

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS		Versión 01	Página 1 de 12

<b>DOCENTES:</b> Isabel Cristina Ortiz - Alejandra López - María Eugenia Mazo		<b>NUCLEO DE FORMACIÓN:</b>	
<b>GRADO:</b> 8-9	<b>GRUPOS:</b> 805-806	<b>PERIODO:</b> 2	<b>FECHA:</b>
<b>NÚMERO DE SESIONES:</b>	<b>FECHA DE INICIO.</b>	<b>FECHA DE FINALIZACIÓN</b>	
<b>Temas:</b>	La publicidad y el afiche.		
<b>Propósito de la actividad</b>			
Seleccionar la información obtenida a través de los medios masivos, para satisfacer mis necesidades comunicativas. Produzco textos sencillos con diferentes funciones (describir, narrar, argumentar).			

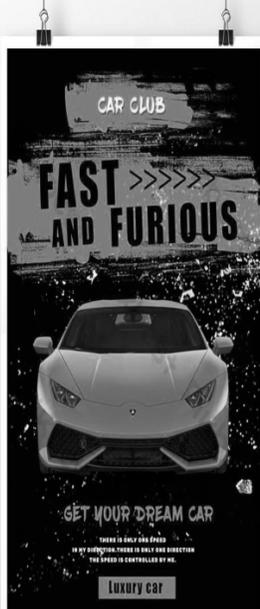
<b>ACTIVIDADES</b>
<b>ACTIVIDAD 1: INDAGACIÓN</b>

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: <b>GESTIÓN CURRICULAR</b>	Código	
Nombre del Documento: <b>TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		Versión <b>01</b>	Página <b>2 de 12</b>



## Indagación

### ¿Qué me dicen los avisos publicitarios?







<https://co.pinterest.com/pin/249105423124507775/>  
<https://www.anytimefitness.co.uk/media-kit/>  
<https://co.pinterest.com/pin/277745501991933771/>  
[https://pikbest.com/templates/creative-fashion-car-poster\\_1356245.html](https://pikbest.com/templates/creative-fashion-car-poster_1356245.html)  
[http://www.cocacolazero.com.co/es/descargas.html?WT.cl=1&WT.mm=module25-zero-descargas-new-es\\_CO](http://www.cocacolazero.com.co/es/descargas.html?WT.cl=1&WT.mm=module25-zero-descargas-new-es_CO)

**ACTIVIDAD 2: CONCEPTULIZACIÓN.**

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 3 de 12</b>

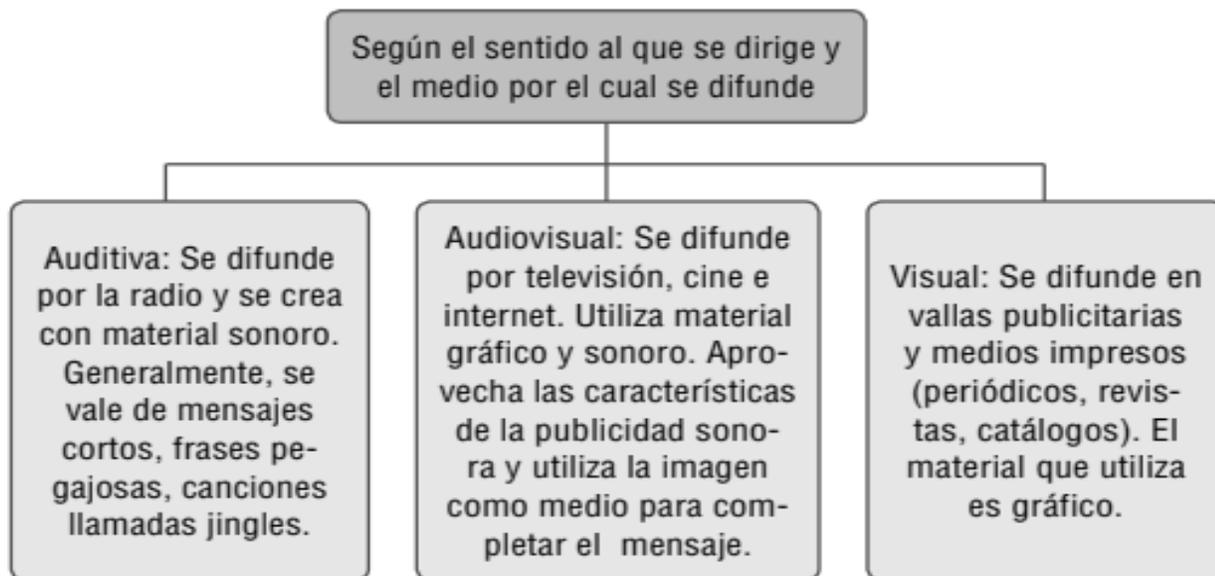
Diariamente, entramos en contacto con información diversa, tanto en los diferentes medios de comunicación como en los lugares que visitamos. Algunos textos buscan informarnos y que conozcamos muchos productos y servicios. ¿Has pensado por qué los avisos que vemos en la calle, la televisión, la internet, periódicos y revistas, nos atraen tanto? ¿Cuándo los ves te detienes a reflexionar sobre el efecto que el lenguaje de esos textos causa en nosotros? Para interpretar los textos de la publicidad debemos construir su significado, y para esto debemos tener en cuenta los elementos necesarios para comprenderlos. La publicidad son todas aquellas estrategias informativas que se realizan a través de diversos medios y mediante la cual, empresas, instituciones sin ánimo de lucro, organizaciones o individuos promueven de alguna manera un producto, servicio o idea. En otras palabras, la publicidad es un proceso de comunicación persuasiva que pretende informar, pero, sobre todo, convencer o persuadir al receptor. Pero, ¿de qué lo quiere persuadir? La publicidad, en su gran mayoría, pretende mover al receptor a que actúe de determinada forma: bien sea que compre algo, utilice un servicio o adopte una nueva conducta.

Así, según lo que se quiera anunciar, la publicidad se podría clasificar así:

De productos	De servicios	Institucional
Anuncia objetos que pueden comprarse. Se enfoca en promover la venta de objetos, destacando sus beneficios y características. Generalmente, producen gran recordación en nuestra mente.	Promociona las acciones que las empresas pueden realizar por nosotros, por ejemplo, servicios bancarios, postales, educativos.	Son recomendaciones o campañas que las instituciones ofrecen a los ciudadanos en general, buscando promover cambios o comportamientos específicos en los receptores, por ejemplo, jornadas de vacunación, cambios legislativos o servicios ofrecidos por el Estado.

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS		Versión 01	Página 4 de 12

Y, según el sentido al que se dirige y el medio por el cual se difunde, la publicidad puede ser:



#### Mensajes publicitarios

Para que un mensaje publicitario sea eficaz, es decir, que logre comunicar su mensaje, hay que tener en cuenta el medio a través del cual se transmite y el público al que se dirige. Estos dos elementos son importantes para los publicistas, quienes toman decisiones a partir del público y de la forma como presentan su mensaje.

- **El medio.** La publicidad es distinta según el medio elegido para difundirla. En un anuncio impreso se juega con la forma, el color o la distribución del espacio, mientras que en la radio o en la televisión tienen mucha importancia los efectos sonoros, la música y el tono de voz.
- **El receptor.** Hay que adaptar el mensaje al tipo de público al que se destina. No se puede utilizar el mismo mensaje para promover el uso del cinturón de seguridad entre los conductores, que para vender un juguete infantil.

#### El lenguaje de la publicidad

El lenguaje de la publicidad tiene que ver tanto con los textos escritos (lingüístico) como con los no lingüísticos (imágenes). Para que este lenguaje cumpla con sus propósitos comunicativos debe cumplir con ciertas condiciones o requisitos. Algunas de estas condiciones las podemos observar en el siguiente esquema.

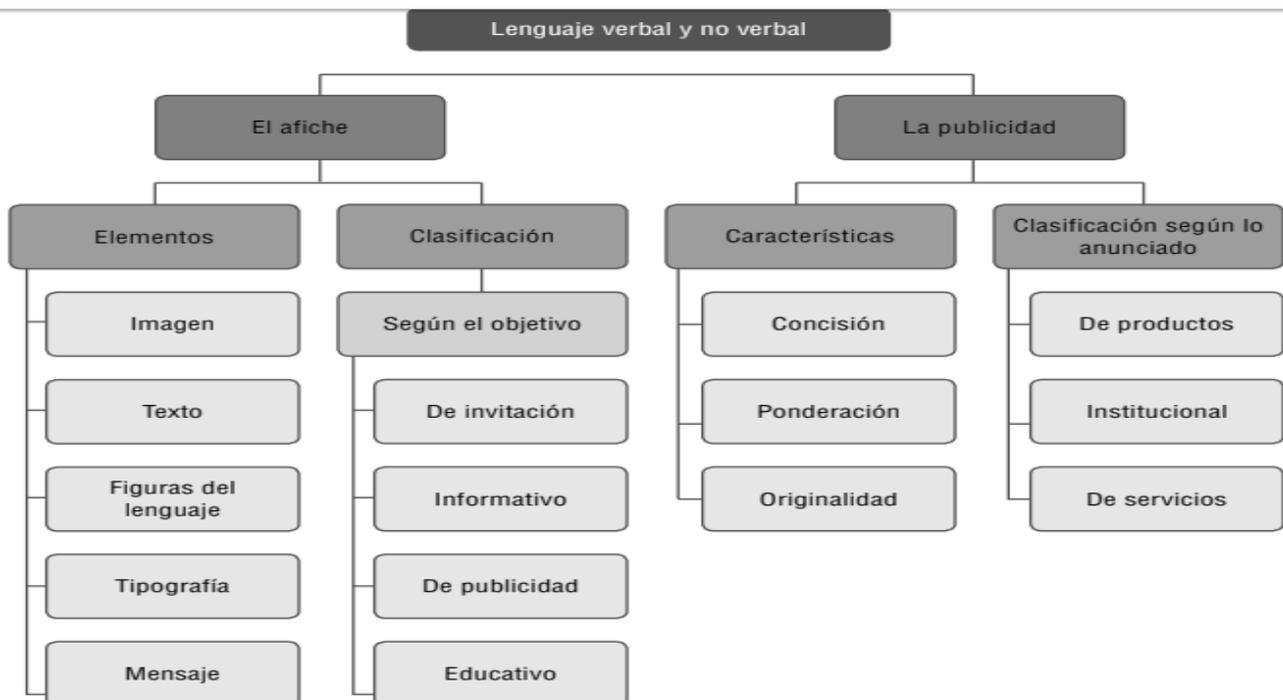
	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS		Versión 01	Página 5 de 12

La forma de las letras, el tamaño y el color llaman la atención rápidamente. También, el volumen y tono de la voz ayudan a expresar el mensaje.

Se utilizan los pronombres en segunda persona y frases imperativas que llaman la atención del receptor. Algunas veces se halaga al posible comprador para que se identifique con el producto.

Empleo de frases hechas, repeticiones, rimas, metáforas que generen recordación en el receptor.

Las imágenes son llamativas, se utilizan estereotipos de belleza, personas reconocidas, situaciones jocosas que llamen la atención del receptor del mensaje.



	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 6 de 12</b>

**Todo entra por los ojos: La publicidad y el afiche** En grados anteriores hemos reconocido algunas de las características de los medios de comunicación masiva. Igualmente, hemos interpretado imágenes publicitarias teniendo en cuenta los planos que las constituyen. En este capítulo miraremos la publicidad con sus principales elementos y características, reconociendo su influencia en nuestra vida diaria. Además, interpretaremos afiches publicitarios con ayuda del estudio de los elementos de este tipo de textos. Así, al terminar el capítulo habremos mejorado nuestra capacidad para establecer hipótesis de sentido en este tipo de textos que circulan en los medios de comunicación masiva. Igualmente, produciremos un afiche a partir de una necesidad e intención específica. **El afiche es un texto publicitario.** No es un libro, no trata de explicar o desarrollar un tema. Su propósito es crear un impacto emotivo que reviva o instale ideas en sus receptores. Esto es evidente en ambos afiches, porque se vale de una imagen que se apoya en valores emocionales que ayudan a crear ambiente o inquietud por los temas. El afiche es un texto que tiene como propósito informar al público sobre una campaña, un evento, un espectáculo o un tema determinado. En este se combinan, generalmente, las imágenes y la escritura.



**Elementos de un afiche** Para que un afiche cause impresión a primera vista, es necesario que sea ubicado rápidamente y que atraiga la atención de las personas. Para eso se deben utilizar dos elementos clave: el texto y la imagen (color). Las personas que crean y diseñan afiches, los publicitas y diseñadores gráficos, toman decisiones a partir de la información que recolectan sobre el producto y los posibles receptores del mensaje. En el siguiente esquema se encuentran algunos de los elementos que se deben tener en cuenta en un afiche.

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 7 de 12</b>

Elementos del afiche publicitario	
Pictográficos	<p>Imágenes: dibujos, fotografías, signos. El objetivo es atraer la atención del público. Para esto se debe tener en cuenta:</p> <p>Color. Es el elemento primordial para llamar la atención. Deben usarse colores fuertes. El color habla del propósito del afiche de transmitir un mensaje claro y contundente, así como tocar la sensibilidad del espectador.</p> <p>Contraste. Otro factor importante para captar la atención es el manejo de los contrastes: negro sobre blanco, negro s/ amarillo, rojo s/, blanco, blanco s/ negro, azul s/ blanco, negro s/ rojo.</p>
Textuales	<p>Son los textos escritos que aparecen en el afiche: eslóganes, frases que buscan expresar con claridad el contenido del mensaje. El eslogan es una fórmula breve, clara, expresiva y original, muy fácil de entender y retener en la memoria. La palabra debe reforzar la imagen visual y no repetirla exactamente.</p>
Tipográficos	<p>Tamaño, forma y color de la letra. Estos deben estar en función de hacerla legible a distancia. Muchas veces su colocación y originalidad contribuyen al éxito del afiche.</p>
Formato	<p>Debe verse a distancia. El formato estándar es de 70 x 100 cm o 50 x 70 cm. Esto es algo que se aconseja, mas no es de obligatorio cumplimiento.</p>

Estos elementos los puedes reconocer en el siguiente afiche:



**Pictográficos.**

Tiene varias imágenes relacionadas con el contenido: símbolos de lo femenino en una secuencia que va desde estar de pie, pasa por la agresión (se rompe) y cae, hasta la muerte, representada con el mismo símbolo. Los colores de la imagen son contrastantes; fondo negro-gris, rojo y blanco.

**Textuales.**

Tiene tres textos escritos. El eslogan: valora tu vida, no más maltrato. El evento que se anuncia: Día internacional por la no violencia contra las mujeres. Y la fecha: 25 de noviembre.

**Tipográficos.**

Aunque todas las letras están en color blanco, se diferencian por el tamaño y la fuente.

**ACTIVIDAD 3: APLICACIÓN Y EVALUACIÓN**

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 8 de 12</b>

### ¡Aplico mis conocimientos!

#### Identifico el propósito de la publicidad.

1. Vuelve a leer los textos publicitarios que aparecen en la indagación y reconoce en cada uno De qué quiere persuadir al receptor. ¿Qué acciones se esperan del receptor del mensaje?
2. ¿Qué tipo de textos publicitarios serían necesarios para informar a la ciudadanía que se Cambió el diseño de algunos billetes y monedas? ¿Por qué? ¿Cuál debería ser su contenido? ¿En qué medios podría aparecer? ¿Qué podría pasar si no se divulga esta información? Observa los siguientes avisos publicitarios y responde en tu cuaderno las preguntas que vienen a continuación.
3. Responde:
  - a. ¿Qué anuncian estos avisos? ¿En qué sitios se suelen encontrar?
  - b. ¿Qué elementos de estas imágenes te llaman la atención?
  - c. ¿Qué tienen en común estas imágenes?
  - d. ¿A quién van dirigidos estos textos, y cuál es su finalidad?
  - e. ¿Qué efectos crees que produce esta publicidad en las personas?
  - f. ¿Crees que se comprende con facilidad la idea que se quiere transmitir? ¿Por qué?
4. Lee los textos publicitarios que trae la guía y luego responde las preguntas en el cuaderno.
  - ¿Cuál es mensaje de cada uno de los afiches?
  - ¿A quiénes crees que va dirigido cada afiche? Justifica tu respuesta.

#### Aplico mis conocimientos

##### Leyendo e interpretando afiches

A continuación harás una la interpretación de dos afiches. En ellos identificarás sus aspectos más importantes. Debes tener en cuenta los siguientes elementos en cada afiche. Trabaja en tu cuaderno.

	Mensaje del afiche	Elementos pictográficos	Elementos textuales	Elementos tipográficos
Afiche 1				
Afiche 2				

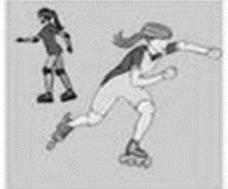
5. Traduce las siguientes palabras en inglés: publicidad, producto, mensajes, comunicación, medios de comunicación, folleto, vallas publicitarias, cliente, imágenes, empresas, periódicos, revistas, radio, televisión, noticias.

#### 6. Vocabulario/Vocabulary:

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS		Versión 01	Página 9 de 12



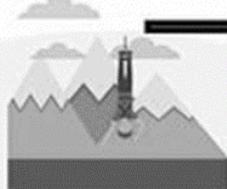
# Extreme Sports



Aggressive inline skating



Base jumping



Bungee jumping



Free climbing



Bouldering



Sandboarding



Motocross



Mountain biking



Rock climbing



Mountaineering



Hang gliding



Skydiving



Paragliding



Sand kiting



skiing



Scuba diving



water skiing



Skateboarding



<https://co.pinterest.com/pin/459930180692391891/>

**Responder:**

What is your favorite extreme sport? And why?

7. Elabora en inglés un anuncio publicitario como aquellos utilizados en la indagación, utiliza imágenes.

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 10 de 12</b>

Puedes elegir entre los siguientes temas:

- Juegos Extremos
- Prendas de vestir

### Country/ nationality/ language

A. Where are you from?  
B. I'm from Colombia

A. What's your nationality?  
B. I'm Colombian.

A. What language do you speak?  
B. I speak Spanish

### Some countries/Algunos países:

Country	Nationality	Language
1. Mexico	Mexican	Spanish
2. The United States	American	English
3. Colombia	Colombian	Spanish
4. Brazil	Brazilian	Portuguese
5. Egypt	Egyptian	Arabic
6. Italy	Italian	Italian
7. Korea	Korean	Korean
8. Russia	Russian	Russian
9. China	Chinese	Chinese
10. Spain	Spanish	Spanish

8. Elige un país y elabora un folleto publicitario en inglés donde invites a la gente a conocer dicho país; para realizarlo, investiga sobre la gastronomía, las costumbres, el idioma, y lugares turísticos.

Tener en cuenta la siguiente información:

- Es importante que la portada llame la atención, que sea atrayente y persuasiva.
- El contenido debe ser informativo, aunque sin olvidar la parte persuasiva para aumentar el turismo.
- Utilizar imágenes

9. *Los avances en la tecnología, en el diseño y en la cultura en general, han hecho que la publicidad sufra transformaciones bastante significativas a través de los años.* Por lo tanto, **Observa las dos imágenes a continuación y realiza una comparación en inglés entre ellas. Utilicemos la tabla como modelo para realizar el ejercicio.**

**Pictures/ Imágenes:**

**Publicidad Antigua / old advertising**

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 11 de 12</b>



**Publicidad Moderna/ modern advertising**

*Publicidad de Lanzamiento del Renault 4 en Colombia. Fuente: El Tiempo, Julio 10 de 1970. Tomado de: <https://www.elcarrocolombiano.com/clasicos/renault-4-lanzamiento/>*

*Publicidad de Renault Kangoo. Publicidad y propaganda. Imagen. Tomado de: <http://publicidadypropaganda2008.blogspot.com/2008/07/renault-kangoo-2.html>*

Old advertising	Modern advertising

10. Realiza un afiche en inglés sobre la prevención del COVID 19.

**Las actividades desarrolladas deberán ser enviadas a los correos de los docentes:**

Isabel Cristina Ortiz	<b>isabelortiz@iehectorabadgomez.edu.co</b>
Alejandra López -	<b>yaridlopez@iehectorabadgomez.edu.co</b>

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: TAREAS VIRTUALES PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DE FORMA FLRXIBLE EN CASAS</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 12 de 12</b>

María Eugenia Mazo Castaño	<b>Mariaeugeniamazo@iehectorabadgomez.edu.co</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	
<p>Capítulo 14. Todo entra por los ojos: la publicidad y el afiche</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hagámonos Expertos Grado 8º y 9º</li> <li>• APRENDAMOS HACIENDO 2 del módulo caminar en secundaria</li> </ul> <p><a href="http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/archivos/Referentes_Calidad/Modelos_Flexibles/Caminar%20en%20Secundaria/Guias_del_estudiante/PDF_Grados%208_9/ApHaciendo2_Grados%208-9.pdf">http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/archivos/Referentes_Calidad/Modelos_Flexibles/Caminar%20en%20Secundaria/Guias_del_estudiante/PDF_Grados%208_9/ApHaciendo2_Grados%208-9.pdf</a></p>	