



En la publicidad vemos los productos asociados a estados de bienestar que no son resultado del uso del producto en cuestión.



Sesión
4

Mercadotecnia y publicidad para persuadir

La publicidad se orienta a la difusión y venta de mercancías para convencer a las personas de adquirir los productos. Las estrategias para persuadir son diversas, pero en todos los casos se busca realizar anuncios atractivos; por eso, en ocasiones, notarás que se exageran los beneficios y características de ciertos productos. Además, al promoverlos se incorporan otros elementos como música, paisajes o lugares agradables, y personas muy atractivas de acuerdo con prototipos de belleza que circulan en nuestra sociedad. La razón es que la intención es influir, convencer, orientar a las personas para que elijan esos productos. Para que tengas un ejemplo, lee el siguiente fragmento.

La mercadotecnia, también conocida como *marketing*, incluye un conjunto de principios y técnicas para persuadir a un sector de la población de realizar ciertas prácticas de consumo, aumentar el comercio de un producto y propiciar que crezca la demanda de él.

Estos trabajos sirven para investigar y analizar los mercados; así, por ejemplo, se estudia si conviene vender determinado producto por correspondencia o en locales comerciales, se investiga si existe en el mercado objetos análogos (es decir que tengan la misma función y apariencia), sus precios, sus cantidades, etcétera; luego se intenta establecer la inversión económica que se debe realizar, el medio a utilizar: televisión, radio, prensa... y por último, se elabora el mensaje publicitario.

Abad, J. (1995). *La vida moral y la reflexión crítica* (p. 121). Madrid, España: McGraw-Hill.

Dato Interesante

De acuerdo con una noticia del diario *Excelsior*, "los jóvenes mexicanos son quienes destinan el mayor presupuesto a la compra de teléfonos inteligentes (*smartphones*), en comparación con el resto de América Latina.

Por ello es importante hacer uso del pensamiento crítico para cuestionar y analizar la información que circula en distintos medios. Creer en todo lo que se dice u ofrece en los medios de comunicación puede traer consecuencias desfavorables a la salud física o emocional y a la economía de las personas.

Si desarrollas un pensamiento crítico, tendrás la oportunidad de valorar si las decisiones que tomas son producto de alguna influencia y decidir si las aceptas o no.

■ Para terminar

Actividad 

5. Para finalizar realiza lo siguiente:

- a) Consulta en tu carpeta el escrito acerca de las situaciones en las que te has sentido presionado para hacer algo que no querías. Piensa:
- De acuerdo con la forma en la que reaccionaste en aquella ocasión, ¿qué tan crítico y asertivo fuiste?
 - ¿Qué puedes hacer a partir de ahora, para desarrollar tu pensamiento crítico y la comunicación asertiva?
- b) En una hoja o en un procesador de texto completa las siguientes frases, anéxalas a tu escrito y guárdalas en tu carpeta. 

Mis compromisos para ser crítico y asertivo son...

Cuando alguien me presione yo...

Al ver, leer o escuchar un programa yo...

Al comunicarme con mi familia, amigos, vecinos, maestros yo...

Cuando estoy a punto de perder el control de mis emociones yo...

Quando no estoy de acuerdo con una idea, situación yo...

Si tengo dudas acerca de mi salud sexual yo....

Al convivir con mis compañeros yo...

- c) En grupo y con la guía de su maestro comenten cómo se sintieron mientras realizaron las actividades.

Al desarrollar tu pensamiento crítico serás capaz de identificar y examinar las presiones, retos o influencias que pueden ejercer sobre ti las personas o grupos con los que convives, como tus compañeros de clase, familiares, amistades o los programas o anuncios que se transmiten en los medios de comunicación como la televisión, revistas, radio, entre otros. La asertividad te dará elementos para decir de manera clara, precisa y directa lo que sientas o piensas de una situación, de una relación o de una persona. Ambas favorecerán que decidas con mayor autonomía.