



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS**

**REPRESENTACION PLASTICA SOBRE EL CONSUMISMO Y LA  
PUBLICIDAD**

**ABAD CORDERO ALEXANDER LEONARDO  
LICENCIADO EN ARTES PLASTICAS**

**GARCIA CHICA DAYANARA BETZABETH  
LICENCIADA EN ARTES PLASTICAS**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS**

**REPRESENTACION PLASTICA SOBRE EL CONSUMISMO Y LA  
PUBLICIDAD**

**ABAD CORDERO ALEXANDER LEONARDO  
LICENCIADO EN ARTES PLASTICAS**

**GARCIA CHICA DAYANARA BETZABETH  
LICENCIADA EN ARTES PLASTICAS**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS**

**PRODUCTOS O PRESENTACIONES ARTÍSTICAS**

**REPRESENTACION PLASTICA SOBRE EL CONSUMISMO Y  
LA PUBLICIDAD**

**ABAD CORDERO ALEXANDER LEONARDO  
LICENCIADO EN ARTES PLASTICAS**

**GARCIA CHICA DAYANARA BETZABETH  
LICENCIADA EN ARTES PLASTICAS**

**PAUCAR ENCALADA HECTOR ROGELIO**

**MACHALA  
2023**

# TITULACION

*por* Alexander – Abad Dayanara – García

---

**Fecha de entrega:** 28-sep-2023 01:47p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2179795711

**Nombre del archivo:** Trabajo\_de\_Titulacion\_Abad\_y\_Garc\_a....\_1.pdf (1.77M)

**Total de palabras:** 10979

**Total de caracteres:** 60552

# TITULACION

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**2**%

INDICE DE SIMILITUD

**2**%

FUENTES DE INTERNET

**1**%

PUBLICACIONES

**1**%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

<b>1</b>	<b>repositorio.puce.edu.ec</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>2</b>	<b>"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 4 (1988)", Brill, 1991</b> Publicación	< <b>1</b> %
<b>3</b>	<b>repositorio.unesum.edu.ec</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>4</b>	<b>pepsic.bvsalud.org</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>5</b>	<b>repositorio.espe.edu.ec</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>6</b>	<b>procesodeenfermeria1.wordpress.com</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>7</b>	<b>repositorio.udch.edu.pe</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %
<b>8</b>	<b>repositorio.upn.edu.pe</b> Fuente de Internet	< <b>1</b> %

---

9	<a href="http://teses.usp.br">teses.usp.br</a> Fuente de Internet	< 1%
10	<a href="http://www.lareferencia.info">www.lareferencia.info</a> Fuente de Internet	< 1%
11	<a href="http://www.oalib.com">www.oalib.com</a> Fuente de Internet	< 1%
12	<a href="http://bdigital.uexternado.edu.co">bdigital.uexternado.edu.co</a> Fuente de Internet	< 1%
13	<a href="http://portalminero.com">portalminero.com</a> Fuente de Internet	< 1%
14	<a href="http://quicksitebuilder.cnet.com">quicksitebuilder.cnet.com</a> Fuente de Internet	< 1%
15	<a href="http://www.bridgesforpeace.com">www.bridgesforpeace.com</a> Fuente de Internet	< 1%
16	<a href="http://www.gfmer.ch">www.gfmer.ch</a> Fuente de Internet	< 1%
17	<a href="http://www.knowledgeatwharton.com.es">www.knowledgeatwharton.com.es</a> Fuente de Internet	< 1%
18	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	< 1%
19	<a href="http://www.unipamplona.edu.co">www.unipamplona.edu.co</a> Fuente de Internet	< 1%
20	Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo	< 1%

**21** [lookformedical.com](http://lookformedical.com)  
Fuente de Internet

< **1** %

---

**22** "Inter-American Yearbook on Human Rights /  
Anuario Interamericano de Derechos  
Humanos, Volume 1 (1985)", Brill, 1987  
Publicación

< **1** %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 3 words

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, ABAD CORDERO ALEXANDER LEONARDO y GARCIA CHICA DAYANARA BETZABETH, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado REPRESENTACION PLASTICA SOBRE EL CONSUMISMO Y LA PUBLICIDAD, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



ABAD CORDERO ALEXANDER LEONARDO

0707047502



GARCIA CHICA DAYANARA BETZABETH

0750289738



## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación es dedicado con todo amor a mis Padres Carlos y Marisol, quienes han hecho el máximo sacrificio y esfuerzo para que pueda culminar mi carrera universitaria; ellos, han sido mi pilar fundamental en este camino, mis inspiraciones, gracias a su caluroso amor, comprensión y apoyo, he logrado cumplir una meta más en mi vida. A mi abuelita, quien me acompaña desde algún lugar, en cada momento y sé que hubiera estado muy orgullosa de mí.

**Autor:** Dayanara García

Este trabajo de titulación lo dedico especialmente a mi madre Nora Abad, una mujer que me ha enseñado el valor de esforzarse, ser valiente y perseverante para afrontar cualquier situación que se me anteponga, también es la mujer que ha estado en todo momento apoyándome y dándome ánimos para seguir y no rendirme y a quien también agradezco ahora y siempre todos los sacrificios que ha hecho para poderme ayudar a culminar mis estudios universitarios.

También dedico este trabajo a dos grandes amigos, que la vida no les permitió verme llegar hasta aquí, pero estoy seguro que en donde estén, están felices porque he logrado una meta más en mi vida, siempre recordare aquellas palabras de aliento y apoyo que hoy en día me siguen dando fuerza para seguir.

**Autor:** Alexander Abad

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme lograr uno más de mis objetivos, a mis queridos padres, a mis familiares por su apoyo incondicional durante estos años, a una persona especial que me acompañó y apoyó en todo este trayecto, a mi mejor amiga quien siempre estuvo pendiente en este proceso, mi compañero de titulación y gran amigo, quien me demostró que la vida universitaria es mucho más fácil y bonita con una grandiosa amistad, mis compañeros de clases quienes en cada día y reunión hacían sentir que necesitaba quedarme más tiempo en la universidad para disfrutar tiempo con ellos y lograr tener una bonita amistad como la que existe ahora. Por supuesto, también a mis mascotas Bonnie, Copito y Ninita, quienes me brindaron su compañía en cada madrugada esperándome a que termine mis tareas, sin importarles nada.

Totalmente agradecida con todos mis docentes, quienes aportaron cada granito de aprendizaje en este trabajo y en mi trayecto estudiantil. A mi tutor del trabajo de titulación el Lic, Hector Paucar y gracias también al Lic. Renato Villota por su apoyo.

**Autor:** Dayanara García

En primer lugar agradezco a Dios por darme salud para poder conseguir un objetivo más en mi vida, agradezco a mi madre y a toda mi familia, especial a mis hermano/as, cuñadas y sobre todos a mis sobrino/as, en especial a Fernanda y Jhon, que han sido mis pilares fundamentales para seguir en esta lucha. Agradezco a mi mejor amigo y que considero como un hermano más, David Bure, el cual también es un pilar fundamental en mi vida que me ha apoyado, me ha dado fuerza y que me ha aconseja cuando más lo necesito y que sé que siempre podré contar. También agradezco infinitamente a mis amiga/os Daniela, Celia, Leidy V., Marvin, Sebastián, Stalin, Janet, Mercy, Geanella, Melanie, que me han demostrado ser personas con quien puedo reír, llorar, jugar, bromear, etc. Y agradezco especialmente a Dayanara, quien me ha tenido paciencia y me ha soportado y apoyado en mis buenos y malos momentos, es quien más estado ahí cuando ya no podía con tanto, por todo eso y mucho más, es mi amiga que más aprecio y quiero. Agradezco infinitamente a mi gran

amigo Frank Torres del Valle, que, a pesar de la distancia, ha sido una personas grandiosa y que sé que puedo contar con el cuándo lo necesite.

Agradezco también a las personas que fueron momentáneas en mi vida porque a pesar que ahora no están a mi lado, me dieron grandes lecciones de vida que me ayudaron a crecer como persona y ser más empático con quienes me rodean.

Agradezco principalmente a mi profesora del pre-universitario, Marlyn Luna, ya que ella fue la primera persona que confió en mí y me dio ánimos para continuar en esta hermosa carrera.

Agradezco infinitamente a mis docentes que han impartido mis clases desde primero, quienes han demostrado ser personas que derraman bondad, entusiasmo y que aman lo que hacen, les agradezco la paciencia y el aprecio que tienen, de todo corazón, gracias por sus enseñanzas impartidas, gracias por ser personas admirables e inspiradoras.

**Autor:** Alexander Abad

## CONTENIDO

<b>DEDICATORIA:</b> .....	<b>1</b>
<b>AGRADECIMIENTO:</b> .....	<b>2</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>8</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>CAPITULO I. CONCEPCIÓN DEL OBJETO ARTISTICO</b> .....	<b>14</b>
1.1. Conceptualización del objeto artístico. ....	14
1.2 Contextualización teórica del objeto artístico.....	18
<b>CAPITULO II CONCEPCIÓN DE LA OBRA ARTÍSTICA</b> .....	<b>33.</b>
2.1 Definición de la obra.....	33
2.2 Fundamentación de la obra. ....	34
<b>CAPITULO III PREPRODUCCIÓN ARTÍSTICA</b> .....	<b>36</b>
3. Pre producción artística.....	36
<b>CAPITULO IV DISCUSIÓN CRÍTICA</b> .....	<b>46</b>
4.2. Abordaje critico-reflexivo sobre la función de la obra. ....	46
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>47.</b>
<b>WEBGRAFÍA</b> .....	<b>48.</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>50</b>

## INDICE DE IMAGEN

Ilustración 1 Autor: Andy Warhol. Título: Andy Warhol comiendo una hamburguesa Whopper de Burger King (1982) .....	19
Ilustración 2 Autor: Andy Warhol. Título: Latas de sopa Campbell's (1962) .....	22
Fuente: Andy Warhol. Latas de sopa Campbell's (1962). - 3 minutos de arte 10/01/2023 .....	22
Ilustración 3 Autor: Andy Warhol. Título: Coca-Cola 5 bottles (1962).....	22
Fuente: Andy Warhol: Precursor de arte pop   Comida, Cultura, y Pintura (wordpress.com) 10/01/2023 .....	22
Ilustración 4 Autor: Andy Warhol. Título: Hamburger (1986) .....	23
Fuente: Andy Warhol: Precursor de arte pop   Comida, Cultura, y Pintura (wordpress.com) 10/01/2023 .....	23
Ilustración 5 Autor: Fernando Botero. La comida con Ingres y Piero de la Francesca (1972).....	24
Fuente: Fernando Botero: vida, características y obras más importantes - Cultura Genial 15/01/2023. ....	24
Ilustración 6 Autor: Fernando Botero. Título: Lovers (1969) .....	25
Fuente: <a href="https://www.culturagenial.com/es/fernando-boteroobras/#:~:text=La%20comida%20con%20Ingres%20y%20Piero%20della%20Francesca&amp;text=1972.,lo%20tanto%2C%20asume%20tambi%C3%A9n%20protagonismo">https://www.culturagenial.com/es/fernando-boteroobras/#:~:text=La%20comida%20con%20Ingres%20y%20Piero%20della%20Francesca&amp;text=1972.,lo%20tanto%2C%20asume%20tambi%C3%A9n%20protagonismo</a> 15/01/2023 .....	25
Ilustración 7 Autor: Fernando Botero. Título: The toilet in the morning (1979) .....	26
Fuente: The Toilet in the Morning, 1971 - Fernando Botero - WikiArt.org 15/01/2023	26
Ilustración 8 Ilustración 8 Título:Pablo Llanas.....	27
Fuente: pablo llana - Búsqueda de Google 20/01/2023 .....	27
Ilustración 9 Autor: Pablo Llana. Título: Macfat Envoltorias de comida chatarra sobre comida (2015) .....	27

Ilustración 10 Autor: Pablo Llana Título: Viacrucis Envoltura de comida chatarra reciclada y resina sobre tela (2012) .....	28
Fuente: Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo (vice.com) 01/02/2023 .....	28
Ilustración 11 Autor: Pablo Llana Título: Vestido para matar/ Dress to kill. (2010) .....	28
Fuente: Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo (vice.com) 01/02/2023 .....	28
Ilustración 12 Autor: Pablo Llana. Título: Empanadas. Envolturas de comida chatarra reciclada y resina sobre tela (2011) .....	29
Fuente: Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo (vice.com) 01/02/2023 .....	29
Ilustración 13 Autor: Salvador Dalí. Título: La persistencia de la memoria (1931) .....	30
Fuente: Biografía de Salvador Dalí (biografiasyvidas.com) 10/02/2023. ....	30
Ilustración 14 Autor: Man Ray. Título: La hora del observatorio. Los amantes.....	30
Fuente: 16 pinturas surrealistas explicadas - Cultura Genial 10/02/2023 .....	30
Ilustración 15 Autor: Remedios Varo. Título: Ojos sobre la mesa (1935) .....	31
Fuente: Ojos Sobre la Mesa - Remedios Varo - Historia Arte (HA!) (historia-arte.com) 10/02/2023 .....	31
Imagen 1 Boceto 1 .....	37
Fuente: Autor García Dayanara 26/06/2023 .....	37
Imagen 2 Boceto 2 .....	38
Fuente: Autor Abad Alexander. 26/06/ 2023.....	38
Imagen 3 Impresión de las propuestas .....	38
Fuente: Autores Abad Alexander, García Dayanara 03/07/2023 .....	38
Imagen 4 Pega de sus lados .....	39
.....	39
Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 10/07/2023 .....	39
Imagen 5 Preparación de vinil .....	40

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023 .....	40
Imagen 6 Colocación del vinil .....	40
Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023 .....	40
Imagen 7 Resultados .....	41
Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023 .....	41
Imagen 8 Digitalización de propuesta .....	42
Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 31/07/2023 .....	42

# **REPRESENTACION PLASTICA SOBRE EL CONSUMISMO Y LA PUBLICIDAD**

## **RESUMEN**

Desde las primeras apariciones de la publicidad en los diversos medios comunicativos tales como en prensa escrita y posteriormente en medios digitales, esta ha ido evolucionando de manera estratégica, su imagen la forma y su contenido.

El efecto de la publicidad en la sociedad fue tan grande que empezó que su funcionalidad que era el consumismo fue incrementando gracias a la estrategia de persuasión en la sociedad, de allí que, empezaron a surgir marcas nuevas que buscaron la manera de escalar y destacar dentro del mercado nacional y luego internacional, en este aspecto se busca el posicionamiento con otras marcas generando competencias entre las diferentes cadenas y concibiendo dilemas ante los consumidores sobre que marca o cadena de restaurant tiene mejor menú, calidad o promociones, pero, sobre todo, lo que buscaban era lo exótico que les podía ofrecer.

Con la publicidad, el alto consumo de comidas rápidas, el sedentarismo y factores psicológicos como problemas emocionales generados a partir de abusos sexuales, entro otros, son elementos que influyen en que las personas consuman excesivamente este tipo de comida perjudicando tanto su salud física como mental, es decir estas personas ganaban peso de manera exagerada, haciendo que se les haga imposible caminar, moverse o levantarse ya sea de la cama o el sofá, también esto es acompañado con problemas cardiovasculares y pulmonares.

En el vigente trabajo investigativo artístico, centraliza su estudio en aspectos social de como el impacto publicitario a generalizando un consumo excesivo sumado con el sedentarismo, todo esto, repercuten en daños físicos como el sobrepeso, problemas de corazón, dificultades para respirar ente otras, destacando que el estudio realizado una estructura que consta de cuatro capítulos en donde la información obtenida contribuye teóricamente al adiestramiento artístico.



El capítulo I se refiere al insumo teórico sobre la concepción del objeto artístico, aquí abordaremos desde la historicidad el acercamiento visual de la obra.

El capítulo II, consta de la contextualización del objeto artístico, donde desataca las referencias de obras de artistas nacionales y locales y como estos han aportado a dicho tema, salvaguardando la línea investigativa que permite empapar de información y obras que ayudan a refutar y sostener el impacto que la publicidad y el consumismo. La recolección de información, data que algunos artistas han tomado esto como inspiración para crear obras que se refieran a esta problemática social.

En cambio en el capítulo III, aborda el proceso de preproducción, producción y producciones de las intervenciones, es de suma importancia tomar el avance del proceso creativo, el cual permite tener en cuenta la realización de los bordajes artísticos y como poder demostrar mediante una disciplina artística, cuya idea mando es ser plasmada en los bocetos y el propósito es tener una propuesta clara y enfocar los diversos elementos de la composición que concretara el proyecto y la idea a concretar.

Este trabajo tiene como enfoque principal a través del arte, demostrar como la publicidad es utilizada hoy en día para llegar de manera más concreta hacia el espectador, es decir como la publicidad influye al consumismo de comida chatarra y como así misma esta influye al desgaste de la salud física y de igual manera en la salud mental de la persona afectada en el bucle infinito de comer excesivamente sin tener en cuenta el daño.

Finalmente, el capítulo IV, cuyo objetivo es el abordaje crítico el cual está relacionado a la difusión del trabajo artístico mediante una exposición al público en donde se exhibirá la obra y así abordar diversas opiniones del espectador y de esta manera saber si el mensaje es claro, sencillo y concreto de entender.

**PALABRAS CLAVES:** PUBLICIDAD/ SOBREPESO/ CONSUMISMO/ ARTE.

## **PLASTIC REPRESENTATION OF CONSUMPTION AND ADVERTISING**

### **ABSTRAC**

Since the first appearances of advertising in the various communication media, taking into account that it began to be published in newspapers but at that time the main intention was only to show the product and the service to the readers in such a simple way. After its first appearances, this was increasing, it no longer used to only appear in the newspapers, they also began to use new means of function and thus it evolved little by little with the passing of time.

The impact of advertising on people was so great that consumerism began, which increased, new brands began to emerge that sought a way to scale and stand out in the market, fighting with other brands and thus generating competition between the different chains and conceiving dilemmas before consumers as to which brand or restaurant chain has the best menu, quality and promotions, but above all, what they were looking for was the exotic that it could offer them.

With advertising, the high consumption of fast food, a sedentary lifestyle and psychological factors such as emotional problems, sexual abuse, among others. They were and are elements that influence people to consume this type of food excessively, harming both their physical and mental health, that is, these people gained weight in an exaggerated way, making it impossible for them to walk, move or get out of bed. or the sofa, this is also accompanied by cardiovascular and pulmonary problems.

In the current artistic investigative work, he centralizes his study on social aspects such as the advertising impact, generalizing excessive consumption combined with sedentary lifestyle, known to cause physical damage such as overweight, heart problems, breathing difficulties, among others, highlighting that the study carried out a structure consisting of 4 chapters where the information obtained theoretically contributes to artistic training.

Chapter I refers to the theoretical input on the conception of the artistic object, here we will approach the visual approach of the work from historicity.

Chapter II consists of the contextualization, where it highlights the references to national and local artists and how they have contributed to this topic, safeguarding the investigative line that allows soaking up information and works that help to refute and sustain the impact that advertising and consumerism. The collection of information shows that some artists have taken this as inspiration to create works that refer to this social problem.

On the other hand, in chapter III, here the process of pre-production, production and production of the interventions is recorded, it is of the utmost importance to take the progress of the creative process, which allows taking into account the realization of the artistic approaches and how to be able to demonstrate through an artistic discipline, whose command idea is to be embodied in the sketches and the purpose is to have a clear proposal and focus on the various elements of the composition that will materialize the project and the idea to be realized.

The main focus of this work is to demonstrate how advertising is used today to reach the viewer in a more concrete way, that is, how advertising influences the consumption of junk food and how it influences the deterioration of both physical and physical health. mentality of the affected person in the infinite loop of overeating without regard to the damage.

And from what he conceives, chapter IV, whose objective is the critical approach which is tied to the dissemination of artistic work through an exhibition to the public where the work will be exhibited and thus address various opinions of the viewer and in this way know if the message is clear, simple and concrete to understand.

**KEYWORDS:** ADVERTISING/ OVERWEIGHT/ CONSUMERISM/ ART

## INTRODUCCIÓN

El actual trabajo de titulación consta de un tema social, el cual es la influencia de la publicidad y cómo este a lo largo de los años conlleva a una gravísima consecuencia que es la obesidad, debido a la insistencia del consumismo de los productos que son ofrecidos a través de los espacios publicitarios en diferentes redes sociales y sitios estratégicos para hacer los comerciales. Muchas personas no le toman la debida importancia que en realidad amerita esta enfermedad, sin darse cuenta que lentamente puede llevar a consecuencias muy graves como uno de ellos y el más desbastador es la muerte.

Se conoce que, en la actualidad, la publicidad se ha servido del internet para consolidarse como una de las fuentes que mayor economía, ya que a través de estos elementos se crean estrategias para que las personas sientan el deseo de consumir lo que ve a través de una pantalla. En estas propagandas la intencionalidad de los colores, edición, y presentaciones como letreros de luces led, pancartas y vallas digitales, consiguen envolver a la sociedad en el acto de consumir.

Es increíble como muchos centros comerciales de alimentos son los mayores influyentes de la creación del tipo de “promociones” para la llamar la atención y hacer que las personas caigan perdidamente en los encantos de comer, sin importarles saber sobre los ingredientes y la cantidad de aceites y azúcares que estas conllevan para su elaboración.

Existen algunos tipos de consumidores de este tipo de comidas, pero en la mayoría de los casos son dirigidos a los más vulnerables, de este grupo los más influyentes suelen ser los niños, ya que debido a la fantástica y exquisita producción visual en la que las publicidades son expuestas, hacen que estos pequeños les hagan convencer a sus padres a que les compren y les dejen consumir estos productos.

En esta investigación se hace presente el movimiento del surrealismo, con la aportación de la información de lo que se trata, así mismo mencionando a distintos artistas que están influenciados directamente con este movimiento tomando como ejemplos de inspiración para la idealización y desarrollo de la propuesta artística de

este trabajo, llevando a cabo una ardua investigación para tener el conocimiento necesario para el proceso de la obra.

El objetivo general que conlleva este trabajo es poder realizar una obra artística que se fundamente el problema que genera este trastorno en la persona que la padece y cómo este afecta al resto de la población. Para la producción de esta obra se utilizaron diferentes materiales y herramientas que normalmente se usan en locales publicitarios para que tenga relación con el tema planteado.

Con ayuda de esta obra se pudo dar a conocer y lograr concientizar a las personas sobre el excesivo consumo de estas comidas y las consecuencias que esta enfermedad puede causar. Justificando la falta de conocimiento y poder poco a poco poder erradicar la ignorancia de la sociedad sobre este tema y que las personas tengan presente lo terrible de esta situación.

## CAPITULO I. CONCEPCIÓN DEL OBJETO ARTISTICO

### 1. 1 Conceptualización del objeto artístico.

El presente trabajo de titulación en artes se centra en una problemática muy común en la sociedad actual, la relación de la obesidad con la publicidad y las consecuencias que esta conlleva en el día a día. Como fin de este documento, mediante una obra artística se va a reflejar la situación en la que se encuentra una persona obesa, para generar concientización a la sociedad.

Según Pérez y Muñoz (2014) La organización Mundial de la Salud registro en el año 2014 a 1900 jóvenes que sufrían de sobrepeso siendo menores de 18 años, de hecho, en ese año la obesidad fue súper elevada de todos los años.

La obesidad es una enfermedad prospera a una gran parte de la población en especial a las más delicados y vulnerables, ya que debido al incremento de la tecnología y así mismo, el aumento de uso de las redes sociales se convierten en publicidad de las comidas chatarras aquellas que persuaden a la juventud, en caso de las personas mayores ya es una decisión mental ya que viven en un mundo donde la comida rápida se vuelve una ayuda para ellos en cuestión de tiempo, estas personas evitan hacer comida sana ellos mismo por no tardar y acuden a la comida rápida.

Para Cruz et al. (2013) Un informe brindado por la OMS, cuenta que en los recientes diez años ha ido ganando mayor relevancia por el incremento de la obesidad y sobrepeso cuya es dada desde el punto de vista como fisiopatológica y epidemiológica, convirtiéndose en un problema social.

El consumo excesivo de comida rápida provoca muchas enfermedades que ponen en peligro el bienestar de las personas, ya que en muchos casos la comida rápida como lo son; las papas, hamburguesas, hot dogs, etc. son realizados en ambientes no seguro expuestos al aire libre donde se mezcla una contaminación por las personas y ambiente. Desde el punto de vista de Vindas-Smith et al. (2022) “la obesidad es un rasgo multifactorial determinado por la interacción de factores biológicos, ambientales, psicosociales y político-socioeconómicos.”

Cuenta que hay tantas cosas que influyen, los diversos factores los cuales no solo genera obesidad, si no también, malestares en el cuerpo humano probando enfermedades que incluso pueden ser mortales. Según lo planteado por la OMS “esta enfermedad se ha vuelto y está declarada como pandemia que encapsula a todos” (Oliva y Fragoso, 2015, p.) .

Es considera pandemia por la razón que engloba a todas las personas del mundo, y lo que la hace que esta sea definida así, es que no hay control, a pesar que han implementado muchas normas, no son acatadas como debería ser y esto provoca el colapso de los protocolos planteados y que la situación se descontrole más y más, tanto que ya no puede ser controlada.

En la investigación realizada por Durán-Agüero et al. (2018) menciona que

En ciertos países en desarrollo, los alimentos callejeros representan aproximadamente el 30% de las calorías y nutrientes de la dieta. Aunque el acto de vender comida en las calles ha estado presente desde la antigüedad, aún no está claro cómo afecta a la sociedad, la estabilidad económica y la salud pública.

Por lo tanto, esto conlleva al hecho que el factor primordial del crecimiento de la venta de comida rápida es por falta de trabajo y cabe mencionar que muchos de estos lugares son muy pocos higiénicos estos también implican otro factor que perjudicaría la salud del consumidor.

La comida rápida es una bomba de tiempo al momento de consumirla frecuentemente, ya que poco a poco está dando su cuerpo y su salud, los vendedores de estos productos son creativos que realizan varias publicidades y generan una receta exclusiva para ellos haciendo que su producto sea adictivo, por ende, todas las comidas chatarras son adictivas, por eso es que tienen un alto grado de consumo a nivel mundial.

La ingesta de la comida rápida, influye considerablemente la creación y fabricación de N-aciletanolamina, las cuales son las agentes involucradas en el ciclo de hambre-ansiedad, es decir este factor es el encargo de crear este trastorno y dañar la salud del individuo la cual la padece, es una enfermedad que ataca a cualquier persona sin importa la edad, sexo o posición económica.

Según lo descrito por Pastor-Zarandona (n.d.) “La alimentación tradicional se ha visto desplazada por varios factores, como son la globalización, la urbanización y la industrialización, entre otros.” Señala que la sociedad ha adoptado una dinámica la cual es invertir más tiempo en su hogar, trabajo y/o estudios.

Hoy en día es mucho más fácil considerar comprar y consumir comidas chatarra ya que es la opción más factible para ahorrar tiempo en cocinar y es sencillo encontrar dichos locales cercanos y con precios accesibles. Con datos brindados por la OMS, según mencionan Ramos et al. (2006) la obesidad ha ido en crecimiento de los últimos años afectando no solo a adultos, sino también a niños, niñas y adolescentes, denominando esta enfermedad como “El nuevo azote de la Humanidad”.

Estos hechos se dan por que la sociedad se emplea más en que consumir dicha comida y de cadenas famosas como KFC o MC`DONALS le dan un estatus más elevado y a la vez estas mismas personas crean publicidad al momento de presumir en redes generan un impacto en las personas que las ven.

En su investigación Oliva y Fragosos (2013) Mencionan que esta enfermedad es causada por excesivo consumo de este tipo de comidas “chatarra”, el cual ha aumentado muy velozmente en los recientes años, se debe a los cambios de estilo de vida, es decir, como personas conformistas, uno se adapta a tener una vida más placentera y este es el claro ejemplo el cual es comprar o cocinar comidas altas en grasas y consumirlas todo el tiempo.

El estilo nuevo de vida que se adaptado a nuestra sociedad hoy en día es muy diferente a la que se conoce antiguamente, el capitalismo reina más que antes y esto causa un efecto en cadena, es decir, una acción promueve a otra y así, esta continua y crea un ciclo sin fin en donde nadie es capaz de romperla. “Existe una fuerte evidencia de la influencia que ejerce la publicidad sobre la preferencia, solicitudes de compra y la ingesta alimentaria en corto plazo” (Pérez y Muñoz, 2014)

Con avances tecnológicos y la creación de nuevas herramientas, ha creado que la publicidad tenga más impacto, hoy en día se puede encontrar carteles, animaciones, vallas publicitarias y digitales que llama mucho la atención en quienes las ven, y quien no se tiente a consumir cuando la publicidad es tan llamativa que atrapa al público, generando el apetito de dicho producto.



Según manifiesta Stroe (s.f., como se citó en Quintero et al) narra que las diversas hipótesis dentro del campo “Psi” pueden ser encapsuladas en un grupo en donde se permitiría analizar la situación y así poder entenderla y tener mejores hipótesis ya que en la actualidad no se tiene una idea concreta que describan perfectamente la obesidad en las diferentes personas y por qué se da.

Otro campo que influye como ya se mencionó en el campo de la Psicología, muchas personas comienzan con el trastorno alimenticio como por ejemplo: problemas emocionales, problemas familiares o amorosos, bullying y/o abuso o agresión sexual.

Canon et al. (2017) menciona en el artículo de Nutrición sobre las Causas y tratamiento de la obesidad, dicen que encuentran distintas casilleras que permiten calificar la obesidad y los problemas que causa a la salud, ya que principalmente afecta al sistema circulatorio, sistema cardiovascular y luego al sistema respiratorio llegando casos más extremos como la inmovilidad humana por el pero extremo.

Si se toma en cuenta, los otros factores que ponen en riesgo la salud del individuo, no solo el peso corporal o la incapacidad de hacer las cosas por sí mismo, sino que afecta a otras partes del cuerpo como especialmente el corazón haciendo que estos comiencen a colapsar y empeora todo.

Con la persistente exposición publicitaria de alimentos y bebidas altas en azúcar grasas y calorías, ha impactado considerablemente a la sociedad, uno de estos es la obesidad. Los niños que sufren de esto es por culpa de sus padres o tutores que se encargan de alimentarlos y cómo se ha mencionado anteriormente, estas grandes cadenas de restaurantes de comida rápida y bebidas saben cómo llegar al público, en este caso tenemos las maravillosas cajitas felices dadas en McDonald's.

Como señala Aguilera et al. (2019) El proceso de obesidad ha sido un tema de debate, y su concepto pasó de ser algo más que simplemente sintomático a referirse a la enfermedad como algo primario. Muchas sociedades internacionales han instado a su clasificación como enfermedad en diversas publicaciones.

Las famosa cajita llama mucho la atención de los niños por los juguetes que vienen dentro de cada caja, a muchos les gusta coleccionar dichos objetos y como hoy en día es muy común que los niños tengan un dispositivo que les permita estar en

internet, ellos están siendo influenciados por la publicidad de estas empresas y por personas que son contratadas para difundir los mensajes y estos son los famosos “influencers”, en aplicación de Tik tok se puede encontrar vídeos de personas comiendo grandes cantidades de comida chatarra, en donde muchos niños ven esto y son inducidos a querer hacer lo mismo.

Moreno y Toro (2009), este autor indica que la televisión es la causante de que la comida chatarra se promocione muy rápido, ya que esta es un artefacto que la mayoría de personas tienen, y en la publicidad está el negocio de las promociones de comida chatarra, la TV viene hacer un problema porque participa en la comercialización por medio de la publicidad de la comida chatarra.

De acuerdo con Alba (2008) “El mercado, concebido como mercado total que abarca todos los ámbitos de la vida social, se sustenta en el mito del crecimiento sin fin, es decir, la utopía de la abundancia infinita.” Es decir, la demanda es tan grande que gastan recursos de manera innecesaria, al decir esto se hace referencia que al final del día, es tirada a la basura la comida sobrante y esto se convierte en un problema ya que el desperdicio en un periodo de tiempo es gigantesco y países desarrollados como Estados Unidos, que un lugar donde más se encuentra cadenas de comidas rápidas, destacan por lo ya mencionado.

## **1.2 Contextualización teórica del objeto artístico.**

La publicidad en el diario vivir se ha convertido en un factor de influencia hacia las grandes masas poblacionales, ahí se desarrollados como EEUU y diferentes países de Europa, entre otros, que, a través de ello, nos permite el mayor de consumo alimenticio como son las comidas chatarra y la consumen en excesivas cantidades, las marcas más destacadas son McDonald's, KFC, Burger King, Coca Cola, chesco, etc. Y todas estas generan grandes publicidades que llegan a los espectadores como si fueran una necesidad artificial, realizando grandes cantidades de compras y consumo de sus productos, como se ve en la imagen 1.



Ilustración 1 Autor: Andy Warhol. Título: Andy Warhol comiendo una hamburguesa Whopper de Burger King (1982)

Fuente: Burger King presenta a Andy Warhol comiendo una Whopper, Campañas | Control Publicidad 10/01/2021/2023

A partir de la década de los 70 se ha podido patentar mediante diferentes inquisiciones sobre la publicidad y cómo esta ha sido uno de los aspectos más influyentes dentro de la sociedad, generando que los espectadores se hagan una idea de cómo encajar dentro de la sociedad en la que parece. Así mismo influyendo prácticamente en los estilos de vida de cada uno de ellos.

La magia de la televisión es persuadir o llamar la atención de las personas en cualquier evento, ya que cuando una persona se sienta a ver un programa se cierra en un círculo de entretenimiento, que le ayuda a desesterarse y a crear ideas de lo que observa por eso esta persona tiende a copiar, ejecutar e ingerir lo que promueve la televisión. (Luengas y Velandia, 2012, p.)

Desde la creación de la publicidad, se la ha tomado como un medio para poder llegar fácilmente al espectador, con la ayuda de su propagación de alguna manera esta hace que el público se sienta atraído visualmente y esto hace generar la necesidad de adquirirlo, esta tanta la ansiedad que forja que es imposible no generar una necesidad innecesaria que crea la necesidad de adquirir el producto.

Y como menciona Luis Godás (2007) en su artículo expone que “Con énfasis en la forma más que en el fondo, la publicidad y el empaque se han vuelto cada vez más importantes en el marketing de productos.”

Es decir, la publicidad es un marketing el cual hace que llegue al espectador que luego será un consumidor más y poco a poco se hará dependiente del producto, en este ejemplo se habla de la comida chatarra y como se sabe, todo en una gran cantidad de consumo es malo, la ingesta de esta comida produce muchas enfermedades en donde el desenlace es la muerte ya que al no tener control de esto, no hay marcha atrás.

Hoy en día la publicidad es un factor socioeconómico indispensable para la sociedad ya que esta industria se encarga de sostener los medios máximos informativos, es decir hoy en día hay un mega-impacto, haciendo que las grandes masas se vean obligados de manera directa a utilizar este recurso para llegar al mercado y expandirse. “Los relatos de la publicidad fomentan las necesidades, no como simples carencias, sino como impulsos constantes a eliminarlas.” (García, 2016)

Es decir, la publicidad es un método de comunicación para poder mostrar y exponer el producto al consumidor y de esta manera, poder llegar y generar la necesidad de obtenerlo, en pocas palabras, lo que García dice es que este, es un método práctico para poder satisfacer aquella parte del ser humano que lo hace consumista ya sea por impulso o por necesidad.

La publicidad en la actualidad se la utiliza para muchas cosas tantas buenas como malas, causando algunos aspectos psicológicos, que mundialmente se han generado normas y leyes para ir persuadiendo y poder controlar las influencias de estas hacia el espectador, las diferentes marcas y cadenas de restaurantes saben cómo llegar al espectador mediante “promociones y ofertas” haciendo que las personas sientan la necesidad de consumir sin medir los riesgos a la salud.

Según indica Kotler y Armstrong:

Cada vez que se realiza un corte comercial en el programa que está observando es donde inicia la publicidad de comidas chatarras y muchas cosas, aunque la persona no está conectando 100% en lo que publican, el subconsciente de su cerebro lo lleva a ingerir la comida que vio en ese corte comercial. Ya que el objetivo de la publicidad es persuadir a la persona a consumir un producto o realizar algo. (Pedreschil y Nieto, 2020, p.)

Actualmente, los cortes comerciales se han registrado para promocionar muchos productos y comida chatarra, causando un daño total a la comunidad ya que mientras más publicidad de comida chatarra, generan más consumismo de adición a un producto dañino para la salud, tales cuales estos son la comida que provoca la obesidad en muchas personas, que ya son adictivos a ingerir comidas chatarras.

Según Olivia Sánchez y Oscar Humberto indican que en alto consumo de comida rápida no solo es factor del aumento de peso y obesidad, esta acción de comer comidas chatarras es también una causa grande de estar propenso a grandes enfermedades. (Humberto, 2013)

En la presente cita indica que las comidas chatarras son un asunto importante en dañar la salud de los individuos, los autores explican que consumir en cantidad y excesivamente las comidas chatarras provoca enfermedades perjudiciales para el ser humano muy aparte de la obesidad, llegando a ser enfermedades que pueden llegar a ocasionar el fin de la vida de las personas.

Dentro del arte y en el ámbito publicitario se puede mencionar al siguiente artista: Andy Warhol ya que su pasión por la publicidad lo llevó a que Nueva York sea su nuevo hogar y que la ciudad de los rascacielos sea la cuna del pop art allí se dedicó a su arte comercial y publicitario.

En la imagen 2 se puede observar una de sus obras más destacadas:



Ilustración 2 Autor: Andy Warhol. Título: Latas de sopa Campbell's (1962)

Fuente: [Andy Warhol. Latas de sopa Campbell's \(1962\).](#) - 3 minutos de arte 10/01/2023



Ilustración 3 Autor: Andy Warhol. Título: Coca-Cola 5 bottles (1962)

Fuente: [Andy Warhol: Precursor de arte pop | Comida, Cultura, y Pintura \(wordpress.com\)](#) \_10/01/2023



**Ilustración 4** Autor: Andy Warhol. Título: Hamburger (1986)

Fuente: [Andy Warhol: Precursor de arte pop | Comida, Cultura, y Pintura \(wordpress.com\)](https://www.wordpress.com)

10/01/2023

Como se mencionó anteriormente, en este trabajo se realizará una obra artística para esto se decidió implementar la pintura para la realización de la misma, es por esto que es importante saber un poco sobre la pintura, historia, realización, entre otros aspectos fundamentales

El inicio de la pintura comenzó hace más de 31000 años siendo así una novedad emblemática para las personas en ese tiempo, ya que las primeras manifestaciones de pintura aparecieron en las cuevas, cavernas y rocas. En esa época no existía las pinturas que hoy en día se adquiere fácilmente en unan imprenta, por eso esas personas buscaban la manera de como pintar, con pigmento naturales y la sangre de ellos mismo o de un animal.

Según la revista chilena de infectología indica que en la antigüedad las personas representaban sus pinturas para dar a conocer a la sociedad un valor moral de los sucesos que se presentaban en ese momento o delo sentimientos que transmitían por las guerras y el racismo en ese entonces. (Payá, 2013)

La siguiente cita indica que las personas en la antigüedad y en siglos pasados destacaban en la pintura más para el ámbito representativo de sentimientos, emociones o estabilidad social, y asían énfasis en la mujer para representarla al desnudo o en vestimenta rescatando su naturalidad y su belleza.

Continuando con el estudio investigación. Se consideró la pintura como recurso de creación artística. En este sentido, y considerando que la contemporaneidad pocos son los artistas que utilizan este recurso para expresar este tipo de trastorno.

Se puede mencionar que esta enfermedad, la obesidad para algunos artistas ha sido una fuente de inspiración, debido a que con este tema crearon muchas obras artísticas, en este caso se tiene a este gran personaje, Fernando Botero, escultor pintor colombiano quién goza de un alto reconocimiento internacional dentro del arte, es conocido por expresar volumen en los personajes de sus obras, por eso le suelen llamar “El pintor de las gordas”. Aun así, este artista estudia minuciosamente la anatomía de los elementos que selecciona para sus obras, ya sean personas, animales o cosas.

El gran artista Fernando Botero en una de sus entrevistas menciona: “yo no pinto gordas, no he pintado una gorda en mi vida, lo que he hecho es expresar el volumen como parte de la sensualidad”. El artista perteneciente de Colombia asegura cuando normalmente le cuestionan. Cabe recalcar que él no tiene interés en representar la obesidad, pero al hacer este tipo de estilo conlleva una gran admiración de parte de los espectadores, pero las críticas y el resto de las personas que observa de esa manera de ver a estos personajes como fuente de inspiración, se tiene como ejemplo a las siguientes obras:



Ilustración 5 Autor: Fernando Botero. La comida con Ingres y Piero de la Francesca (1972)

Fuente: [Fernando Botero: vida, características y obras más importantes - Cultura Genial](#)

15/01/2023.

Esta imagen fue seleccionada por el hecho de que el autor expresaba la excesiva masa corporal junto con comida, la cual hace referencia al consumismo es obtiene en



las personas y los motivos de esta problemática, aunque si artista presenta sus obras que pertenecen fuera de la realidad, en la actualidad son casos que ya son apreciados.



Ilustración 6 Autor: Fernando Botero. Título: Lovers (1969)

Fuente:<https://www.culturagenial.com/es/fernando-boteroobras/#:~:text=La%20comida%20con%20Ingres%20y%20Piero%20della%20Francesca&text=1972.,lo%20tanto%2C%20asume%20tambi%C3%A9n%20protagonismo>

15/01/2023

Esta imagen se asocia a lo que en la actualidad se ve en muchas mujeres, que durante su embarazo empiezan a consumir más y más comida que muchas veces llega a afectar a su propia salud y la salud del ser que lleva dentro de su vientre. Un volumen alto para muchos significa salud y eso es lo que hoy en día hace que muchas se trastornen con su peso.



Ilustración 7 Autor: Fernando Botero. Título: The toilet in the morning (1979)

Fuente: [The Toilet in the Morning, 1971 - Fernando Botero - WikiArt.org](#) 15/01/2023

La sociedad de hoy, indica que un gran volumen corporal es sinónimo de gozar de buena salud y otros factores psicológicos que afecta a muchas y muchos adolescentes, hay mujeres que sufren de sobrepeso, pero el hábito de comer excesivamente y cuando se ven al espejo ellas se ven normales, es una conducta dictada por el trastorno del atracón.

Otra artista que se puede mencionar es Pablo Llana, como se puede ver en imagen 7.



Ilustración 8 Ilustración 8 Título:Pablo Llanas

Fuente: [pablo llana](#) - [Búsqueda de Google](#) 20/01/2023

Este artista de México ha logrado destacar por sus asombrosas obras, él se sale de la cotidianidad y crea obras innovadoras. “El arte hecho con basura de comida chatarra versus al consumismo” destaca en este campo con su exclusiva forma de expresar este dilema social y como se puede observar en las imágenes 8,9,10 y 11.

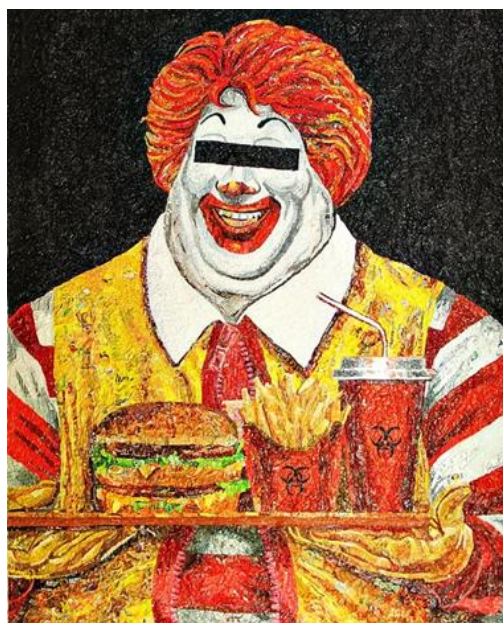


Ilustración 9 Autor: Pablo Llana. Título: Macfat Envoltorias de comida chatarra sobre comida (2015)

Fuente: Pablo Llana: "Las empresas deben reducir su producción de plástico en lugar de comprometerse a reciclar" - elemental,01/02/2023

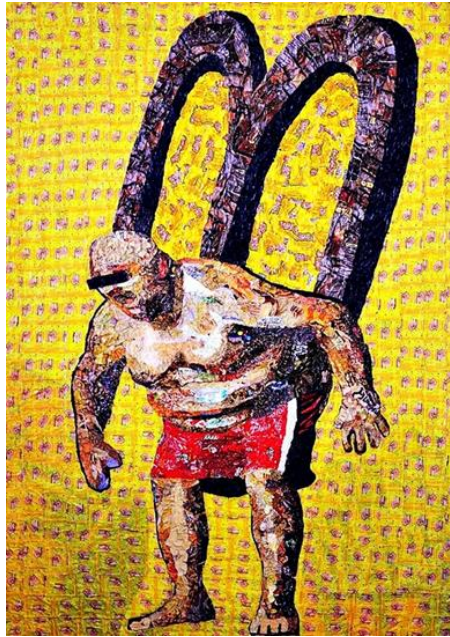


Ilustración 10 Autor: Pablo Llana Título: Viacrucis Envoltura de comida chatarra reciclada y resina sobre tela (2012)

Fuente: Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo (vice.com) 01/02/2023



Ilustración 11 Autor: Pablo Llana Título: Vestido para matar/ Dress to kill. (2010)

Fuente: Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo (vice.com) 01/02/2023



Ilustración 12 Autor: Pablo Llana. Título: Empanadas. Envolturas de comida chatarra reciclada y resina sobre tela (2011)

Fuente: [Arte hecho con basura de comida chatarra vs. consumismo \(vice.com\)](https://www.vice.com/es/articulo/arte-hecho-con-basura-de-comida-chatarra-vs-consumismo) 01/02/2023

La realización de estas obras visuales vi y tridimensionales, están realizadas con materias primas derivado de supermercados, tiendas o cualquier otro establecimiento que distribuyan productos chatarra para el consumo, son ocupados por Llana para señalar una era en donde él “boom” va creciendo globalmente transformando la forma de alimentarse y de formar nuestro cuerpo e identidad.

Este país se tiene las características de interpretar a través de su realismo la propuesta como un tema sobre la influencia de las redes en la obesidad de las personas, se seleccionó este movimiento artístico.

Como dice Antonio Berni: en ese entonces, el movimiento del surrealismo era considerada como la representación de los jóvenes, era una visión del arte y del planeta, luego de que pase la primera guerra mundial fue considerada como la situación real de este suceso. Fue un movimiento con mucha representación e imperativo, basada en la irrealidad. (Berni, s.f.)

Se puede definir que este movimiento artístico se basa en irracional, lo increíble fuera de la realidad, pero con un significado deliberadamente consciente, es un tipo de arte diferente y muy representativo el cual hace despertar nuestra imaginación y tener nuevas ideas de las diferentes situaciones que son expresadas en muchas obras.

Para mejor comprensión sobre la pintura sobre listas se pueden representar las siguientes imágenes de obras (ilustraciones 13-14-15) de artistas muy buenos en este movimiento:



Ilustración 13 Autor: Salvador Dalí. Título: La persistencia de la memoria (1931)

Fuente: [Biografía de Salvador Dalí \(biografiasyvidas.com\)](https://biografiasyvidas.com) 10/02/2023.



Ilustración 14 Autor: Man Ray. Título: La hora del observatorio. Los amantes.

Fuente: [16 pinturas surrealistas explicadas - Cultura Genial](https://cultura genial.com) 10/02/2023

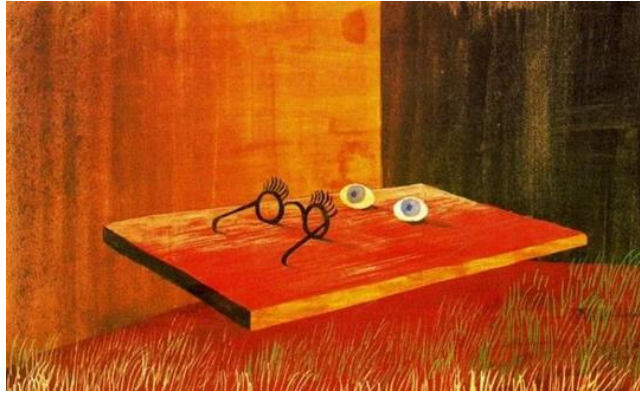


Ilustración 15 Autor: Remedios Varo. Título: Ojos sobre la mesa (1935)

Fuente: [Ojos Sobre la Mesa - Remedios Varo - Historia Arte \(HA!\) \(historia-arte.com\)](http://historia-arte.com)

10/02/2023

Estas obras representan situaciones muy creativas, difícil de conseguirles una definición real, pero hace que el espectador lo mantenga pensando en su obra para encontrarle un significado, de que los elementos que las componen están realizados de manera ilógica pero que para el artista si tienen la idea. Joaquín Serrano dice: “el surrealismo se evidenció mayormente en el inicio de las trayectorias artísticas del arte factoría, De Pedro Dávila y Francisco Valverde” (Serrano, 2004)

Siendo así un artista que destaca tanto por sus obras como su filosofía ante el surrealismo.

Otra artista es Juana Córdova, que nos dice: “Hay pintores como Pablo Cardoso, que demostraron una influencia directa del surrealismo. Sus creaciones en alguna época fueron muy tormentosas”

Dando a entender que no todo o todos tienen inicios muy buenos o completamente buenos, anunciando así que la manera de lograr los objetivos que uno se plantea se los logra realizar con esfuerzo y perseverancia.

Y hablando del surrealismo dentro de Ecuador ha alcanzado un gran apogeo ya que dicho movimiento artístico no solo refleja la forma que se evade la realidad, sino que trata de hacer que las cosas busquen dentro uno mismo los sueños y las fantasías que todos anhelan tener en algún o algunos aspectos de su vida cabe destacar que el surrealismo se encuentra asociado a muchos profesionales en el mundo.

Este movimiento dentro de Latinoamérica sirvió para innovar el lenguaje pictórico y explorar otros tipos de peculiaridad para fusionar y crear algo nuevo en dónde no se encadene a una sola cosa, sino que también se trata de ver el otro lado de la realidad, el cual son los sueños, todo tipo de sueño desde lo erótico hasta el imaginario y así poder comprender y estudiar. la hora de la verdad el pelotón está bajando vamos a llegar.

También, es necesario mencionar sobre el retrato, ya que también lo representamos en este ámbito y tiene su objetivo es representar con la mayor veracidad permisible en el aspecto físico y personalizado. Hubieron muchos artistas que destacaron, entre ellos está, Leonardo Da Vinci, Vicent Van Goh, Johannes Vermeer, Diego Velázquez, etc.



Ilustración 16 Autor: Johannes Vermeer. Titulo: La joven de la Perla (1665)

Fuente: <https://www.artelista.com/blog/los-8-retratos-mas-famosos-de-la-historia-de-la-pintura/> 27/09/2023



## **2. CAPÍTULO II. CONCEPCIÓN DE LA OBRA ARTÍSTICA**

### **2.1 Definición de la obra**

Esta propuesta es la consecuencia de conocimiento adquirido en el transcurso de la carrera, lo cual se presentará un tema de problema social con la relación al arte y cómo este puede mejorar en la conciencia de muchas personas. las propuestas serán presentadas en una exposición general en la primera semana de septiembre para que sea presenciada por los otros estudiantes de la carrera. Posteriormente se tendrá la exposición en presencia de los jurados respectivos.

Tomando en parte el área del Arte, se sabe que es una disciplina muy versátil ya que puede fusionarse cualquier otra disciplina dentro o fuera del campo del estudio. Francisco Hernández nos dice que las herramientas, métodos y la propia dinámica de la recolección o generación de información es de propia de ese artista-creador (Francisco, 2018).

Es importante conocer que, para la elaboración de una propuesta, proyecto artístico, es necesario hacer una ardua investigación sobre el tema en el que se quiere trabajar, para que a partir de esta información se puedan generar ideas para la elaboración de la propuesta.

La obra será el estilo surrealista el cual embarcará el tema de la influencia del internet y la publicidad en consumismo de las personas, dando a conocer algunas de las consecuencias que éstas pueden ocasionar.

El surrealismo en el área local, es decir aquí en Ecuador, surge a partir de conflictos sociales y a elementos nativos muy autónomos y propios ya que también contamos con el arte barroco, pero ni aun así se ha ganado el potencial requerido ya que no se explota el talento de manera eficaz, hay algunas provincias como Ambato, Riobamba, entre otras ya que son correspondientes a las cabeceras. (Moncayo, 2018).

## 2.2 Fundamentación de la obra.

En la actualidad la humanidad se ha vuelto una comunidad adictiva a la tecnología provocando en ellos la objetividad de las redes sociales y adicción a publicidad consumista, tanto que los videos que se muestran en Facebook, TikTok, y muchas redes sociales, son basados en el consumismo ya sea de productos orgánicos u inorgánicos. Muchos de ellos son los orgánicos ya que son para el consumo digestivo de las personas algunos no son dañinos pero la mayoría de estos si lo son.

La publicidad de Coca-Cola se encuentran bastantes, de KFC, de McDonald son las empresas que se destacan por ser los mayores inversionistas en publicidad, ya que gastan millones de dólares en esto para promover un nuevo contenido de su producto y hace que las personas consuman por medio de la publicidad. Y sobre todo los alimentos azucarales que son más dañinos sobre todo para los niños y los adolescentes. Como indica la siguiente cita.

Según la revista Scielo indica que los niños y los jóvenes son propensos a caer más en la publicidad de comidas chatarras ya que estas empresas invierten bastante dinero en la publicidad para captar la atención del espectador para que consuman ese producto. (Dias Ramires, 2011)

Las publicidades que son muy llamativas para el espectador, que cuando las veces sienten la necesidad de comprarlo o consumirlos y no solo con eso, hoy en día grandes marcas de comidas rápidas llegan al espectador más vulnerables los cuales son los niños, empresas como McDonald's creó las cajitas felices las cuales incluyen un juguete y eso hace que los niños se interesen y la adquieran. Así mismo, otras empresas han copiado la idea generando un masivo consumo que abren nuevas sucursales para poder abastecerse de la demanda por los consumidores.

Por este motivo, la idea es crear una obra en donde se pueda idealizar este tema y poder llegar al espectador. el objetivo de la obra es reflejar como el internet influye gradualmente al consumismo masivo de comida rápida y a qué conlleva el excesivo consumo. La obra lleva en sí la problemática con diferentes ideas, pero sin olvidar el objetivo principal que se lo mencionó.

También se busca implementar el arte contemporáneo ya que es un método ortodoxo que permite encontrar el camino de las ideas, ya que hace que los seres humanos reflexionen a través del arte de su vida permitiendo viajar en mundo de colores y formas haciendo que el espectador interprete en su propio criterio la obra.

La obra también tiene como objetivo llegar al espectador y generar conciencia de este problema social que engloba a cada clase social.

### **Ficha técnica**

Título: Tome conciencia.

Autores: Dayanara García, Alexander Abad

Técnica: Mixta

Medidas: 1.10m x 80cm

Año: 2023

## **CAPITULO III**

### **3.1 Pre producción artística**

Para la realización de una obra artística es importante tomar en cuenta que es necesario llevar una ardua investigación sobre el tema en el que se va a trabajar, conocer perfectamente sobre dicho estudio, el cual ayudará a que se logre obtener ideas que serán plasmadas mediante bocetos,

Es decir, en base a todas las investigaciones se puede expresar con dibujos, los cuales son los denominados “bocetos” sobre las ideas y lo que se quiere de conocer a los espectadores sobre el tema seleccionado, haciendo énfasis en situaciones presentes en la actualidad. Para luego de definirlo, pasar a realizar la propuesta en sí.

Según lo dicho por Aranda (2011) narra que:

El boceto o el dibujo propiamente dicho para la materialización visual de una idea en el contexto de su realidad gráfica, resultaría claramente subjetiva, toda vez que, la imagen final resultante del proceso creativo no siempre relaciona la intención o el concepto puro del proyecto gráfico con la impresión originada en el receptor.

Se determinó que los dibujos se iban a representar de una manera actualizada, gracias a la implementación de herramientas, máquinas y materiales que son empleadas para la elaboración de las publicidades, con esto se quiere dar a conocer que, así como son utilizadas para el consumismo, también se puede utilizar para concientizar a la sociedad de las consecuencias que esta enfermedad presenta.

### **3.2 Producción artística.**

Para la elaboración de la propuesta final, se empezó con la búsqueda de materiales y herramientas necesarias que se utilizarán en el transcurso de la producción de la obra, los cuales fueron los siguientes:

1. Plancha de alucubond
2. Plancha de acrílico
3. Media plancha de PVC

4. Módulo LED
5. Shampoo, agua, espátula (proceso de pegado de las impresiones en vinil)
6. Impresoras a láser.

Proceso:

Se realizaron las propuestas con lápices de colores, ya que estas entran en el campo de la pintura seca, luego de tener listos los dibujos, se enviaron a imprimir a láser con una medida de 40cm x 80 cm para luego ser pegados en las planchas de alucubond.

Estas son las propuestas seleccionadas:



**Imagen 1** Boceto 1

Fuente: Autor García Dayanara 26/06/2023



Imagen 2 Boceto 2

Fuente: Autor Abad Alexander. 26/06/ 2023



Imagen 3 Impresión de las propuestas

Fuente: Autores Abad Alexander, García Dayanara 03/07/2023

Estas planchas tienen una medida de 52cm x 92cm, ya que se decidió que se haría un soporte tridimensional. Para esto se tuvo que enviar a hacer incisiones de 6cm en cada

lado de las planchas para así poderlas doblar y pegar todos sus lados, para lograr que se mantengan verticalmente estáticas. La pega de sus lados se hizo con una silicona y pistola especiales para este tipo de material.



Imagen 4 Pega de sus lados

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 10/07/2023

Al tener listo el soporte y las impresiones, se procedió a hacer el siguiente paso, el cual era pasar las propuestas a la plancha del alucubond, para esto se necesitó agua, shampoo de manzanilla, mini racle y un pedazo de tela.

En un recipiente con agua se añadió una pequeña cantidad de shampoo y se la disolvió, para luego con eso poder mojar la parte de atrás del vinil y el soporte del alucubond, para evitar que se pegue y poder manipularlo.



Imagen 5 Preparación de vinil

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023

Luego de mojar ambas partes se cuadró la imagen y se la colocó encima del alucubond, con ayuda del racle se fue quitando todo el aire que quedaba dentro del mismo para que quede un buen trabajo.



Imagen 6 Colocación del vinil

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023



Estos fueron los resultados de la primera parte de la propuesta final:



Imagen 7 Resultados

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 17/07/2023

A continuación, luego de conseguir los materiales necesarios y hacer las respectivas investigaciones de cómo hacer esta parte de la propuesta, se realizó el boceto.

Posteriormente, gracias a la ayuda de la aplicación Ibis Paint X que sirvió para realizar el dibujo y vector izarlo, para que al momento de imprimirlo en el acrílico no salga pixelado, ya que es un formato grande el que se presentará.



**Imagen 8** Digitalización de propuesta

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 31/07/2023

Primero se hizo una prueba de impresión en formato pequeño, para luego verificar y en caso de hacer correcciones se las realice antes de imprimir en el formato grande.



**Imagen 9** impresión de propuesta

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 03/09/2023



**Imagen 10** Prueba de la propuesta

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 03/09/2023

Luego de confirmar el buen resultado de la impresión, se prosiguió a imprimir en el formato que sería presentado (80 cm x 60 cm).

A partir de tener listos las ilustraciones, se empezó con la realización del soporte del mismo alucubond, el cuál será el que reflejará la luz par que se pueda apreciar la imagen grabada en el acrílico.



**Imagen 11** elaboración de la base.

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 05/09/2023



**Imagen 12** Prueba de la propuesta final.

Fuente: Autores Abad Alexander, Dayanara García 31/07/2023



**Imagen 13** Segunda parte de la propuesta.

Fuente: Autores: Abad Alexander, García Dayanara.

### 3.3 Edición final de la obra.



**Imagen 14** Propuesta final

Fuente: Autores Abad Alexander, García Dayanara.

## CAPITULO IV. DISCUSIÓN CRÍTICA

### **Abordaje critico-reflexivo sobre la función de la obra.**

Tomando como punto de partida el esclarecimiento y el asentimiento creativo artístico con el fin de establecer desde los distintos puntos de vistas e ideas se tomaron las más relevantes, las cuales ha permitido crear una obra que se emplea de la mano con el producto y los espectadores.

Centralmente en la construcción de la obra artística, se abordó diversos ámbitos investigativos para poder ejecutar la construcción de la propuesta artística, el cuyo objetivo es que el mensaje que sea concreto, directo y fácil, para que el espectador pueda identificar la idea principal y cuál es la intencionalidad.

De manera relevante, cabe mencionar que, al momento de expresar y exponer el dilema social, se tomó en cuenta los datos investigados y las diferentes opiniones y críticas constructivas, que permitió tener una idea más clara y un plan mucho mejor elaborado de como estructurar la obra artística.

Dentro de las críticas que abordan la composición de la obra, existen muchas que ayudaron a dar una mejora el planteo constructivo y así se generó nuevas expectativas en donde lo fundamental es poder llegar a dicho objetivo el cual es hacer llegar el mensaje al espectador de una manera fácil y rápida.

## CONCLUSIONES

- Como se ha podido observar, la investigación realizada en donde se estudió ciertos alineamientos dentro de la recolección de información, dando como resultado que hoy en día y los avances tecnológicos y la manera de incitar la atención de las personas que se acercan a observar, para hacer que consuman sus productos, va creciendo día tras día., año a año y es un estado que afecta a muchas personas en este planeta.
- Conforme a la indagación recogida, se ha dado como resultado que hoy en día la publicidad engancha de manera muy certera al espectador, generando que tenga la necesidad de adquirir lo que se le muestra a través redes sociales y en cosas similares, esto causa el deterioro gradual de la sociedad, en este caso se habla del alto consumo de comida chatarra y las consecuencias que esta causa a la salud, desde problemas de peso hasta problemas respiratorias y cardiovasculares.
- En conclusión, empleando la información ya mencionada, permitió tener idea de cómo crear una obra y que elementos usar para poder ejecutar el objetivo el cual es que sea claro y directo al espectador, por esa razón se ha utilizado materiales que hoy en día es muy utilizado en las vallas de publicidad, haciendo que el espectador al verla genera la idea de que es lo que está viendo y lo que ésta le transmite solo con verla, sin necesidad de tener un argumento que justifique el mensaje.

## WEBGRAFÍA

Pérez Z, Daymile J, & Muñoz O, Guadalupe D. (2014). Obesidad: Influencia de la Publicidad Alimentaria y Suplementos Dietéticos en Venezuela. *Revista del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel*, 45(1), 211-226. Recuperado en 04 de agosto de 2023, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-04772014000100011&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04772014000100011&lng=es&tlng=es).

Cruz Sánchez, Marcelina, Tuñón Pablos, Esperanza, Villaseñor Farías, Martha, Álvarez Gordillo, Guadalupe del Carmen, & Nigh Nielsen, Ronald Byron. (2013). Sobrepeso y obesidad: una propuesta de abordaje desde la sociología. *Región y sociedad*, 25(57), 165-202. Recuperado en 04 de agosto de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252013000200006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252013000200006&lng=es&tlng=es).

Oliva Chávez, O. H., & Fragoso Díaz, S. (2013). Consumo de comida rápida y obesidad, el poder de la buena alimentación en la salud. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 4(7), 176-199. [Redalyc.Consumo de comida rápida y obesidad, el poder de la buena alimentación en la salud](https://doi.org/10.17105/rid.2013.47.176-199)

Ramos-Morales, Nora, Marín-Flores, Juana, Rivera-Maldonado, Sandra, & Silva-Ramales, Yolanda. (2006). Obesidad en la población escolar y la relación con el consumo de comida rápida. *Index de Enfermería*, 15(55), 9-12. Recuperado en 04 de agosto de 2023, de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962006000300002&lng=es&tlng=es](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962006000300002&lng=es&tlng=es).

Quintero, Yurimay, Bastardo, Gladys, Angarita, Coromoto, Rivas Cordova, José Gregorio, Suarez, Carmen Iraima, & Uzcategui, Aurisle. (2020). El estudio de la obesidad desde diversas disciplinas. Múltiples enfoques una misma visión. *Revista Venezolana de Endocrinología y Metabolismo*, 18(3), 95-106. Epub April 27, 2021. Retrieved August 04, 2023, from [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1690-31102020000300095&lng=en&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-31102020000300095&lng=en&tlng=es).



Cano R., Castillo S., Torres M. (2017). Causas y tratamiento de la obesidad. *Nutrición clínica y Dietética hospitalaria*, 37(4): 87-92. <http://dx.doi.org/10.12873/374rodrigo>

Moreno L, Arturo, & Toro Z, Luis. (2009). LA TELEVISIÓN, MEDIADORA ENTRE CONSUMISMO Y OBESIDAD. *Revista chilena de nutrición*, 36(1), 46-52. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182009000100005>

Luengas, Heidy T., & Velandia-Morales, Andrea. (2012). NIVEL DE SEXISMO EN CONSUMIDORES Y SU VALORACIÓN SEXISTA DE LA PUBLICIDAD. *Suma Psicológica*, 19(2), 75-88. Retrieved August 04, 2023, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-43812012000200006&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-43812012000200006&lng=en&tlng=es).

Pedreschi Caballero, R. J., & Nieto Lara, O. M. (2020). Influencia de la publicidad en el comportamiento de compra de los estudiantes de mercadeo de la Extensión Universitaria de Aguadulce. *Revista Científica Guacamaya*, 5(1), 36–55. <https://doi.org/10.48204/j.guacamaya.v5n1a4>

[El surrealismo en ese momento era toda una visión del arte y... \(akifrases.com\)](#)

Hernández F., 2018. La visión de un científico sobre la investigación en artes plásticas. Universidad de Guanajuato. Recuperado de: [Visor Redalyc - La visión de un científico sobre la investigación en artes plásticas](#)

González Rey, F. L., (2008). Psicología y arte: razones teóricas y epistemológicas de un desencuentro. *Tesis Psicológica*, (3), 140-159. [Psicología y arte: razones teóricas y epistemológicas de un desencuentro \(redalyc.org\)](#)

## BIBLIOGRÁFICAS

- Arturo Moreno L., L. T. (s/p de marzo de 2009). *SciElo*. Obtenido de SciElo:  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75182009000100005#:~:text=La%20televisi%C3%B3n%20es%20un%20instrumento,estructural%20en%20todos%20los%20sentidos.](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182009000100005#:~:text=La%20televisi%C3%B3n%20es%20un%20instrumento,estructural%20en%20todos%20los%20sentidos.)
- Berni, A. (s/P de s/P de s/P). *akifrases*. Obtenido de akifrases:  
<https://akifrases.com/frase/180003>
- Francisco, F. C. (s/p de s/p de 2018). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/journal/874/87457958007/87457958007.pdf>
- Lara, R. J. (15 de agosto de 2020). *portal.amelica*. Obtenido de portal.amelica:  
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/212/2121146005/html/>
- Marcelina Cruz Sánchez, E. T. (S/P de Agosto de 2013). *SciElo*. Obtenido de SciElo:  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252013000200006](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252013000200006)
- Moncayo, M. (s/p de 12 de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net: surrealismo
- Montero Fayad, D. (05 de 05 de 2017). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/369/36953195003.pdf>
- Nora Ramos-Morales, J. M.-F.-M.-R. (s/p de s/p de 2006). *SciElo*. Obtenido de SciElo:  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962006000300002#back](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962006000300002#back)
- O., D. J. (s/p de junio de 2014). *SciElo*. Obtenido de SciElo:  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-04772014000100011](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04772014000100011)
- Oliva Chávez, O. H., & Fragoso Díaz, S. (07 de 12 de 2013). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150315010.pdf>
- Oliva Chávez, O. H., & Fragoso Díaz, S. (07 de 12 de 2013). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150315010.pdf>
- Rey, G., & Fernando, L. (08 de 11 de 2008). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/1390/139012667013.pdf>

- Rodrigo-Cano, S. S. (23 de 11 de 2017). *revista nutricion* . Obtenido de revista nutricion : <https://revista.nutricion.org/PDF/RCANO.pdf>
- S/N. (10 de MAYO de 2004). *EL UNIVERSO*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/2004/05/10/0001/262/AD53692E4C3A4A6AB9351AA9BC8BAE5F.html/>
- Seidel, M. F. (30 de 08 de 2016). *Nucleodo conhecimento*. Obtenido de Nucleodo conhecimento: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/arte-es/arte-contemporaneo-arte-y-vida>
- Serrano, M. M., Castillo, N., & Pajita, D. (s/p de 06 de 2017). *SciEloPeru*. Obtenido de SciEloPeru: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1025-55832017000200011](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832017000200011)
- Velandia-Morales, H. T. (s/P de diciembre de 2012). *SciElo*. Obtenido de SciElo: <http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v19n2/v19n2a06.pdf>
- Velandia-Morales, H. T. (30 de 11 de 2012). *SciElo*. Obtenido de SciElo: <http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v19n2/v19n2a06.pdf>
- Yurimay Quintero, G. B. (27 de abril de 2021). *SciElo*. Obtenido de SciElo: [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1690-31102020000300095](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-31102020000300095)
- Godás, L. (2007, September 1). *El uso de la publicidad*. Offarm. <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-uso-publicidad-13109819>
- García López, J., (2016). El impacto de la publicidad en la crisis socioecológica. *Opción*, 32(11), 588-611.
- Aranda, S. (2011). Boceto y Diseño. *Función y Expresión. I + Diseño*, 5, 62–71. <https://doi.org/10.24310/idisenio.2011.v5i.12647>
- Pastor-Zarandona, O. A. (n.d.). Ingesta de comida rápida y su influencia en la producción de N-aciletanolaminas involucradas en el ciclo hambre-saciedad. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-15232017000200171](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232017000200171)

Durán-Agüero, Samuel, Arboleda, Luz Marina, Velásquez Vargas, John Edinson, Fretes Centurión, Gabriela, González Céspedes, Laura Elizabeth, Rocha, Ada, Lima, João PM, Nessier, María Celeste, Raimondo, Emilia Elisabeth, Velásquez Valderrama, Ángela María, González Sánchez, Juan Carlos, Guillén, Sonia Ivankovich, Cordón Arrivillaga, Karla Rosángel, González Madden, Elka Elein, Alza, Saby Marisol Mauricio, Cáceres, Johanna León, Agazzi, Beatriz, Ortiz, Alfonsina, Cabanes, Débora, Brasioli, Marli, & Torres, Jairo. (2018). Caracterización del consumo de comida callejera según edad, estudio multicéntrico. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 22(3), 243-250. Epub 24 de mayo de 2021. <https://dx.doi.org/10.14306/renhyd.22.3.554>

Vindas-Smith, Rebeca, Vargas-Sanabria, Dayana, & Brenes, Juan C. (2022). Consumo de alimentos altamente procesados y de alta palatabilidad y su relación con el sobrepeso y la obesidad. *Población y Salud en Mesoamérica*, 19(2), 355-379. <https://dx.doi.org/10.15517/psm.v0i19.48097>

Aguilera, C., Labbe, T., Busquets, J., Venegas, P., Neira, C., & Valenzuela, A. (2019). Obesidad: ¿Factor de riesgo o enfermedad? *Revista Medica De Chile*, 147(4), 470–474. <https://doi.org/10.4067/s0034-98872019000400470>

CAROSIO, Alba. (2008). El consumo en la encrucijada ética. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 13-45. Recuperado en 17 de septiembre de 2023, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-52162008000200002&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200002&lng=es&tlng=es).