

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

## Lección 21

### *Los medios de comunicación al descubierto*

#### PREPARACIÓN DEL MAESTRO

##### CONCEPTOS CLAVES

Hay una enorme diferencia entre nuestras "necesidades" y nuestros "deseos". Como educadores, debemos ayudar a nuestros estudiantes a diferenciar entre los dos. Esto es importante para ayudarlos a estar contentos con las situaciones de la vida.

Los estudiantes necesitan entender la fuerza detrás del negocio de la publicidad y cómo este trata de manipular sus deseos para que anhelan más "cosas".

La promesa de la publicidad es la felicidad. Pero la felicidad es situacional, condicional, fugaz y adictiva - siempre queremos más. El gozo es fundacional, relacional y auto gratificante. El gozo produce contentamiento.

Los estudiantes necesitan relaciones felices y seguras para desarrollar contentamiento por las cosas que tienen.

La publicidad para cigarrillos, alcohol y drogas influencia las elecciones de nuestros estudiantes con base en una promesa falsa de felicidad.

Los publicistas a menudo usan personas hermosas para vender sus productos, lo cual da la percepción de que si uno compra el producto, uno será hermoso, también.

##### OBJETIVOS

Al final de la lección los estudiantes deberían poder:

1. identificar la diferencia entre las "necesidades" y los "deseos".
2. empezar a reconocer la diferencia entre gozo, contentamiento y felicidad.
3. entender cómo la publicidad en los medios intenta manipular sus deseos y crear la necesidad por más cosas, creando así una mentalidad adictiva de "debo tenerlo".

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

4. darse cuenta que la publicidad de cigarrillos, alcohol y drogas puede engañarlos para tomar malas decisiones en la vida.
5. Entender que pueden estar contentos con lo que tienen en lugar de enfocarse en lo que no tienen.

### **TÉRMINOS CLAVES**

1. **Necesidades:** artículos que son necesarios para sobrevivir y para la vida diaria.
2. **Deseos:** cosas que pensamos que necesitamos para hacer nuestras vidas más felices y completas.
3. **Publicidad:** los medios que usan los medios de comunicación para manipular a las personas a pensar que deben tener algo.
4. **Medios de comunicación:** la transmisión de ideas por medio de la televisión, el internet, revistas y periódicos.
5. **Gratificación retardada:** posponer “los deseos” para experimentar después la felicidad o gozo que la adquisición de algo traerá.
6. **Contentamiento:** la habilidad de estar satisfecho con la situación en la que uno se encuentra o con lo que se tiene.

### **ANTECEDENTES**

Nuestros estudiantes son bombardeados por los medios de comunicación con información que les dice que no pueden ser felices ni estar contentos sin ciertas cosas. La publicidad se ha convertido en una gran herramienta de una industria que busca vender productos, creando en las mentes de los niños y de los adultos la percepción de una necesidad y deseo por sus productos. Es imperativo que los educadores y los padres enseñen a los estudiantes la diferencia entre "necesidades" y "deseos". Necesitamos revelar los métodos utilizados en publicidad para crear esas emociones en nuestros estudiantes. Como adultos necesitamos ayudarles a estar contentos con lo que tienen y a no admitir la idea de que siempre tienen que tener algo más para ser felices y aceptados. Necesitamos ayudarlos a darse cuenta que los publicistas a menudo usan personas hermosas y/o lugares encantadores para crear un sentimiento de que si ustedes solamente compraran ese producto ustedes también serían hermosos y se encontrarían en esas situaciones maravillosas.

Nuestros estudiantes también necesitar ver cómo la publicidad para cigarrillos, alcohol y drogas presenta una promesa falsa de aceptación. Los

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

publicistas ignoran problemas de salud, de costos y de crímenes en su intento por hacer dinero.

### MATERIALES/PREPARACIÓN

1. En **Explorando la Lección** usted necesitará dos vasos (uno lleno con agua y el otro con soda) para la **Actividad 1**. Para la **Actividad 2** usted necesitará anuncios de revistas o periódicos que muestren juguetes, ropa, juegos, cigarrillos, y alcohol o drogas.
2. En **Descubriendo la lección**, para los **estudiantes más jóvenes de primaria**, usted necesitará una pizarra y yeso, o un pedazo grande de papel y marcadores.
3. En **Descubriendo la Lección** para los **estudiantes mayores de primaria**, usted necesitará diarios y lápices.
4. En la sección **Aplicando la Lección** para los **estudiantes más jóvenes de primaria** usted necesitará traer una bolsa de artículos que podrían ser considerados como “necesidades” y algunos que serían considerados “deseos” para la **Actividad 1**. Para la **Actividad 2** usted necesitará papel, crayones o lápices. Para los **estudiantes mayores de primaria**, usted necesitará diarios y lápices.
5. En **Compartiendo la lección**, usted necesitará papel, lápices y/o crayones.
6. En **Profundizando**, si tiene acceso a una brújula, puede incluirla en esta sección.

## LA LECCIÓN

### COMENZANDO LA LECCIÓN

*[Diga a los estudiantes]:* Cuando ustedes ven un programa en televisión, ustedes ven anuncios en medio del programa. Estos anuncios están intentando hacer que ustedes compren algo – un producto o un servicio. Algunas veces estos anuncios nos hacen pensar que necesitamos comprar ese artículo para que podamos ser felices y así les gustaremos a otras personas y querrán ser nuestros amigos. ¡Escuchemos lo que el Mapa de las Maravillas está tratando de enseñarle a Beatriz, a Héctor y a Daniel acerca de cómo evitar ser engañados!

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

**PREPARARSE** (5 minutos)

[Lea a los estudiantes]: **Capítulo 25 - La Magia de los Medios de Comunicación**

Los tres amigos se estaban sentados a la orilla del Mapa de las Maravillas, observando manchas gigantescas oscuras yendo a la deriva hacia hermosas partes del mapa.

"Ustedes tienen ahora alguna experiencia de primera mano con la oscuridad que está amenazando nuestro mundo", dijo la bibliotecaria, mientras caminaba con Canelo a su lado.

"¿Usted quiere decir las cosas adictivas que hemos estado aprendiendo como las drogas y fumar, y que están tratando de esclavizarnos?", dijo Beatriz.

"No te olvides del alcohol", añadió Daniel.

"Sí, todas esas cosas prometen algo que no pueden cumplir", dijo la bibliotecaria.

"¿Y qué es eso?", preguntó Beatriz.

"Ellos prometen felicidad y satisfacción, pero cualquier placer que puedan darnos pronto será reemplazado con algo que nadie desea", asintió la bibliotecaria. "Cada uno de ellos nos hace esclavos de un deseo que no pueden satisfacer. Es por eso que se les llama **Destructores de Sueños**".

"¿Lo pueden hacer ellos mismos?", preguntó Daniel.

"¡Excelente pregunta, Daniel!", dijo la bibliotecaria. "¿Por qué no ven si pueden encontrar la respuesta?".

"Yo sé cómo funciona", sonrió Daniel. "Mapa de las Maravillas, ¿qué tal si me das una mano?".

Ni bien había terminado de hablar Daniel cuando se dio un cambio en el Mapa. Dos objetos distantes volaron hacia él, uno desde una gran porción oscura del mapa, y el otro desde un lado saludable del mapa.

"¿Qué piensan que son?", preguntó Héctor. "¿Pájaros?".

"A mí me parecen como grandes cometas", dijo Beatriz.

Los tres se quedaron viendo mientras los dos objetos se acercaban.

"¡Son vallas publicitarias!", exclamó Daniel. "Puedo ver que hay algo escrito en ellas".

"¿Qué dicen?", preguntó Héctor restregándose los ojos.

"Mmmm", musitó Daniel, mientras que los anuncios se hacían cada vez más grandes. "Uno dice: **la necesidad es la madre de la invención.** Y el otro dice: **la invención es la madre de la necesidad.**

"Qué extraño", agregó Beatriz.

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

Canelo se acercó a la primera valla, la olió y después la lamió. Conforme Canelo se acercaba al segundo anuncio se le empezó a parar el pelo del lomo y su cola se puso tiesa.

"Bueno, claramente Canelo tiene algunos problemas con el segundo mensaje", mencionó Daniel. "Pero no estoy seguro qué significa ninguno de ellos".

### **Actividad de la historia:**

*[Diga a los estudiantes]: Antes de que veamos lo que sucede después con nuestros amigos, veamos si podemos descifrar qué significa cada declaración. ¿Qué sería una necesidad? [Comida, ropa, albergue, algo que realmente necesitemos]. ¿Qué sería un invento? [Algo que alguien creó, como el bombillo eléctrico, o la barra de chocolate, o un carro, etc.]. Bien, entonces, ¿qué significa la declaración ‘La necesidad es la madre de la invención’? [Nuestras necesidades nos hacen buscar o crear algo que supla nuestra necesidad. Por ejemplo: yo necesito comida, como el pan, así que invento una máquina para hacer pan. O, necesito albergue, entonces construyo una casa].*

*Así que ¿qué significa ‘La invención es la madre de la necesidad’? [Yo invento algo y trato de convertirlo en algo que necesito. Por ejemplo, yo creo una pulsera que deseo vender, entonces la llamo "la pulsera de la amistad". Todos necesitamos probar que tenemos amigos, ¿correcto? Así que trataré de hacer que ellos compren mis pulseras para dárselas a sus amigos. O, invento una nueva forma de viajar y después convengo a todos que ellos realmente necesitan esta nueva máquina para viajar y que no pueden vivir sin ella].*

*[Continúe leyendo a los estudiantes]:*

Mientras los tres amigos discutían las diferencias entre los dos anuncios, Daniel caminó hacia la parte de atrás de las vallas. En la parte inferior de la esquina izquierda de ambos anuncios había una pequeña placa.

Una placa decía: **del Departamento de Dichos Sabios que Reflejan la Realidad.**

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

La otra placa decía: **Del Departamento de Publicidad y Medios de Comunicación donde la Realidad se Transforma como Nosotros Queremos Verla.**

"Ahora puedo ver por qué Canelo lamió uno y le gruñó al otro", observó Beatriz.

"¡Y ahora sé la respuesta a mi pregunta!", alardeó Daniel.

"Lo siento, pero olvidé cuál era tu pregunta", dijo Héctor.

"Me preguntaba si las cosas que pueden ser malas para nosotros tienen la habilidad de hacernos desearlas por sí mismas. Y la respuesta es: 'No', ellas tienen que comercializarse a sí mismas como algo más de lo que son para que nosotros las deseemos".

"Daniel, eso puede ser lo más inteligente que hayas dicho en todo el día", animó Beatriz.

"¡Puede ser lo más inteligente que él haya dicho en todo el año!", rió Héctor.

### **EXPLORAR (30 minutos)**

*[Diga a los estudiantes]:* **Daniel hizo una buena observación. Él se dio cuenta que a menudo los medios de comunicación deben comercializar cosas para que nosotros queramos comprarlas. ¿Creen ustedes que eso sucede en su vida? Hoy vamos a hablar acerca de la diferencia entre las cosas que realmente necesitamos para vivir con gozo y las cosas que queremos porque pensamos que nos van a hacer felices.**

**Actividad 1:** *[Coloque dos vasos al frente del salón. Uno de los vasos está lleno con agua y el otro con soda. Pídales a unos estudiantes que le digan qué les gustaría beber si tuvieran sed. Actúen como que van a ofrecer la soda a alguien, pero en lugar de eso tiren la soda. (Su respuesta podría ser de disgusto). Hagan lo mismo con el vaso de agua. ¿Cuál es su respuesta a su sed? Ellos podrían vivir sin tener soda, pero no pueden vivir sin tener agua para saciar su sed].*

*[Diga a los estudiantes]:* **¿Así que cuál vaso estaba lleno con una necesidad y cuál estaba lleno con un deseo? Si ustedes pudieran tener tanta agua como necesitaran en una semana o solamente seis latas de soda por una semana, ¿qué opción escogerían? [Usted quiere que ellos se den cuenta que si escogieron la soda ellos seguirían sedientos después de algunos días y**

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

*ya no tendrían nada que beber. Ellos necesitan darse cuenta que su cuerpo necesita agua para funcionar].*

*[Haga que la clase defina la diferencia entre una necesidad y un deseo. Puede invitar a los **estudiantes mayores de primaria** a escribir sus pensamientos en sus diarios].*

**Actividad 2:** *[Corte anuncios de varias revistas o periódicos. Muestre a la clase anuncios de varios juguetes, zapatos, ropa y juegos.*

*Diga a los estudiantes]:*

- 1. ¿Qué artículo está tratando este anuncio de hacer que la gente compre?**
- 2. ¿Es este artículo algo que ustedes necesitan o es algo que desean?**
- 3. ¿Cómo les hace sentir esta imagen respecto al artículo?**
- 4. ¿Por qué querrían comprarlo?**
- 5. ¿Cómo se sentirían si no tuvieran el dinero para comprar esto?**
- 6. ¿Por qué piensan ustedes que las compañías invierten mucho dinero en publicidad?**
- 7. ¿Creen ustedes que lo que ven en los anuncios es cierto? ¿Por qué sí o por qué no?**
- 8. ¿Se sentirían contentos si no tuvieran este artículo? ¿Por qué sí o por qué no?**

*[Ahora muestre anuncios de cigarrillos, alcohol y drogas. Repita las preguntas. Discuta el grave peligro de pensar que estos anuncios son verdaderos y cómo esto podría afectar su salud y futuros sueños y metas].*

**DESCUBRIR** (15 minutos)

**Para los estudiantes más jóvenes de primaria:**

*[Diga a los estudiantes]: **Vamos a hacer dibujos en la pizarra de algunas cosas que ustedes hayan tocado o usado hoy. [Podría incluir ropa, comida, el perro, el bus, el cepillo de dientes, etc.]. Ahora vamos a ver nuestros dibujos y hacer un círculo alrededor de todo lo que sea una necesidad. Cuando terminemos vamos a hablar acerca de la diferencia entre lo que hemos circulado y lo que no, y cómo podemos entender lo que es una necesidad y lo que es un deseo. [Permita tiempo para discusión].***

<b>Unidad 2</b>	<b>Destructores de Sueños</b>	<b>Los medios de comunicación al descubierto</b>	<b>21</b>
-----------------	-------------------------------	--	-----------

**Para los estudiantes mayores de primaria**

*[Pídales a los estudiantes que hagan una lista en sus diarios de todas las cosas que tocaron o usaron durante el día. Podría incluir ropa, comida, el perro, el bus, el cepillo de dientes, etc. Después pídales que repasen su lista y coloquen un círculo alrededor de los artículos que son realmente una necesidad].*

*[Piensen/intercambien/compartan: Pídales a los estudiantes que compartan con la persona sentada a la par de ellos, los artículos que circularon en su lista. Ellos necesitan explicar a su compañero por qué los artículos que circularon son una necesidad y no un deseo].*

*[Diga a los estudiantes]: **Si ustedes tuvieran una cantidad limitada de dinero, ¿qué comprarían primero?**[Este ejercicio debería revelar cómo gastarían ellos su dinero y cuáles serían sus deseos].*

**(Tareas opcionales para la casa)**

*[Pídales a los estudiantes que vean 30 minutos de televisión y escriban lo que los anuncios estaban tratando de hacer que ellos comprarán. Al día siguiente, en la clase, aplique a cada uno la "prueba" de necesidades o deseos. Discutan los anuncios que promocionaban cigarrillos, alcohol o drogas. ¿Cómo se presentaron esos artículos que hizo que las personas desearan comprarlos?].*

**APLICAR (15 minutos)**

**Para los estudiantes más jóvenes de primaria**

**Actividad 1:** *[Jueguen el juego "necesidad o deseo". Traiga una bolsa grande con artículos como juguetes, zapatos, comida, cepillos de dientes, juegos, etc. Invite a un estudiante a pasar al frente y sacar un artículo a la vez. Discuta con la clase si ese artículo es una necesidad o un deseo].*

**Actividad 2:** *[Diga a los estudiantes]: **Hagan un dibujo de algo que deseen pero que realmente no necesitan. Piensen/intercambien/compartan con su vecino cómo saben ustedes que eso es un deseo y no una necesidad.***

**Para los estudiantes mayores de primaria**

*[Pídales a los estudiantes que escriban en sus diarios las respuestas a estas preguntas que usted escribirá en la pizarra].*



Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

1. *Una forma en que puedo estar contento con lo que tengo es \_\_\_\_\_.*

2. *Cuando veo anuncios acerca de cigarrillos, alcohol o drogas, esto es lo que pienso: \_\_\_\_\_.*

**COMPARTIR** (15 minutos)

**Para los estudiantes más jóvenes de primaria**

*[Como clase, hagan un anuncio que diga la verdad acerca de un objeto que los estudiantes pretendan estar vendiendo. Hablen acerca de lo importante que es decir la verdad cuando están publicitando artículos].*

**Para los estudiantes mayores de primaria**

*[Pídale a cada estudiante que cree su propio anuncio diciendo la verdad acerca del objeto que pretende vender. Hablen acerca de lo importante que es decir la verdad cuando están publicitando artículos. Compartan sus anuncios los unos con los otros].*

**FINALIZANDO LA LECCIÓN**

*[Una meta de esta lección era ayudar a los estudiantes a entender la diferencia entre una necesidad y un deseo en sus vidas. Con ese entendimiento vimos el negocio de publicidad y lo que impulsa el mensaje detrás del anuncio. Dimos un vistazo más cercano a la publicidad de cosas que son dañinas para el futuro de nuestros estudiantes. Continúe ayudándoles a darse cuenta que deben reconocer la veracidad de los anuncios].*

**PROFUNDIZANDO** (opcional)

*[Diga a los estudiantes]: En la última lección yo les pedí a todos que apuntaran al norte. Hagamos eso otra vez (con los ojos abiertos). Bien, todos estamos de acuerdo que el norte está en esa dirección. Pero veo alguna variación en hacia dónde están apuntando. [Vaya a la pared y muévase adelante y atrás revisando hacia donde están apuntando los estudiantes. Pídale a un estudiante]: Así que (el nombre del estudiante), ¿estoy parada exactamente donde se encuentra el norte? [Muévase de acuerdo a donde ellos piensan que está el norte. Pregúntele a otro estudiante que esté señalando de forma diferente]: (Nombre del estudiante), ¿qué piensas? Parece que estás señalando un poco más a la*

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

**izquierda (o derecha).** *[Pídales a otros sus sugerencias y después marque el lugar que tengan más común con un pedazo de cinta adhesiva. Si tiene acceso a una brújula, sáquela y pídale a uno de los estudiantes que se acerque y verifique en qué dirección está señalando la brújula. Si no, usted puede verificar la dirección correcta del norte de acuerdo a las discusiones anteriores].* **No diferimos mucho. ¿Pueden pensar por qué podríamos necesitar saber exactamente hacia dónde está el norte? Estar algo desorientados en un viaje corto no importaría mucho. Pero para un viaje más largo, un pequeño error en la dirección podría tener grandes consecuencias. Veamos si eso es cierto. Necesito 5 voluntarios.**

*[Diga al primer voluntario]:* **Por favor párate a un lado del salón, directamente enfrente de nuestro “verdadero norte”. Tú vas a ser nuestra “verdadera brújula del norte”, señalándonos la dirección del norte. Estarás sosteniendo las puntas de dos cintas.**

*[Diga al segundo voluntario]:* **Me gustaría que tomes un extremo de la cinta que “el verdadero norte” está sosteniendo y des cinco pasos en línea recta hacia el frente y te detengas.**

*[Diga al tercer estudiante]:* **Me gustaría que tomes un extremo de la otra cinta que “el verdadero norte” está sosteniendo y te alejes ligeramente del norte dando cinco pasos.**

*[Diga a los estudiantes]:* **¿Qué notaron?** *[Ellos debieron haber notado que los dos voluntarios sosteniendo las cintas estaban cerca el uno del otro].*

*[Diga al cuarto voluntario]:* **Ve y párate enfrente del tercer voluntario que estaba ligeramente desviado del norte, toma su cinta y continúa caminando por el rumbo que ella estaba marcando, hasta que llegues al final del salón.**

*[Diga al quinto voluntario]:* **Ve y párate enfrente del segundo voluntario que dio cinco pasos al frente, toma su cinta y continúa caminando recto hacia el final del salón.**

*[Diga a los estudiantes]:* **¿Qué notaron?** *[Espere por respuestas].* **Después de los primeros cinco pasos los estudiantes estaban bastante cerca. ¿Qué**

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

sucedió? *[De tiempo para respuestas]*. Mientras más lejos caminaban más grande se hacía la distancia entre ellos. Este ejemplo nos ayuda a darnos cuenta que mientras más lejos caminemos en la dirección equivocada, pareciera que nuestro error se vuelve más grande. Vean lo lejos que terminó estando el “verdadero norte”. Veamos si podemos encontrar esa idea en la Biblia.

*[Diga a los estudiantes]*: Permítanme hacer una pregunta. ¿Cómo pueden ustedes saber si una historia que están leyendo es una historia feliz o una historia triste? Algunas veces una historia tiene cosas tristes en ella, pero un final feliz. Generalmente pensamos de esta como una historia feliz. Lo contrario también es cierto. Una historia puede empezar feliz pero tener un final triste. El antiguo dramaturgo griego llamó una historia con un final triste una "tragedia" y una con un final feliz una "comedia". ¿Cuál será tu vida? Pablo, seguidor de Jesús, advierte a aquellos que siguen un estilo de vida *Destructora de Sueños*:

"Son envidiosos, borrachos, glotones y otras cosas parecidas. Les advierto a ustedes, como ya antes lo he hecho, que los que así se comportan no tendrán parte en el reino de Dios". (*Gálatas 5:21 DHH*).

¿Tiene alguien alguna idea acerca de cómo este versículo podría ser similar al experimento de dirección que hicimos hoy? Al igual que nuestro juego de viajar nos llevó más y más lejos de nuestra meta, también podemos alejarnos más y más de las metas de nuestra vida participando en los *Destructores de Sueños*. Si hacemos eso entonces al final de nuestra vida no estaremos donde queríamos estar. En otras palabras, si participamos en comportamientos dañinos y peligrosos, con el tiempo nos alejaremos de nuestros sueños. El escritor de Gálatas nos da una mirada al futuro para ver el resultado final de dejar que nuestras vidas giren alrededor de cosas que nos dañan, nos perderemos las riquezas de la vida que Dios tiene para nosotros.

Pero hay buenas noticias y una forma de no perderse las bendiciones de Dios. Todos necesitamos averiguar quién o qué es nuestro “verdadero norte”. Es muy importante mantener nuestros ojos y mentes puestos en nuestro “verdadero norte” para asegurarnos de estar caminando en la dirección correcta. Esto les ayudará a buscar cómo alcanzar sus metas y sueños.

Unidad 2	<i>Destructores de Sueños</i>	Los medios de comunicación al descubierto	21
----------	-------------------------------	---	----

## CONEXIÓN PADRES-MAESTRO

Hay una enorme diferencia entre lo que percibimos como nuestras "necesidades" y nuestros "deseos". Los padres y los educadores pueden ayudar a los estudiantes a diferenciar los dos. Esto es importante para ayudarlos a estar contentos con las situaciones de la vida. Los estudiantes también necesitan entender la fuerza detrás del negocio de publicidad y cómo este trata de manipular sus deseos para que anhelan más "cosas". La publicidad para cigarrillos, alcohol y drogas influencia las elecciones de sus hijos, basados en la promesa de felicidad.

### Preguntas que pueden hacerle a su hijo:

1. ¿Recuerdas alguna de las formas en las que tú puedes saber si necesitas algo o simplemente lo deseas? (En clase nosotros hablamos acerca de 8 preguntas a hacer que les ayudará a saber si necesitan un artículo o solo lo desean, especialmente cuando vemos anuncios en televisión, en una revista, en una valla publicitaria, o en el Internet).
  - *¿Es este artículo algo que tú necesitas o es algo que deseas?*
  - *¿Cómo esta imagen en el anuncio hace sentir respecto al artículo?*
  - *¿Por qué querrías comprarlo?*
  - *¿Cómo te sentirías si no tuvieras el dinero para comprar esto?*
  - *¿Por qué piensas tú que las compañías invierten tanto dinero en publicidad?*
  - *¿Creestú que lo que ves en los anuncios es cierto? ¿Por qué sí o por qué no?*
  - *¿Te sentirías contento si no tuvieras ese artículo? ¿Por qué sí o por qué no?*
2. ¿Me puedes mencionar algunas diferencias entre felicidad y gozo? (La felicidad es situacional, condicional, fugaz y adictiva - siempre queremos más. El gozo es fundacional, relacional y auto gratificante. El gozo produce contentamiento).

Padres, compartan acerca de alguna vez en la que los medios de comunicación los influenciaron a comprar algo. ¿Cómo se sintieron después de la compra?

