



# INSTITUCIÓN EDUCATIVA LENINGRADO

Resol. No.2285 de mayo 02 de 2011 Jornada Diurna

Resol. No. 3212 de Julio 01 de 2011 Jornada Nocturna

NIT 816.002.832-0 DANE 166001002886



## TALLER No   3

**NOMBRE DEL TALLER:** Medios de comunicación(los anuncios publicitarios)

- **ÁREA:** Lenguaje
- **DOCENTE:** Luz Mery Tamayo
- **GRUPO:** 9
- **FECHA:** marzo 2024

### FASE DE PLANEACIÓN O PREPARACIÓN

**COMPETENCIA:** Confronta los discursos provenientes de los medios de comunicación con los que interactúa en el medio para afianzar su punto de vista particular.

**EVIDENCIA DE APRENDIZAJE:** -Comprende la relación de los anuncios publicitarios y el entorno social  
-Participa en medios escolares en los que plantea su postura frente a un acontecimiento, situación o problemática que llama su atención o que incide en la cotidianidad institucional.  
- Infiere significados implícitos, referentes ideológicos, sociales y culturales en los medios con los que interactúa.

### FASE DE EJECUCIÓN O DESARROLLO

**INSTRUCCIONES:** observa una propaganda de televisión que te guste, describe de qué se trata, ¿qué te ofrece, por qué te gusta?, ¿qué la hace llamativa o interesante? Después de realizar este ejercicio de escritura lee los conceptos de la teoría sobre la publicidad y la forma cómo nos manipula.

**TEORÍA:** por favor leer detenidamente.

**Influencia de la publicidad en el consumo:** La publicidad es el arte de persuadir a las personas para que realicen una acción con mayor frecuencia de lo habitual. La publicidad invita a adquirir, a tener, a comprar. La publicidad ejerce una importante influencia en las familias para que caigan en el consumismo. Las familias que tienen buen poder adquisitivo mantienen un nivel extraordinario de consumo y, por lo general, almacenan gran cantidad de productos. En otras ocasiones los ingresos de las familias son menores a sus niveles de consumo surgiendo así un grave problema característico de nuestra sociedad, el endeudamiento, como sucede con las familias de clase media y baja.

Así, nuestras ciudades se han convertido en inmensos escaparates brillantes y luminosos llenos de mercancías y de publicidad. Por otra parte, los cubos de basura, los cementerios de automóviles, etcétera, fruto de las modas y de los usos reflejan el valor de lo efímero. (Fernández, Noriega, & Rebatta, s.f.)

**EL ANUNCIO PUBLICITARIO:** Es una clase de texto informativo cuyo mensaje incluye un conjunto de textos, imágenes, sonidos y símbolos que transmiten una idea. Su finalidad es captar la atención del receptor, comunicar efectivamente esa idea que responde al objetivo publicitario.

**Características:** • Breve • Claro • Impactante • Emocionante • Fácil de recordar • Real • Creativo • Dirigido a un público en concreto.

Los textos publicitarios son textos “directivos”, destinados a “persuadir” al ciudadano para que haga la acción de comprar un objeto o la de asumir una idea.( Ministerio de Educación y Ciencia de España, s.f.)

Su contenido, puede ser: • Promoción: estos anuncios tienen como objetivo anunciar y publicar ciertos beneficios de productos o servicios que otorga el mismo medio de comunicación. La finalidad es aumentar la cantidad de oyentes. Algunos ejemplos son regalos de CD, entradas para recitales, cenas, etc.

• Comercial: tiene como finalidad aumentar las ventas de los servicios y productos, es decir que sus fines están ligados al aumento de ingresos.

• Servicios públicos: estos son muy similares a los anteriores, ya que su objetivo también es aumentar las ventas. Sin embargo estos intentan crear una causa que le interese a la mayoría de la población, para poder mejorar el nivel de vida de los sujetos. Para ello intentan captar la simpatía de los oyentes, presentarse a través de un carácter noble y humanitario, entre otros recursos (Portal Educativo Tipos de, s.f.).

**Recursos lingüísticos: en los anuncios publicitarios se usan recursos del lenguaje para dar expresividad. Por ejemplo:**

• Expresiones coloquiales o palabras del común: enróllate con... • Alteración de expresiones o frases hechas: si bebes,... yo conduzco.

• Términos inventados, tecnicismos: biodegradable, superplay. • Juegos de palabras, dobles sentidos: recibe nuestro calor (Gas natural). • Extranjerismos: On the rock, Jeans, Eau de cologne. • Superlativos: el más limpio, blanquísimo, superbrillante. • Fórmulas de tratamiento (tuteo o uso de usted): porque tú eres joven, busque, compare y... • Preguntas, exclamaciones e interjecciones: ¿Eh? ¡Y sólo cuesta...! • Imperativos: señora cambie a XX y notará la diferencia. • Adjetivos: sensacional, natural, diferente, práctico. • Frases que sugieren exotismo: el frescor salvaje de los limones del Caribe; sensualidad, una caricia para tu piel; libertad, deja a tus cabellos vivir en libertad (Materiales de Lengua y Literatura, s.f.)

**EJEMPLOS de anuncios publicitarios:**



anuncio comercial



anuncio en medio impreso



publicidad engañosa

## FASE DE EVALUACIÓN

### ACTIVIDAD A EVALUAR:

1. Explica mediante un párrafo con tus palabras las siguientes frases:
  - Quien controla los medios, controla la cultura
  - Los medios venden una realidad que no existe
  - La televisión es el integrante más influyente de la familia
2. escoge 5 propagandas de tv y analiza:



# INSTITUCIÓN EDUCATIVA LENINGRADO

Resol. No.2285 de mayo 02 de 2011 Jornada Diurna

Resol. No. 3212 de Julio 01 de 2011 Jornada Nocturna

NIT 816.002.832-0 DANE 166001002886



-características del producto:

-mensaje:

-Público al que se dirige:

-qué realidad vende:

-lenguaje y recursos lingüísticos:

-Propósito:

**3.** Reflexiona sobre el significado de los anuncios de televisión resolviendo las siguientes preguntas.

a. ¿De qué manera crees, que los anuncios de publicidad han condicionado o influenciado el comportamiento y vida social de las personas?

b. ¿Consideras que los anuncios de publicidad representan el consumo como una obligación? ¿Por qué?

c. En muchos anuncios de publicidad venden una imagen de mujer y de hombre totalmente condicionada por un producto. La belleza, la salud, la feminidad y la masculinidad son valores en los que ha interferido la publicidad ¿Crees que la imagen que tú proyectas (como mujer u hombre) está condicionada por los anuncios de publicidad? ¿Por qué?

d. ¿Consideras que los anuncios de publicidad determinan la moda y gustos de las personas? ¿Por qué?

e. ¿Consideras que los mensajes de los anuncios de publicidad apuntan realmente a las necesidades del televidente?

f. ¿Consumes un producto gracias a la publicidad que lo promociona? ¿Cuál? ¿Por qué?

g. ¿Cuál es tu opinión acerca de los anuncios de publicidad, según la lectura y tu experiencia como consumidor?

g. .Lectura del cuento LA ABUELOTA (personajes-acciones-final inesperado).