

Evaluación por competencias

Evalúo mi grado de aprehensión de contenidos y desarrollo de las competencias vistas en esta guía:

1. Lo que aprendí, y lo que debo mejorar sobre el tema central de la guía “La publicidad y el texto icónico”. Completo el siguiente cuadro de acuerdo con mi experiencia.

Lo que aprendí	Lo que debo mejorar

2. Establezco un paralelo entre la función principal de la publicidad y la siguiente imagen:



Figura 5: Manipulación de masas.
Fuente: <http://4.bp.blogspot.com/-IUac-qsS1ts/TbXkZ-gzvTI/AAAAAAAAAEk/Zb8LAeH9qkw/s1600/Presentaci%25C3%25B3n+2.jpg>

3. ¿Qué valores y características debo desarrollar para ser un buen lector de publicidad; es decir, para no dejarme persuadir tan fácilmente?
4. En nuestra sociedad, la mujer ha sido convertida en objeto para promover la venta y consumo de productos ¿Qué pienso acerca de esto?
5. Selecciono uno de los productos que consumo o se consumen en mi familia e identifico cuáles son las estrategias persuasivas utilizadas en la promoción de este producto, que me llevaron o nos llevaron a comprarlo o consumirlo.

Glosario

- **Adagio:** Dicho culto o popular con contenido moralizante.
- **Consumo:** Uso de un producto o ingesta (ingerir, comer) de un alimento.
- **Estereotipo:** Imagen validada por una sociedad que se sigue sin asumir una postura crítica frente a ella. La idea del estereotipo es homogenizar o moldear el comportamiento de una sociedad.
- **Extractar:** Resumir, sintetizar.
- **Estrategia:** Arte o habilidad para llevar a cabo un trabajo o proyecto.
- **Patrones:** Modelos a seguir, ya sean comportamientos, hábitos, formas de vestir, de hablar, etc.
- **Desacatar:** Desobedecer una orden, ley o norma.



Interpretemos el mensaje más allá de las palabras: La intención comunicativa

Indicadores de Desempeño

Conceptual

Reconoce la intención como elemento fundamental de un proceso comunicativo.

Procedimentales

- Analiza situaciones comunicativas verbales y no verbales e identifica en ellas la intención comunicativa.
- Participa en situaciones comunicativas verbales y no verbales.

Actitudinal

Se comunica de manera asertiva en diferentes contextos comunicativos.

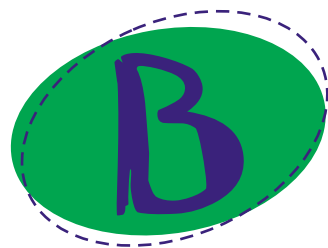


Vivencia

TRABAJO EN EQUIPO

La vida en sociedad, el intercambio de opiniones, la posibilidad de ponernos de acuerdo, todo esto es posible por la comunicación. Aquí juega un papel protagónico el lenguaje, pero algunas veces las mismas palabras pueden llevarnos a interpretaciones diferentes.

1. En equipo y partiendo de nuestros conocimientos previos, respondemos las siguientes preguntas. Nos escuchamos con atención y respeto.
 - a. Revisamos las imágenes anteriores ¿En qué se parecen y en qué se diferencian?
 - b. ¿El enunciado “*Nos vemos a la salida*” significa lo mismo en las dos situaciones? Explicamos por qué.
 - c. ¿Por qué usando las mismas palabras, el sentido del enunciado es diferente en las dos situaciones?
 - d. Analicemos el siguiente enunciado: “**Los mensajes tienen diferentes intenciones comunicativas**”.
2. Socializamos nuestras respuestas con el profesor y con el grupo. No olvidemos escuchar atentamente a nuestros compañeros como muestra de respeto y porque entendemos que las vivencias de cada compañero pueden enriquecer nuestros saberes.



Fundamentación Científica

TRABAJO POR PAREJAS

1. Leemos la siguiente “*Fundamentación Científica*”: uno de nosotros lee el texto y el otro toma nota, al final, elaboramos en el cuaderno un mapa conceptual de lo aprendido.

2. Pedimos a nuestro profesor que resuelva las inquietudes que vayan surgiendo durante la lectura.

El estudio del lenguaje: Estudio de la gramática y la pragmática

El proceso de comunicación es muy importante. Reflexionemos por unos minutos en lo que pasaría si no pudiéramos comunicarnos: no sería posible el desarrollo que hoy tiene la humanidad, no podríamos expresar nuestras emociones, sentimientos, pensamientos, ideas; además, la ciencia, el arte, el entretenimiento, el conocimiento no hubieran sido posibles si el hombre no hubiera sido capaz de comunicarse con el lenguaje. Gracias a él es posible la comunicación y el desarrollo del pensamiento. Lo que el hombre ha investigado, pensado, sentido a través de la historia, puede ser transmitido de generación en generación, gracias al desarrollo del lenguaje. Es por eso que desde tiempos antiguos es centro de estudio y de investigación, la gramática, por ejemplo, estudia las reglas y principios que regulan las lenguas y la organización de las palabras dentro de una oración. No obstante, hoy en día no sólo se estudia las reglas, sino el uso de las mismas, en situaciones concretas y su relación con los usuarios. La disciplina encargada de este campo se conoce con el nombre de Pragmática.



1. ¿Qué es la pragmática?

Se entiende por pragmática el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las consideraciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario. La pragmática es, por lo tanto, una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje.

La pragmática es una perspectiva diferente desde la que se puede contemplar los fenómenos, una perspectiva que parte de los datos ofrecidos por la gramática y toma luego en consideración los elementos extralingüísticos que condicionan el uso efectivo del lenguaje. En este sentido, la pragmática no pretende invadir el terreno de la investigación gramatical, sino, en todo caso, complementarlo¹.

2. La necesidad de la pragmática.

La distancia que existe a veces entre lo que literalmente se dice y lo que realmente se quiere decir (“intención comunicativa”) y la adecuación de las secuencias gramaticales al contexto comunicativo son temas de gran interés en la pragmática. En esta unidad trabajaremos lo referente a la intención comunicativa y en la guía 5 de la unidad 4 estudiaremos el papel del contexto

3. ¿Cómo es posible que lo que decimos y lo que queremos decir puedan no coincidir?

INTENCIÓN COMUNICATIVA

La intención comunicativa es el propósito que perseguimos cuando emitimos algún mensaje. Si queremos informar, nuestro mensaje tendrá ciertas características, si queremos convencer o persuadir a alguien, la estructura y características del mensaje cambiarán. Sin embargo, un mismo mensaje puede tener más de una intención. Un texto, por ejemplo, puede tener varias intenciones comunicativas, aunque una es la que predomina².

Como dice María Victoria Escandel, la comunicación humana tiene como finalidad fundamental el alcanzar ciertos objetivos en relación con otras personas: hablamos con una determinada intención y el instrumento utilizado para conseguir esa intención es el lenguaje, además la intención funciona como un principio regulador de la conducta en el sentido de que conduce al hablante a utilizar los medios que considere más idóneos para alcanzar sus fines.

En el proceso de la comunicación es necesario tratar de descubrir la intención concreta con que fueron elegidas las formas utilizadas por el emisor para la correcta interpretación de los enunciados, ese descubrimiento depende del destinatario.

La tarea del destinatario consiste, pues, en intentar reconstruir en cada caso la intención comunicativa del emisor de acuerdo con los datos que le proporciona su información pragmática. Para ello, evalúa el contexto verbal y no verbal del intercambio comunicativo, buscando la información suplementaria que necesite para poder inferir un mensaje adecuado al propósito común de la comunicación.

En consecuencia, la interpretación concreta de un enunciado en una situación dada hace necesario el análisis de elementos extralingüísticos.

4. ¿Cuántos tipos de intenciones comunicativas conocemos?³

Existen diferentes intenciones comunicativas. Tú puedes transmitir mensajes con una intención comunicativa que puede ser informar, ordenar, solicitar, convencer, advertir y persuadir, entre otras.

a. La intención informativa

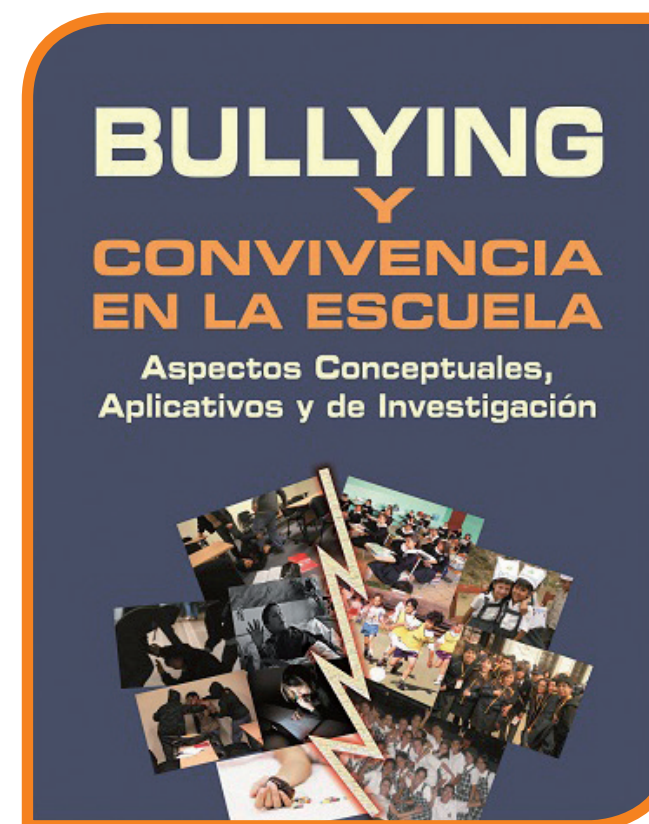


Figura 1: Carátula Buyllying.
Fuente: <http://www.observatorioperu.com/Jornadas/images/CARATULA%20BULLYING.jpg>

Muchas veces leemos textos con diferente intención comunicativa. En algún momento hemos tenido en nuestras manos, alguna revista con artículos de divulgación científica ¿Qué revista has leído? ¿Qué comunicaba? ¿Quién escribió el artículo?

³ Tomado de: ¿Cuántos tipos de intención conoces? Recuperado de http://conalep-naucalpan1.gotdns.org/recursosdidacticos/comunicacion/intencioncomunicativa/cuntos_tipos_de_intencion_conoces.html

¹ Tomado de: Escandell, María Victoria (1996). Introducción a la pragmática. Barcelona: Ariel, pág 16

² Tomado de: ¿Qué es intención comunicativa? Recuperado de http://sied.conalep.edu.mx/bv3/biblioteca/area/carrera/modulo/recurso/128/qu_es_intencion_comunicativa.html



Figura 2: Cinemania. Fuente: <http://images4.fanpop.com/image/photos/22300000/Johnny-depp-Cinemania-Mexico-May-2011-johnny-depp-22334755-1953-2560.jpg>

Figura 3: Portada revista. Fuente: <http://www.interviu.es/var/sfInterviu/storage/images/opinion/humor/portada-imposible/portada-imposible-1839/885076-1-esl-ES/portada-imposible-1839.jpg>

Figura 4: Portada Tú. Fuente: <http://cdn.enelbrasero.com/wp-content/uploads/2013/02/portada-tu-05-miley-443x600.jpg>

Sus temas son variados, hay revistas de farándula, de ciencia, de política, de deportes entre otros y lo que pretenden es informar sobre alguno de estos campos. También algunos textos del periódico, los noticieros de radio y televisión tienen intenciones semejantes.

b. La intención explicativa o expositiva

A diario, en la vida escolar trabajamos con libros de biología, de sociales o de matemáticas o de cualquier área y si nos detenemos a pensar en quién los escribió y para qué lo hizo, responderemos que su principal intención era la de exponer y explicar algún tema en particular sea de biología o geografía; es decir, un texto como una noticia pretende informar, pero un libro de texto de lenguaje, por ejemplo, pretende exponer y explicar aspectos fundamentales del funcionamiento de la lengua y de la comunicación. También responderemos que quienes los escribieron son doctores, biólogos o en general ‘hombres de ciencia’ que exponen un tema de forma objetiva, es decir, sin exponer su punto de vista o sin dejar que su escrito revele sus emociones personales frente al tema.



Figura 5: La teoría del Big bang. Fuente: http://2.bp.blogspot.com/_KXw12gs_0hQ/SKXA0icUMJI/AAAAAAAAADRU/o81XITx16xs/s400/bigbang2.jpg

Figura 6: Científicos en el fin del mundo. Fuente: www.editorialhelice.es/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95c/i/cientificos-en-el-fin-del-mundo.jpg

Figura 7: Algebra de Baldor. Fuente: <http://images4.fanpop.com/image/photos/22300000/Johnny-depp-Cinemania-Mexico-May-2011-johnny-depp-22334755-1953-2560.jpg>

c. La intención apelativa o prescriptiva



Figura 8: Vacunación de la gripe. Fuente: <http://plmadrid.files.wordpress.com/2009/11/cartel-medidas-prevencion-gripe-a.jpg>

Ahora pensemos en los mensajes que nos obligan o motivan a hacer algo, en la comunicación en casa y en los mensajes que una madre transmite a su hijo, ¿hemos pensado cuántas órdenes recibimos al día? o si nos ubicamos en el contexto escolar pensemos cuántas órdenes recibimos en la jornada ¿Quién nos da las órdenes? ¿Para qué? “Abre la puerta”, “silencio”, “saca el cuaderno”, “mira al tablero” y muchos mensajes que te dan las órdenes de lo que debes hacer. El profesor tiene una intención prescriptiva, es decir, que guía la acción de quien la recibe. También nos encontramos la intención prescriptiva o apelativa en las recetas, en los manuales de instrucción, en los textos administrativos, en los jurídicos, en las cartas formales y en otros documentos, además la intención apelativa o prescriptiva también está en signos no verbales que nos dan órdenes o regulan nuestra acción, por ejemplo, las señales de tránsito, que comunican prohibición o recomendación para transitar en la ciudad ¿Podemos citar algunos ejemplos de estos textos?

Si tu mensaje está dirigido a alguna persona, institución o dependencia para que te resuelvan algún problema o devuelvan algún dinero por un cobro mal efectuado, tienes una intención de requerimiento y haces uso de la función apelativa del lenguaje.



d. La intención persuasiva



Figura 9: Ley del aborto.
Fuente: <http://historico.elpais.com.uy/anexos/imagen/12/271865.jpg>

Algunos mensajes tienen una intención diferente a la de informar o prescribir, lo que ellos pretenden es convencernos de hacer algo ¿Nos han tratado de convencer mostrándonos los argumentos para demostrarte que tienen la razón? O de otra forma ¿Hemos buscado las razones para demostrarle a alguien que tenemos la razón? ¿Qué recursos utilizamos?

Este tipo de intención se conoce con el nombre de intención persuasiva.

Un artículo de opinión en el periódico o en una revista tiene intención persuasiva, también la pauta publicitaria que trata de convencerte de comprar un detergente en particular y no otro.

Con esta intención se busca influir en la conducta del receptor para que dé una respuesta, cambie su forma de pensar, sus opiniones, actitudes o que asuma una postura frente a un tema propuesto

e. La intención de advertir

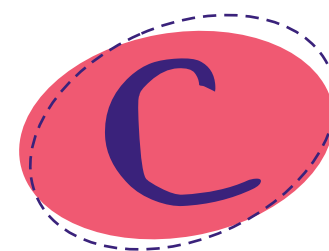


Figura 10: Consecuencias del cambio climático.
Fuente: http://servindi.org/img/2013/camcli_1.jpg

Observemos. Las imágenes son impactantes. Imaginemos al mundo como un helado deritiéndose por el efecto del calentamiento global. Imaginemos los suelos totalmente secos y el aire contaminado. ¿Cuál creemos que es la intención del cartel?

La intención es llamar nuestra atención sobre el peligro que corre la humanidad por el calentamiento global, es advertirte del peligro al que estamos expuestos si no cambiamos nuestra forma de actuar. Las campañas para concientizar a la gente sobre la importancia de cuidar

el medio ambiente tienen en común este propósito. La intención de advertencia finalmente pretende llamar la atención al receptor para que reflexione sobre los riesgos antes de actuar.



Ejercitación

TRABAJO POR PAREJAS

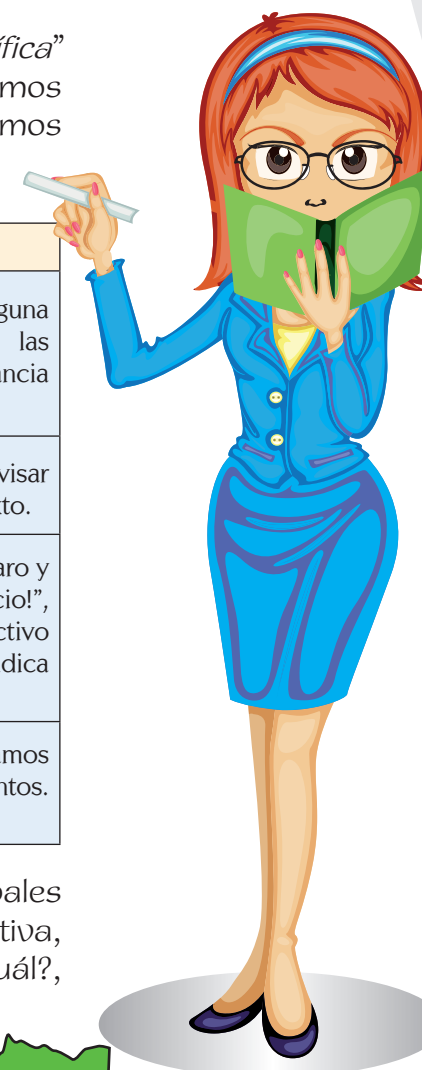
1. Revisamos la información de la “*Fundamentación Científica*” y completamos el cuadro en el cuaderno, para ello tenemos en cuenta el tipo de intención comunicativa y así afianzamos nuestros conocimientos.

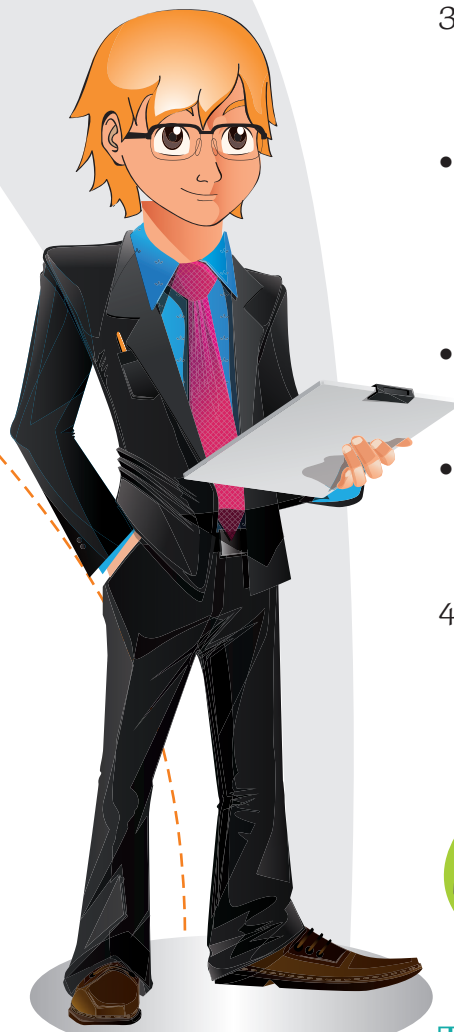
Tipo de intención	Características
	Un anuncio publicitario busca que hagamos alguna transacción o compra. La argumentación, las palabras que empleamos, todo tiene importancia para alcanzar esta intención.
	Si queremos prevenir sobre algún peligro, o avisar sobre algún riesgo, utilizamos este tipo de texto.
	En este caso, se debe emplear un lenguaje claro y directo. Por ejemplo, un mensaje de “¡Silencio!”, es un ejemplo de esta intención. Un instructivo tiene también una intención así, ya que nos indica paso a paso lo que debemos hacer.
	Cuando nuestra intención es de esta clase, usamos datos, hechos objetivos, sucesos, acontecimientos. Un claro ejemplo es una noticia.

2. A continuación encontramos una serie de signos no verbales que representan mensajes que tienen intenciones apelativa, informativa, persuasiva o de advertencia. ¿Cuál es cuál?, Argumentamos la respuesta.



Figura 11: Alpina.
Fuente: http://compras.colombia.com/catalogo/VIV09_22_02/images/VIV09_22_02_003.jpg





3. Copiamos los textos en el cuaderno y sobre la línea escribimos el nombre de la intención comunicativa que prima en cada situación.
 - Juan acude a un evento y realiza un documento donde describe el nombre del evento, el tema destacado en el mismo, personalidades que estuvieron presentes, la fecha y hora en que se realizó y la duración del mismo. _____
 - En la escuela hay un perro que se enfermó de rabia. Aviso a mis compañeros que acudan a vacunarse _____
 - En el laboratorio cualquier chispa puede provocar un incendio. Por eso, está prohibido encender fósforos y fumar, por supuesto. Hay un letrero que dice prohibido fumar _____
4. Le presentamos las actividades al profesor para que valore nuestros aprendizajes.

D Aplicación

TRABAJO INDIVIDUAL

1. En mi institución educativa, se han presentado algunos problemas de agresión entre mis compañeros, así que escribo una carta al gobierno escolar para solicitarle que realice una campaña sobre la importancia de tener una sana convivencia y respetar a los demás. ¿Cuál será la intención de mi texto? Sigo el modelo para que la carta sea formalmente aceptable. Tengo en cuenta lo aprendido en la guía.

Manizales, febrero 25 de 2013

Señores
Gobierno Escolar
Instituto Benedicto XVI

Estimados miembros del gobierno escolar:
Mi nombre es Pedro Pérez y me encuentro cursando el séptimo grado. Con preocupación he notado que.....

Atentamente,
Pedro Pérez

2. Me encantan los perros y siempre he querido tener uno, pero a mis padres no les gusta mucho la idea. Les escribo una carta para convencerlos de las ventajas de tener una mascota en casa.

Manizales, febrero 25 de 2013

Señores
Juanita y Pedro Pérez
La ciudad

El año escolar transcurre sin dificultad y he obtenido excelentes notas

Un abrazo,
Su hija que los adora,

Matilda

3. Presento mi trabajo al profesor para que valore mi desempeño.

E Complementación

TRABAJO INDIVIDUAL

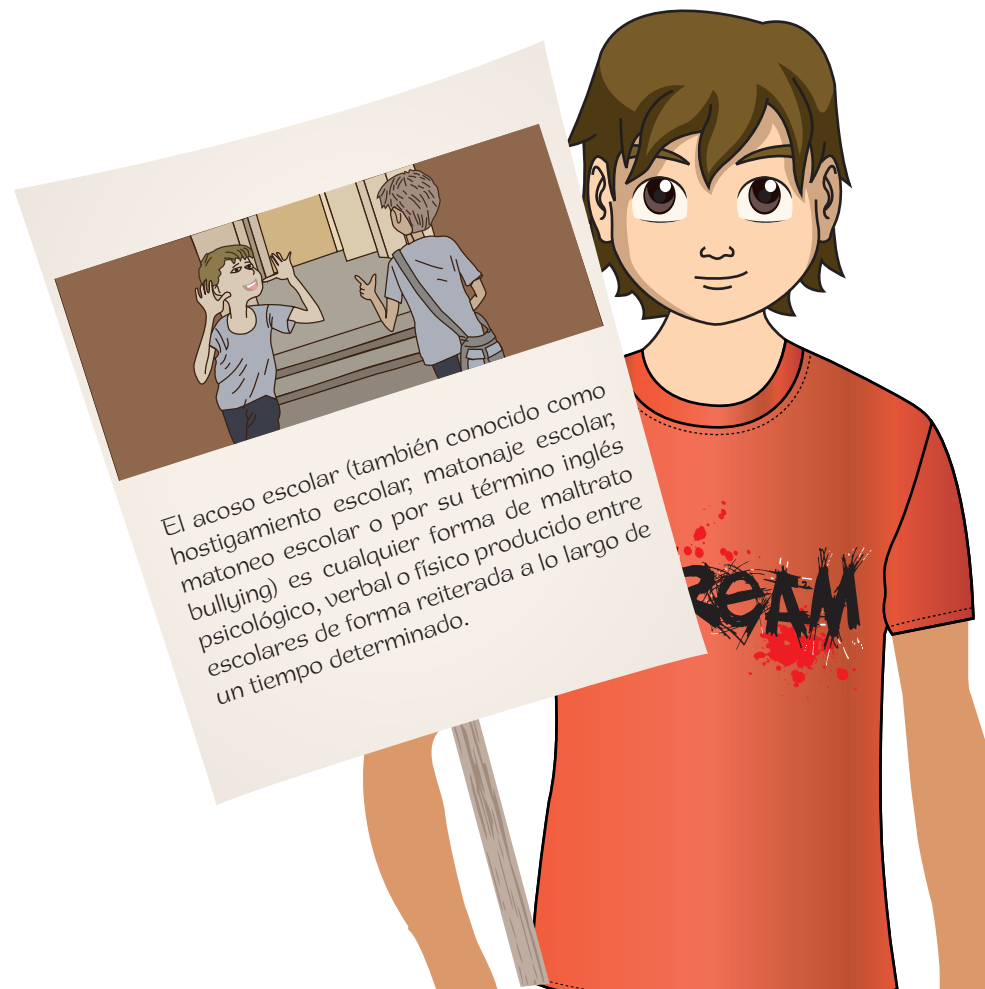
1. Consulto en la biblioteca o en internet sobre **La persuasión en la publicidad** y hago un cartel para explicar cuáles son los recursos que emplea la publicidad para persuadir al público. Lo acompaño con una pauta publicitaria que me llame la atención.



Figura 12: Publicidad de productos.
Fuente: http://m.lamega.com.co/sites/default/files/imagenes/publicidadanimales_24.jpg

2. Consulto sobre el Bullying y preparo una presentación para la clase sobre este tema, teniendo en cuenta, dar respuesta a los siguientes interrogantes.

¿Cuál es la intención de mi presentación? ¿Informar o persuadir? ¿Qué estrategias puedo usar para cumplir mi propósito? Mi texto debe evidenciar un propósito informativo o persuasivo.



Evaluación por competencias

Los siguientes enunciados pueden tener más de una intención comunicativa, pero hay una(s) que prima(n). Marco con una X la respuesta correcta

1. “SERVIENTREGA es entrega segura.”

- A. Informativa.
- B. Persuasiva.
- C. Apelativa.
- D. De advertencia.

1

2. La violencia entre estudiantes constituye un problema grave en toda América Latina, tanto por su magnitud como por sus consecuencias académicas. Esta es una de las principales conclusiones del trabajo de la UNESCO, desarrollado entre 2009y 2011... La agresión más frecuente fue el robo (39,4%), seguida de la violencia verbal (26,6%) y la violencia física (16,5%)².

- A. Informativa y expositiva.
- B. Persuasiva y apelativa.
- C. Informativa y apelativa.
- D. Apelativa y advertencia.

2

3. El 4 de Febrero del presente año la Unión Internacional Contra el Cáncer U.I.C.C. celebra el DÍA MUNDIAL DEL CÁNCER. La Liga colombiana Contra el Cáncer llama la atención sobre la importancia de adoptar hábitos de vida saludables que contribuyen a prevenir un gran porcentaje de diferentes tipos de Cáncer:

- A. Persuasiva.
- B. Informativa.
- C. De Advertencia.
- D. Apelativa .

3

⁴Tomado de: Bullying Estadísticas. Recuperado de <http://padreexpertos.com/blog/bullying-estadisticas/>

4. En la campaña publicitaria de Colombia, la intención es:



Figura 13: Colombia.
Fuente: www.barceloviajes.com/ofertas/viajes/colombia.jsp

- A. De advertencia.
- B. Expositiva.
- C. Informativa.
- D. Persuasiva.

4

5. El profesor envió un comunicado a los estudiantes cambiando la fecha de la evaluación.

- A. Informativa.
- B. De advertencia.
- C. Apelativa.
- D. Persuasiva.

4

Glosario

- **Adecuación:** Que tiene la capacidad de acomodarse a otra cosa o es apropiado para determinado fin, uso o acción.
- **Bullying:** Acoso escolar, maltrato o matoneo en la escuela.
- **Divulgación:** Acción o efecto de divulgar, publicar, extender, poner al alcance del público algo.
- **Extralingüísticos:** Se dice de algo que interviene en el proceso de comunicación sin ser estrictamente lingüístico.
- **Idóneos:** Adecuado y apropiado para algo.
- **Pauta publicitaria:** Instrumento o norma que sirve para gobernarse en la ejecución de algo o promocionar campañas, generalmente del gobierno.
- **Persuasión:** Capacidad de convencer a alguien.
- **Predomina:** Prevaler, preponderar.
- **Prescriptivo:** Que prescribe (preceptúa, ordena), que da órdenes.
- **Regulador:** Instrumento que regula o da órdenes.
- **Requerimiento:** Aviso, manifestación o pregunta que se hace, generalmente bajo fe notarial, a alguien exigiendo o interesando de él que exprese y declare su actitud o su respuesta.