



Publicitatea alimentară pentru copii



Cine poate folosi materialul?

- profesori
- bibliotecari
- formatori

Unde?

- la școală: clasele III-V
- extracurricular
- la bibliotecă

Timp de lucru aproximativ 50 minute + activitate suplimentară (temă) (20 minute)

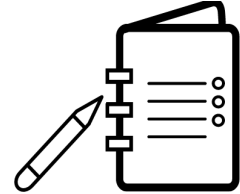
În această lecție, elevii învață cum le poate afecta publicitatea comportamentul și ceea ce aleg să mănânce. Pornind de la reclamele de la televizor, de pe internet, sau de pe stradă, elevii vor discuta despre ce tehnici sunt folosite în mesajele publicitate pentru a-i face interesați de anumite produse.

Mai precis, elevii vor analiza **cât de importante sunt personajele-mascotă și refrenele comerciale (en. *jingles*) în construirea relațiilor cu publicul**. Pentru a exersa în clasă, elevii vor crea refrene scurte cu mesaj publicitar și personaje-mascotă ce reprezintă alimentele lor preferate.



Obiective de învățare

- elevii vor conștientiza tehnicile de comunicare folosite în publicitate
- vor exersa abilitățile de creație vizuală (desen personaj) sau textuală (refren publicitar)
- vor înțelege dacă și cum influențează reclamele ceea ce aleg să cumpere și să mănânce.



Pregătirea lecției

- Adună reclame pentru produse alimentare din reviste.
- Caută online sau înregistrează de la televizor reclame la produse alimentare pentru copii. Ai grijă să incluzi și reclame în care apar refrene publicitare (*jingles*) pentru exercițiul 2.
- *Materiale necesare:* creioane colorate, hârtie de desen și/sau cutii albe, tablă, computer, videoproiector, boxe.

SUGESTIE: Poți folosi platforma Youtube pentru reclame online. Iată câteva exemple: [Oreo](#), [Nesquik](#), [Eti Puf](#), [Tedi](#), [Paula Pudding](#). La televizor, reclamele pentru copii sunt difuzate de obicei sâmbătă dimineața sau constant pe canalele de desene animate (Minimax, DisneyJunior, Cartoon Network etc).

Discuție introductivă (20 minute)

Pentru început, încearcă să afli ce știu copiii deja despre rolul reclamelor și tehnicile de comunicare/împachetare folosite în publicitate. Folosește întrebările de mai jos și completează cu informații noi, dacă este nevoie.

1. **De ce se fac reclame pentru produsele alimentare?** Copiii ar trebui să recunoască rolul persuasiv al reclamelor și scopul lor final de a-i face pe consumatori să cumpere produsele. Este important să înțeleagă ce au producătorii de câștigat, dacă îi fac pe consumatori să își dorească produsul.

! Arată-le apoi exemple din clipurile sau imaginile adunate de tine.

2. **Ce tehnici de împachetare a reclamei sunt folosite ca să vă convingă să cumpărați produsul?** Reclamele încearcă să fie cât mai atrăgătoare pentru public. De aceea sunt folosite diverse tehnici de împachetare a reclamei, precum
 - animațiile,



- coloană sonoră,
- unghiuri de filmare,
- culorile aprinse,
- personajele-mascotă sau celebritățile.

! Vezi ce tehnici publicitare pot identifica copiii în reclamele prezentate.

3. **Ce simțiți? Ați vrea să cumpărați produsul? De ce?** Reclamele sugerează adesea că le oferă copiilor "putere" (de ex. fulgii de porumb "Fortza") sau asociază produsele cu distracția, magia sau aventurile fantastice (vezi: [Tedi Water: Prinde pofta de distracție!](#), [Barni Prăjiturică - Aventurile micilor exploratori](#)). Copiii ar trebui să înțeleagă de ce publicitarii folosesc astfel de asocieri și ce efecte au asupra lor.

Exercițiul 1: Personajul - mascotă (20 minute)

Uneori, companiile care produc alimente creează personaje-mascotă pe care le asociază produsului sau mărcii lor, ca să-i atragă pe copii. Scrie pe tablă o listă cu personajele favorite ale copiilor (acestea ar putea fi: Iepurașul Nestle, Bulinele M&M, Ursulețul Barni, Ursulețul Tedi etc).

Întreabă elevii:

- **De ce crează companiile astfel de personaje?** Oferă produselor fețe prietenoase și familiare, la care copiii se pot raporta. Produsele par mai plăcute și amuzante.
- **Și-au dorit vreodată să încerce un produs doar pentru că le plăcea personajul-mascotă?**

Cu ajutorul listei de pe tablă, roagă elevii să spună **ce le place cel mai mult** la fiecare dintre personaje. **Votați** în clasă personajul preferat.

Spune-le copiilor să se gândească la mâncarea lor preferată și **să creeze propriul lor personaj-mascotă** cu nume sugestiv. Elevii pot face un desen cu personajul nou creat și mâncarea lor preferată.

Exercițiul 2: Refrenul publicitar (en. *jingle*) (15 minute)

Explică-le elevilor că producătorii creează *jingles* sau scurte mesaje atrăgătoare și ușor de reținut, adesea cântate, pentru a ne capta atenția.



Alege câteva dintre ele, scrie-le pe tablă și vezi câți elevi pot să le completeze și să identifice produsul la care fac referire. De exemplu:

- „Paula e văcuța ce nu face doar <muu!>...” (Paula Pudding)
- „Oare dacă aș da un Oreo lupului rău...” (Biscuiții Oreo)
- “Tedi are pentru tine” (Tedi)
- “Cerealele Nesquick, noi toți iubim” (Cereale Nesquick)

Întrebă elevii de ce cred că au reținut aceste refrene. Răspunsurile pot fi: datorită frazelor scurte și a melodiei simple, ce le fac ușor de reținut; datorită difuzării repetate a refrenului în spoturile televizate și la radio etc.

Discută cu ei despre cum au concepute special să fie ușor de reținut și atractive pentru a face produsul pe care încearcă să-l vândă mai atractiv.

Temă sau activitate suplimentară (20 minute):

- Roagă-i pe elevi să caute alte refrene publicitare (pentru produse alimentare sau altele) sau să creeze propriile lor *jingle*-uri.
- Propune-le să înregistreze *jingle*-urile create și ascultați-le împreună în clasă.

Evaluare

1. **Observare directă** în timpul celor două exerciții de creație și analiză a mesajului publicitar. Planificați dinainte ceea ce veți observa. Puteți urmări
 - abilitatea de aplicare a cunoștințelor
 - implicarea în discuție și în etapa de creație
 - capacitatea de a lua decizii
 - capacitatea de argumentare
2. **Evaluarea produsului final** (creație personaj publicitar sau refrenul publicitar). Vor fi evaluate originalitatea, înțelegerea și folosirea tehnicilor de promovare a unui produs.

Feedback de la profesori și elevi:

Feedback-ul tău și al elevilor este important. Cu ajutorul **Formularului de feedback al profesorului** poți documenta procesul de predare/învățare din timpul lecției. Te rugăm să ne trimiți și **formularele de evaluare a satisfacției elevilor complete** sau centralizarea răspunsurilor într-un document excel.



Pe baza informațiilor primite, vom putea îmbunătăți lecția. Așteptăm materialele de feedback la office@mediawise.ro, în atenția expertului nostru de educație media, Nicoleta Fotiade.

Descarcă:

[Formularul de evaluare a satisfacției elevilor](#)
[Formularul de feedback pentru profesori](#)

Îți mulțumim pentru implicare.

Echipa Mediawise

Material adaptat după Looking at Food Advertising, mediasmarts.ca

Contributori: Bianca Alecu (traducere), Adina Ionescu (adaptare & editare) și Nicoleta Fotiade (adaptare & editare).