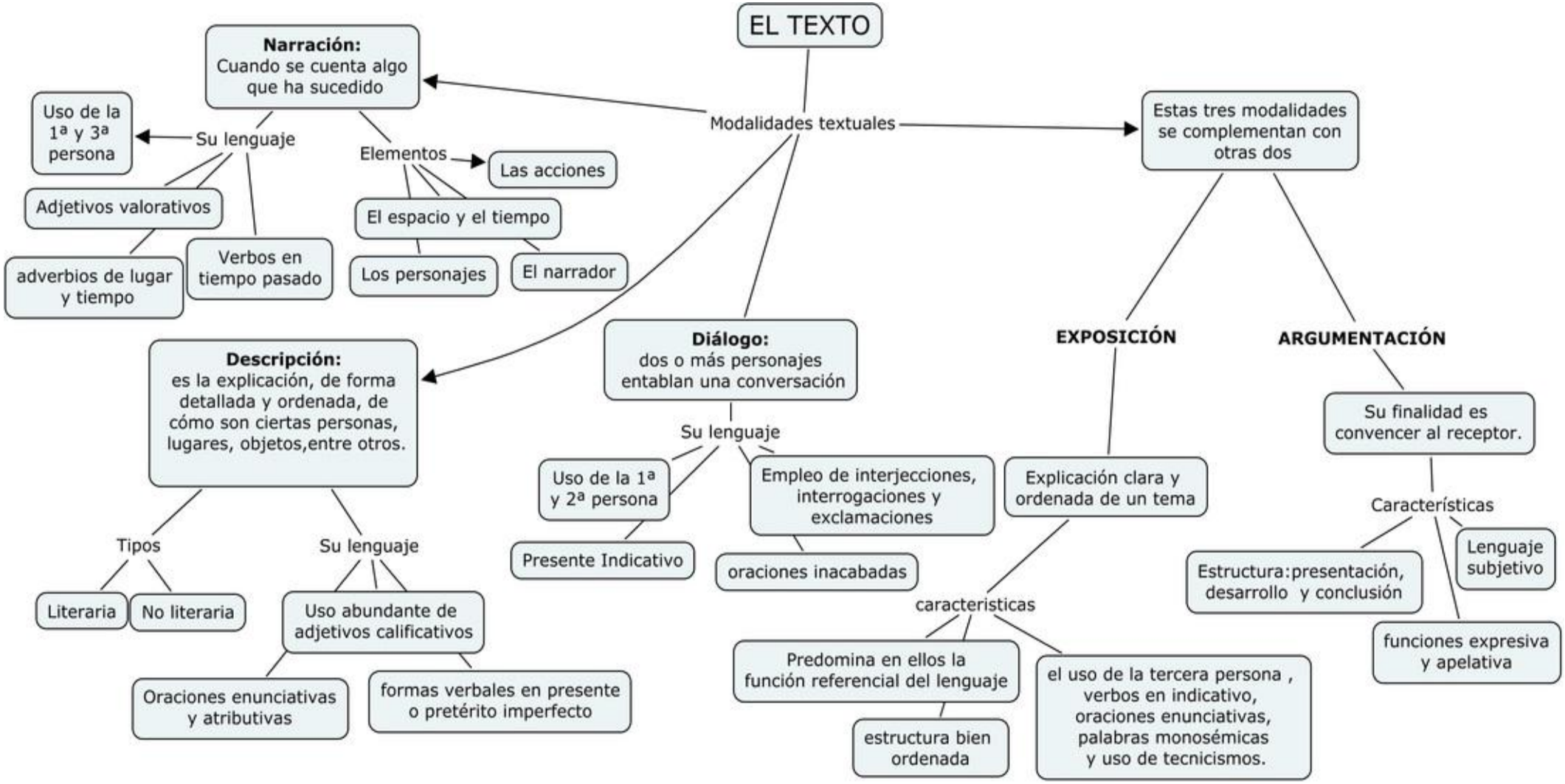
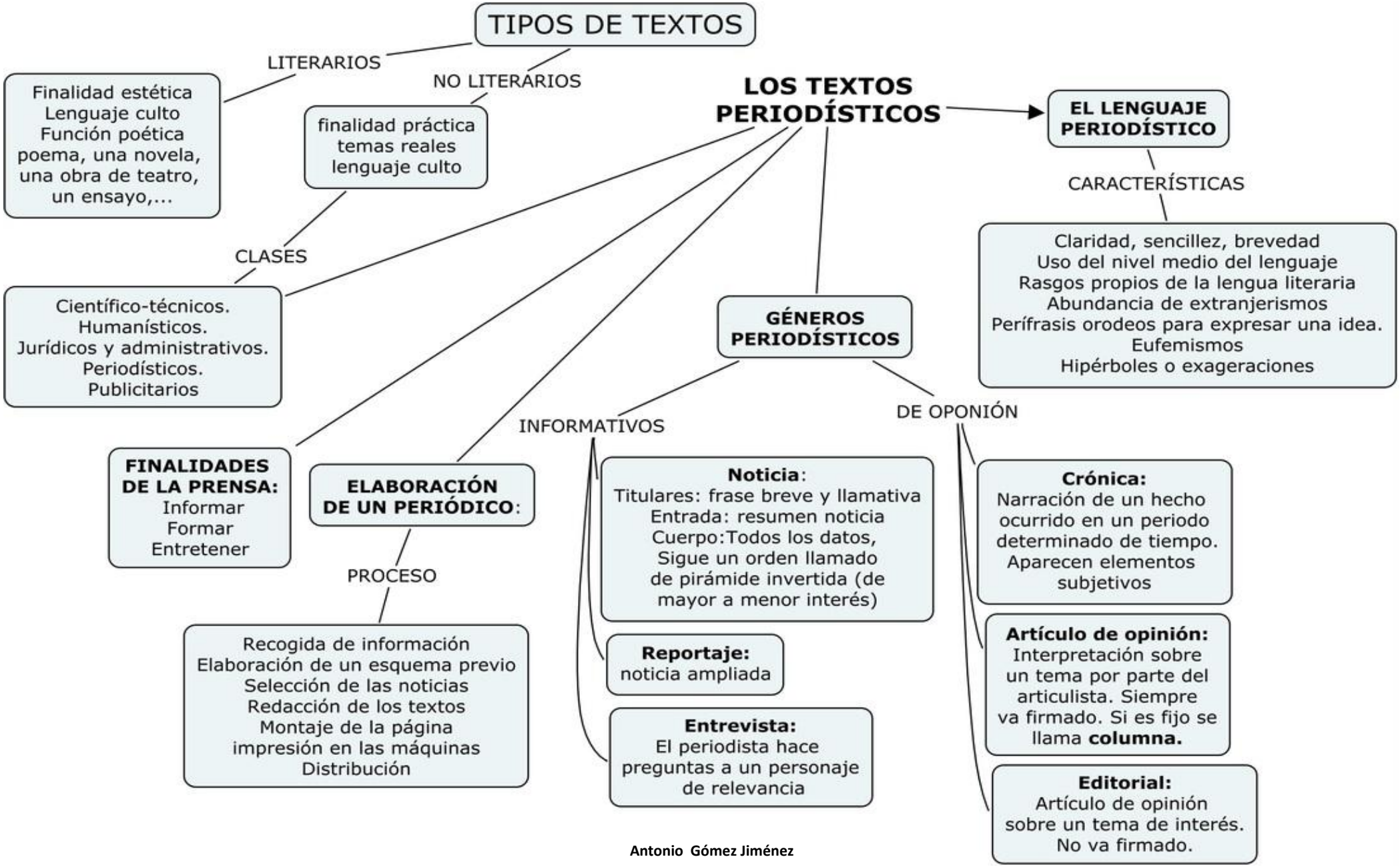
MÓDULO III ÁMBITO LENGUA TEMA 2 EL TEXTO



Antonio Gómez Jiménez



Antonio Gómez Jiménez

LOS TEXTOS PUBLICITARIOS

FINALIDAD

Dar a conocer un producto, una idea, un proyecto, etc

ELEMENTOS

Imagen
Lenguaje verbal
Sugerencias (connotaciones)

IMAGEN PUBLICITARIA

Fundamental en publicidad, hace que el receptor fije su atención y retenga en la memoria el producto. Va asociada con una serie de connotaciones de marca, sensualidad y erotismo (un perfume); libertad (una prenda de vestir),...

EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD

Utiliza una amplia serie de recursos lingüísticos y literarios para hacer más llamativo el mensaje.

EJEMPLOS

- **Imperativos:** Compre ahora y empiece a pagar dentro de seis meses
- **Superlativos:** Extrafuerte, megarrollo, blanquísimo...
- **Tecnicismos:** Biodegradable , pantalla LCD...
- **Extranjerismos:** Eau de toilette, Polo jeans,...

EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

CLASIFICACIÓN
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Impresos: prensa escrita, publicidad en vallas y en revistas

Electrónicos: (radio, televisión, cine y sistemas multimedia

CARACTERÍSTICAS

-Transmiten la información con gran rapidez.
-Dirigidos a multitud de destinatarios a la vez.
-Su lenguaje contiene elementos verbales, visuales y acústicos.
-Su finalidad es informar, pero también entretener.
-Ofrecen contenidos muy diversos y heterogéneos.
-Son portadores de determinados intereses e ideologías.
-Ejercen una enorme influencia sobre los receptores

Antonio Gómez Jiménez