Lengua Materna

Secuencia 8

Marca las principales características de los audiovisuales

- [ ] Son inmediatos porque llegan más rápido a mucha población
- [ ] Son limitados porque no mucha gente los puede ver o escuchar
- [ ] Existe armonía entre el audio y el video
- [ ] Son perecederos puesto que no duran mucho
- [ ] Imitan la realidad o proponen una nueva

Coloca en donde corresponde cada ejemplo de campaña social

Sector publico	*Sector privado*	*Sector no lucrativo*

LIVEWORKSHEETS

Relaciona los siguientes conceptos con sus definiciones

Publicidad	Es la emisión estratégica de publicidad que estimula el consumo durante un tiempo determinado
Campaña publicitaria comercial	Es un medio de comunicación que combina aspectos visuales con imágenes fijas o en movimiento, con elementos sonoros como la voz, sonidos y música.
Publicistas y mercadólogos	Tiene como objetivo informar sobre la existencia, la calidad y los beneficios de determinados productos o servicios
Campaña publicitaria social	Son quienes se encargan de producir la publicidad en distintos formatos (impreso, electrónica, digitales) para distintos medios de difusión (radio, televisión, redes sociales)
Audiovisual	Son emisiones que tratan de atraer la atención sobre un problema e informan o invitan a la población a participar en acciones que ayuden a su solución o prevención
Persuasión	Sirve para cambiar, reforzar o fijar actitudes, opiniones y comportamientos

Selecciona las características de cada elemento a considerar para elegir el medio de comunicación para una campaña publicitaria

Propósito de la campaña

Concientizar, convencer o disuadir

Edad, ubicación geográfica, acceso a los medios de comunicación

Económicos, materiales y humanos

Destinatario

Concientizar, convencer o disuadir

Edad, ubicación geográfica, acceso a los medios de comunicación

Económicos, materiales y humanos

Recursos disponibles

Concientizar, convencer o disuadir

Edad, ubicación geográfica, acceso a los medios de comunicación

Económicos, materiales y humanos

LIVEWORKSHEETS

Completa el siguiente esquema

- Medios de comunicación
  - _____
    - Televisión
    - Radio
    - Internet
    - Periódicos
    - _____
    - Cine
  - Medios auxiliares o complementarios
    - Exterior
      - _____
        - Muros
        - Paradas de autobús
        - Exterior de transporte público
      - Centros comerciales
        - Supermercados
        - _____
        - Centros de espectáculos
        - Estadios
        - Interior de transporte público
    - _____
    - Directa
      - Cartas
      - _____
      - Volantes
    - Plumas
    - _____
    - Separadores
  - _____

Medios masivos	Folders	Hospitales	Folletos
Espectaculares	Interior	Medios alternativos	Revistas

LIVEWORKSHEETS

Coloca debajo de cada imagen el recurso persuasivo que se esta utilizando

Metáfora visual	Rimas	Lemas
Metáfora textual	Apelar a las emociones	Dar información objetiva

LIVEWORKSHEETS