

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

ACTIVIDAD 3: REFLEXIÓN

Título de la actividad:	¡Esto sí, esto no!
Habilidad:	Gestión de la información
Medio:	Publicidad
Sección:	Preescolar
Tiempo:	20 - 30 minutos
Objetivo:	Que los niños distingan entre los anuncios con mensajes positivos y negativos, y con ello que logren reflexionar y elegir sobre lo que realmente es necesario comprar.
Habilidades:	Atención, capacidad para comunicar ideas, toma de decisiones y juicio crítico.



Introducción

Los niños pequeños de entre 2 y 5 años aun no pueden distinguir entre la publicidad y la realidad en los anuncios. Esto puede distorsionar su visión del mundo, es decir, los niños pequeños son muy vulnerables a la publicidad engañosas y no es sino hasta los 8 años de edad que comienzan a entender que los anuncios no son siempre ciertos.

Es más fácil influenciar a un niño que a un adulto, ya que ellos están en un proceso de desarrollo y no cuentan con un juicio crítico desarrollado y es difícil que se contengan ante el poder de persuasión de los anuncios publicitarios. Es preciso decirles a los padres de familia que expliquen a sus hijos todos los elementos que utiliza la publicidad para convencerlos de que adquieran determinado producto o servicio.

La habilidad de gestionar la información es un proceso que deberán ir desarrollando y así poco a poco éste pensamiento crítico les ayudará a tomar las decisiones correctas.

Material

- Hoja de actividad
- Colores

Descripción

1. **El profesor (a) comenzará la sesión explicando:**

-La publicidad tiene un principal objetivo, el cual es vender una idea o producto. A veces, la publicidad es utilizada para cosas que no son buenas o que no nos hacen un bien a nosotros, por ejemplo, la publicidad que vende comida no saludable o comida chatarra. Pero también hay publicidad que promociona cosas buenas, por ejemplo, los comerciales que te dicen que hagas ejercicio y que cuidas lo que comes

2. **Se entregará a cada niño la hoja de la actividad en la que se explicará:**

-En la hoja de la actividad tienen imágenes que son de anuncios publicitarios y otras que no lo son, es decir, que sólo son imágenes o fotos. Ustedes deberán encerrar con un lápiz de color las que son imágenes de anuncios, es decir, que estén vendiendo ese producto.

Con ayuda de la pregunta: ¿Por qué esta imagen es un anuncio publicitario? Los niños deberán explicar su respuesta.

3. **El profesor (a) dará la siguiente indicación:**

-Después con otro lápiz de color distinto marcarán con una paloma aquellos productos que consideran buenos para su persona, productos que consideran que dan un mensaje positivo. Y con ayuda de la frases yo compraría... porque... ej. Yo compraría una botella de agua porque tengo sed y me hidrata.

4. **El profesor (a) leerá al grupo la reflexión que viene al final de la hoja de la actividad para el alumno.**

Reflexión

Existen formas para que los niños puedan aprender a analizar la publicidad que ven. Una de ellas es que los papás les lean las etiquetas de los productos que quieran comprar y juntos reflexionen sobre ese producto y puedan emitir un juicio sobre si consideran que es nutritivo o no, conveniente o inconveniente, adecuado o incorrecto. Las imágenes mentales que generan los niños con los anuncios publicitarios influyen en su percepción del mundo, por ello debemos estar al pendiente del contenido que transmiten en las diferentes formas de publicidad que ven.

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
ACTIVIDAD 3: REFLEXIÓN

Título de la actividad:

¡Esto sí, esto no!

Objetivo:

Distinguiré las imágenes que son anuncios publicitarios, identificaré la publicidad con mensaje positivos y negativos y elegiré los productos que compraría y que hacen bien a mí persona.



Instrucciones

1. *Observa las imágenes.*
2. *Selecciona con un lápiz de color las imágenes que son anuncios.*
3. *Selecciona con un lápiz de color distinto las imágenes de productos que comprarías y que te hacen bien.*





Reflexión

Es bueno saber cuándo estamos viendo un anuncio publicitario, para analizar lo que me proponen y si es verdadero.