



INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGROPECUARIA CINCO DÍAS

TIMBÍO CAUCA

Resolución N°. 1492-11-2004

DANE 219807000022 NIT. 817.006.271-0

AREA:	UNIDAD 1	TEMA	GRADO	PERIODO	DOCENTE
ESPAÑOL	DOS	ANUNCIO PUBLICITARIO	9	2	NOMBRE: MARÍA DEL CARMEN CORREA GÓMEZ TELEFONO:3136757764
NOMBRES Y APELLIDOS:					

GUÍA NÚMERO CUATRO.

Objetivo: Analizar la influencia de los anuncios publicitarios.

1. **Lee** la siguiente información.

EL ANUNCIO

PUBLICITARIO

DEFINICIÓN



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.



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.





INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGROPECUARIA CINCO DÍAS

TIMBÍO CAUCA

Resolución N°. 1492-11-2004

DANE 219807000022 NIT. 817.006.271-0

CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE PUBLICITARIO



El mayor ámbito de actuación de los anuncios son los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, por tener un efecto más fuerte sobre el espectador.



Los textos publicitarios emplean una estrategia llamada **AIDA** (Atención, interés, deseo y acción), la cual tiene como propósito:

- Conseguir la **ATENCIÓN** de los destinatarios.
- Usar un discurso atrayente que despierte su **INTERÉS**.
- Integrar elementos persuasivos que generen **DESEO**.
- Se busca que acabe en la **ACCIÓN** de obtener ese objeto o de sumarse a esa idea.

RECURSOS LINGÜÍSTICOS

Recursos lingüísticos



Figura 4. Recursos lingüísticos

- Expresiones coloquiales: 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.*).



INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGROPECUARIA CINCO DÍAS

TIMBÍO CAUCA

Resolución N°. 1492-11-2004

DANE 219807000022 NIT. 817.006.271-0

CONTENIDO

Según 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.*).

ACTIVIDADES

ACTIVIDAD 1.

Explica con tus palabras y de acuerdo con tus experiencias, las siguientes frases:

1. Los medios venden una realidad que no existe...
2. ¿Crees que la imagen que tú proyectas (como mujer u hombre) está condicionada por los anuncios de publicidad? ¿Por qué?
3. ¿Consumes un producto gracias a la publicidad que lo promociona? ¿Cuál? ¿Por qué?
4. ¿Consideras que los anuncios de publicidad determinan la moda y gustos de las personas? ¿Por qué?
5. ¿Cuál es tu opinión acerca de los anuncios de publicidad, según la lectura y tu experiencia como consumidor?

NOTA: Tus respuestas las envías a través de un video; cada respuesta equivale a un punto; como siempre ensayas antes de mandar tu video final; recuerda que ya has avanzado mucho en estos aspectos orales, así que espero como siempre buenos trabajos con respuestas bien argumentadas. Respondes de manera ordenada cada pregunta. Gracias.

ACTIVIDAD 2¹

Analiza un anuncio de televisión que llame tu atención y completa los datos que organizarás en la siguiente tabla: (TEN EN CUENTA LA TEORIA EXPLICADA AL COMIENZO DE LA GUÍA)



INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGROPECUARIA CINCO DÍAS

TIMBÍO CAUCA

Resolución N°. 1492-11-2004

DANE 219807000022 NIT. 817.006.271-0

Nombre del producto:	
A: ¿Cómo consigue la atención de los destinatarios?	
I: ¿Cuál discurso utiliza para despertar el interés de los destinatarios?	
D: ¿Cuáles elementos utiliza para generar deseo en el destinatario?	
A: ¿crees que finalmente logre la acción de que el destinatario compre el producto o adquiera el servicio? Explica tu respuesta.	
¿Cuáles recursos lingüísticos emplea?:	
¿Su contenido de qué tipo es?	

NOTA: Este punto 2 lo realizas en tu cuaderno y lo respondes de acuerdo con la información consignada en esta guía; así, por ejemplo, arriba está bien explicado cuáles son los recursos lingüísticos, los tipos de contenidos de los mensajes publicitarios y la estrategia llamada AIDA. En resumen, debes mandarme 2 actividades: 1 video respondiendo a las preguntas y una foto con esta tabla en tu cuaderno donde escribirás como título “Características de los anuncios publicitarios” y abajo la tabla.