

AÑO: Tercero CICLO: CBESRA TURNO: tarde

ESPACIO CURRICULAR: **Lengua**

CONTENIDOS:

La Publicidad. Estructura. Producción de textos.

CRITERIOS DE EVALUACION:

- Reconocer textos publicitarios
- Interpretar textos
- Emplear textos publicitario

INDICADORES DE EVALUACION:

- Lee e interpreta correctamente textos publicitarios-
- Selecciona diferentes publicidades.
- Reconoce su estructura.

ACTIVIDADES DE DESARROLLO

La Publicidad

La **publicidad** es un tipo de texto que se produce con **fines comerciales**. Atraves de distintos medios de comunicación, las empresas intentan llamar la atención del público para captar posibles consumidores y así mejorar las ventas de su producto comercial o del servicio que pretenden ofrecer. La función del texto publicitario es, por tanto, **apelativa**, pues su fin es persuadir al receptor para que compre un producto o servicio.

En la publicidad, el **emisor** suele estar diversificado. Si, por un lado, hay un **anunciante** (una empresa que invierte un determinado monto en un anuncio publicitario con el fin de captar más compradores), por el otro suele haber también un **publicista** o una **agencia de publicidad** que se encarga de pensar, diseñar y difundir la publicidad.

Para convencer al posible consumidor, se utilizan diversos argumentos de ventas.

Estos pueden estar basados. Por ejemplo, en las cualidades del producto, en los beneficios que brinda, en su precio o en el prestigio y trayectoria de la marca.

Actividades:

- 1) Lea con atención “La Publicidad”
- 2) Recorta y pega en la carpeta:
 - a) Publicidades con imágenes que por sí solas logran promocionar el producto

b) Publicidades en las que el potencial consumidor necesite leer el texto

Para recordar: en una publicidad gráfica o televisiva, el código verbal (las palabras) y el código visual (las imágenes) suelen complementarse Pueden establecer distintos tipos de relaciones.

- ✓ En algunos casos, las palabras y las imágenes transmiten el mismo contenido. El lenguaje visual ilustra lo que dice el lenguaje verbal.
- ✓ En otros casos, las imágenes y las palabras aportan diferente información.

Para llamar la atención del receptor, muchas veces se utilizan en las publicidades diferentes recursos estilísticos. Además de metáforas, hipérbolos, personificaciones, preguntas retóricas y alusiones culturales, suelen haber también imágenes sensoriales, rimas repeticiones, comparaciones, etc.

- a. Arma una publicidad gráfica en un afiche. Dibuja el objeto o busca una fotografía
- b. Piensa como llevarías la misma publicidad a la radio y a la televisión. ¿De qué manera transmitirías el mismo mensaje sin imágenes?
- c. Diseña una campaña publicitaria. Para eso siga estos pasos.
 - Qué objeto o servicio vas a publicitar.
 - Quiénes serán los destinatarios.
 - Cuál será el argumento de venta.
 - Qué recursos estilísticos usaras.

SUPERVISORA: CARDOZO LILIANA