

Nivel	Secundaria
Grado	3
Campo de formación	Lenguaje
Título	Impacto de los anuncios publicitarios
Descripción de la clase	<p>¡Hola! Es un gusto continuar trabajando contigo, el objetivo de esta sesión es averiguar el impacto de la publicidad en los consumidores.</p> <p>Para ello...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lee el texto que te proporciono en las referencias de apoyo <i>“El impacto de la publicidad tradicional y electrónica en la sociedad” Word en PDF.</i> 2. Observa el video de YouTube “Los efectos de la publicidad” que se encuentran en el apartado de referencias de apoyo. 3. Consulta la guía de Actividad de Aprendizaje (ADA 1) que se encuentra adjunto a esta clase y realiza los ejercicios que se indican. 4. Puedes consultar tu libro de texto para complementar el tema. 5. Una vez que hayas concluido las actividades sube tus evidencias a la plataforma para compartir con tu profesor y compañeros.
Referencias de apoyo	<p>1.- Word <i>El impacto de la publicidad tradicional y electrónica en la sociedad” (pdf)</i></p> <p>2.- https://www.youtube.com/watch?v=r_sjBtAaU0 Los efectos de la publicidad</p>

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Antes de iniciar recordemos que....

La función persuasiva de la publicidad, busca que todo lo que se comunica mediante ella tenga significado que puedan ejercer una gran influencia en las personas, para que actúen de cierta manera y consúmanlos productos que se ofrecen.

COMENCEMOS

1.- Después de haber leído sobre el “Impacto de la publicidad tradicional y electrónica en la sociedad y visto el video “Los efectos de la publicidad”, invita a un compañero o familiar y comenta lo siguiente:

- 1.- ¿Cómo es la influencia de la publicidad? ¿Por qué?
- 2.- ¿Todos los mensajes publicitarios que viste tienen el mismo efecto? ¿Por qué?
- 3.- ¿La publicidad influye en los gustos y hábitos de las personas? ¿Por qué?
- 4.- ¿Qué modo de vida o identidad proyectan?
- 5.- ¿De qué se quiere convencer al destinatario de esos mensajes?

Ahora observen las estrategias persuasivas de los siguientes anuncios y analicen los eslóganes y sus efectos, escriban el eslogan, la idea y la figura retórica utilizada (Metáforas, Símbolos, Hipérbolos, Prosopopeyas, Aliteraciones, etc.). Recuerden lo visto en el video así como apoyarse del libro de texto.

PRODUCTO /SERVICIO	PRODUCTO /SERVICIO ESLOGAN	IDEA	FIGURA RETÓRICA
			
			
			
			

FINALMENTE

Reflexiona sobre el impacto de los mensajes publicitarios.

- 1.- Haz una lista de los anuncios publicitarios que recuerdes y clasifícalos en función de algún criterio.
- 2.- Elabora en tu libreta un cuadro como el que aparece a continuación para que realices un análisis sobre el impacto de la publicidad en los consumidores.

MEDIOS	PRODUCTOS	SERVICIOS
TELEVISIÓN		
RADIO		
INTERNET		
ESPECTACULAR		
REVISTA		
PERIÓDICO		

- 3.- Escribe una paráfrasis sobre el impacto de los anuncios publicitarios en la sociedad.

Gracias por tu esfuerzo.

¡Buen trabajo!



EL IMPACTO DE LA PUBLICIDAD TRADICIONAL Y ELECTRONICA EN LA SOCIEDAD

"LA PUBLICIDAD ES EL ARTE DE CONVENCER A LA GENTE QUE GASTE DINERO QUE NO TIENE EN COSAS QUE NO NECESITA"

-WILL ROGERS

LA SOCIEDAD Y LA PUBLICIDAD

*Promueve el materialismo

*La publicidad crea presión hacia la persona y se promueve una sociedad de consumo

*Muchas veces el deseo de vender cierto producto provoca que las personas se vuelvan inconscientes y exponen una publicidad inadecuada para ciertas personas.

*La publicidad promueve ciertas conductas e invita indirectamente a las personas a hacer ciertas acciones.

ELECTRONICA

Todo aquel anuncio publicitario que se encuentre publicado en Internet por ejemplo, en redes sociales.

CONDUCTAS DE LA SOCIEDAD

PUBLICIDAD:

Afecta principalmente a los adolescentes y niños, que son los más vulnerables a la publicidad.

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

TRADICIONAL

Cualquier anuncio publicitario que este impreso (posters, folletos, panorámicos, etc.) así como también radio y televisión.

CONCLUSIÓN

Las personas deben de saber reconocer que clase de comportamiento deben de seguir ya que a pesar de que la publicidad si logra un gran impacto en sus comportamientos las personas no son obligadas a actuar de esa forma.