

## Secundaria Tercer Grado

Lengua Materna. Español 3°

### "Somos lo que consumimos"



¿Qué voy a aprender?

#### Aprendizaje esperado

- Analiza las características de los mensajes publicitarios.
- Identifica el efecto de los mensajes publicitarios en los consumidores.
- Describe el impacto de los anuncios publicitarios en la sociedad mediante un texto.

#### Práctica Social del Lenguaje

- Analizar el efecto de los mensajes publicitarios a través de encuestas.

#### Temas

1. Diferencia entre la información presentada en los mensajes publicitarios y la realidad.
2. Mensajes publicitarios y su influencia en usos y costumbres de los consumidores.
3. Características de los lemas (eslogan) publicitarios y los efectos que pretenden inducir en la audiencia.





## ¿Qué necesito?

Recomendaciones generales:	Materiales:
<p>Desarrolla esta ficha desde tu hogar, está hecha especialmente para ti. Utiliza materiales de los que dispongas como: tu libro texto, otros libros o enciclopedias, revistas, periódicos.</p> <p>Consulta diversas fuentes de información, tanto impresas como digitales; enseguida selecciona y registra la que requieras para el tema que vas a abordar.</p> <p>Recuerda que es muy importante utilizar fuentes confiables. Puedes apoyarte en tu familia: padres, hermanos, tutores, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Libro de texto de Lengua Materna. Español 3er. grado.</li> <li>✓ Servicio de internet.</li> <li>✓ Dispositivo electrónico.</li> <li>✓ Televisión, radio.</li> <li>✓ Libros de diversas fuentes que hablen sobre el tema.</li> <li>✓ Diccionarios y enciclopedias.</li> <li>✓ Cuaderno de notas, bolígrafo, colores o marcador de textos.</li> </ul>



## Organizador de actividades:

No.	Actividad	Temporalidad*	Realizado
1	¿Soy un consumidor consciente?		
2	Veamos algunos comerciales.		
3	El discurso de los mensajes publicitarios.		
4	Cierto o falso... ¿qué tanto?		
5	Reflexiono lo que consumo.		
6	¿Qué aprendí? Momento de autoevaluación.		

Nota: Te pedimos que tú marques la temporalidad, considerando que es una ficha autogestiva. Tú decides el ritmo de trabajo que consideres adecuado. Sin duda tendrás mucho éxito.



## ¡Manos a la obra!

### Actividad 1. ¿Soy un consumidor consciente?

a) Lee las siguientes preguntas y reflexiona en su respuesta:

- ¿Qué tipo de productos compramos y por qué los compramos?



- ¿Alguna vez viste un anuncio de "ruffles", "gansito", o algún otro producto comestible, y fuiste a la tienda a comprarlo?

b) Observa el siguiente video...



Canal Claro y Directo MX (04 diciembre 2020) [Profeco alerta sobre "23 productos milagro" por publicidad engañosa](#) 3:57 min

Video con licencia de atribución de Creative Commons (permite reutilización)  
Material compartido con fines didácticos y académicos.

c) Después de ver el video responde en tu cuaderno de notas:

- ¿Qué tema aborda el video?
- ¿Qué opinión tienes sobre el asunto?
- ¿Has consumido productos sólo considerando lo que dice el comercial o el eslogan que lo promociona?
- ¿Qué opinas sobre los anuncios publicitarios o comerciales?
- ¿Influyen estos en tu comportamiento o gustos? Argumenta tu respuesta.
- ¿Qué tanto te relacionas con las siguientes afirmaciones?

Afirmación	Mucho	Poco	Nada	Argumenta tu respuesta
Las empresas satisfacen las necesidades reales que observan en las personas.				
Las empresas innovan en productos con la intención de generar una necesidad de ellos en las personas.				
Soy con consumidor consciente. Sé lo que compro y por qué lo consumo.				



## Actividad 2. Veamos algunos comerciales.

a) Observa en YouTube los siguientes comerciales:

<p><a href="#">El anuncio más emotivo de la Navidad 2015</a> en Español [HD]- Navidad a la Carta, del 30 de noviembre 2015, 1:46 minutos.</p> <p>Luego, responde...          ¿Qué sensaciones te produjo ver el comercial?          ¿En qué pensaste?          ¿Qué mensaje o idea te deja?</p>	<p><a href="#">Pedigree Diego Boneta</a>, del 14 de octubre 2021, con una duración de 0:15 segundos.</p> <p>Luego, responde...          ¿Qué sensaciones te produjo ver el comercial?          ¿En qué pensaste?          ¿Qué mensaje o idea te deja?</p>	<p><a href="#">Suavitel Complete 'La ayuda más completa'</a>, del 16 de octubre 2019, con una duración de 0:45 segundos.</p> <p>Luego, responde...          ¿Qué sensaciones te produjo ver el comercial?          ¿En qué pensaste?          ¿Qué mensaje o idea te deja?</p>
---	--	--

\*\*Referencias a canales y videos de YouTube utilizadas con fines didácticos y académicos

b) Con ojo de buen detective, comienza a realizar un análisis de los comerciales vistos. ¿Lograste identificar algunas figuras retóricas, cuáles? **Rescata las diferencias y semejanzas** que encuentras en cada uno para que llegues a una conclusión respecto a la forma en que pretenden llegar al consumidor.

Semejanzas	Diferencias	Figuras retóricas identificadas	Conclusiones



### Actividad 3. El discurso de los mensajes publicitarios.

- a) Realiza la siguiente lectura "¿Para qué sirve un anuncio publicitario?", de Iriana González Mercado? Rescata ideas centrales.

#### III. ¿PARA QUÉ SIRVE UN ANUNCIO PUBLICITARIO?

Se ha considerado que la publicidad es un mundo que fascina y seduce, sus anuncios son creativos y con un enorme simbolismo que impacta en la mente y las acciones de las personas, pero ¿para qué sirve un anuncio publicitario? Particularmente, se habla en la bibliografía especializada de funciones de la publicidad, las cuales están vinculadas principalmente al ámbito comercial. Según Russell, J. T. y W. Ronald Lane (1994), de acuerdo con los principios de Otto Kleppner (1994) en la obra clásica *Publicidad* destacan que un anuncio publicitario sirve para tres aspectos específicos:

1. Vender: naturalmente un anuncio publicitario es el medio a través del cual las empresas dan a conocer sus productos y servicios con la finalidad de mercantilizar y adquirir mejores ganancias económicas; por ello, emplean los medios masivos de comunicación para llegar al mayor número de personas y afianzarse económicamente.
2. Informar: mostrar las características y cualidades de los productos que se promueven, generalmente lo hacen con imágenes exageradas y con discursos comparativos que exponen como únicos e inigualables los bienes o servicios que se ofrecen.
3. Persuadir: inducen y motivan a las personas a adquirir y comprar ciertos productos. Construyen su propósito persuasivo gracias a frases creadas, imágenes atractivas, valores y creencias que acompañan al producto anunciado; lo que importa no es el objeto en sí, sino los recursos ideológicos y simbólicos que se adquieren con éste.

Es importante empezar a ver a la publicidad desde otra perspectiva, donde lo social también sea tomado en consideración, no sólo por el impacto que ha logrado en los jóvenes, sino por promover un uso responsable de los medios masivos de comunicación. Susana Andrés del Campo (2010), en su obra *Otros fines de la publicidad*, destaca dos funciones de la publicidad que son importantes explicar:

- Refuerza roles sociales: los anuncios publicitarios emplean imágenes concretas que nos remiten de una vida ideal: la esposa perfecta, el hombre de negocios, el joven viril y fuerte, la mujer impactantemente bella y feliz, el bebé saludable, entre otros. La publicidad legitima y refuerza estos roles sociales, a través de sus mensajes y, en la mayoría de los casos, las personas los adoptan como estilos aspiracionales.
- Seguridad: los mensajes publicitarios dotan de seguridad a los sectores a quienes se dirigen, les brindan referentes de cómo deben vivir y actuar de acuerdo con su condición



social; en este sentido, ciertas marcas promueven estatus, seguridad y poder.

Es aquí en donde conviene hacer un alto y hablar de un concepto recurrente en el ámbito publicitario: los estereotipos. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define este término como la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

Los anuncios publicitarios presentan los valores y creencias de una sociedad y, al mismo tiempo, se relacionan con la construcción de identidad a partir de estereotipos (Velandia-Morales y Rincón, 2014: 519). Para estos especialistas, la figura de la mujer y el hombre en la publicidad se representan como objetos sexuales decorativos dentro del comercial. Veamos un ejemplo:



Dale la vuelta al calor

HIDRÁTATE  
Botella eco->flex

TOMA AGUA SUAVEMENTE. un producto de DE PURES Group  
© 2017 DE PURES Group. Todos los derechos reservados. Más información en [www.ciel.com.mx](http://www.ciel.com.mx)

En este anuncio encontramos marcado el estereotipo de belleza, el producto genera expectativas y deseos, el mensaje se refuerza por el uso de la imagen de la figura pública (Ana Claudia Talancón, actriz mexicana) que funge como modelo del anuncio.

Particularmente, el concepto de estereotipo tiene una representación negativa. Por ejemplo, muchos comerciales hacen referencia a la apariencia física, la cual se asocian a mujeres extremadamente delgadas, imponiendo estándares de belleza totalmente alejados de la realidad; sin embargo, tal situación está empezando a cambiar, dado que marcas importantes están rechazando la idea de promover estos esquemas en su publicidad.

González Mercado, Iriana, Anuncio Publicitario, Cuadernos del Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación, febrero 2018, Proyecto infocab PB402117, páginas 17-19.  
Texto tomado para fines didácticos y de estudio.



- b) Investiga en tu libro de texto, Internet u otras fuentes, los distintos tipos de consumidor y elabora un mapa conceptual o mental que integre, organice y explique el tema. Procura consultar por lo menos dos fuentes distintas.



- c) Una vez analizados los comerciales, terminada la lectura, hecha tu investigación, comenta con algunos miembros de tu familia, amigos o vecinos, lo que en ello descubriste sobre los recursos que emplean los llamados comerciales o mensajes publicitarios para influir en las personas (consumidores) y pregunta qué opinan al respecto, qué tanto creen que los comerciales influyen en sus decisiones al momento de comprar un producto, si se identifican con un tipo de consumidor, entre otras cosas.

1. Registra las respuestas, opiniones, comentarios que hagan al respecto. Más adelante las utilizarás.

#### Actividad 4. Cierto o falso... ¿qué tanto?

- d) Durante uno o dos días, observa los mensajes publicitarios que aparecen en televisión, mientras ves videos en YouTube o escuchas la radio con tu programación favorita. No los veas y/o escuches como siempre lo haces, ya tienes nueva información que acabas de adquirir, úsala para observar todo el contexto del comercial.

Puedes utilizar los siguientes puntos como guía para no perderte en el análisis del comercial. Tú puedes modificar o agregar otros.

- ✓ El estereotipo que presenta: cómo es y qué rasgos lo distinguen.
- ✓ Figura retórica empleada.
- ✓ La relación con la realidad (cercanía o lejanía).
- ✓ Necesidades o aspiraciones que el anuncio promete resolver.
- ✓ El sector de la población sobre el que desea influir.



- ✓ Su valoración personal: el anuncio es influyente o no y por qué.

Necesario: Ten a la mano tu cuaderno de notas.

2. Con todo lo que has registrado, responde en tu cuaderno de notas, bajo tus apuntes de los comerciales que viste y/o escuchaste.

- ★ ¿A qué conclusiones te lleva el haber analizado los comerciales? ¿Cómo te dejas llevar por un comercial para consumir un producto?

3. Observa los siguientes videos.

Canal Cacto Producciones,  
(04 marzo 2019),  
[Publicidad y hábitos](#),  
1:10 min.

Canal Revés, (18  
noviembre 2020),  
[Publicidad Engañosa](#),  
4:13 min.

Videos con licencia de atribución de Creative Commons (permite reutilización)  
Material compartido con fines didácticos y académicos.

4. Responde en tu cuaderno de apuntes: ¿Qué opinas del contenido de los videos?, ¿cómo se relacionan con el video que viste al inicio de la ficha?, ¿a qué conclusiones llegas?

### Actividad 5. Reflexiono lo que consumo

El tema de los mensajes publicitarios es amplio y peligroso, por ello, debemos tener cuidado en lo que se ve y escucha de un producto; lo importante es investigar sobre él para luego decidir si lo consumo o no, por más lindo, atractivo, divertido y que pueda conectar con el comercial.

Revisa más sobre el tema en tu libro de texto u otras fuentes.

Redacta un breve ensayo en el que expreses lo descubierto al analizar los comerciales de los productos que te gustan, de los que consumen en casa, de cuánto influyen en ti para su consumo, entre otras cosas que hayas alcanzado a detectar.

Tu texto, debe responder al cómo influyen los mensajes publicitarios en las personas y en qué tan conscientes somos como consumidores.





Recuerda que durante el proceso has tomado notas de tus hallazgos, de lo que te comentaron otros sobre el tema. Retómalos que serán insumos para tu texto.

Considera que lo primero que escribes es tu borrador, es en donde plasmamos nuestras primeras ideas que poco a poco tomarán forma hasta lograr el texto final.

Posteriormente y si así lo deseas puedes hacer un video para subirlo en alguna red social y compartir con otros tu opinión sobre los efectos de los mensajes publicitarios en el público.

En presente las reglas para una buena redacción: cohesión, coherencia entre oraciones, puntuación y ortografía.

Todo texto debe tener su introducción desarrollo y conclusión. De ser necesario, revisa nuevamente en tu libro de texto la estructura del ensayo.

**Ya estás listo para comenzar a escribir.**

**Valorando mi texto. ¿Lo logré?**

Elemento	Lo tengo	Lo tengo, pero me falta completar	No lo tengo
Mi ensayo tiene un título atractivo y está ligado al tema que se abordó.			
Mi ensayo contiene una estructura: introducción, desarrollo y cierre.			
La introducción anticipa el tema o problema a tratar y deja ver el punto de vista de su autor.			
En el desarrollo incluí reflexiones personales y expongo mi punto de vista personal.			
Utilizo las citas textuales y la paráfrasis.			
En el cierre se presenta mi postura.			
Concluyo el tema que abordé, con mi opinión y valoración del tema.			



Utilizo argumentos para expresar mi punto de vista.			
Revisé cuidadosamente la ortografía y puntuación.			



## ¿Qué aprendí?

### Momento de autoevaluación.

📖 Lee con atención cada pregunta, da respuesta poniendo énfasis en el proceso de tus acciones al realizar las actividades y en lo que cada una de ellas te aportó.

- ¿Qué habilidades pudiste desarrollar para el análisis de los efectos en los comerciales?
- ¿Para qué te puede ser útil saber identificar el efecto de los mensajes publicitarios?
- ¿Te identificaste o identificar a algún miembro de tu familia dentro de algún tipo de consumidor? Describe cuál y por qué.
- ¿Por qué es importante ser crítico al momento de elegir un producto que consumiremos?
- ¿Qué te gustó más sobre este tema?
- ¿Qué se modificó en tu persona al abordar este tema?



### Para aprender más...

1. LIBROS DE TEXTOS EN LÍNEA
  - Gobierno de México. CONALITEG Secundaria <https://libros.conaliteg.gob.mx/secundaria.html>, Consultado el 28 de septiembre 2021.
2. FIGURAS RETÓRICAS
  - Canal Contra5te Estudio, (8 nov 2019) *Retórica en la publicidad*, 7:11 min. <https://www.youtube.com/watch?v=PcPwTWEBbOw>
  - Canal ANAGP, (16 jun 2020), *Figuras retóricas/literarias en la publicidad*, 9:15 min. <https://www.youtube.com/watch?v=bsa7pZsLoL4>
3. Página web para crear mapas conceptuales en línea.



- Lucid. Lucidchart. Programa para hacer mapa conceptuales online, <https://www.lucidchart.com/pages/es/ejemplos/mapa-conceptual>



## ¿Cómo apoyar en las tareas desde casa?

Padres de familia y/o tutores:

A lo largo de este proyecto que hemos diseñado para su hijo, buscamos lograr apoyarle para fortalecer sus saberes, habilidades y actitudes, y recuperar su participación en su proceso de aprendizaje que la pandemia afectó tanto, no sólo a los alumnos de México, sino de todo el mundo, colocándolos a todos en una situación de reto permanente.

Es muy importante para la formación de su hijo, nuestro alumno, que pueda recibir de ustedes y de nosotros, todo el apoyo que se requiere para que su situación académica vuelva a los niveles recomendables que le permitan avanzar hacia la superación profesional. En otras palabras, debemos lograr que se reincorpore a la escuela y continúe con su educación secundaria.

Por lo tanto, le presentamos uno más de varios proyectos de Lengua Materna. Español para que, desde su hogar, realice las actividades aquí sugeridas, con el firme deseo de que su familia lo acompañe y le facilite su reincorporación a la vida escolar y pronto podamos verlo en las filas de las clases presenciales en su escuela que tanto lo extraña.

Estamos seguros de que nuestra preocupación es la de ustedes y que juntos lograremos la RECUPERACIÓN ACADÉMICA DE SU HIJO. No lo deje solo, su acompañamiento es vital.



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**

Carlos Alberto Reyes Zaleta  
**Encargado del Despacho de la Dirección de Secundaria Técnica**

**Responsables del contenido**  
Graciela Lepe Ramírez  
Alba Xóchitl Aleriano Isais  
**Jefes de Enseñanza de Secundaria Técnica**

**Diseño gráfico**  
Liliana Villanueva Tavares

Jalisco, Ciclo Escolar 2021-2022

