

GUÍA DE ACTIVIDADES N°9 OCTAVO BÁSICO

DEPARTAMENTO	LENGUAJE	ASIGNATURA	LENGUA Y LITERATURA
LETRA DEL NIVEL	A-B-C-D	FECHA DE INICIO	31 DE MAYO
CONTENIDO	LA ARGUMENTACIÓN	FECHA DE TÉRMINO	04 DE JUNIO
NOMBRE ALUMNO		CURSO	

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PRIORIZADOS

- OA 9** Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación.
OA 21 Dialogar constructivamente para debatir o explorar ideas.

TEXTO PUBLICITARIO

La publicidad es una forma de comunicación persuasiva, que tiene como propósito crear o modificar las actitudes, las acciones o la visión de mundo del receptor. Estos textos emplean signos de variada índole: palabras, sonidos, imágenes, siendo este último recurso fundamental para su efectividad.

Por otro lado, los avisos publicitarios llegan a los receptores, principalmente, a través de los medios masivos de comunicación, así que es fundamental formar una actitud crítica frente a este tema, ya que estamos constantemente expuestos a la recepción de ellos.

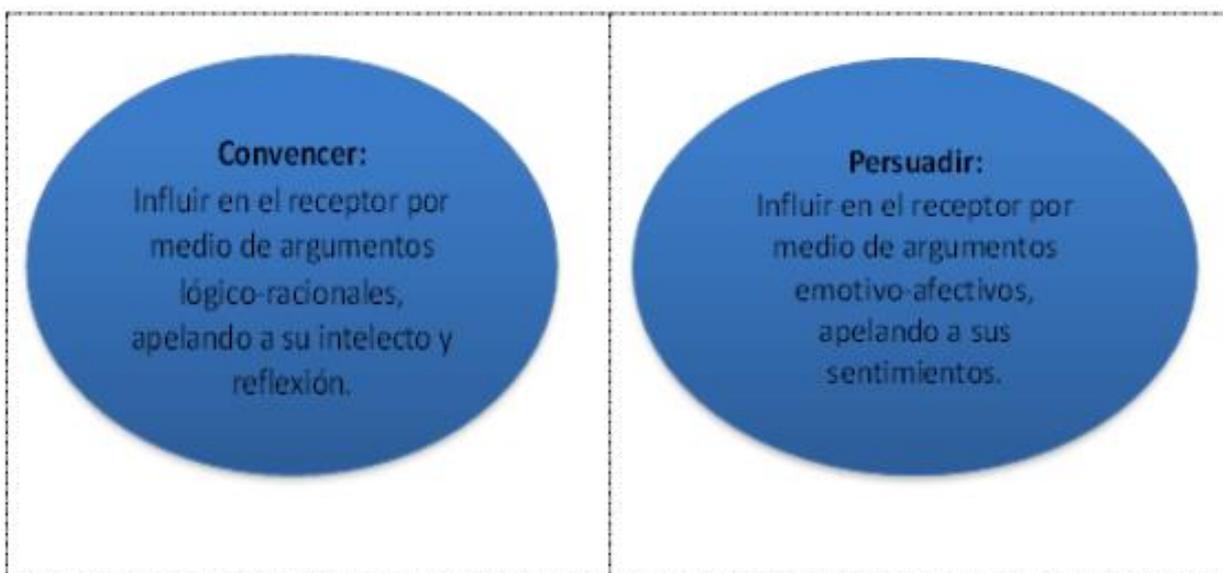
Observa los siguientes afiches e interpreta su propósito comunicativo:

Texto I	Texto II
	
<p>El propósito comunicativo del texto anterior es:</p>	<p>El propósito comunicativo del texto anterior es:</p>

Clasificación de los textos publicitarios:

Existen dos tipos de mensajes publicitarios, aquellos que buscan convencernos de consumir un producto o servicio y aquellos que buscan cambiar nuestra postura ideológica o nuestra conducta. A esos textos publicitarios, les llamamos PUBLICIDAD Y PROPAGANDA, respectivamente. En los ejemplos iniciales, el TEXTO I correspondía a una propaganda y el TEXTO II, a una publicidad.

Además, también podemos clasificar los textos publicitarios según su propósito comunicativo específico, esto depende de los mecanismos suasorios utilizados por el emisor, o sea, si estos son logico-rationales o si son emotivos-afectivos. Observa la diferencia:



Texto I



Este afiche es una publicidad, puesto que su propósito es comercial, o sea, busca captar compradores de un Nissan X-Trail. Para ello, utiliza predominantemente mecanismos suasorios emotivos-afectivos. El eslogan (frase publicitaria breve, expresiva y fácil de recordar) "CREADO PARA LA MEJOR AVENTURA, TU FAMILIA", invita al receptor (adulto con poder adquisitivo) a viajar cómodamente en este auto gracias a su amplitud, cualidad que es resaltada en la imagen, y que permite el traslado de varias personas, por ejemplo, una familia completa. Entonces, este texto utiliza la imagen y el eslogan para apelar, y no señala de manera objetiva las características beneficiosas que tiene el modelo de auto, por lo tanto, su intención comunicativa es **PERSUADIR**.

Texto II

**iPLAN
DE LOCOS!**



APPLE

Móvil - Apple iPhone 6 Gris de 32 GB, red
4G, 8 mpx, 4.7 pulgadas

4.7" 11.94 cm

- Sistema operativo : iOS
- Almacenamiento interno : 32 GB
- Tamaño : 4,7 pulgadas
- Resolución cámara frontal : 1,2 megapíxeles (1.280 x 960)
- Bluetooth : 4.0

Compra sin miedo a equivocarte:

🕒 2 años de garantía

🔄 14 días de devolución (tienda o domicilio) + info

🛒 Compra online con garantienda

Comparar

Este afiche, si bien también es una publicidad, porque invita al receptor a consumir un producto, su mecanismo suasorio es lógico-racional, ya que especifica las cualidades destacadas del producto, por ejemplo, su sistema operativo, su capacidad de almacenamiento, la resolución de su cámara frontal, etc., por lo tanto, su intención comunicativa es **CONVENCER**.

ACTIVIDAD

Clasifica textualmente e interpreta la intención comunicativa de los siguientes ejemplos según los criterios vistos: PUBLICIDAD-PROPAGANDA, CONVENCER-PERSUADIR, y además describe analíticamente el uso de imágenes y enunciados por parte del emisor.

TEXTO PUBLICITARIO 1



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL:

Activar 1

TEXTO PUBLICITARIO 2



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL:

TEXTO PUBLICITARIO 3



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL:

TEXTO PUBLICITARIO 4



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL:

TEXTO PUBLICITARIO 5



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL:

TEXTO PUBLICITARIO 6



CLASIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS TEXTUAL: