

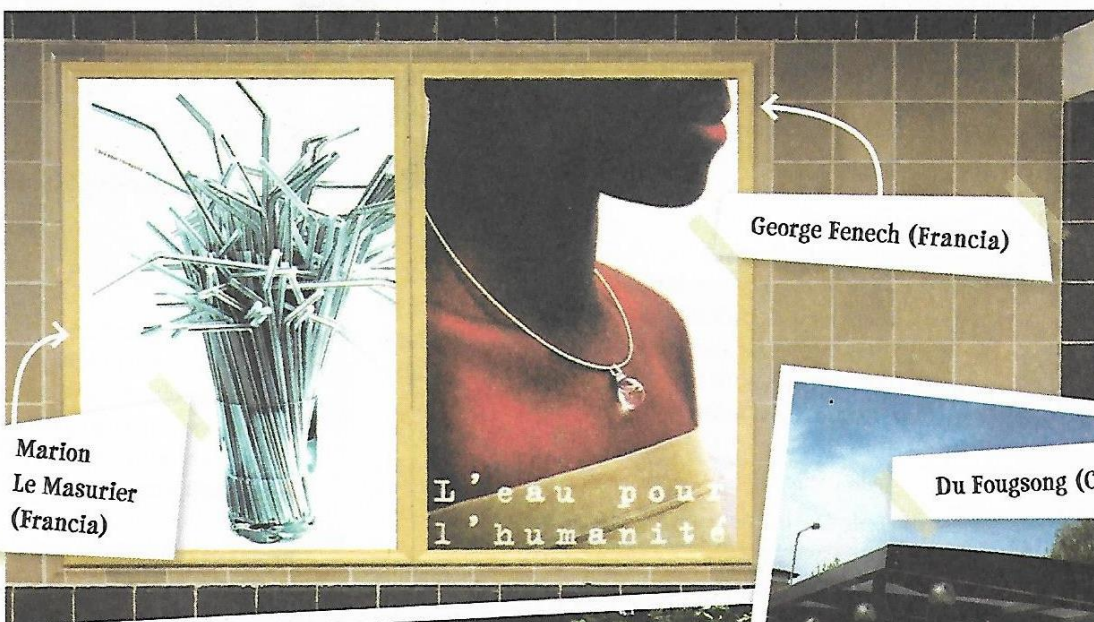
Trabajo Práctico N° 4

Tema: La propaganda y la publicidad.

CIUDADANOS

El agua para la humanidad

Los siguientes trabajos participaron de un concurso internacional organizado en Francia de imágenes empleadas en campañas de comunicación y prevención cuyo tema fuera el agua.

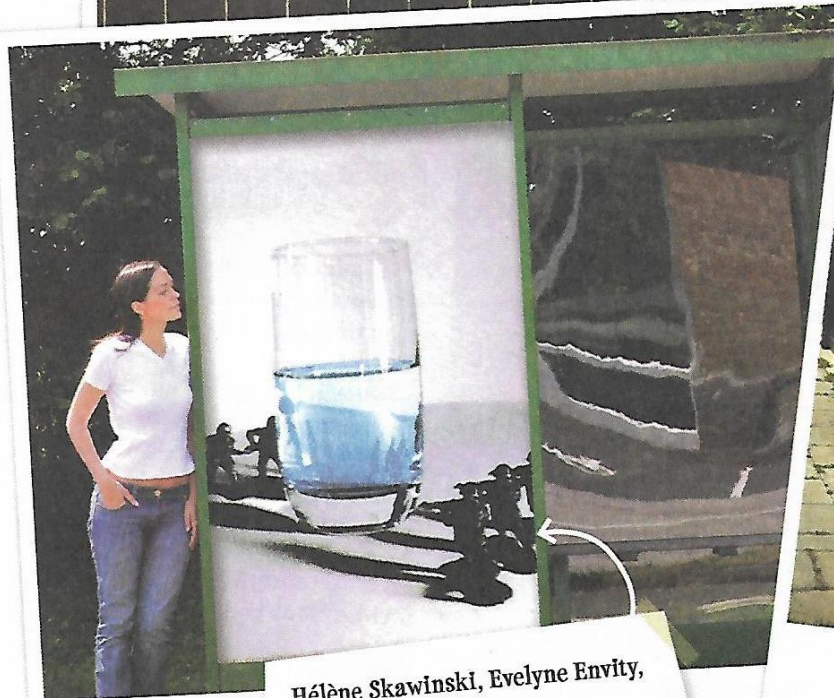


Marion
Le Masurier
(Francia)

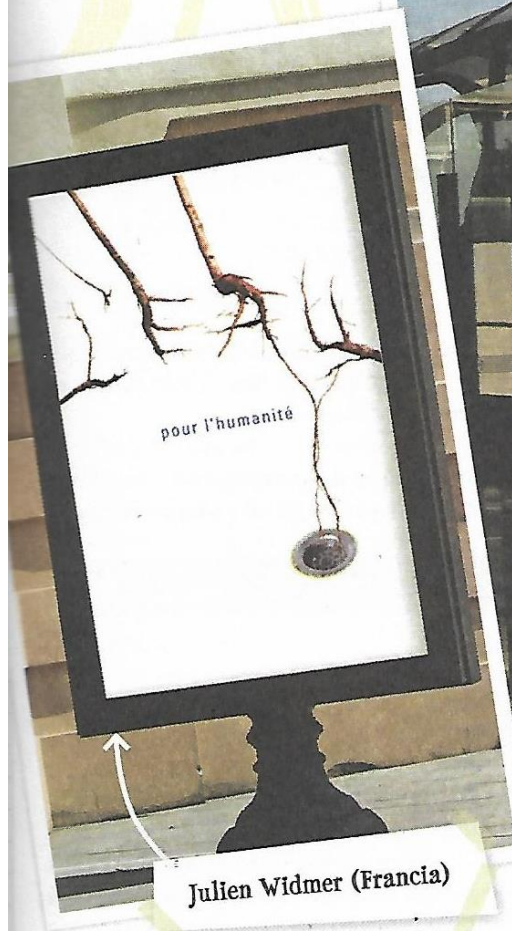
George Fenech (Francia)



Du Fongsong (China)



Hélène Skawinski, Evelyne Envity,
Jean-Philippe Magnaval



Julien Widmer (Francia)



El Fantasma de Heredia (Argentina)



Laurent Michelot (Francia)



EL ABC DE LOS TEXTOS

1 Marquen con un ✓ la opción correcta.

Estas imágenes tienen como finalidad...

- ☐ vender un producto.
- ☐ informar sobre una situación.
- ☐ concientizar sobre un problema.

El tema de estas imágenes es...

- ☐ la necesidad de hidratarse.
- ☐ la probable falta de agua potable en el futuro.
- ☐ la necesidad de controlar la potabilidad del agua.

2 Transcriban y completen en la carpeta las siguientes oraciones con la interpretación de cada imagen.

- a. En el vaso hay muchos sorbetes porque
- b. La mujer lleva un dije que contiene, ya que en el futuro esta será
- c. Los soldados enfrentados con el vaso de agua en el medio simbolizan que en el futuro las guerras serán causadas

d. Lo que antes era el cauce de un río, ahora toma forma de, ya que

e. Las raíces buscan

f. La sombra de la fábrica es

Esto significa que la fábrica

g. El mundo tiene forma de porque

3 Contesten oralmente. ¿Cuál les parece que transmite con más eficacia el mensaje? Justifiquen su elección.

LA PROPAGANDA



En CONTEXTO

ESPACIOS PUBLICITARIOS

La propaganda y la publicidad se encuentran presentes en distintos medios de comunicación y ámbitos públicos.

Pueden ser **gráficas** (por ejemplo, las que se publican en diarios y revistas, o las que aparecen en forma de carteles o volantes), **audiovisuales** (las que se ven en la tándem publicitaria de la televisión) o **sonoras** (las emitidas por radio).

También en internet se ven publicidades y propagandas; algunas, además de lo visual, incorporan el movimiento y el sonido.

Dada la importancia que han adquirido estos textos en la difusión de ideas y en la promoción de productos de consumo, los publicistas constantemente buscan ocupar espacios en donde puedan captar la atención de las personas: por ejemplo, aviones con carteles; la marca de un patrocinador en las camisetas de los deportistas; o imágenes en las paredes del túnel del subterráneo, que se ven a través de la ventanilla.



La propaganda es un texto que tiene como fin **persuadir** al receptor para que realice determinadas acciones o adhiera a determinada idea. Por lo tanto, en las propagandas predomina la **función apelativa** del lenguaje.

1 Completen el cuadro con posibles mensajes de propaganda según el área a la que corresponden. Pueden recordar propagandas conocidas.

MEDIOAMBIENTE	SEGURIDAD	SALUD	POLÍTICA Y VIDA CIUDADANA
	Utilice el cinturón de seguridad		Vote a este candidato

Se emplean propagandas en **campañas de prevención y concientización** relacionadas con temas como el cuidado del medioambiente y de la salud, la promoción de actividades culturales o la difusión de valores para una buena convivencia familiar y social. La propaganda también ocupa un importante lugar en la vida democrática, ya que es empleada en el **ámbito político** para difundir candidaturas y conseguir mayor número de votantes.

Propaganda y publicidad

Publicidad y propaganda suelen ser utilizadas como sinónimos, pero designan dos géneros diferentes:

Mientras que la **propaganda** busca lograr un **cambio en determinadas conductas sociales**, en la **publicidad** el objetivo es lograr que el destinatario **compre un producto o contrate un servicio**. Es el caso de las publicidades de gaseosas, teléfonos celulares, golosinas, etcétera.

2 Empleen dos de las siguientes frases para hacer una propaganda y otras dos para hacer una publicidad. Agrégueles una imagen.

Desde siempre, Cristalina es tu agua.

¿Será esta una imagen insólita en el futuro?

Si querés tener agua, cerrá la canilla.

Todo lo que necesitás para refrescar tu sed.

El agua es de todos, cuidémosla.

Un vaso de agua no se le niega a nadie. A las generaciones futuras, tampoco.

La más pura.

El sabor de tu salud.

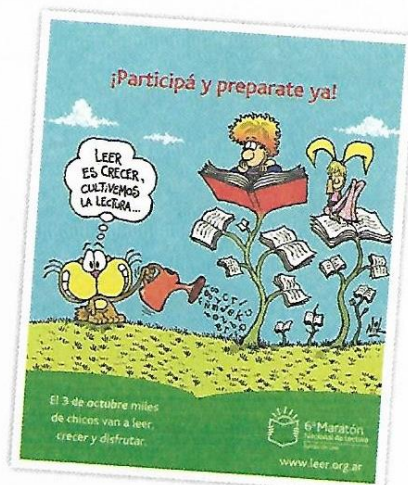
Agua mineral Cristalina.

La relación entre la palabra y la imagen

Para movilizar al destinatario, quienes crean las propagandas y las publicidades buscan una determinada forma de transmitir el mensaje, cause el efecto deseado en el público. Seleccionan y combinan con mucho cuidado las imágenes y las palabras que incluirán y le dan suma importancia al diseño. En otras palabras, la **función apelativa** de estos textos recurre a la **función estética** para lograr su cometido.

3 Observen la siguiente propaganda y respondan a las preguntas.

- ¿Por qué los árboles tienen libros en sus ramas?
- ¿Qué significados distintos se le puede dar a la palabra cultivar?
- ¿Se entendería la propaganda si se sacará el globo de pensamiento de Gaturro?



Las propagandas y las publicidades gráficas combinan el **código icónico** o **visual** (las imágenes) con el **código verbal** (las palabras). El mensaje verbal puede cumplir la función de complementar o de fijar el sentido del mensaje visual orientando al receptor hacia su correcta interpretación.

Tanto el código icónico como el código verbal pueden recurrir a recursos como la **metáfora**, la **comparación** o la **personificación**. Así, por ejemplo, la imagen del árbol cuyas ramas tienen libros es una metáfora de cómo la lectura hace crecer a los chicos y, a la vez, necesita ser cuidada o promovida.

La apelación al destinatario

4 Subrayen en la propaganda de la Maratón de lectura aquellos términos que incluyan al lector.

Dado que la función predominante en este tipo de textos es la apelativa, es muy común que se empleen estrategias para dirigirse directamente al receptor, indicándole que piense o haga algo. Algunos recursos utilizados para esto y que pueden aparecer combinados son:

RECURSO	EJEMPLO
El uso de la 2.ª persona (vos, tú, usted, ustedes, vosotros/as)	<i>Vos sabés lo que te hace bien.</i>
El uso de la primera persona del plural (nosotros)	<i>Hagamos un país mejor.</i>
El uso de vocativos	<i>Chicos, ya llegó el nuevo álbum de figuritas.</i>
Los verbos en modo imperativo	<i>Llame ahora mismo.</i>
Exclamaciones	<i>¡Llame ya!</i>
Interrogaciones	<i>¿Querés disfrutar de la vida hoy?</i>

HERRAMIENTAS del lenguaje

• Funciones del lenguaje

Para entender mejor cómo una función predomina sobre otra, consulten las páginas 162 y 163.

• Modo imperativo

Lean las páginas 172, 173, 174 y 175 para conocer mejor este modo.



En PRÁCTICA

5 Busquen en diarios y revistas ejemplos de propagandas y de publicidades, y sepárenlas.

6 Elijan tres propagandas y analicenlas siguiendo estos pasos.

a. Completen la siguiente frase:

Esta propaganda busca convencer al lector de que

- Expliquen qué relación existe entre el código verbal y el código icónico.
- Marquen los recursos que se emplean para apelar al lector.
- Formulen una opinión. ¿Están de acuerdo con el mensaje que se transmite? ¿Consideran que esta propaganda es efectiva?

El eslogan

El eslogan es una palabra o frase que da un mensaje distintivo y atractivo acerca de una marca. Está dirigido a un público objetivo, fija una propuesta de valor específica y puede interpretarse como una afirmación concisa de la misión.

Así, una frase publicitaria es un lema que identifica un producto o una empresa, aunque también puede abarcar el ámbito político.

Las empresas tienen eslóganes por el mismo motivo que cuentan con logotipos: la publicidad. Mientras que los logotipos son representaciones visuales de una marca, **los eslóganes son representaciones auditivas**. Ambos formatos captan la atención de los consumidores más rápidamente que el nombre de una empresa o un producto. Además, son más fáciles de entender y recordar.

¿Cuál es el objetivo? Dejar grabado un mensaje clave de la marca en la mente de los consumidores para que, aunque estos no recuerden nada más de un anuncio, aún se acuerden del eslogan.

Sus características son:

1. Son fáciles de recordar.
2. Incluyen un beneficio clave.
3. Distinguen la marca.
4. Transmiten sentimientos positivos sobre la marca

Algunos ejemplos de eslogan serían:

- Lay's: «¡A que no puedes comer solo una!»
- Coca-Cola: «Destapa la felicidad»
- Motorola: «Hello, Moto!»
- Red Bull: «¡Red Bull te da alas!»
- Toro: «Al pan, pan y al vino, Toro»
- Rexona: «No te abandona»
- Paso de los Toros: «Cortá con tanta dulzura»

Actividades

1- Realizar las actividades anteriores.

2- Leer la teoría y responder:

- a- ¿Qué es una propaganda?
- b- ¿Para qué se utilizan las propagandas?
- c- ¿Qué diferencia hay entre propaganda y publicidad?
- d- ¿Cómo se relacionan las imágenes y las palabras en la publicidad?
- e- ¿Qué recursos se pueden utilizar en estas?
- f- ¿Qué es un eslogan? ¿Cuáles son sus características?

3- Mirar los siguientes videos e indicar si se tratan de propagandas o publicidad y a qué público va dirigido (niños, adolescentes, adultos, hombres, mujeres...). En las publicidades detectar los eslóganes.

- Cambia tu mundo: <https://www.youtube.com/watch?v=qCdDPCZfDoE>
- Derribemos los prejuicios: https://www.youtube.com/watch?v=qrFNh_poAXs
- Master of sopas: <https://www.youtube.com/watch?v=wUK2T5zFQWo>

Laburar acá cuesta el doble:

https://www.youtube.com/watch?v=zxv3QwfDapo&list=RDzxv3QwfDapo&start_radio=1

-Nike: <https://www.youtube.com/watch?v=QMmcjYd5r-U>

-Si no haces nada sos parte: <https://www.youtube.com/watch?v=tEsNS4q25TE>