

Trabajo en casa 7

Ensayo II

Seleccione un anuncio o una campaña publicitaria que le interese y sobre la que quiera reflexionar. Puede hablar sobre anuncios impresos o sobre spots publicitarios, o sobre ambos, si forman parte de la misma campaña. Su tarea consiste en realizar una lectura detallada de los elementos visuales y verbales de los anuncios. Utilizando como modelo los ensayos de Brubach, Gladwell ("Khakis"), Rushkoff y Kilbourne, explíquenos qué venden los anuncios y cómo lo hacen. Díganos si el anuncio está concebido para atraer a una audiencia determinada, como por ejemplo niños o adolescentes, niñas o chicas jóvenes, o niños o chicos jóvenes. Explique también si el anuncio está dirigido al comprador "romántico" o al "clásico" (¿fantasía o utilidad?, ¿ambos?). Tal vez considere útil la aplicación de los criterios sobre las técnicas publicitarias ideadas para atraer a los hombres y a las mujeres, según las plantea Gladwell ("Khakis") o las técnicas de persuasión señaladas por Rushkoff.

Del mismo modo, asegúrese de que su posición sobre los anuncios queda clara para sus lectores: elabore una tesis que relacione los anuncios con ideas o valores culturales más amplios. Los destinatarios de este ensayo son estudiantes de universidad e instituto (y el profesor también, claro está). Sin embargo, no quiero un enfoque esquemático, sino un ensayo vívido e interesante que atrape la atención de los estudiantes y que les haga contemplar el anuncio o anuncios elegidos como tema de un modo diferente. 4-5 páginas.

Notas:

- 1) **Formato:** redacte el ensayo con un estilo informal; es decir, si cita fuentes, incorpore las referencias a las mismas en el texto en lugar de utilizar citas o pies de página.
- 2) **Tono:** aunque la finalidad sea seria, no es obligatorio que utilice un tono formal como el que generalmente utilizaría en un documento de investigación. Tenga en mente los modos diferentes en que Brubach, Kilbourne y Gladwell enfocan sus temas. Puede optar por una presencia explícita del escritor en el ensayo, como hacen ellos, o centrarse estrictamente en el material debatido. Del mismo modo, le está permitido utilizar el humor si lo considera un modo adecuado de captar la atención sobre el tema, o un tono más serio, como hace Jean Kilbourne.
- 3) **Lógica y declaraciones:** este tipo de trabajo conlleva la tentación de hacer grandes manifestaciones acerca de las intenciones y los efectos de la publicidad. Sea cauto en el modo de expresar estas afirmaciones; no haga declaraciones que no pueda respaldar.