

**Miércoles
14
de octubre**

3° de Secundaria Lengua Materna

Los eslóganes y sus efectos

Aprendizaje esperado: *Identifica el efecto de los mensajes publicitarios en los consumidores.*

Énfasis: *Identificar las características de los eslóganes y su efecto en la sociedad.*

¿Qué vamos a aprender?

No olvides apuntar aquello que consideres importante o que te cause dudas, para despejarlas después con ayuda de tu docente y tu libro de texto. En la medida de lo posible, también, procura anotar los ejemplos que te ayuden a comprender mejor el contenido.

Recuerda, la finalidad de la publicidad es influir en las personas. Un anuncio publicitario se caracteriza por informar a una persona o grupo de personas sobre la disponibilidad, precio, características, cualidades y efectos derivados del uso de un producto, servicio o idea.

Te enfocarás en uno de los recursos más utilizados en los anuncios publicitarios, en esas pequeñas frases, o eslogan como también se les llama, que acompañan a las marcas de los productos o servicios, y que justamente en su brevedad encuentran su fuerza y poder.

¿Qué hacemos?

Para entender qué es un eslogan, lee el siguiente fragmento de un texto informativo muy interesante que precisamente se refiere a este elemento.

Las palabras de la publicidad: el eslogan

De acuerdo con el medio por el que serán difundidos, los mensajes publicitarios se conforman por diversos elementos: imagen, sonido y, particularmente las palabras, que son fundamentales.

Según el periodista Álex Grijelmo, los mensajes publicitarios seducen a través de las palabras, que se eligen cuidadosamente; no buscan convencer por medio del razonamiento o la argumentación, sino que apelan a los sentidos, a las emociones, a los deseos y a las fantasías de quien las lee o escucha.

A la frase que identifica la publicidad de un producto se le conoce como eslogan. El término proviene del inglés y originalmente significaba “grito de guerra de un clan”.

La construcción de un eslogan parte de la creatividad del publicista y de un profundo conocimiento del producto. También requiere tener muy identificadas las características del público al que se dirige: sus necesidades reales, las afectivas, sus fantasías y sus deseos, para que la frase logre establecer un vínculo directo con el receptor, de tal manera que se sienta identificado con lo que se dice. De ahí que cada palabra de la frase o eslogan busca un efecto que puede estar relacionado con las propiedades (que se exageran) del producto. Pero, sobre todo, con las palabras, se sugiere o se promete éxito, felicidad o posición social.

Al mismo tiempo, el eslogan organiza las palabras de tal forma que permanecen en la mente de la audiencia y cumplen su fin en la medida en que se obtiene respuesta del consumidor. Eulalio Ferrer, un reconocido publicista mexicano, dice que “No es el eslogan el que selecciona al público, sino el público el que busca y selecciona el eslogan hecho a su imagen y semejanza”.

Este texto corresponde a una lectura que se encuentra en tu libro de español de tercer grado.

Como se señala en la lectura, la palabra eslogan es un término de origen inglés que se utiliza en el medio de la publicidad para transmitir una idea. Lo importante de un eslogan es que permanezca en la mente de las personas.

Si recuerdas, el texto menciona que “los mensajes publicitarios seducen a través de las palabras”. Si tomas en cuenta que según el Diccionario Panhispánico de Dudas de la Real Academia de la Lengua Española seducir significa “atraer o persuadir a alguien hasta rendir su voluntad”, toma notas para reflexionar sobre esta idea, que retomarás al final.

Entonces, un eslogan básicamente lo que busca es que las personas se sientan atraídas por ciertos productos o servicios, haciendo énfasis en sus características, por

un lado, y por el otro vinculándolos con algún valor que no necesariamente tiene que ver con el producto, como el éxito o la felicidad familiar.

Por eso, las personas encargadas de crear los eslóganes utilizan la mnemotecnia, un conjunto de técnicas que ayudan a facilitar el recuerdo de algo, y eso es lo que permite que haya frases o canciones de anuncios publicitarios que quedan “pegados”. Algunos de estos recursos son: los juegos de palabras, las rimas, las secuencias de figuras o las metáforas.

Generalmente, los eslóganes suelen ser cortos y sencillos de comprender, aunque su elaboración es compleja y requiere mucho estudio y acopio de información. Recuerda que, según el texto, para hacer un eslogan se requiere conocer muy bien al público al que irá dirigido, no sólo sus necesidades reales, sino las imaginarias, o sea, los deseos o las necesidades afectivas. Lo que se busca es que el público, al escuchar el eslogan, se sienta identificado, y que piense: *“ese producto es para mí”*.

Es como observas un anuncio de hamburguesas o de tacos, que dice *“porque tú te lo mereces”*, y piensas *“es verdad, me lo merezco”*, y los compras.

Ahora, retoma que las expresiones usadas en los mensajes publicitarios tienen como función convencer, y para ello apelan a deseos y necesidades reales o ficticias del consumidor. Además, presentan realidades o estilos de vida que serían deseables para el público, “prometiéndole” que podrá alcanzarlos a través de determinado producto.

Observa el siguiente ejemplo de un anuncio publicitario:



Los anuncios publicitarios tienden a ser llamativos, para que los usuarios les presten atención, utilizan palabras cortas o frases que fácilmente puedes aprenderte, y así convencerte de que necesitas ese producto o ese servicio. El eslogan lleva una buena parte del trabajo, ya que se crea para que el público a quien va dirigido se convenga de la compra o adquisición del producto o servicio.

En este anuncio observaste que el eslogan utilizado es “calidad y sabor”, frase muy breve pero que busca apelar al gusto del consumidor, y también a su intelecto: estas carnitas no sólo saben bien, sino que son de buena calidad. Por esos dos elementos, el consumidor debe comprarlas.

Entonces se dice que:

- Los eslóganes son los lemas, palabras o frases breves que resumen un objetivo, una actitud o un atributo de personas u objetos, que deben ser conocidos por la mayoría de las personas que lo escuchan o leen.
- Este elemento de la publicidad resalta las cualidades del producto o lo asocia con un personaje famoso; generalmente deben ser cortos, y las palabras deben estar organizadas de tal forma que permanezcan en la mente de la gente, para lo cual se echa mano de recursos retóricos.

Esto último de que deben ser conocidos por quienes lo escuchan o leen es muy importante: si yo no sé qué son las “carnitas”, por ejemplo, el anuncio no tendrá tanta eficacia.

Por ejemplo, en los siguientes eslóganes, puedes observar que son frases cortas y de fácil retención:

“Hombre atento vale por dos”
“Tu mejor amigo es tu otro yo”

En las siguientes expresiones o eslogan, aprenderás el uso de los recursos retóricos:

“La pluma que dura y dura en la escritura”. Esta frase, al usar dos palabras con la misma terminación, “dura” y “escritura”, está haciendo uso de la aliteración.

La aliteración un recurso o apoyo textual que consiste en la repetición de uno o varios sonidos dentro de una misma frase.

Otro ejemplo que utilizan figuras retóricas para que suenen más llamativos y enganchen a las personas, son los siguientes:

“*Usemos las alas de la lectura para echar a volar la imaginación*” ¿Cuál es recurso al que se recurre? La metáfora.

La metáfora, es un recurso que relaciona dos términos entre los cuales existe alguna clase de semejanza.

“*Cuando sientas calor, deja que el frío te envuelva*”. En esta frase observas una antítesis, es decir, una oposición entre dos términos contrarios o complementarios como es el caso del calor y el frío.

“Alimenta tu fuerza vital, dale vitaminas”. Esta última frase usa la prosopopeya, el recurso del lenguaje que consiste en atribuir cualidades o habilidades humanas a los objetos o animales, en este caso a la energía corporal, vista como fuerza vital, se le da la cualidad humana de consumir vitaminas.

Te das cuenta que, después de oír, leer o ver anuncios piensas que quieres cosas que hasta antes de ver el anuncio ni siquiera sabías que existían. Y también existen frases “pegajosas”.

Observaste cómo se usan los recursos retóricos y piensa en varios eslóganes para inventar los tuyos, pero si tienes dudas, busca en tu libro de texto e identifica el Aprendizaje esperado y realiza las actividades que se proponen. Es interesante conocer cómo los eslóganes pueden influir en las decisiones que tomas para adquirir un producto o servicio. También es importante decir que existen dos tipos de eslóganes:

Los primeros son: los institucionales, que tienen como propósito recordar e identificar a alguna institución de gobierno o privada sin fines de lucro, y cuyos objetivos se centran en beneficiar y ayudar a la sociedad.

Observa el siguiente ejemplo:



El eslogan “Dona sangre, salva vidas” está dirigido a la población en general y su finalidad es altruista, es decir promueve una acción en beneficio de otras personas, y no ofrece ningún tipo de producto, sino que busca convencer al público de llevar a cabo una acción.

Existen también, los que son de contenido comercial, que se usan para relacionar algún valor o situación con el producto.



En este ejemplo, se muestra el nombre del producto, un jabón, y debajo se coloca la frase “blancura impecable”, para hacer referencia a la gran calidad del jabón.

Este tipo de frases publicitarias se construyen en relación con el producto; se le atribuyen cualidades que lo vuelven más deseable y atractivo para el consumidor.

¿Notaste la diferencia que hay entre uno y otro? Uno te quiere convencer de realizar una acción, como donar sangre, y el otro de consumir un producto, el jabón.

Es importante decir que los eslóganes presentan dos tipos de estilo de acuerdo con el tipo de comunicación que se busque establecer entre el emisor y el receptor. Pueden ser de un estilo moderado y atento, como los que utilizan frases halagadoras, del tipo “*Para usted que sabe comprar*”, o pueden ser de un estilo ruidoso y exagerado como los que usan frases como “¡Venga ya!”, “¡Se acaban!”, “¡No se arrepentirá!”

Observa este ejemplo:



Puedes observar el estilo exagerado, que en este caso establece que en ningún otro lugar probarás algo igual a lo que ahí venden.

Toma en cuenta que un mensaje publicitario puede aparecer tanto en un sencillo volante que se reparte en la calle como en una enorme superficie que ocupa toda la fachada de un edificio.

Recuerda en este momento algún anuncio, no lo pienses mucho, que sea el primero que venga a tu mente.

Piensa:

- ¿Qué te hace recordar un anuncio?
- ¿Cuál es tu anuncio publicitario favorito?
- ¿Qué palabras recuerdas de tu anuncio favorito?
- ¿Qué sensaciones te provoca un anuncio al verlo o escucharlo?

Medita estas preguntas y analiza el contenido de los eslóganes, así como los recursos retóricos que usan para atrapar al público.

Elaborarás tus propios eslóganes, para esto debes tomar en cuenta los siguientes aspectos: “producto a difundir”, “imagen del producto”, “público o consumidor” y “propósito”.

Primero: Tener ya decidido el producto o servicio a comercializar.

Segundo: Cuál será el logo o imagen del producto o servicio.

Tercero: Saber a qué público va dirigido (si será para niñas, niños, adultos, jóvenes, estudiantes o personas mayores, por ejemplo).

Cuarto: Qué finalidad tendrá nuestra frase: de qué busca persuadir o convencer al público.

Con estos cuatro aspectos podrás elaborar tus propios eslóganes, además de darte la libertad de ser creativo y echar a volar tu imaginación para escribir frases ingeniosas y con sentido.

De acuerdo con los pasos que se han mencionado, realiza lo siguiente: desmenuza el anuncio de la siguiente imagen:



★ CONSIGUE
una memoria prodigiosa

Obtén las mejores calificaciones de tu grupo realizando 5 ejercicios de memoria diariamente.

Toma el teléfono y para de sufrir con los engorrosos exámenes.

Ahora, observa las imágenes de los siguientes anuncios y elije uno. Debes tener en cuenta que no hay respuestas buenas ni malas, ya que son opiniones.



ADELGAZA EN TAN SÓLO UNA SEMANA

CONSIGUE EL CUERPO QUE SIEMPRE HAS QUERIDO.

Sólo usa todos los días este

SUÉTER TÉRMICO

y verás resultados en 7 días.

¡GARANTIZADO!

Si no te funciona, te devolveremos tu dinero.



¿Por qué elegiste ese anuncio?

Puede ser porque te identificas con la imagen que presenta, además el anuncio ofrece un servicio que te ayudará próximamente.

El eslogan que se usa en el anuncio es un factor que influyó en tu elección, ¿por qué?

Cuando lees el anuncio lo que puede llamar la atención es el texto que encabeza el anuncio y puede ser que las palabras en letras mayúsculas hicieran que te fijaras más en ello.

¿Cuál es el eslogan del anuncio que elegiste?

Por ejemplo: "Consigue una memoria prodigiosa" y luego dice "Obtén las mejores calificaciones de tu grupo realizando 5 ejercicios de memoria diariamente".

Si lo lees con calma, puede ser que ya no guste tanto, pues no se trata de memorizar todo para los exámenes. El anuncio es errado, ya que es mejor comprender lo que aprendes cada día.

¿Identificas a quién se dirige el eslogan? A los estudiantes, además que la fotografía es acorde con el público al que se dirige.

Cómo pudiste darte cuenta en los anuncios, los eslóganes apelan a los deseos, como tener una piel radiante, un cuerpo perfecto o una excelente memoria.

Recuerda que la intención es convencer, influir, manipular a los consumidores para que elijan los productos o servicios que anuncian.

Por estas razones, es muy importante tu pensamiento crítico para cuestionar y analizar la información que se difunde por los diversos medios de comunicación.

Ahora, harás un eslogan. Elaborarás uno en este momento, para que apliques los aspectos que ya se mencionaron anteriormente.

Lo primero que debes hacer es considerar los cuatro aspectos, observa el ejemplo:

El primer aspecto: Para quién será dirigido tu servicio. “El servicio será apoyo académico a alumnos de secundaria”.

Segundo aspecto: El logotipo o imagen. “Si no puedes yo te ayudo”.

Tercer aspecto: A quien o quienes se dirige. “Será dirigido a los padres de alumnos de secundaria, entonces las palabras deben ser claras y precisas”.

Y cuarto aspecto: La finalidad. “Será convencer de que brindarás el mejor apoyo académico de todos”, así que quedaría de la siguiente manera:

APOYO ACADÉMICO PARA SECUNDARIA



***“SI NO PUEDES, YO TE
AYUDO”***

Realiza otro, pero ahora sobre un producto en particular. Recuerda ir por pasos.

El primero es: Pensar en el producto que quieres vender, en este caso será una pluma que escriba solo con dictarle.

El segundo aspecto será: El logo o imagen.

El tercero es: A quién lo dirigirás y será al público en general.

El cuarto y último aspecto: La finalidad, que será persuadir a las personas que es una pluma de alta tecnología y ahorradora de tiempo, que escribe solo con dictarle.



PLUMA ROBOTIZADA

**“Háblame al oído y
escribiré lo que me
digas”**

Si tomas en cuenta los cuatro pasos y pones en práctica tu creatividad podrás crear tus propias frases. Pero no olvides que las palabras son la esencia de un eslogan, por lo que se te sugiere que leas y consultes tu diccionario impreso y también electrónico, con la finalidad de seleccionar las palabras precisas y adecuadas.

Recuerda que, es importante reflexionar sobre por qué “los mensajes publicitarios seducen a través de las palabras. Reflexiona también sobre los mensajes y frases publicitarias de las que escuchas todos los días o lees en periódicos o anuncios.

Las frases y las palabras que componen un eslogan están organizadas de tal manera que apelan a tus sentidos, emociones y sentimientos, más que al razonamiento.

Si piensas en la frase de que los anuncios seducen a través de las palabras, y en la definición de seducir, que es “vencer la voluntad de alguien”, parece que se refiere, por ejemplo, a cuando el público, desea algo y lo piensas como algo a alcanzar, es decir algo que sueñas y que puedes hacer realidad. Por ejemplo, se te antoja ir a conocer lugares nuevos, y de pronto escuchas o lees un eslogan que justamente dice algo como “para ti que buscas libertad, vuela lejos”, y las palabras te atraen, te envuelven, y es cuando compras el producto o en el ejemplo que se menciona, es cuando contratas un viaje.

Podrías decir entonces, que las palabras seducen, a tal grado llega su influencia, que te llevan a modificar tus hábitos o a toma de decisiones que no te habías planteado, todo porque prometen un cambio de estatus, una mejoría, algo bueno o que te hacen creer que es bueno.

En el ejemplo que has trabajado, se mencionan dos palabras “Libertad” y “vuela” si te das cuenta las palabras están asociadas y responden a los anhelos que todos desean.

La primera, “libertad”, te remite a pensar en actuar según tu voluntad, pero sobre todo es un valor fundamental para la humanidad. Luego usas la palabra “volar”, que se refiere a una acción propia de las aves, pero en este caso es una metáfora, por lo tanto, tu eslogan apela al deseo de ser libres como los pájaros. Por lo tanto, las palabras seducen porque apela a anhelos que deseas cumplir.

Finalmente recuerda que los eslóganes recurren a la emotividad, por lo que te acuerdas de las marcas de una gran cantidad de productos, muchas de ellas no las conoces más que por su eslogan o anuncio, sin embargo, te es familiar y hasta pasan a ser parte de ti ¿qué eslóganes recuerdas? Es probable que también recuerdes aquellos de cuando eras pequeño.

Muchas campañas de publicidad en nuestro país han sido muy exitosas por la aceptación del público, debido a que los eslóganes apelan al sentimiento y la nostalgia de cuando eras niño, por lo que permanecen por años en tu mente. Otros se han mantenido porque fueron diseñados para aludir al sentido del humor y otros más han trascendido porque equivalen a clase, moda y estatus en la sociedad.

Pregunta en casa cuántos eslóganes recuerdan, verás que te sorprenderás del poder de estas frases que han permanecido durante mucho tiempo.

Por cierto ¿te has puesto a pensar a qué se debe que se han mantenido a través del tiempo y de generaciones?

Para ampliar la información sobre el tema, te sugerimos que busques tu libro de texto y recuerda realizar las actividades que sugieren para que puedas reafirmar tus conocimientos.

El Reto de Hoy:

Busca y analiza diversos anuncios publicitarios, compáralos e identifica los eslóganes que los promueven. Una vez que hayas reunido varios, algunos de la calle, otros de revistas o periódicos, de la televisión o del radio, elabora el tuyo, y recuerda darle un toque personalizado.

Después, léelo con tu familia y pregúntales si adquirirían tu producto o servicio.

Y recuerda: “El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día”.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.

Para saber más:

<https://www.conaliteg.sep.gob.mx/>