo general en la línea alimenticia publicitan productos resaltando los beneficios y bondades como que son altos en fibra, bajos en grasas y azúcares, que son light. Sin embargo, no saben que estos elementos causan repercusiones de carácter psicopatológicos asociados a trastornos de conducta alimenticia causando consecuencias de características psíquicas y fisiológicas, convirtiéndose en un problema.

En el *Capítulo I* Se planteó como problema el poco conocimiento de las consecuencias y efectos que contraen la publicidad alimenticia en los niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro. La publicidad cuando es utilizada en productos alimenticios tiene la fuerte convicción al captar toda la atención de sus productos en el grupo objetivo, en este caso el infantil utilizando atractivos modelos de convencimiento, haciendo que sus padres sean quienes consigan el producto que ellos tanto desean. Pero hay ciertos productos que por muy excelente trabajo publicitario que presentes no son los más adecuados para el consumo de los niños, en este caso de 6 a 8 años de edad que son el grupo objetivo del presente estudio.

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 los componentes que influyen y que forman parte de la nutrición de los niños, en donde hay muchos productos que contienen azúcares, grasas, hidratos de carbono y demás sustancias que no son las adecuadas para su desarrollo físico y mental de los infantes. Las piezas gráficas como elementos del diseño, la publicidad es un medio de comunicación, la nutrición en menores de edad, su alimentación entre otros elementos 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 la 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 las piezas publicitarias 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 los hábitos de los niños de la ciudad de Milagro. Por tales circunstancias se realiza este estudio para identificar los productos que son buenos y beneficiosos para los niños de acorde la edad correspondiente.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Descripción del problema

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, además la publicidad de alimentos y bebidas son pocas saludables ya que esta influye y provoca en los niños un aumento en su consumo diario a lo que están expuestos a contraer consecuencias de sobrepeso y obesidad.

Según (Valeria Lozano, 2018), manifiesta que el anuncio publicitario que ofrecen es un mecanismo, actualmente es una extraordinaria forma para incrementar las ventas, es un recurso preciso para los negocios, sin embargo se presta a muchas confusiones, especialmente en la preparación alimentaria, asimismo que debería existir y ser controlada, referente a todas las publicidades dirigidas a los menores de edad, como consideran, muchos expertos en el proyecto.

Según (Valeria Lozano, 2018) UNICEF, manifestó 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 Latinoamérica, por lo tanto se observa como alguno de los principales factores de peligro de la humanidad infantil (pág. 23).

En otras palabras (Rosa M. Zapata Boluda, 2015) nos dice, que los medios de comunicación influyen enormemente en nuestra conducta alimentaria. La población infantil, 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).

De acuerdo a lo mencionado 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 de niños cometiendo actos prohibidos, no se deben exponer productos o servicios que sean inapropiados para los niños en temprana edad.

Las consecuencias principales que son generados en una mala alimentación. 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.

Las Proteínas

La adquisición de las proteínas, esencial para el desarrollo de la fibra muscular, tenemos que tener en cuenta, los adecuados. Si sobre cargamos nuestro cuerpo en exceso, nuestro organismo será afectados, tales como, los riñones y el hígado, así mismo serán los principales afectados y responsables de excluir los elementos nocivos una vez que el metabolismo llegue a su punto y entre en acción.

Los Carbohidratos

Para la infancia digerir demasiados carbohidratos puede provocarle enfermedades como la obesidad, eh incluso contraer diabetes y afección cardiovasculares, por otro lado, se presentan las caries, cambios de conducta, carencia de concentración y por último la hiperactividad.

Las hipotonías

El decaimiento muscular, también conocida como hipotonía, es una de los resultados de una mala nutrición en los más pequeños (niños). Los síntomas como el decaimiento o tristeza, palidez, cese de su desarrollo y también el llanto frágil son varios de los síntomas. Asimismo, el bajo rendimiento corporal y colegial va dentro de los peligros que puedes causarse.

Sistematización del problema

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

¿Qué tipo de publicidad influye más en los niños?

¿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.

Objetivo de Investigación

Objetivo general

Analizar cómo influye la publicidad en la alimentación de niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro, utilizando como herramienta de orientación nuevas piezas gráficas.

Objetivo específicos

1. Analizar la influencia de la publicidad en los hábitos no alimenticios de niños de 6 a 8 años en la ciudad de Milagro.
2. Proponer nuevas piezas graficas publicitarias como herramienta de orientación para el desarrollo alimenticio en los niños de 6 a 8 años de la ciudad de Milagro.
3. Examinar las consecuencias y los factores de riesgo antes enfermedades que se desarrollan en una mala alimentación.

1.4. 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.

Además, se realiza esta investigación con el fin de que las personas encargadas de niños puedan reconocer los malos hábitos alimenticios y así puedan evitar las consecuencias que contraen la misma en los menores de edad, previniendo que contraigan enfermedades crónicas, limitando su desarrollo físico y psicológico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Antecedentes de Investigación

Según (Eva Alardro Vico , 2015) dice que las piezas graficas son otros de las causa que, presumiblemente, influyen en el índice de oxígeno 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 podamos 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

(Maria Eugenia Escudero Aragón , 2014) 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.

(Ayala, Juana Gallego, 2014) 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. 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. (pág. 13).

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, surgiera 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

(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 las buenas costumbres alimenticias.

Por otro lado, decimos que la alimentación es uno de los pilares más importantes 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 Organización Mundial de la Salud (OMS) observa que el sobrepeso y la obesidad 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 obesidad, por consiguiente, se encontró aproximadamente 35 millones que existen en los países en desarrollo. Además, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura 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 crecimiento, 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 pocos en fibra.

(Sánchez Palacios, Johanna Jessenia., 2016) Actualmente la adquisición de alimentos que están ricos en grasas conectados comúnmente con las enfermedades graves que no son transferibles a (enfermedades cardiovasculares, degeneración, trastorno y padecimiento respiratorios crónicos). Aun cuando hay un alto grado de menores de edad con sobrepeso 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 policlínicas 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 texto 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 ves 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 ves 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

(Barasco, 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. En cambio, la familia, los amigos y los medios de información intervienen en sus alternativas referentes a las comidas. Sin embargo, en este período están continuamente más preparados a ingerir una diversidad más amplia de alimentos que sus menores hermanos. Sobre todo, la etapa de alimentación es resultado de diferentes conjuntos de interacciones de modelo orgánico, psicológico y general.

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.

Obesidad

(International Food Policy Research Institute, 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 afección 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. Se seleccionaron madres con hijos con edades de 7 a 17 años de colegios de Santiago de Chile. Se determinó el EN según índice de masa corporal (IMC) y desarrollo puberal (Tanner). Se evaluó la PIC de la madre comparándose con lo real.

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 reviste 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 como elemento del diseño

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 per servida, ya que estos factores están entrelazados con la significación o representación del diseño propuesto.

Las piezas publicitaria son factores del diseño, un medio de comunicación visual son, un método que es utilizado como medio de información, y que se utiliza una determinada definición desde la perspectiva del marketing. Debido a que el marketing se ocupa de analizar las conductas, hábitos, costumbres, necesidades del público objetivo y mercados, con el fin de aumentar la rentabilidad de la compañía o empresa.

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.

Elementos de la comunicación

- a) Mensaje deseado
- b) Emisor
- c) Medio comunicación
- d) Público objetivo.

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

Además aquellos avisos promocionales posee un encargo primordial que permite propagar productos como sus beneficios y servicios de gran interés, fomentando marcas de 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 influye mucho a los televidentes por tener un grandioso alcance con el público dando un impacto y demostrando las funciones de los productos

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 producto 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 sus 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 se 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 resaltables 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.
- Concientizar a los padres para controlar y evitarlos alimentos que ingiere los niños en su temprana edad.
- Resaltar que la publicidad tiene por objetivo la utilización de herramientas para vender productos y ofrecer calidad de servicio, por lo que es importante analizar los productos de consumo que se le da a los niños.

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