

Guía docente

La publicidad: convencer para vender

La propaganda: comunicar para educar

Área disciplinar: Lengua y Literatura

Nivel: Secundario

Año: 2°

Contenido

- La publicidad y la propaganda. Características. Similitudes y diferencias. Estrategias persuasivas más frecuentes.

Presentación

Los videos pueden emplearse como recurso didáctico al momento de tomar un ejemplo de publicidad y/o propaganda para analizar en clases. La idea, en ambos casos, es que los estudiantes puedan identificar no sólo los procedimientos persuasivos habituales en estos tipos de textos sino, principalmente, aquellas estrategias de manipulación sutilmente empleadas por las empresas, organismos, etc., es decir, formas implícitas que ejercen cierto “control” sobre el consumidor/ ciudadano, por lo que esta propuesta puede articularse con el área de Formación Ética y Ciudadana.



Actividad colaborativa

Con la intención de identificar los procedimientos persuasivos habituales en la publicidad y propaganda,

- Se puede retomar el video producido para primer año [“Publicidad y alimentación saludable”](#) (2021) disponible en la plataforma [Corrientes Play](#), que aborda la problemática de la calidad nutricional de los alimentos que aparecen en las publicidades y sus características. Otra posibilidad es la de abordar junto con Educación Sexual Integral (ESI) la cuestión de los estereotipos acerca de roles sociales de varones y mujeres en las publicidades y, por qué no también, en el cine para lo que se puede recurrir a los [Cuadernillos de ESI para trabajar en el aula](#) (2010).
- En esta misma línea, pero ya haciendo foco en la propaganda y en sus respectivas características, se puede seguir trabajando con dichos cuadernos para que los estudiantes elaboren propagandas para prevenir el embarazo adolescente o situaciones de violencia, como el bullying, el grooming, etc. empleando sitios de diseño ([Canva](#), [Genially](#) son algunos de los más conocidos).

- Buscar publicidades, propagandas en diversos medios y formatos y analizarlas desde los valores o prejuicios a los que aluden. Promover el debate y el posicionamiento de los estudiantes acerca de lo que transmiten.
- Para clarificar los puntos comunes y las diferencias entre ambos tipos de textos, se puede emplear un sencillo cuadro de doble entrada como el siguiente:

Tipo de texto	Similitudes	Diferencias
Publicidad		
Propaganda		

*Recordemos que un error frecuente es pensar que el cuadro comparativo es una simple tabla; no es así, el cuadro comparativo requiere criterios de comparación. A veces, estos criterios están explícitamente enunciados en el texto. Pero en otras ocasiones, el lector debe identificarlos. Por eso, este tipo de esquema requiere de una comprensión profunda del tema, es decir, de una lectura muy atenta y analítica del texto.



**Material
extra**

Consejo Federal de Educación, Presidencia de la Nación (2006). CFE. Núcleos de Aprendizajes Prioritarios para el Ciclo Básico de la Educación Secundaria.
<https://www.educ.ar/recursos/110569/nap-lengua-educacion-secundaria-ciclo-basico>

Dirección de Nivel Secundario, Ministerio de Educación de la Provincia de Corrientes (2014) Diseño Curricular Jurisdiccional para el Ciclo Básico de la Educación Secundaria.
https://drive.google.com/drive/folders/1Qh4OrtWW5_WhZM04hILlasSTdfCjNB08