

COLEGIO SANTA BERNARDITA
TALCAHUANO
ASIGNATURA: Lengua y Literatura
PROFESOR(A): Claudia Arteaga Morales
CURSO : Octavos años

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 1 LA PUBLICIDAD

Nombre : _____ Curso: _____ Fecha: _____

Objetivo de la clase: Reconocer y comprender las características y propósitos de la Publicidad y Propaganda .

LA PUBLICIDAD

La publicidad es una técnica utilizada para inducir al público a aceptar un producto, servicio o institución. Se vale de los medios de comunicación para distribuir los mensajes en masa. La publicidad promueve productos (bienes de consumo: destinados al consumidor final y bienes de producción: destinados a la producción de otros bienes) y servicios (actividades especializadas que las empresas ofrecen al mercado).

La propaganda es una técnica utilizada para aconsejar al público, a través de los medios masivos de comunicación, respecto de una idea o punto de vista, intentando conseguir adhesión en sus receptores.

TIPOS DE PUBLICIDAD:

Existen diversos tipos de publicidad:

1. Publicidad impresa: aparece en diarios, periódicos y revistas. Su valor monetario se establece de acuerdo al tamaño, ubicación y espacio que ocupan.	3. Publicidad de exteriores: carteles de carretera, vallas de edificios, paletas, persianas electrónicas, furgones, micros, colectivos, ropa, accesorios como lápices, fósforos, etc.
2. Publicidad directa: se entrega mano a mano, utilizando panfletos, folletos, catálogos.	4. Publicidad audiovisual: aparece en radio, televisión e internet. Su valor o tarifa se establece de acuerdo al horario punta y duración del aviso.

LA ARGUMENTACIÓN A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD:

La publicidad al tratar de promocionar un producto busca generar interés del receptor. Por ejemplo, si se vende un servicio como un seguro de vida, empleará una serie de argumentos asociados a valores como la prevención, la organización, la importancia de la familia, los hijos, el futuro. Así, de acuerdo al producto, la publicidad intenta convencer o persuadir al receptor con argumentos adecuados a la edad, al nivel socioeconómico, etc.

En publicidad y propaganda encontramos argumentos de orden lógico- racionales (convencimiento), pero también emocionales (persuasión). En el siguiente afiche propagandístico, por ejemplo, se utilizan argumentos persuasivos. Se pretende conmover al receptor haciéndolo solidarizar con la Teletón. Esto se aprecia en el eslogan sumado a la imagen del joven.



En cambio, en esta publicidad encontramos argumentos lógicos basados en definiciones, descripciones, hechos y autoridad:

Fórmula clínicamente probada para
**aliviar la sensibilidad dental y
potenciar la salud de las encías.**

DOBLE ALIVIO
Dientes sensibles y
problemas de encías

SENSODYNE SENSIBILIDAD & ENCÍAS

a

La autoridad científica que avala la investigación.

Describe los dientes y encías y cómo este producto alivia el dolor de estos.

La palabra persuasión etimológicamente proviene del latín “suadeo”, que significa “aconsejar, dar a uno un consejo”. De este verbo latino se forman dos verbos más: persuadir y disuadir, denominados “mecanismos suasorios”.

MECANISMOS SUASORIOS

PER

(Preposición latina). Significa: a través de, por medio de, entre.

DIS

(Prefijo latino). Significa negación, separación.

SUADEO

PERSUADIR es inducir, mover, obligar a uno con argumentos (emocionales) a hacer algo.
Ejemplo: Tome Coca-Cola.

DISUADIR: Inducir, mover con razones a alguien a mudar o cambiar de dictamen, a desistir de un propósito.

Ejemplo: Fumar provoca cáncer.

EJERCICIOS: A continuación encontrará algunos ejercicios asociados a estos contenidos:

I.-Los siguientes eslógans ¿son publicidad o propaganda?

1. Si vas a beber, entrega las llaves: _____
2. Just do it: _____
3. Obedece a tu sed: _____
4. Porque ensuciarse hace bien: _____
5. Maricón es el que maltrata a una mujer: _____

II.-Si se promociona un ... ¿se vende un bien de consumo, servicio o producción?

1. Máquina de coser : _____
2. Tintura de pelo: _____
3. Educación : _____
4. Retroexcavadora: _____
5. A.F.P.: _____
6. Máquina rellena de conos: _____
7. ISAPRE: _____

III.-Identifique a través de los siguientes eslóganes si se persuade o disuade:

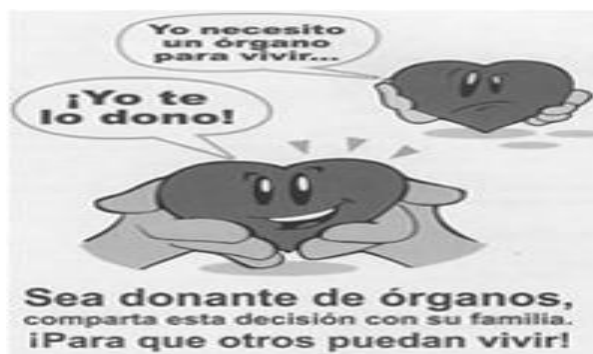
1. Única, grande, nuestra _____
2. Si te toca, no te calles _____
3. Hará un tigre de ti _____
4. Comprar objetos robados también te hace un delincuente

5. Si consumes, te consumes _____
6. Hará un tigre de ti _____
7. Destapa tu belleza _____

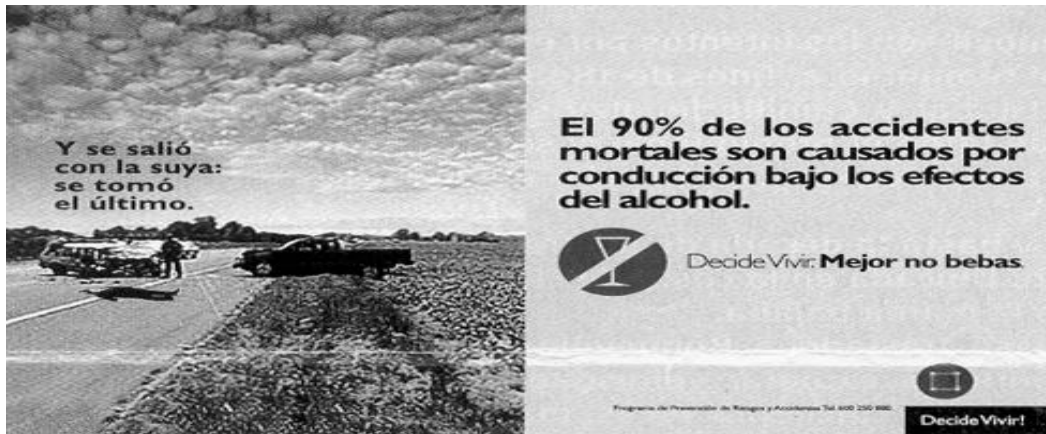
IV.-ENCIERRE EN UN CÍRCULO LA ALTERNATIVA CORRECTA. (Ejercicios extraídos de www.educarchile.cl)

1. En el afiche se emplea un mecanismo persuasivo porque:
 - I. Se combinan elementos verbales e icónicos
 - II. Se difunde un mensaje que beneficiará a quienes necesitan un trasplante de órganos.
 - III. Se exhorta al receptor para que done sus órganos.

- A. Sólo I
- B. Sólo III
- C. Sólo I y II
- D. Sólo II y III
- E. I, II y III



2. ¿Cuál es la finalidad de la campaña propagandística?



- A. Convencer con cifras acerca de la gravedad de los accidentes automovilísticos.
- B. Entretener al receptor con una campaña con impacto visual.
- C. Disuadir al receptor para que no beba alcohol al manejar.
- D. Argumentar a favor de las campañas que salvan vidas.
- E. Ninguna de las anteriores

IV.- Elabora un afiche publicitario ,considerando los elementos propios de la estructura de este tipo de texto y su propósito comunicativo.

Sugerencias de productos a publicitar :

