



# Recrea

Educación para refundar 2040





¡Así como la vida educa  
la educación da vida!



**Recrea**  
Educación para refundar 2040



Educación



Secundaria



LENGUA MATERNA  
**Segundo grado**

Ámbito: PARTICIPACIÓN SOCIAL

**Analiza el contenido de campañas oficiales**  
**PARTE 2 DE 2**

Semana 17

## **OBJETIVO**

Promover la observación crítica de los medios, analizando el contenido de las campañas públicas para que reconozcan la variedad de estrategias que utilizan, así como las semejanzas y diferencias con la publicidad comercial.

## **PRÁCTICA SOCIAL DEL LENGUAJE**

Análisis de los medios de comunicación

## **APRENDIZAJE ESPERADO**

Analiza el contenido de campañas oficiales.

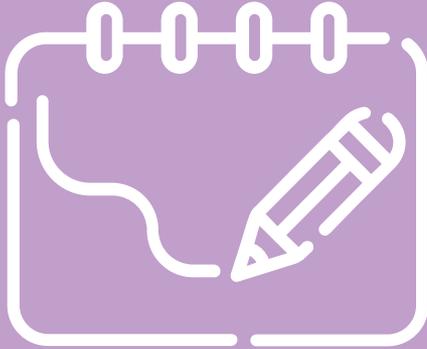


# TEMAS

## Parte 2

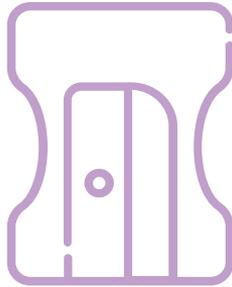
- **Reflexionamos sobre el lenguaje persuasivo y los recursos retóricos en las campañas.**
- **Reflexionemos sobre el uso del lenguaje audiovisual en las campañas.**
- **Realizamos una campaña social sobre el correcto uso del cubre bocas y el lavado de manos para analizarla.**
- **Redactamos un comentario crítico sobre una campaña implementada.**

# Recomendaciones generales



1. **Ponte cómodo.**
2. **De preferencia en un lugar bien iluminado sin distracciones.**
3. **Ten a la mano el material que necesitas.**
4. **Siempre es buena idea volver a leer el contenido y descansar cuando lo creas conveniente.**
5. **Usa tu libro de texto y el internet son dos fuentes de consulta muy poderosas, aprovéchalas cuando tengas dudas sobre los contenidos de esta ficha.**

# ¿Qué necesitamos?



- Cuaderno.
- Fichas de recrea.
- Lápiz y plumas.
- Colores y marcadores.
- Hojas blancas.
- Cartulina Blanca.
- Sacapuntas y borrador.
- Tomas de notas.
- Imágenes de internet o de revistas.





¡Para iniciar!



## Las campañas oficiales

Las campañas oficiales aspiran a promover un bien social al **informar**, **difundir medidas preventivas** o **solucionar problemas** que afectan a la **sociedad**.

Son relevantes pues buscan **concientizar a la población** sobre problemas relativos a la educación, la salud o el medio ambiente.

**¡Para iniciar!**



## Las campañas oficiales

- ¿Qué campaña oficial puedes recordar en este momento?
- ¿Por qué te llamó la atención?
- ¿Cómo se logra que las personas se sientan identificadas con una campaña?





## ¿Cómo se emplea el lenguaje persuasivo?



Este lenguaje puede emplearse en dos sentidos:

- La persuasión racional o argumentativa.

Recurre a **evidencias, razonamiento lógico, datos, estadísticos, etcétera.**

Por ejemplo, enumerar las propiedades y ventajas del consumo de verduras para probar que es una práctica saludable.

## ¿Cómo se emplea el lenguaje persuasivo?



- La persuasión a través de sentimientos y emociones.

Busca que las decisiones de las personas se basen en los *deseos y las motivaciones: orgullo, odio, miedo, simpatía, vanidad, prejuicios, sentido de pertenencia, etcétera.*

**Por ejemplo:** mencionar que consumir verduras permite ser una persona esbelta y atractiva es persuadir a alcanzar un estereotipo.

# Recursos retóricos: la metáfora y la rima.

Las campañas oficiales utilizan distintos recursos retóricos como la metáfora y la rima.

Como sabes, la metáfora es una sustitución del significado literal de una palabra (denotación) por un sentido figurado (connotación).

Es decir, se pone un concepto en lugar de otro con el que guarda semejanza de significados .



## Metáforas visuales : lemas con mayor impacto

En las campañas también se usan las **metáforas visuales** que consisten en *utilizar imágenes modificadas respecto de su significado original o real para expresar otra idea que está relacionada.*

Con ello, el destinatario recordará más fácilmente el mensaje por ser distinto a los anuncios convencionales.

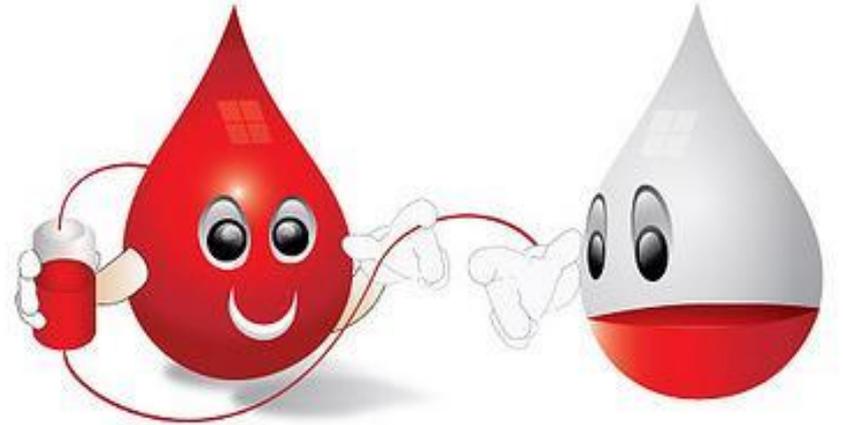
Además, se logra la premisa en publicidad de "decir mucho con muy poco".



¡A trabajar!



Un ejemplo de metáfora visual sería:  
“**Donemos sangre, regalemos vida**”



¡A trabajar!



Realiza el siguiente cuadro en tu cuaderno, e identifica en el ejemplo anterior de metáfora visual lo siguiente:

<b>Objetivo de la campaña</b>	<b>Lema</b>	<b>¿Qué semejanzas tiene donar sangre con la idea de vida?</b>

Para reflexionar



## Reflexiona y contesta en tu cuaderno

¿Puedo deducir qué recurso retórico se utiliza en cada campaña y para qué lo utilizan?

¿Puedo identificar una metáfora visual?

¿Cuál será el objetivo de influir en las acciones del público?



## Reflexionemos sobre el uso del lenguaje audiovisual en las campañas

Las campañas oficiales impactan más cuando se emplea el **lenguaje audiovisual**, que es un **conjunto de recursos expresivos** que se perciben mediante la vista y el oído, es decir, imágenes en movimiento y elementos acústicos como audios de voz o música.



# Reflexionemos sobre el uso del lenguaje audiovisual en las campañas

Seguramente, en televisión o radio has tenido la oportunidad de escuchar el lema musicalizado de alguna campaña, por ejemplo, el que difunde la Secretaría de Salud:

**¡Aguas! El dengue está en casa.**

Tiene difusión en radio y televisión y para hacerlo más atractivo utilizó: *dibujos llamativos, marionetas e infografías* que facilitan el acceso a la información.



## Reflexionemos sobre el uso del lenguaje audiovisual en las campañas

En el lenguaje audiovisual hay **metáforas visuales**, que permiten referirse a la realidad mediante imágenes en las que se sustituye la forma habitual de representar un objeto o persona por otra que aporta un sentido diferente, en este caso una marioneta en lugar de una persona.



# ¿Cómo puedo analizar el lenguaje audiovisual en una campaña oficial?

Para **analizar el lenguaje audiovisual** en las campañas oficiales es conveniente desarrollar la **obsevación crítica**:

- ¿Presenta situaciones reales?
- ¿Son alusivas al tema de la campaña?
- ¿Proporciona información para saber cómo actuar?
- ¿Apela a la sensibilidad del receptor?

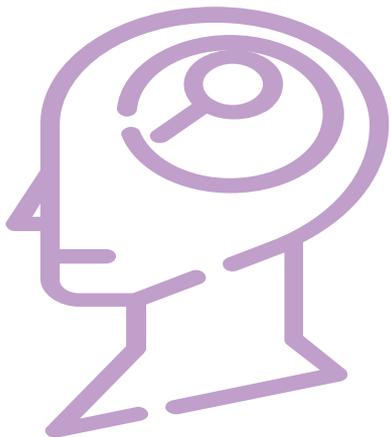
¡A trabajar!



Identifica el mensaje de la campaña para prevenir el Dengue y analiza el lenguaje audiovisual en tu cuaderno utilizando estos criterios :

- ¿Cuál es la problemática sobre la que busca llamar la atención ?
- ¿Cuál es su objetivo?
- ¿Qué alternativas, recomendaciones o soluciones propone?
- ¿A qué sector de la población se dirige?
- ¿Presenta situaciones reales?
- ¿Son alusivas al tema de la campaña?
- ¿Proporciona información para saber cómo actuar?
- ¿Apela a la sensibilidad del receptor?

¡Para  
reflexionar!



## Recuerda...

Sensibilizar o concientizar a una persona puede ser todo un reto.

Al **difundir ideas** para generar un **cambio de actitud o impulsar acciones**, las campañas oficiales buscan que los ciudadanos se **involucren en la atención, prevención y solución** de problemas que los afectan.

El **Dengue** junto al **COVID 19** presentan un reto de salud y es cuestión de **atender las indicaciones y las correctas medidas** de higiene para evitar contagios y complicaciones.

¿ **Qué tan informado te encuentras sobre estos temas?**



¡Para iniciar!



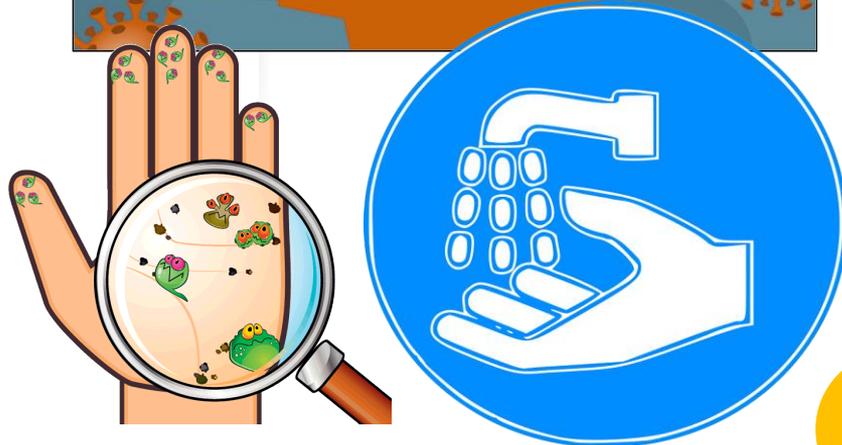
Para crear una campaña social se debe atender tanto al mensaje que piensas difundir como al cartel que será el recurso para darlo a conocer.

En este apartado vas a crear una campaña social sobre el correcto uso del cubrebocas y el lavado de manos, para evitar contagios por COVID 19.

## Recursos que debes considerar al crear tu campaña social

Los carteles son un recurso básico en una campaña oficial y pueden tener las partes enlistadas abajo.

- Imagen
- Fotografía
- Llamado a la acción
- Teléfonos
- Lema o eslogan
- Firma o logotipo del emisor
- Páginas web
- Texto complementario
- Dirección postal
- Logotipo de la campaña



# Observa los siguientes carteles e identifica qué partes los componen

## Cartel 1

Campaña para la detección temprana del cáncer de seno

# Ámate Tócate

La prevención está en la acción

## Cartel 2



**NO DEJES QUE EL TABACO  
TE quite LA RESPIRACIÓN**

**ELIGE SALUD NO TABACO**

**31 DE MAYO DÍA MUNDIAL SIN TABACO #SinTabaco**

 **JUNTOS, VENCEREMOS  
EL CONSUMO  
DE TABACO**

 **FCTC**  
CONVENIO MARCO DE LA OMS  
PARA EL CONTROL DEL TABACO  
SECRETARÍA

 **Organización  
Mundial de la Salud**

# Elementos de un cartel para una campaña social

¿Cuáles de las partes enlistadas observas en los carteles anteriores?  
Señálalas con una X

## Cartel 1

- Imagen
- Fotografía
- Llamado a la acción
- Teléfonos
- Lema o eslogan
- Firma o logotipo del emisor
- Páginas web
- Texto complementario
- Dirección postal
- Logotipo de la campaña

## Cartel 2

- Imagen
- Fotografía
- Llamado a la acción
- Teléfonos
- Lema o eslogan
- Firma o logotipo del emisor
- Páginas web
- Texto complementario
- Dirección postal
- Logotipo de la campaña

## Elementos de un mensaje efectivo para crear tu campaña social

El mensaje en una campaña social es: **breve, original, sugerente y convincente.**

Cuando se plantea el problema, se mencionan sus **causas y posibles soluciones**, acompañadas de un **llamado a los destinatarios**, a quienes **se incita a hacer algo**.



# Elementos de un mensaje efectivo para crear tu campaña social

Para lograr la **efectividad del mensaje** hay que considerar:

- **El emisor:** institución u organismo de gobierno que emite el mensaje.
- **El destinatario:** conjunto de personas a quienes se dirige el mensaje.
- **El propósito o la finalidad:** informar de un asunto o concientizar sobre un problema.



¡A trabajar!



1.-Observa las características del cartel y del mensaje.

2.-Crea tu propia campaña social sobre el correcto uso del cubrebocas. *(Puedes seguir los pasos para crear una campaña que aparecen en el Anexo 2)*

3.-Utiliza hojas blancas para hacer un borrador y realiza tu versión final en cartulina.

## Para reflexionar



*Revisa tu trabajo y reflexiona en lo siguiente:*

- ¿Usé imágenes para lograr un efecto de persuasión en los destinatarios?
- ¿El mensaje que transmite tu lema es breve original y persuasivo?
- ¿Presenta situaciones reales?
- ¿Proporciona información para saber cómo actuar?
- ¿A qué emociones del receptor apela?
- ¿Qué impacto crees que tendrá la campaña que realizaste?

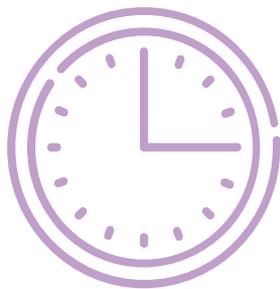
**Redactamos un comentario crítico sobre una campaña implementada.**



## 4 ° Sesión



¡Para iniciar!



Ahora que has reflexionado sobre el papel de las campañas en la sociedad y realizaste una de ellas, estás preparado para comentarla y emitir una opinión por escrito.

Un comentario crítico es un ejercicio de análisis de las ideas y la organización de un texto que nos permite contrastar las opiniones ajenas con las propias.

Se trata de una actividad de gran utilidad para tener una visión más objetiva, rigurosa, de las campañas oficiales que te rodean.

# Reflexionemos sobre el uso de conectores al escribir un comentario crítico

Al redactar tu comentario escrito, recuerda que los **signos de puntuación** delimitan las oraciones y **los párrafos** dan orden a las ideas y estructura al texto.

## **Necesitarás expresar y contrastar ideas.**

Para ello, utiliza los conectores, que aparecen en la siguiente diapositiva, que también sirven para lograr concordancia entre las oraciones.



## Uso de conectores al redactar un comentario crítico.

CONECTORES	FUNCIÓN
En mi opinión, yo pienso que, considero que, creo que.	Sirven para indicar que lo que vamos a decir a continuación es lo que pensamos. "Pienso que es una campaña necesaria".
Sin embargo, no obstante, más bien	Expresan relaciones de oposición o contraste entre dos ideas. "La imagen es llamativa, sin embargo, no tiene nada que ver con el mensaje".
De acuerdo con, según, conforme a...	Cuando preceden a un sustantivo de persona, nombre o pronombre, se refiere a lo que dicha persona dice u opina. "De acuerdo con las autoridades responsables ... ", "Según el secretario ... ".
En conclusión, por último, finalmente	Introducen información para resumir o concluir una exposición. "En conclusión, la campaña generó un cambio de conciencia".

¡A trabajar!



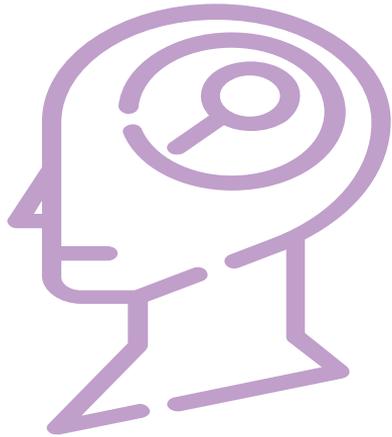
Redacta tu comentario crítico ya sea sobre la campaña que elaboraste o sobre alguna otra que hayas investigado a lo largo de las fichas 1 y 2.

Verifica que contenga lo siguiente:

- Título
- Subtítulos
- Análisis de la campaña.
- Valoración personal.
- Uso de conectores
- Separado en párrafos
- Correcta escritura y ortografía
- Limpieza y coherencia

Si tienes dudas revisa el Anexo 4

Para reflexionar



*Completa la siguiente lista de cotejo y verifica tus logros.*

*Parte 1 de 2*

CRITERIOS	LO LOGRÉ	LO LOGRÉ PARCIALMENTE	AÚN NO LO LOGRO
Identifiqué en distintos medios los mensajes de las campañas oficiales			
Reconocí las diferencias entre publicidad y propaganda			
Reconocí los lemas y el lenguaje audiovisual y persuasivo que usan			

## Para reflexionar



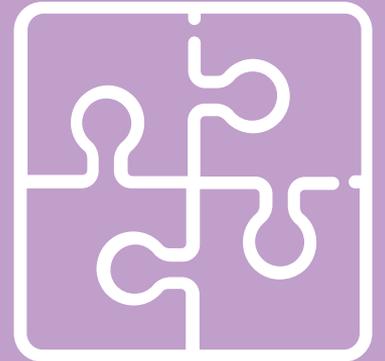
Completa la siguiente lista de cotejo y verifica tus logros.

### Parte 2 de 2

CRITERIOS	LO LOGRÉ	LO LOGRÉ PARCIALMENTE	AÚN NO LO LOGRO
Reflexioné sobre la necesidad y la importancia de campañas, como las relacionadas con el cuidado de la salud y del medioambiente.			
Reflexioné sobre el lenguaje persuasivo y los recursos retóricos utilizados en las campañas: metáforas, rimas y lemas.			
Reflexioné sobre el uso de otros lenguajes, como los audiovisuales.			

# ANEXOS

1. Bibliografía libros de texto de español.
2. **Pasos a seguir en la elaboración de una campaña.**
3. Imágenes de propaganda y publicidad.
4. Ejemplo de un comentario crítico.



## Anexos Bibliografía

1.- Castillo, Yolanda, et al.  
Español 2. Secundaria.  
Conecta más, Prime Edición,  
México, SM, 2018.



## Anexo 2

### Pasos a seguir en la elaboración de una campaña

- 1 Plantear el objetivo de tu campaña.
- 2 Definir el público al que se dirigirá y cuánto tiempo durará.
- 3 Elaborar un plan de medios de comunicación masiva, ya sean medios impresos o electrónicos, para difundir información de los mensajes que se desean transmitir.
- 4 Crear un lema de la campaña
- 5 Adecuar los mensajes a los diferentes medios de comunicación.
- 6 Realizar la campaña.
- 7 Dar seguimiento a la campaña para identificar el impacto en el público.



## Anexo 3



Las imágenes, fotografías y algunos formatos fueron elaborados para fines educativos por medio de la plataforma de diseño **Canva**, ubicado en <https://www.canva.com/> diseñado el 09 de Diciembre del 2020.

-Todas las imágenes y fotos utilizadas en esta ficha son de Autor desconocido está bajo licencia Creative Commons BY-NC-ND



# Anexo 4 Comentario crítico: ejemplo



TÍTULO (Sintetiza el contenido: "Análisis de la campaña X")

## Análisis de la campaña

(Párrafos que presentan el propósito del trabajo y mencionan los aspectos analizados como el mensaje, la importancia de la campaña, el lenguaje persuasivo y los recursos retóricos y audiovisuales).

## Valoración personal

(Ejemplo: En mi opinión, la campaña X, que es original y atractiva, logra captar la atención de los más jóvenes. Sin embargo, el tipo de lenguaje y las imágenes que utiliza están relacionadas con el mundo de los adolescentes, por lo que dudo que consiga captar la atención de otros públicos).

En definitiva, aunque es una propuesta llamativa y diferente, hubiera sido aconsejable abrirla a otros posibles destinatarios, ya que el problema que trata es de interés general y exige la implicación de todos)



Gracias por tu atención

# DIRECTORIO

Enrique Alfaro Ramírez

**Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco**

Juan Carlos Flores Miramontes

**Secretario de Educación del Gobierno del Estado de Jalisco**

Pedro Diaz Arias

**Subsecretario de Educación Básica**

Álvaro Carrillo Ramírez

**Encargado del Despacho de la Dirección de Educación Secundaria.**

**Autores:**

Martha Fabiola Pérez González

**Diseño gráfico**

Josué Gómez González





**Educación**

