

LENGUA Y LITERATURA UNIDAD RETROALIMENTACION: GUÍA N°3: IMÁGENES QUE VENDEN	
Alumno (a):	Curso: 1ero. Medio
Profesor(a): Oriela Tello Romero.	Fecha: Semana 15-19 de marzo 2021

OBJETIVO DE APRENDIZAJE:

OA 10: (8vo. Básico)

Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando:

- presencia de estereotipos y prejuicios.

EJE TEMÁTICO: Lectura

HABILIDADES POR MEDIR: Interpretar

INSTRUCCIONES:

- En esta guía de trabajo analizarás anuncios publicitarios para identificar los recursos que emplean y formarte como receptor crítico de sus mensajes.
- Es importante que realices este trabajo a conciencia, pues es parte del proceso de reforzamiento del año anterior.



PARA INICIAR



La publicidad tiene como propósito dar a conocer un producto o un servicio para que las personas lo consuman. Para cumplir este objetivo, debe llegar al receptor deseado y persuadirlo de las bondades de aquello que ofrece. Por eso, se difunde a través de los medios masivos y emplea estrategias de persuasión.

1. ¿Qué significa persuadir? Marca los verbos que piensas que se asocian con este concepto.

convencer

actuar

impulsar

inducir

cambiar

modificar

2. Revisa la definición del verbo «persuadir» en un diccionario online y coteja cuáles de los verbos que escogiste tienen un significado relacionado con esta palabra.

3. Observa la imagen y responde las preguntas que se formulan a continuación:



- ¿De qué persuade la imagen del niño?, ¿por qué?
- ¿Qué enunciado podría complementar el mensaje persuasivo de la imagen? Crea uno.

Los afiches publicitarios presentan la información combinando texto verbal y no verbal (imágenes). Estos elementos se disponen en distintas secciones, es decir, se distribuyen en el espacio del afiche, por lo que conviene reconocerlos para comprender lo que cada uno comunica y cómo se articulan para transmitir el mensaje. Observa:

LECTURA MODELADA



Sección 1: la imagen predomina en el afiche, sugiere belleza y llama la atención sobre el producto.

Sección 2: introduce el producto y destaca una cualidad.

Sección 3: muestra el producto propiamente tal.

Sección 4: el eslogan pretende persuadir al receptor aludiendo a la necesidad de destinar un tiempo para sí mismo.

RESPONDE A PARTIR DEL ANÁLISIS ANTERIOR.

1. ¿Con qué intención crees que se incluye la imagen de la mujer en el afiche?
2. ¿Consideras adecuado para el mensaje del afiche incluir la imagen de la mujer? Explica.
3. ¿Piensas que cambiaría el mensaje del afiche si la imagen de la mujer no estuviera presente?, ¿por qué?

ACTIVIDAD



LEE Y ANALIZA LOS SIGUIENTES AFICHES APLICANDO LO REVISADO EN LA LECTURA MODELADA.



2



4. Describe brevemente cada anuncio. Menciona qué producto difunde y qué beneficio o ventaja del producto destaca. Hazlo completando la siguiente tabla:

Anuncio	Producto que se promociona	Beneficio o ventaja del producto
1		
2		
3		
4		

5. ¿Qué relación hay entre el eslogan y la imagen del anuncio 1?
6. ¿Qué representa la imagen del anuncio 2? Expresa en un enunciado la idea que comunica.
7. ¿Qué opinas sobre el eslogan del anuncio 3? ¿Te parece adecuado?
8. Piensa qué sabes acerca de las figuras literarias que se mencionan abajo. Luego, analiza: ¿alguna de ellas se emplea en los anuncios observados? Ejemplifica.

Ironía

Personificación

Comparación

Exageración

CLAVES PARA APRENDER

Los anuncios publicitarios emplean recursos como imágenes, palabras, música, colores, símbolos, entre otros. Estos elementos se complementan para construir un mensaje que busca atraer y persuadir al receptor. Para ello, se organizan en una estructura que incluye:

- **ESLOGAN:** frase atractiva que se asocia positivamente con el producto. Es un elemento verbal, aunque suele tener una tipografía característica, por lo que también incorpora lo visual.
- **ARGUMENTO:** elemento verbal o visual que muestra la calidad o beneficios del producto. Puede ser racional o emocional.
- **IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR:** la marca. Se presenta con un logotipo que combina lo verbal y lo visual.



POR SUPUESTO

Los anuncios publicitarios se producen en un contexto determinado y representan ideas y prácticas de su época. Por ello, ante la publicidad debemos actuar como lectores críticos y preguntarnos qué visión de la sociedad se expresa y, principalmente, si se reproducen estereotipos o prejuicios.

9. Aplica lo revisado en **Claves para aprender** y tus conocimientos de años pasados para analizar los anuncios según los siguientes criterios:

Características o cualidades que se presentan como positivas				
Anuncio 1	Anuncio 2	Anuncio 3	Anuncio 4	

Cualidades que aparecen como negativas				
Anuncio 1	Anuncio 2	Anuncio 3	Anuncio 4	

Prejuicios y estereotipos presentes				
Anuncio 1	Anuncio 2	Anuncio 3	Anuncio 4	

Valores que se promueven				
Anuncio 1	Anuncio 2	Anuncio 3	Anuncio 4	

10. Responde las siguientes preguntas a partir del análisis anterior.
 - a) ¿Crees que el mensaje del anuncio 1 es valorable?, ¿en qué sentido?
 - b) ¿Piensas que el anuncio 2 se preocupa por el bienestar de los perros?, ¿por qué?
 - c) ¿Qué sociedad dirías que representan los anuncios 3 y 4?, ¿estás de acuerdo con esa mirada?

10. ¿Consideras que los anuncios analizados resultan persuasivos?, ¿por qué?

Anuncio 1



Anuncio 2



Anuncio 3



Anuncio 4



PARA FINALIZAR

SINTETIZA Y EVALÚA

Reflexiona y responde las siguientes preguntas a partir de lo trabajado en esta ficha.

- ¿Por qué debemos ser receptores críticos de los anuncios publicitarios?
- ¿Qué consejo le darías a un amigo para ser un lector crítico de los mensajes publicitarios? Escríbelo.

¿Qué desafíos te presentó el trabajo de esta ficha? Menciona uno asociado a las siguientes actividades:

Análisis de anuncios publicitarios

Reconocer prejuicios y estereotipos

- ¿Cómo enfrentaste y superaste estos desafíos?