



Se trata de...

Relacionar los conceptos de los elementos de la publicidad con su manifestación en la realidad.

Para ello, hay dos zonas en la pantalla:

- A la derecha, los rótulos de neón con la palabra que identifica a los elementos que se van a trabajar.
- A la izquierda, cinco televisores que mostrarán el elemento concreto a modo de ejemplo real.

Aleatoriamente los rótulos de neón de la derecha se van encendiendo uno cada vez, mientras los demás están apagados pero legibles.

Los televisores permanecerán apagados hasta que el niño@ pulse uno de ellos.

Si la imagen que muestra entonces es la manifestación de lo que describe el rótulo, éste se trasladará debajo del televisor que quedará encendido con la imagen correspondiente.

Es un "memory" donde el propio programa descubre la primera ficha: el rótulo de neón

¿Qué pretendemos?

Que se conozcan elementos propios de la publicidad: Logo, producto, personaje, marca y eslogan.

Que se identifiquen estos elementos en ejemplos concretos.

Que se desarrolle la percepción y memoria visual, en situaciones de asociación.

¿Qué estamos trabajando?

Trabajamos los elementos publicitarios:

- **Logo**, como símbolo, palabra o diseño que representa a quienes venden u ofrecen un producto
- **Producto**, como lo que se quiere vender u ofrecer.
- **Personaje**, como aquella persona que aparece y se parece a quien puede comprar el producto anunciado, o personas a quienes queremos parecernos o admiramos y quizá por eso queramos comprar lo que ellos compran.
- **Marca**, como elemento que nos da información sobre quién vende, ofrece o anuncia un producto.
- **Eslogan**, como la frase que nos anima a comprar.

¿Cómo se valora el trabajo realizado?

- ◆ Los resultados del trabajo del usuario@ con la actividad se presentan mediante una clave, integrada en un código de barras que aparece a modo de pegatina cuando se llega al final de la interacción. Las correspondencias del código de barras son las siguientes:

"x" es el tiempo empleado en realizar la actividad.

"y" son los aciertos.

"z" los errores cometidos.

No existe un marcador de tiempo en esta actividad.



Recurso educativo elaborado a través de los Convenios Internet en la Escuela e Internet en el Aula, entre el MEC y las comunidades autónomas

PROYECTO MEKOS

MANUAL DE USO

INTEGRACIÓN CURRICULAR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN PRIMARIA

Tercer ciclo

Publicidad

EL MEMORY DE LOS ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD



Corresponderá adulto-educador utilizar esa información de la forma que estime más oportuna así como la decisión de indicársela al niñ@ o reservársela. Siempre que se de cuenta de la misma, se debe potenciar el carácter "motivador" de los resultados y su carácter de refuerzo positivo, teniendo en cuenta las capacidades individuales del niñ@ y valorando sus progresos.

A tener en cuenta

- ◆ Se presuponen las competencias mínimas de manejo del ordenador, sobre todo en cuanto al manejo del ratón, por lo que no deberán suponer ningún obstáculo añadido en la actividad.
- ◆ Se debe insistir al niñ@ en la atención a todas y cada una de las imágenes de los televisores... y su retención en la memoria.
- ◆ En general, el trabajo sobre los elementos publicitarios, nos llevará a desarrollar el sentido crítico del niñ@: Conociendo "las armas de que se sirve la publicidad" podremos "defendernos" en mayor medida de su influencia. Esto incidirá directamente en la educación para el consumo y facilitará el consumo responsable.

