

2e: 10 Formas de vender una idea: las bases de la persuasión

2006-09-07

2e: 10 Formas de vender una idea: las bases de la persuasión

Enséñele al estudiante que el poder que tiene la publicidad radica en su habilidad para persuadir y que los publicistas cuentan con muchas técnicas para crear mensajes persuasivos. Lleve a cabo una actividad en la que los estudiantes inicialmente identifiquen y luego construyan ejemplos de avisos publicitarios, con 10 de las técnicas de persuasión más comunes que encuentren en revistas.

Enséñele al estudiante que el poder que tiene la publicidad radica en su habilidad para persuadir y que los publicistas cuentan con muchas técnicas para crear mensajes persuasivos. Lleve a cabo una actividad en la que los estudiantes inicialmente identifiquen y luego construyan ejemplos de avisos publicitarios, con 10 de las técnicas de persuasión más comunes que encuentren en revistas.

2e - 10 Formas de vender una idea: las bases de la persuasión

El poder que tiene la publicidad radica en su habilidad para persuadir y los publicistas cuentan con una amplia gama de técnicas para crear mensajes persuasivos. Esta actividad presenta diez de las técnicas más comunes que se pueden encontrar en muchos avisos publicitarios. Los estudiantes deben identificar y reconstruir ejemplos

de estas técnicas que encuentren en revistas para crear luego sus propios avisos publicitarios usando algunas de ellas. Combinando el análisis con la producción, los estudiantes no solamente toman conciencia de las formas como trabaja la publicidad, sino que también se vuelven más críticos y activos con la publicidad que encuentran a diario, ya sea en camisetas, televisión, Internet, vallas o centros comerciales.

Objetivos: Los estudiantes estarán en capacidad de:

1. Reconocer diferentes técnicas de persuasión utilizadas en publicidad.
2. Entender cómo los anunciantes usan estas técnicas con el propósito de manipular.
3. Demostrar su comprensión de diferentes técnicas de persuasión, mediante la creación de carteles o afiches que muestren algunas de las estrategias que los publicistas utilizan para convencer a los consumidores.

Integraciónal currículo:

Esta lección puede integrarse muy bien con temas de Salud si se analizan productos como: tabaco, licor, alimentos saludables, alimentos “chatarra”, etc.

Preparación / Materiales:

1. Copias de la Hoja 2E: “10 técnicas de persuasión.”
2. Revistas para recortar.
3. Diez tarjetas de cartulina con el nombre de cada una de las técnicas de persuasión escrito en letra grande.
4. Diez pliegos de cartulina para hacer afiches o carteleras.

Estrategias de enseñanza:

I. Discusión

- Comience con una discusión acerca de la publicidad:
- ¿Cuál es el propósito de la publicidad?

- Generalmente ¿dónde se ven avisos publicitarios?
- ¿En algunas oportunidades la publicidad nos miente o nos engaña? ¿Cómo funcionan los avisos publicitarios?

II. Presentación de técnicas de persuasión

- El docente repasa y discute con los estudiantes diez técnicas de persuasión.
- Informa a los estudiantes que muchos anuncios publicitarios emplean varias de estas técnicas simultáneamente.
- Con estudiantes más jóvenes solamente presente algunas de estas técnicas a la vez.
- Con estudiantes mayores explore, además, técnicas más sofisticadas como testimonios, presentación de gente común, uso de premios, etc.

III. Investigar y seleccionar

- Organice a los estudiantes en grupos y solicíteles que investiguen en revistas y localicen ejemplos en los que se utilizan las diferentes técnicas. Use las tarjetas de cartulina para indicar dónde se encuentran las diferentes técnicas en los anuncios de las revistas. Desprenda los avisos y apílelos en los grupos correspondientes a cada técnica utilizada.
- Al terminar este trabajo revise con toda la clase algunos ejemplos de la clasificación hecha. Pida a los estudiantes que argumenten ‘por qué’ tomaron algunas de las decisiones menos obvias y revise los avisos que utilizan más de una técnica. Examine, además, cuáles son las técnicas más y menos populares y pregúnteles cuáles creen ellos que sean las razones de esta situación.

IV. Creación de “Collages”

- Una vez estén separados los avisos en los 10 montones, asigne a cada equipo una de las técnicas de persuasión. Cada grupo debe recortar de la pila de anuncios, fotografías y palabras, que le permitan generar un montaje (collage) para crear una cartelera o afiche en el que se evidencie visualmente la técnica de persuasión que se le asignó.
- Cuando la cartelera o afiche este terminada, péguele la tarjeta con el nombre de la técnica de persuasión utilizada. Posteriormente y como referencia, los estudiantes puede utilizar este recurso cuando analicen otros anuncios publicitarios o cuando los creen ellos mismos.

HOJA 2E

|

10 Técnicas de persuasión

|

| La siguiente es una lista de las diferentes estrategias que los publicistas usan para inducirnos a comprar el producto anunciado. |

| 1. **Humor** | Imágenes divertidas o alocadas. |

| 2. **Machismo** | Fuerte, decidido, poderoso, usualmente hombre. Puede portar armas o estar en situaciones peligrosas. Vaqueros. |

| 3. **Amigos** | Grupos de personas divirtiéndose, realizando actividades en conjunto. Compañeros, compinches, amistad. |

| 4. **Familia** | Madre, padre, hijos o una familia. También grupos intergeneracionales. |

| 5. **Diversión** | Todos están felices, riéndose y divirtiéndose. Normalmente grupos de personas haciendo cosas agradables y recreándose. |

| 6. **Naturaleza** | Escenarios naturales: montañas, lagos, mares, desiertos, flores, etc. Pueden incluir o no personas. |

| 7. **Sexy** | Énfasis en atributos físicos de modelos, usualmente mujeres; Pueden llevar ropa ligera y se muestran en actitudes provocadoras mediante sus poses o lenguaje corporal. |

| 8. **Dibujos Animados** | Usualmente personas o animales representados por dibujos o animaciones en situaciones humorísticas. |

| 9. **Celebridades** | Personas fácilmente reconocibles: atletas, músicos, políticos o estrellas de cine. |

| 10. **Riqueza** | Sitios y cosas costosas y elegantes. Casas grandes, carros nuevos, joyas, ropa de marca, etc. |

FORMATO DE RETROALIMENTACIÓN

|

Cinco preguntas que pueden cambiar el mundo

****Anotaciones / Reflexiones****

|

|

Lección #____:

RE: ☐ Pregunta clave ☐ Cita ☐ Historia de éxito ☐ Problema Identificado

|

| |

| Lección #____:

RE: ☐ Pregunta clave ☐ Cita ☐ Historia de éxito ☐ Problema Identificado |

| |

| Nombre __ Grado / Curso: __ |

| Colegio / Organización __ Ciudad / Dpto: __ |

| Fecha: ____ Correo electrónico: ____ **Teléfono:** _ |

Descargado desde eduteka.co · edukatic.co/articulos/ver.php?id=521