

Diariamente, los niños se ven bombardeados con mensajes publicitarios en todas partes. Lograr que entiendan cómo funciona la publicidad puede ayudarlos a protegerse de la explotación de los anunciantes.

Comience por enseñar a los menores de 7 años la diferencia entre un programa de televisión y un anuncio. Señale los anuncios y use un reloj para mostrarles cuándo comienzan y cuándo terminan. Hágales preguntas para ayudarles a reconocer que la intención de los anuncios es simplemente vender un producto. ¿Qué está vendiendo el anuncio? ¿Cómo los hace sentir? ¿Les gustaría comprar el producto?

Una vez que los niños entienden que el propósito de la publicidad de un producto es convencerlos de que lo compren, pueden comenzar a identificar otros tipos de mensajes publicitarios como el posicionamiento del producto, juegos en páginas de Internet, y el marketing de guerrilla. Vea TV o use un juego de video junto a sus hijos para identificar los productos y logotipos que se usan como material de utilería o parte del argumento. Platique con ellos sobre cómo los mensajes tratan de hacer que compren el producto.

A continuación encontrará una lista de preguntas claves que puede hacer sobre cualquier mensaje publicitario:

¿Quién creó este mensaje?

- ¿Quién escribió las palabras o tomó las imágenes?
- ¿Por qué están enviando este mensaje?
- ¿Quiénes quieren ellos que vean este mensaje?
- ¿Quién sale beneficiado económicamente de este mensaje?

¿Qué palabras, imágenes y sonidos se utilizan para llamar mi atención?

- ¿Qué colores resaltan? ¿Tiene música? ¿Frasas? ¿Narración? ¿Efectos de sonido?
- ¿Aparece una celebridad en el anuncio?
- ¿Qué están haciendo los protagonistas? ¿Es algo que me gusta hacer?
- ¿Acaso el anuncio me hace pensar que la gente ahí es popular? ¿Feliz? ¿Saludable?

¿Qué es lo que en realidad se vende en este mensaje?

- ¿Qué dice el anuncio?
- ¿Qué sabes sobre el producto con sólo ver el anuncio?
- ¿Acaso se ha omitido algo que crees debería estar incluido?

¿Qué significa este mensaje para mí?

- ¿Cómo me hace sentir el anuncio sobre el producto?
- ¿Se sentirán mis padres y amigos de la misma manera?
- ¿Me interesa comprar el producto? ¿Por qué? ¿Por qué no?

Estas mismas preguntas pueden utilizarse para analizar cualquier mensaje mediático con sólo unos cambios menores: sustituya la palabra anuncio o producto por el nombre de cualquier otro medio.