



CONTENIDO: EL ARTE DE LA PERSUASIÓN

La publicidad y la propaganda son antiquísimas, quizás surgieron con el nacimiento del comercio y con el deseo del hombre de convencer a otros de sus ideas.

PUBLICIDAD: es un recurso que se utiliza para vender un determinado producto y tiene un fin meramente comercial, trata de persuadir al público a través del desarrollo de una conducta particular: necesitar, comprar, consumir e invertir.

Ejemplos:

- ¡Libérese! Use el nuevo lavaplatos GERBIN.
- ¡Prueba y verás! la nueva AVENA TENA, la revolución en sabor.

PROPAGANDA: es un recurso que se utiliza para convencer sobre una idea o creencia. Al igual que la publicidad busca persuadir al receptor para que adopte una conducta. Su fin puede ser político y/o religioso.

Ejemplos:

- Mensajes de los partidos políticos en época de elecciones.
- Campañas de vacunación, seguridad vial o anuncios institucionales.

CARACTERÍSTICAS:

- a) Los mensajes de la publicidad y propaganda son diseñados y elaborados cuidadosamente por equipos de profesionales: diseñadores, músicos, psicólogos, sociólogos, etc, que se dedican a estudiar las estrategias para vender un determinado producto o cambiar una actitud o conducta.
- b) Utiliza los medios de comunicación (radio, televisión, periódicos, revistas, vallas, cine e internet).
- c) Juega con la repetición de los mensajes.
- d) Es organizada, llama la atención del público.
- e) Explora los deseos y la mentalidad del público.
- f) Dirigirse a los indecisos que son los que pueden cambiar más fácilmente de opinión.

TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

- **TESTIMONIO:** consiste en presentar o demostrar las ventajas y usos de un producto.
- **IDENTIFICACIÓN:** se refiere a la relación de identidad entre un producto y el público.
- **VAGUEDAD:** Consiste en utilizar palabras o expresiones que suenan bien, pero no dicen con claridad para qué sirve el producto, los beneficios del mismo o como va a mejorar la calidad de vida.
- **REPETICIÓN:** insistir de forma reiterada, anunciando un producto para convencer a su consumo.
- **DEFORMACIÓN:** pretende convencer con argumentos exagerados o falsos.
- **GENERALIZACIÓN:** rasgos comunes relacionados con productos o con formas de presentación.
- **FRASES EMOTIVAS:** expresiones que influyen emocionalmente en el receptor.
- **ESLOGAN:** frase breve, original y fácil de recordar, utilizada para llamar la atención.

ACTIVIDAD:

- EN UNA HOJA TAMAÑO CARTA, ELABORE UNA PROPAGANDA Y UNA PUBLICIDAD Y EXPLIQUE LAS TÉCNICAS UTILIZADAS EN CADA UNA.

LA ACTIVIDAD DEBE TRAERLA A CLASE.

GRAMÁTICA

INVESTIGAR Y COPIAR EN SU CUADERNO DE CASTELLANO LOS SIGUIENTES PUNTOS.

EL VERBO: DEFINICIÓN, VOZ, ACCIDENTES GRAMATICALES, CLASES DE VERBOS, LA CONJUGACIÓN Y LOS TIEMPOS VERBALES.

PUBLICIDAD

Comparte una
Coca-Cola
con...



PROPAGANDA





ACTIVIDAD CENTRADA EN LOS ALUMNOS: elabore una propaganda y una publicidad y explique las técnicas utilizadas en cada una.

TÉCNICA EVALUATIVA: análisis de producción de los estudiantes.

Nº	CRITERIOS	INDICADORES	PONDERACIÓN
1	Seguimiento de instrucciones	Cuida la ortografía.	1
		Utiliza adecuadamente los aspectos formales de la escritura.	1
2	Hábitos de trabajo	Presenta un trabajo con pulcritud	1
3	Dominio de contenido	Elabora una publicidad con su respectiva imagen, en la que se destaca una de las técnicas descritas en el contenido.	5
		Elabora una propaganda con alguna imagen, en la que se destaca una de las técnicas descritas en el contenido.	5
		Emplea un vocabulario conciso, breve e impactante.	2
		Asocia correctamente las palabras con las imágenes.	2
		Aplica color a las imágenes.	2
4	Responsabilidad	Entrega puntual el trabajo asignado	1
		TOTAL	20