

# Características de una campaña publicitaria

## Sesión 3

### Me activo y me concentro

Resuelve el acertijo.

Se presentan cuatro relojes, de los cuales sólo uno marca la hora exacta. Dos de los relojes van atrasados: uno de ellos 5 minutos y el otro 15, mientras que el tercero se adelanta 10 minutos. ¿Cuál de ellos marca la hora exacta?

Reloj 1: las 9 y 20

Reloj 2: las 9 y 15

Reloj 3: las 9 y 30

Reloj 4: las 9 y 5

### Lo que sé del tema

¿Cuánto sabes de las campañas publicitarias? Relaciona las columnas: anota en el paréntesis el número que corresponda.

- |   |                   |     |
|---|-------------------|-----|
| 1. Es una herramienta para dar a conocer productos y servicios. | <b>Oferta</b>     | ( ) |
| 2. Es una característica del mensaje.                           | <b>Propaganda</b> | ( ) |
| 3. Es la combinación de un servicio o producto.                 | <b>Valores</b>    | ( ) |
| 4. ¿Con qué otro nombre se conoce a la publicidad social?       | <b>Sencillo</b>   | ( ) |
| 5. ¿Qué promueve la publicidad social?                          | <b>Publicidad</b> | ( ) |
| 6. ¿Cómo debe ser el mensaje de las campañas?                   | <b>Directo</b>    | ( ) |



## Aprendo más

Lee el texto, subraya los puntos clave y haz un diagrama en tu cuaderno.



### La campaña publicitaria

Las campañas relacionadas con el cuidado del ambiente y la salud deben seguir tres principios.

1. **Crear conciencia.** Brindar la información para sensibilizar sobre el problema o tema.
2. **Cambiar actitudes.** Cambiar la forma de pensar o sentir sobre un tema.
3. **Cambiar conductas.** Cambiar acciones y comportamientos sobre un tema.

Una campaña de sensibilización busca cambiar el comportamiento del público al que se dirige. Para ello, usa gran variedad de medios y técnicas.

Una campaña debe ser racional y emotiva, con un mensaje sencillo y claro. Debe considerar los medios de difusión, los recursos humanos y técnicos para cada etapa de la campaña, un cronograma que anuncie fechas límite.

Para que una campaña tenga éxito, requiere preparación, un plan exhaustivo y una lista para verificar sus objetivos. Se definen los elementos: arranque, meta ambiciosa, fines alcanzables, lema e identidad, grupos y entornos, destinatarios definidos, mensajes, materiales y acciones fundamentales, obtención de fondos y recursos, vigilancia y evaluación y cierre de la campaña.



### Aplico lo aprendido

Reúnanse en equipos. Elijan un tema para hacer publicidad social y respondan.

¿Sobre qué tema quisieras crear conciencia? \_\_\_\_\_

¿A quiénes va dirigida la publicidad? \_\_\_\_\_

¿Qué conductas pretendes cambiar en ellos? \_\_\_\_\_

¿Qué medios usarás para difundir la campaña? \_\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo se difundirá la campaña? \_\_\_\_\_

Finalmente, crea un logotipo y dibuja tu anuncio.

# Figuras retóricas en la publicidad

## Sesión 4

### Me activo y me concentro

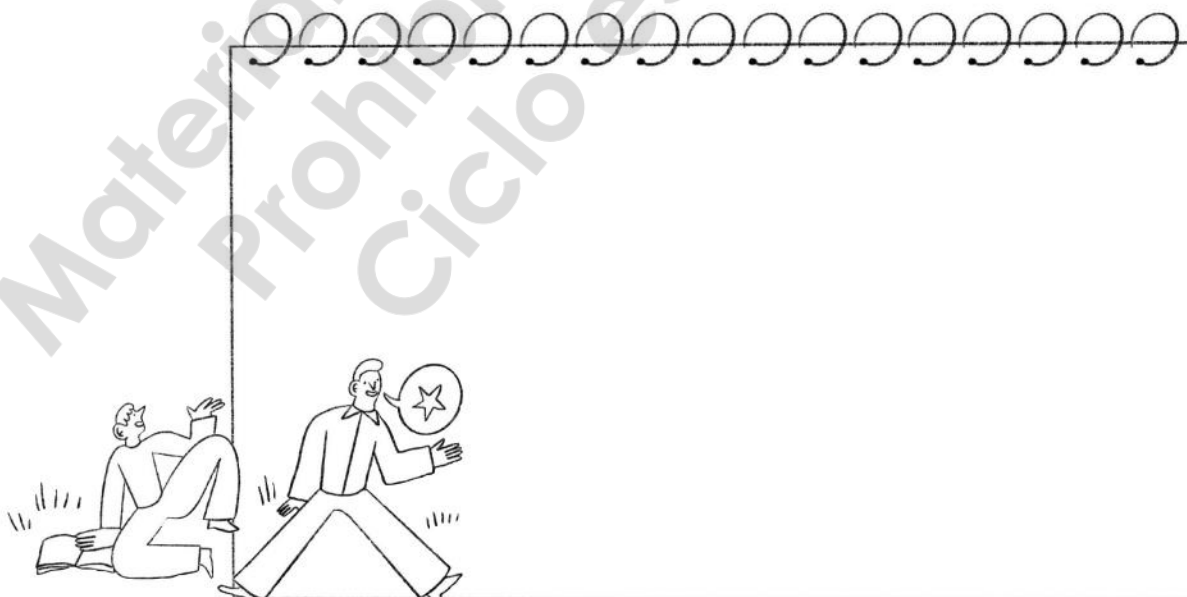
Iniciemos esta sesión con estos ejercicios físicos. Sigue las instrucciones.

1. Ponte de pie y estira tus brazos lo más alto posible. Mantén la posición 5 segundos. Repite la secuencia tres veces.
2. Bosteza lo más profundo que puedas tres veces consecutivas y luego respira profundamente.
3. Sube tus hombros hasta alcanzar tus orejas y sostén por tres segundos. Repite cuatro veces.
4. Mueve tu cabeza, lentamente, de derecha a izquierda, sin mover tu cuerpo. Repite siete veces.
5. Inhala y exhala tres veces.
6. ¡Sigue ejercitándote!

### Lo que sé del tema

¿Recuerdas qué son las figuras retóricas?, ¿para qué se utilizan?

Escribe una frase con una figura retórica.



## Aprendo más

Lee el siguiente texto, identifica el significado de las figuras retóricas y escribe un ejemplo de cada una.



### Las figuras retóricas

Las figuras retóricas son palabras o estructuras que embellecen el lenguaje. Se usan en textos literarios, pero también pueden usarse en campañas publicitarias y propagandísticas. Puedes encontrar las siguientes:

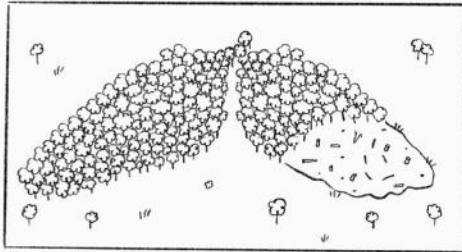
- **Símil.** Comparación de dos o más objetos, que señala sus diferencias o afinidades. Usa el nexa “como”. Por ejemplo: un suavizante de ropa “tan suave como el amor de mamá”.
- **Metáfora.** Compara dos cosas sin usar nexos. Por ejemplo: una goma de mascar blanca, que se compara con los dientes relucientes de una persona.
- **Personificación (o prosopopeya).** Atribuye características humanas a animales o cosas. Por ejemplo: los comerciales en los que personajes animados presentan cereales o golosinas.
- **Hipérbole.** Exagera los rasgos de una persona u objeto para crear una imagen inolvidable. Por ejemplo: una salsa “archirequeterecontrarica”.
- **Ironía.** El lenguaje da un mensaje aparentemente contradictorio o caricaturesco. Por ejemplo: un anuncio que muestra productos “antivuelco”, pero se cae del estante en el que se ofrece.
- **Paradoja.** Usa palabras o imágenes que aparentemente son contradictorias. Juega con las apariencias y la realidad. Por ejemplo: un hombre sube unas escaleras que lo llevan a un barranco.
- **Metonimia.** Se designa un objeto con el nombre de otro que se asocia a éste o tiene una relación semántica. Por ejemplo: un anuncio muestra a un mariachi para representar a los mexicanos.
- **Elipsis.** Intencionalmente omite ciertos términos para hacer oraciones más cortas. Por ejemplo: los anuncios que presentan el producto, pero no incluyen texto, porque ya queda claro de qué se trata.
- **Sinécdoque.** Designa una cosa con el nombre de otra. Por ejemplo: un producto que resume con una frase las características del producto, como un champú “al natural”.
- **Antítesis.** Es la contraposición de dos sintagmas, frases o versos para conseguir una expresión más eficaz. Por ejemplo: se muestran dos versiones de la misma playera; una lavada con un detergente eficaz y otra sucia, con un detergente de mala calidad.
- **Onomatopeya.** Imitación de ciertos sonidos, mediante el lenguaje escrito. Por ejemplo: expresiones caricaturescas como “¡splash!” o “¡pum, pam!”.



### Aplico lo aprendido

Analiza los tres carteles y señala las figuras retóricas que encuentres en ellos.

1)



---

---

---

2)

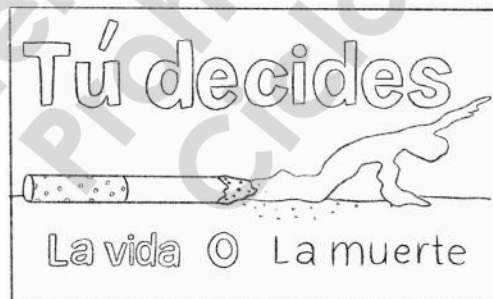


---

---

---

3)



---

---

---

