



4° MEDIO: LITERATURA E IDENTIDAD
Guía n°3 Identidad personal en la publicidad

Nombre:		Curso:		Fecha:	
OBJETIVOS OA1: Reconocen algunas de las variadas manifestaciones con que se presenta el tema de identidad, sea personal, cultural o histórica, tanto en situaciones reales de comunicación habitual como en la representación literaria, artística y en los medios. Objetivo: Comprender el uso de la identidad en la publicidad para vender un producto o servicio					
INSTRUCCIONES GENERALES - Correo de la asignatura: literaturaeidentidad.4to2020@gmail.com - Evaluación: enviar desarrollo del ítem II al correo de la asignatura en un documento Word o adjuntar fotografías del ejercicio si fue realizado en papel. - Ante dudas, escribir al correo. Se responderá en el siguiente horario: jueves desde 17 a 18 hrs. - Fecha de entrega: 9 de abril hasta las 20 hrs.					

ÍTEM I REPASO



Previamente exploramos el tema de la identidad en el arte pictórico, observando cómo ciertos elementos de una pintura pueden influir en nosotros y, a la vez, decirnos algo sobre sus creadores. Esto ocurre porque el arte es generalmente empleado por las personas como un medio de expresión de ideas y sentimientos, los que llegan a diferentes receptores que interpretarán ese arte según su estado anímico, experiencias, cultura, personalidad, etc. Los análisis realizados nos permitieron ser un poco más conscientes sobre cómo interpretamos algunas obras y cómo podemos reconocer a las personas detrás de las obras; ahora intentaremos analizar cómo se utiliza la identidad personal cuando se trata de publicidad.

El modo en que percibimos a los demás y lo que creemos ser a veces está condicionado por factores externos como la publicidad, que llega a nuestras vidas diariamente a través de anuncios en las calles o redes sociales, por ejemplo. En el caso del arte pictórico predominaba una intención de expresión personal o incluso social, sin embargo, en el caso de la publicidad la intencionalidad cambia hacia un propósito general que podemos sintetizar de la siguiente forma: *modificar una conducta o modo de pensar en los potenciales consumidores para lograr que compren un producto o servicio*. La pregunta es ¿cómo se puede lograr esa modificación de la conducta utilizando la identidad?

ÍTEM II EJERCICIO (EVALUACIÓN)

A continuación se muestra una serie de afiches publicitarios pertenecientes a una campaña de la marca Dove. Junto a estos afiches hay preguntas que te ayudarán a comprender el uso de la identidad como un recurso persuasivo hacia el consumidor.

Dove
proyecto
para la
autoestima



1 ¿Cuál es el producto o servicio que se trata de vender?

#LaBellezaEs disfrutar cada edad.

2 ¿Quién es el consumidor ideal? ¿Cómo puede describirse?



do you think you are beautiful?

3 ¿Cuál es el mensaje que trata de entregar esta campaña publicitaria?



4 ¿Qué sentimientos o reacciones busca generar esta campaña?



5 ¿Con qué aspectos de los anuncios se puede identificar el consumidor ideal?

#Muéstranos

más mujeres que se vean como yo

Brenda, Perú.



meri negro

la belleza es un estado de ánimo

Únete al movimiento por la Belleza Real

6 ¿Por qué se eligió a las personas que aparecen en los anuncios? Entre sus características, ¿cuáles ayudan a entregar el mensaje?

Utiliza el esquema para registrar tus notas con las respuestas de las preguntas anteriores.

1. Producto o servicio →

2. Consumidor ideal →

3. Mensaje →

4. Sentimientos, reacciones →

5. Aspectos de identificación →

6. Elección de personas →

ÍTEM III REFLEXIÓN

A partir de las notas que tomaste en el ítem II, responde la pregunta de reflexión en 15 líneas.

*¿De qué forma esta campaña publicitaria utiliza la identidad personal?
Argumenta.*