

Por: María Camila Aguirre Córdoba. Estudiante de Publicidad. Integrante del semillero de Prensa Escuela

# ¡MAMÁ: QUIERO ESTE JUGUETE!

En algún momento te habrás preguntado sobre la funcionalidad de los espacios en televisión en los que dejan de transmitir tus programas favoritos y las caricaturas habituales y dan paso a una serie de videos que hablan sobre los nuevos productos que hay para ti: juguetes, muñecos, carros y triciclos, entre otros. También has podido preguntarte por las “carteleras” con imágenes de tus muñecos preferidos, de esas que encuentras en los almacenes o jugueterías.

**P**ues bien, en publicidad, a los primeros les llamamos comerciales y a los segundos afiches. Es probable que siempre los hayas visto e, incluso, que hubieras llegado a pedir a mamá y papá la pista de carros que te mostró la tele o la muñeca que aparece en los afiches de la tienda de juguetes. Sobre esa influencia que tiene la publicidad sobre ti es que vamos a escribir en esta oportunidad.



Ilustración: Sara Montoya Aguirre

Del semillero Demiurgo, de la Facultad de Publicidad de la UPB partió la idea de realizar una investigación llamada “Proceso de aprendizaje de los niños, entre siete y once años, aplicado a causas comerciales e institucionales”, que aborda y explora el mundo que habitan los niños en esta edad.

### Esta investigación busca formar niños con capacidad crítica frente a la comunicación con un buen sentido y conciencia de compra.

La forma en que perciben, atienden, memorizan y, finalmente, lo que piensan sobre la publicidad a la que están expuestos.

El objetivo de esta investigación, de la que seguramente tú te podrás ver beneficiado en un futuro, es crear y expandir un marco en el que se hable de cómo tú y tus amigos perciben la publicidad y cómo eso puede ser utilizado por las escuelas, instituciones académicas y organizaciones gubernamentales.

#### ¿Percibir la publicidad?

Los niños tienen un proceso de aprendizaje que se guía por cuatro pilares: la percepción, la atención, la memorización y el pensamiento. Esos cuatro apoyos también se relacionan con la capacidad de comunicación y ésta, a su vez, es el elemento más importante de la publicidad.

#### ¿Aún no respondemos la pregunta? ¡Paciencia!

Déjanos contarte que los niños como tú están sobreexpuestos a los medios y a sus contenidos de entretenimiento, característica que seguramente tendrá a más de un padre con los pelos de punta. La investigación de los estudiantes de Publicidad plantea que la sobreexposición a esos canales se puede aprovechar para generar contenidos de interacción con los infantes, juegos en los que te permitan participar, tocar o involucrar tus sentidos.

#### Ahora bien, ¿en qué se relaciona la interacción con tu aprendizaje?

Seguramente has escuchado la expresión “aprender jugando”, es el mismo principio que busca aplicar la investigación ya que en el momento de juego o interacción es cuando más dispuesto estás

para aprender y asimilar información que las marcas o el medio quieren enseñarte para que plantees una posición frente a ella, de manera que cuando estés disfrutando de esa interacción vas a estar adquiriendo contenido pensado para ti.

Finalmente, te invitamos a que sigas pendiente y receptivo a la publicidad pero, ¡espera! de una manera responsable y asumiendo posturas que te hagan crecer como persona. Cuestionate y cuestiona al medio para que creemos una red de contenidos que nos enriquezca.

Ya conoces el proceso por el que percibes y conoces la publicidad, ya sabes de antemano cómo funciona tu aprendizaje y el motivo por el cual, en el transcurso de los comerciales, le dices a mamá: ¡quiero este juguete!

## FICHA TÉCNICA

### Nombre del proyecto que da origen

**al artículo:** Proceso de aprendizaje de los niños entre los siete y los once años, aplicado a causas comerciales e institucionales.

**Palabras clave:** Publicidad; Percepción; Estrategias; Desarrollo cognitivo.

**Grupo:** Semillero Demiurgo – Grupo Epilión de la Facultad de Publicidad de la UPB

### Líder del proyecto:

Alejandro Zapata Sepúlveda

### Correo electrónico:

alejandro.zapata@upb.edu.co