

ESCUELA: CENS ZONDA

DOCENTE: CATERINA MORALES

CURSO: 2° 1° Y 2° 2°

NIVEL: SECUNDARIO DE ADULTOS

TURNO: NOCHE

ÁREA CURRICULAR: LENGUA Y LITERATURA

TÍTULO DE LA PROPUESTA: Texto argumentativo: Carta de lectores.

CONTENIDOS: Textos argumentativos. Publicidad y propaganda.

Guía N° 4

LEEMOS Y APRENDEMOS

La publicidad y la propaganda, textos argumentativos.

La publicidad y la propaganda pertenecen a los textos argumentativos porque tienen la finalidad de convencer al receptor para alcanzar un objetivo deseado. Por eso, en estos textos predomina la función del lenguaje apelativa.

La publicidad se hace con fines de lucro (ganancia monetaria), en cambio la propaganda es sin fines de lucro, es decir, que no busca ganancia económica, pero sí adeptos, gente que adhiera a una idea, propósito u accionar. Las publicidades promocionan productos (celulares, zapatillas, galletas) o servicios (internet, telefonía, seguros, salud, etc.), mientras que, las propagandas divulgan y dan a conocer acciones y pensamientos que se fundamentan en principios y valores de un grupo específico o de toda la población, como por ejemplo: Green Pace (propaganda ecológica), Salud pública (propagandas sobre la prevención de dengue, vacunación antigripal, Covid19 (propaganda de salud), discursos políticos durante las campañas (propaganda política), etc.

En esta oportunidad, se hará énfasis en el discurso publicitario, el que incluye la formulación de una tesis u opinión del emisor que la justifica. Generalmente, la publicidad transmite la tesis o idea de “el disfrute con este producto, el mejor de su clase, su necesidad de adquirirlo”. En el mensaje están expresadas las razones que justifican la excelencia y necesidad del producto o servicio.

Todo discurso tiene un receptor al cual se orienta. En el caso del publicitario, la figura del receptor es muy importante, ya que se espera que él acepte la tesis propuesta. Por esto, es fundamental conocer con claridad al receptor y sus características para elegir los recursos adecuados para convencerlo de acuerdo a sus creencias, intereses, edad y estilo de vida.

En las publicidades, tanto la imagen como el texto, expresan argumentos y presentan atributos del producto, ya que se debe decir mucho pero de forma sintética y condensada.

La tarea de los publicistas es promocinar un producto. Para esto, proporcionan cierta información sobre él y además le asignan un valor que no siempre tiene por sí mismo.

Los productos parecen adquirir ese valor excesivo porque el mensaje que los proporciona :

- Valoriza más el envase que el contenido.
- Muestra más el contexto de consumo que el producto mismo.
- Refleja el efecto que el producto tiene en los que rodean al consumidor más que la utilidad del mismo.

AHORA... ¡A TRABAJAR!

1. Observe las siguientes publicidades y responda:

a-¿Qué información se da sobre cada producto?

b-¿Qué tesis o idea se defiende en cada publicidad?

c-¿A quién se dirige cada una? ¿A qué deseo o temor de la gente apelan (invocan)?

d- ¿Qué argumentos (motivos) utilizan estas publicidades para convencer al receptor?

e-¿Se le da más importancia al envase o al contenido? ¿Por qué?

f-¿Muestran la situación de consumo? Si es así, ¿En cuáles? ¿Con qué finalidad lo hacen?

A-



B-



C-



D-



2. Busque en diarios, revistas o internet tres publicidades. Luego recórtelas y péguelas o cópielas .

3. Observe cada publicidad seleccionada en el punto anterior , reconozca y anote: el producto que se publicita , la tesis o idea que se defiende sobre cada producto, qué motivos o argumentos se usa en cada caso para promocionar el producto pertinente, quién es el destinatario específico de cada publicidad, cuáles son las semejanzas y las diferencias que observa entre las distintas publicidades seleccionadas.

4. Diseñe dos anuncios publicitarios en dos folletos (hojas) que estén orientados a distintos destinatarios, con características diferentes (adolescentes, adultos, niños, profesionales, amas de casa, deportistas, hombres, mujeres, etc.). Para esto, debe seguir los siguientes pasos:

- a. Piense una serie de productos y elija dos de ellos.
- b. Identifique y coloque un nombre al producto.
- c. Determine a que sector social se dirige su anuncio.
- d. Haga una lista de argumentos o motivos posibles por los cuales el receptor debe elegir su producto.
- e. Piense en las imágenes, personajes y colores que usará en su publicidad.
- f. Piense en el diseño y la confección de su folleto (orden, tipo de letra y ubicación de las palabras y las imágenes en el papel).
- g. Confeccione y produzca sus folletos publicitarios.
- h. Conserve los folletos producidos para ser presentados a la vuelta a clases presenciales.

Queridos alumnos: Ante dudas y consultas, pueden escribirme al siguiente correo electrónico: **caterinamoraes1986@gmail.com**

Director: Prof. Alejandro Godoy