

INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA LA SAGRADA FAMILIA

Taller de Lengua Castellana

Período 2

Grado 9°

Docente: Yolanda López

Actividad: Análisis de publicidades de imagen en movimiento (T.V)

Un anuncio publicitario o propaganda de televisión es un espacio de programación televisiva producida y pagada por una organización, que transmite un mensaje, mediante la promoción de un producto o servicio. La televisión es un poderoso medio de publicidad. Se basa en los efectos sonoros y visuales. Estos efectos se pueden usar combinados para captar la atención de la audiencia y reforzar el mensaje usando sonidos y video. Los que hacen publicidad pueden marcar sus publicidades usando el mismo tema para múltiples publicidades de TV, haciendo que sus comerciales sean como una pequeña serie de televisión con seguidores cautivos.

Los ingresos de este tipo de publicidad proporcionan una parte significativa de la financiación para la mayoría de las cadenas de televisión privadas.

Los efectos que la publicidad televisiva ha tenido sobre el público televidente, han sido objeto de múltiples investigaciones, debido a su condicionamiento sobre el comportamiento y vida social de las personas. Sin embargo, los niveles de audiencia en los horarios habituales, se utilizan a menudo como un indicador para la creación de más anuncios de televisión. (Docsetools, 2015).



Sabías que...

La gran mayoría de los anuncios de televisión hoy consisten en spots publicitarios breves, que varían en longitud desde unos pocos segundos a varios minutos. Anuncios de este tipo han sido utilizados para promover una amplia variedad de bienes, servicios e ideas desde los inicios de la televisión.

Ejercicio 1

Observa el video en el que se presenta un ejemplo de análisis de un comercial de televisión.
Link para ver el video

https://aprende.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/naspublic/ContenidosAprender/G_8/L/L_G08_U05_L04/L/L_G08_U05_L04/L_G08_U05_L04_03_02.html

Ahora lee aquí cómo se ha analizado este comercial:

- **Tema y/o producto:** refresco Shandy
- **Descripción de la información que presentan:** grupo de personas que en una mano tienen el producto promocionado (Shandy) y la otra mano les queda libre, con ella pueden hacer muchas cosas divertidas y graciosas.
- **Intención comunicativa:** convencer al televidente que tomar Shandy es divertido

- **¿Cuál es la relación del tema con las imágenes del comercial?**

En las imágenes del comercial aparece todo el tiempo el producto en una de las manos del grupo de personas. La relación que se establece con el producto, es por lo tanto determinada por lo que se hace con la mano libre. Por lo tanto, el refresco se vuelve un objeto imprescindible en el momento de diversión. La mano y el refresco son una extensión del cuerpo para pasarla bien.

- **¿Qué relación se puede establecer entre el comercial y la realidad?**

El comercial distorsiona la realidad. Sabemos que no es verdad que para divertirnos, tenemos que beber una Shandy. Sin embargo, esta es la sensación que el comercial quiere transmitir.

- **¿Qué tipo de prácticas sociales se promueven en el comercial?**

- El comercial condiciona nuestros momentos de diversión, pues establece una sola forma de hacerlo.
- Que no necesitamos las dos manos, con una libre nos basta.
- Que solo podemos pasarla bien, cuando bebemos un refresco

Ejercicio 2

Análisis objetivo: Escoge dos mensajes publicitarios para televisión. Determina el tema y/o producto tratado, realiza una breve descripción de la información que presenta y, finalmente, analiza la intención del anunciante al realizar el comercial, en la siguiente tabla.

Ejercicio 3

Completa el cuadro con la información que detectaste.

| Aspectos | Comercial 1 | Comercial 2 |
|-------------------|-------------|-------------|
| Tema y/o producto | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

| | | |
|---|--|--|
| Descripción de la información que presentan | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Intención comunicativa | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Ejercicio 3

Desde su mirada ¿qué opinión le merece la forma como se presentan las dos publicidades escogidas por usted para manipular al público consumidor? Conteste en hoja aparte con buena redacción y ortografía.