

Erick Xavier Becerra Delgado – Cartel Persuasivo

1. Título del Cartel
 2. Objetivo del cartel, (objetivo particular de acuerdo al objetivo individual de su propuesta)
 3. Demanda, Garantía y Datos.
 4. 3 Creencias principales que se quieren cambiar sobre el hábito.
 5. La relación entre actitud y conducta.
 6. Modelo que se utiliza.
 7. Teorías en la que se apoya y porque.
 8. Principio de Influencia que utiliza.
 9. Característica del mensaje persuasivo que utiliza.
-
- 1- No tomes consejos, mejor toma agua.
 - 2- El objeto de este cartel es que las personas dejen de tomar alcohol y comiencen a tomar agua, muchas veces nos dejamos guiar por amigos, y muchas veces también no conocemos las consecuencias de las cosas que estamos haciendo. De eso trata este cartel, cuando tengan sed, no al alcohol, si al agua.
 - 3- **Demanda:** Que las personas al leer este cartel y ver la imagen la asocien con que tomar agua es algo bueno y que el alcohol solo daña a nuestro cuerpo.
Garantía: Que el observador piense dos veces las cosas antes de decidir entre tomarse una cerveza o tomar un vaso de agua, creando así un buen hábito.
Datos: imágenes claras, la representación es bastante gráfica y entendible, datos concisos, explicamos el valor del agua sobre la cerveza con solo una imagen, cerrando con una frase para convencer.
 - 4- Se cree que las personas son más vulnerables ante la influencia de sus amigos, es lo que trato de cambiar. Que ellos tomen sus propias decisiones y elijan lo mejor para su cuerpo.
 - 5- La relación entre actitud y conducta es que mientras más personas miren este cartel, más se ira corriendo la voz acerca de la importancia de tomar agua y dejar de beber alcohol. Además de que esto lo pueden hacer un muy buen hábito.
 - 6- El modelo es AIDA ya que la combinación de colores y la imagen atraen tu atención, el interés comienza desde que lees la primera frase, el deseo es de querer intentarlo y cambiar un tarro de cerveza por una botella de agua, la acción se emplea cuando quien está mirando la imagen tiene esa intriga por hacerlo y comienza con ese hábito teniendo resultados satisfactorios.
 - 7- Se basa en la teoría de la publicidad, porque el diseño está hecho con ese fin, que sea muy comercial y muchas personas lo puedan ver, también tiene algo que ver con la teoría de la atribución, porque puede que desde pequeño te

inculcan el hábito de no tomar alcohol tanto como que después de ver esta imagen comiences a cambiar por ti mismo.

- 8- Simpatía o atractivo, porque al observar la imagen te llama la atención analizarla y seguir leyendo para canalizar la información más importante y que esa imagen se quede en nuestra mente y lo estemos repitiendo una y otra vez, compromiso, porque una vez que aceptas intentarlo estás dispuesto a cumplirlo.
- 9- Apelar a la emoción, porque si tú eres de lo que cuando tienes sed te tomas un tarro de cerveza, esto automáticamente te generará sentimientos positivos o negativos. Miedo, porque con la frase de Elige la salud, tu cerebro mandará una señal de alerta e intentarás cambiar tus actitudes. Mensajes unilaterales o bilaterales, la imagen lo describe todo, el mensaje es muy claro si sigues tomando alcohol es probable que tu salud esté muy mal, y a veces por seguir a los amigos no nos damos cuenta del daño que esto puede generar a nuestra salud, por eso este cartel es de suma importancia.



NO
tomes
consejos,

mejor
toma
Agua!

Elige lo más importante,
Elige la salud