
 Liceo Bicentenario Politécnico de Ovalle	 Guía de aprendizaje N°3: La Persuasión en publicidad y Propaganda	Fecha de entrega: <table border="1"> <tr> <td>28</td> <td>08</td> <td>2020</td> </tr> </table>	28	08	2020
		28	08	2020	
NIVEL: Primero Medio					
Depto. de asignatura Lenguaje y Comunicación	Link de video para explicación de la guía (optativo): https://youtu.be/JHg-1vs14S0	Carácter de la Evaluación: Formativa			
Profesor/a: Rodrigo Linazasoro G.	Curso (A) rpoblete@liceopolitecnicodeovalle.cl Curso (B) aerazo@liceopolitecnicodeovalle.cl Curso (C, D, E, F, G): rlinazasoro@liceopolitecnicodeovalle.cl	Nivel de Logro: Puntaje total: 20 pts. (100 %) Puntaje min. aprobación: 12 pts. (60%)			

Nombre: _____ Curso I° _____ N° de Lista: _____

Objetivos de aprendizaje (OA):	OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, propaganda o crónicas, considerando: <ul style="list-style-type: none"> • La veracidad y consistencia de la información. • Los efectos causados por recursos no lingüísticos presentes en el texto, como diseño, imágenes, disposición gráfica y efectos de audio. • Qué elementos del texto influyen en las propias opiniones, percepción de sí mismo y opciones que tomamos.
Indicador de evaluación:	<ul style="list-style-type: none"> • Comparan los recursos utilizados por distintas marcas para promocionar un mismo producto. • Describen la eficacia de los recursos no verbales usados en un mensaje publicitario para persuadir al receptor. • Sintetizan los propósitos implícitos de los mensajes divulgados por los medios de comunicación.
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar textos periodísticos y mensajes publicitarios.

Instrucciones:	Te invito a que leas las atentamente las instrucciones y realices las actividades presentes en este material. Si tienes dudas, en el encabezado de arriba encontrarás un Link en el que podrás observar una explicación más detallada de cómo desarrollar estas actividades. Recuerda que si no tienes como imprimir este material podrás desarrollar las respuestas en tu cuaderno y enviarlas al correo del profesor del curso que te corresponde.
-----------------------	--



I. Observa la siguiente imagen y responde según tu conocimiento previo las siguientes preguntas:

a.- ¿De qué trata este afiche?

b.- ¿Qué relación hay entre la imagen y el texto?

 #QuedateEnCasa

HAS DISFRUTADO LA TERRACITA DEL BAR?

Tu responsabilidad personal hoy podrá determinar la salud física, económica y psicológica del país. Ninguna orden o mandato, solo la más grande forma de consciencia sobre vuestra vida cambiará la suerte de esta horrible enfermedad.









II.- Lee atentamente las diferencias entre **la publicidad** y **la propaganda** poniendo atención en la imágenes presentadas como ejemplo.

La publicidad es una técnica utilizada para inducir al público a aceptar un producto, servicio o institución. Se vale de los medios de comunicación para distribuir los mensajes en masa. La publicidad promociona productos (bienes de consumo: destinados al consumidor final y bienes de producción: destinados a la producción de otros bienes) y servicios (actividades especializadas que las empresas ofrecen al mercado).



La propaganda es una técnica utilizada para aconsejar al público, a través de los medios masivos de comunicación, respecto de una idea o punto de vista, intentando conseguir adhesión en sus receptores motivado por las emociones.

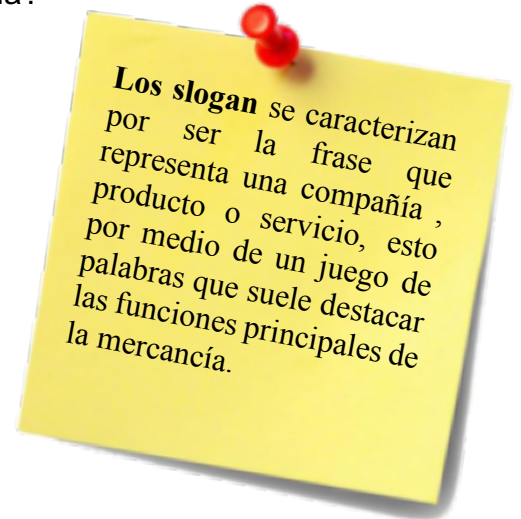


III.- Ambos afiches tienen a la mujer como imagen central, ¿Qué representa la mujer en el afiche publicitario y qué representa en el afiche propagandístico? Fundamente brevemente:



IV.-Los siguientes **slogans** ¿son publicidad o propaganda?

1. Si vas a beber, entrega las llaves: _____
2. Haz todo, Haz nada: _____
3. Obedece a tu sed: _____
4. Porque ensuciarse hace bien: _____
5. Maricón es el que maltrata a una mujer: _____
6. La pandemia la superamos todos _____



V.-Identifique a través de los siguientes eslóganes si se persuade o disuade y escribe los números de cada uno en el casillero que corresponda:



PERSUADIR

Es inducir a Hacer algo.

Ejemplo: Tome Coca-Cola.



DISUADIR:

Inducir a que No haga algo.

Ejemplo: Fumar provoca cáncer.

1. Única, grande, nuestra
2. Si te toca, no te calles
3. Hará un tigre de ti
4. Comprar objetos robados también te hace un delincuente
5. Si consumes, te consumes
6. Hará un tigre de ti
7. Destapa tu belleza



VI.- Observe el ejemplo de análisis de afiche y complete la información que se requiere para contestar las preguntas:



a.- ¿Qué técnica comunicativa se emplea? Justifica
Propaganda, porque busca la adhesión de la gente a partir de las emociones.

b.- ¿Qué recursos utiliza para influir en el receptor?
El mensaje se centra en un joven en silla de ruedas, que pese a sus limitaciones físicas, practica deporte (la raqueta y pelota de tenis) apoyado en el texto “Este logro depende de ti”, el que atribuye la responsabilidad al sujeto receptor de cooperar con la causa que se menciona.

c.- ¿Qué busca conseguir el mensaje de este afiche?
Promueve valores asociados a la no discriminación y a la rehabilitación de personas que se encuentran disminuidas en sus capacidades físicas, apelando directamente, a través de un registro informal (ponte con la Teletón), al destinatario para que done dinero a esta obra.

a.- ¿Qué técnica comunicativa se emplea? Justifica

b.- ¿Qué recursos utiliza para influir en el receptor?

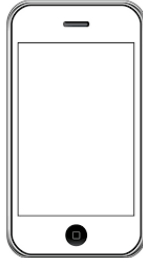
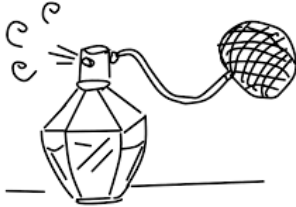
c.- ¿Qué busca conseguir el mensaje de este afiche?





Elabora un afiche publicitario, considerando los elementos propios de la estructura de este tipo de texto y su propósito comunicativo.

Utiliza cualquiera de estas tres productos:



PAUTA DE EVALUACIÓN *(Uso exclusivo del profesor)*

Criterio	Descriptor	Logrado (4)	Mediana mente logrado (3)	Por lograr (2)	No Logrado (1)
Uso de técnica	Construye el afiche considerando las características del contenido				
Recurso de persuasión	Construye el mensaje publicitario utilizando el recurso de persuasión o convencimiento para el consumo				
Relación texto imagen	Existe relación entre el mensaje elaborado y la imagen empleada				
Introducción de slogan	Introduce un slogan para captar la atención del receptor				
Originalidad	El trabajo muestra algún elemento que destaca por su creatividad				
Responsabilidad	Cumple la fecha establecida para la entrega del material				
		Puntaje: 20 puntos			