

# Misión: Crear un guión con omisión

Tu misión: Crear un anuncio de radio de 30 segundos para las barras de cereales “Giddyup Granola Bars”. Piensa que quieres convencer a tu público de que estas barras son un refrigerio irresistible y sabroso. Tu grupo tiene que omitir un dato en particular en el anuncio. Fuera de ese dato, el anuncio debe incluir toda la demás información que se menciona a continuación sobre los “Giddyup Granola Bars”. Cuando hayan terminado, ensayen el guión en grupo para que puedan presentarlo al otro grupo.

Nombres de los miembros del grupo:

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Patrocinador de este anuncio: \_\_\_\_\_

Producto: **“Giddyup Granola Bars”**

Las “Giddyup Granola Bars” son:

- Hechas de copos de avena y arroz crujiente
- Altas en azúcares añadidos
- Refrigerios irresistiblemente sabrosos y nutritivos
- Altas en fibra
- Enriquecidas con ocho vitaminas y minerales
- Altas en calcio, con un 30% DV

Público objetivo (pon un círculo alrededor de uno):      **Los jóvenes**        **Los padres de familia**

El propósito del anuncio: **Tratar de convencer a las personas a que compren “Giddyup Granola Bars”.**

El dato que omitiremos de nuestro anuncio es:

\_\_\_\_\_

Guión:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Si necesitas más espacio para escribir, usa el reverso de esta página.**



# ¡Lleva a casa una nueva idea!

## Comparte con tu familia y amigos lo que aprendiste del programa Media-Smart Youth:

1. La próxima vez que utilices los medios de comunicación, como cuando veas la televisión o una película, fíjate cómo colocan los productos (“product placement”).
2. Habla con tus padres y otros familiares sobre el producto que recibió publicidad en el medio que estabas usando. Pídeles que se fijen en la colocación de ese producto la próxima vez que utilicen algún medio de comunicación. Si necesitan ayuda, explícales lo que significa “colocación de producto”. También puedes hacer que esta actividad sea como un juego. La próxima vez que tú y tus padres o algún familiar estén viendo la televisión o usando otros medios de comunicación juntos, hagan un concurso para ver quién es el primero en encontrar un ejemplo de colocación de productos.

## Lleva a casa un refrigerio (“snack”) nuevo: Los grupos de los alimentos

### Prueba esto en casa con tu familia y amigos

#### ¿Qué necesitas para el refrigerio?

- Queso cottage sin grasa o bajo en grasa, queso ricota semi descremado o sin grasa, yogur griego o queso para untar bajo en grasa.
- Panecillos estilo “English muffin” integrales o galletas de arroz (si no hay estos productos en tus tiendas locales, busca otros sustitutos de granos integrales)
- Bananas o plátanos
- Otras frutas, como albaricoques, manzanas, pasas o arándanos rojos (frescas, congeladas, secas o enlatadas en agua o en 100% jugo)

#### Cómo prepararlo:

1. Unta el queso sobre una galleta de arroz o un “English muffin”.
2. Coloca rodajas de bananas (plátanos) u otras frutas encima.
3. ¡Disfruta!

**Nota:** El “English muffin” integral es un alimento de granos integrales y el queso contiene calcio.

# Programa Media-Smart Youth: Consejos para los padres

A lo largo del programa Media-Smart Youth, los jóvenes llevarán a casa hojas de consejos para los padres. Estas hojas de consejos se enfocan en lo que hemos aprendido en el programa sobre los medios de comunicación y cómo se relacionan con la salud, la nutrición y la actividad física. Saber de estos temas puede ayudarle a usted y su familia a tomar decisiones saludables sobre la nutrición y la actividad física.

## Lo que aprendimos en la lección 7: El poder de la publicidad

- Aprendimos sobre el poder de la publicidad y su influencia en la selección de alimentos. Los anuncios sobre alimentos dirigidos a los jóvenes a menudo promueven los alimentos que son altos en grasas sólidas y azúcares añadidos más de lo que promueven las frutas y vegetales, los granos integrales y los alimentos con bajo contenido de grasas sólidas y azúcares añadidos.
- Exploramos algunas maneras en que los anuncios tienden a influir en las percepciones que tienen los jóvenes de su imagen corporal. Los tipos de cuerpo que se muestran en los medios de comunicación pueden crear expectativas poco realistas en el público sobre cómo deben verse. Los actores y modelos obtienen gran cantidad de ayuda profesional para lograr verse como se ven. Ellos pasan mucho tiempo con los estilistas y maquilladores profesionales, entrenadores personales y consultores de ropa.
- Investigamos la técnica de publicidad sutil de “omisión” y usamos esta técnica para crear un anuncio de 30 segundos para el radio sobre las barritas de cereales o granola. Los anunciantes deben incluir en sus anuncios información para convencer al público que deben comprar o apoyar su producto, servicio o idea. Por lo tanto, a menudo omiten datos poco halagadores, pero importantes, acerca de su producto.

## Cómo poner en práctica estos conocimientos en casa:

- Anime a su hijo a elegir refrigerios nutritivos, como frutas, vegetales y granos integrales, en lugar de los alimentos que más se anuncian en la televisión. ¡Ponga estos conocimientos en práctica en su próximo viaje al mercado!
- Piense en los tipos de cuerpo que usted y su hijo ven en los medios de comunicación como en la televisión, en Internet, en materiales impresos, en el mercado y en otros lugares. Recuérdle a su hijo que aunque algunos de los tipos de cuerpo que se muestran en los medios de comunicación pueden ser una manera positiva para motivarlos a alcanzar sus metas de salud, como el atletismo y tener una buena condición física, los medios de comunicación a menudo retratan cuerpos extremos que no son realistas.
- La próxima vez que usted esté expuesto a los anuncios de televisión o radio, pregunte a su hijo adolescente:
  - ¿El anuncio te dio toda la historia sobre el producto?
  - ¿Qué información falta?
  - Si supieras los datos que han omitido, ¿cambiarías de opinión acerca del producto?
- Trate de señalar alguna “omisión” en el envase de algún producto la próxima vez que usted y su hijo adolescente vayan al mercado.

**Pídale a su hijo o hija que presente su anuncio de radio de 30 segundos y que le enseñe las nuevas posturas de yoga que pueden tratar de hacer juntos en casa.**

**Para obtener más recursos e ideas para los padres y tutores, visite: <http://www.nichd.nih.gov/msy>.**