

**Jueves
20
de enero**

Quinto de Primaria Lengua Materna

¡Anunciando las emociones!

Aprendizaje esperado: *emplea diferentes estrategias textuales para persuadir a un público determinado al elaborar un anuncio.*

Énfasis: *analizar la información y emplear el lenguaje para la toma de decisiones.*

- *Definición del propósito del anuncio (público, formato, medio, lugar de exposición).*
- *Uso de los recursos retóricos.*

¿Qué vamos a aprender?

Aprenderás la definición, elementos y el propósito del anuncio público, así como el formato, medio y lugar de exposición.

¿Qué hacemos?

Nuestra clase de hoy será a partir de un repaso de los temas que ya hemos visto, elaboramos una campaña a través de anuncios con un fin social, es decir, textos y recursos visuales para expresar, a las personas que queremos y extrañamos, algún mensaje que les diga lo que sentimos por ellos y al mismo tiempo, los animamos a comunicarse en la distancia.

Comencemos por elaborar un anuncio, en la página 28 de tu libro de texto de español, se menciona lo siguiente:

“Los anuncios están hechos con un propósito específico. Cuando presentan información acerca de un beneficio para las personas y tienen un fin social o político, se denominan “propaganda”. Cuando lo que se persigue es promover o vender un producto, su fin es comercial, por lo que se denominan “anuncios publicitarios”.

Los anuncios publicitarios forman parte de las campañas publicitarias y la propaganda puede ser parte de campañas sociales o políticas, sin embargo, tanto los anuncios publicitarios como la propaganda, pretenden que el público al que van dirigidos adquiera algo. En el caso de los anuncios publicitarios, se trata de un producto o un servicio, generalmente algo que comprar. En el caso de la propaganda, se trata de ideas, conceptos o de realizar acciones que se piensa son benéficas para el público al que están destinadas, sin embargo, ambos utilizan recursos para atraer la atención del público al que están dirigidos.

Como te mencioné anteriormente, tanto la propaganda como el anuncio publicitario utilizan elementos semejantes para cumplir su propósito.

Los elementos de los anuncios son:

- Estereotipos. Se usan para representar, de manera esquemática, tipos de personas o actividades.
- Adjetivos calificativos. Se utilizan para realzar las cualidades del producto o servicio.
- Adverbios. Los usamos para especificar o detallar la forma en que se realiza una acción.
- Eslogan. Es la frase publicitaria que utiliza un juego de palabras y cuyo propósito es quedarse en la memoria de quien lee o escucha el anuncio.
- Elementos gráficos de los anuncios. Materiales utilizados, colores, imágenes, tipos de letra, tamaño de letra, distribución en el anuncio, extensión de las frases, tamaño, así como color de la tipografía.

Estos elementos los utilizamos cuando elaboramos el anuncio de las gelatinas que vendía Ton y también cuando hicimos el anuncio de los gérmenes, nos falta definir lo siguiente antes de construir nuestro anuncio con fin social.

1. ¿Cuál es el propósito?
2. ¿A quién va dirigida?
3. ¿De qué forma la vamos a compartir?

Vamos a responder esas preguntas.

1.- ¿El propósito de nuestra propaganda es? Que todos los estudiantes que están en casa busquen la forma de comunicarse con la gente que extrañan y quieren.

2.- ¿A quién va dirigida? A los estudiantes de quinto grado.

3.- ¿De qué forma la vamos a compartir? Utilizando todos los canales de comunicación que estén a nuestro alcance, como carteles, cartas, mensajes de texto, correo electrónico, videos, videoconferencias y redes sociales, todo ello con la supervisión de los adultos.

Lo importante es que podamos compartir nuestra propaganda a todas las personas de nuestra comunidad, nuestro estado, nuestro maravilloso país y, tal vez, a otros países.

Ya podemos comenzar nuestro anuncio para enviar un mensaje positivo a todos los estudiantes y sus familias. Como no les estamos vendiendo ningún producto o servicio, sino fomentando la comunicación entre todos, nuestro anuncio se convierte en propaganda, en este caso, de esperanza y amor.

Recuerda que, si tú hablas alguna lengua indígena, puedes escribir la propaganda en tu lengua o también hacerla en una versión bilingüe, es decir, utilizando las dos lenguas que conoces.

Con la información que tenemos, podemos comenzar, pero necesitamos crear nuestro eslogan.

Un eslogan es una frase breve, que es fácil de recordar y que impacta, el objetivo es que la gente pueda recordar rápidamente esta frase breve.

Les propongo uno: “Comunicando afecto y sonrisas”.

Les tengo uno: “No importa que estemos lejos, lo importante es que estemos unidos”.

Yo tengo otro: “Un poco más y estaremos juntos nuevamente”.

Ahora vamos a elegir uno de estos tres; pero antes, tenemos que analizar que tenga las características que antes mencionamos.

Combinemos las tres ideas, “Recuérdale a quien te extraña que esto pronto pasará”.

Además, le podemos agregar más información a nuestra propaganda utilizando adjetivos calificativos y adverbios, se me ocurre algo así: “Porque la ilusión de verte nuevamente, me da la energía para construir un mundo mejor”.

Si recuerdas las clases pasadas, podrás identificar que, además de adjetivo y adverbio, estás utilizando un recurso retórico para convencer, los recursos retóricos pueden usar tres elementos de la comunicación: persuadir, deleitar y conmover. Y en este caso, el recurso retórico que utilizamos pretende conmover al espectador de nuestro anuncio.

Ya tenemos nuestro eslogan y una oración adicional para reforzar el mensaje. Es momento de armar nuestra propaganda.

Yo sugiero la siguiente imagen.



Aquí se muestran diversas formas de comunicarnos con las personas que de momento no podemos ver. Si observas, podemos identificar mensajes de texto, videos, fotos, memes, cartas, etc. Lo importante es que, a través de la propaganda que difundamos por cualquiera de estas vías, sepan lo que sentimos y que pensamos en ellos. Y sobre todo que, al igual que ellos, esperamos con muchas ganas el día de concluir con esta pandemia.

Recuerda que no tiene un fin comercial sino más bien busca un beneficio para las personas.



La imagen es muy llamativa, me encantan el eslogan y la frase complementaria. Y así queda nuestra propaganda, ahora sí, a compartirla e iniciar nuestra campaña, la podemos llamar: "Comunicarnos, acorta la distancia".

Antes de enviarla, recuerda revisar la ortografía y la puntuación de nuestro trabajo. Vamos a darle una revisada más, hay mayúsculas, acentos, el eslogan está resaltado con negritas y con diferente letra, excelente.

Ahora sí necesitamos pensar cómo difundir este tipo específico de anuncio que hoy realizamos, ¿Qué se te ocurre? ya lo habíamos mencionado.

Podemos enviarlo por correo electrónico, una videollamada y así enseñarles lo que hicimos, también podemos hacer un video y compartir a nuestros familiares cómo fue la construcción del anuncio y cómo quedó.

Se me ocurre que también lo podemos pegar afuera de nuestra casa y así lo puede observar el resto de la gente y también nuestros vecinos podrán leerlo y, tal vez, les interese o les motive el anuncio para continuar cuidándonos todos.

Es una muy buena idea, este anuncio invita a la reflexión y, por supuesto, a pensar que nuestra vida es muy importante, al igual que la salud.

Práctica y sigue haciendo anuncios publicitarios, recuerda las diferencias y similitudes entre el anuncio publicitario y la propaganda y te invito a que compartas tus anuncios con tus familiares, porque estoy seguro que les llegarán hasta el corazón.

Si quieres hacer tu propio anuncio, puedes utilizar las siguientes frases para tu eslogan.

- “Mi pensamiento está contigo”.
- “Verte de nuevo acorta distancias”.
- “Escucharte alegra mis días”.
- “Nuestro corazón se une con la comunicación”.
- “Compartir lo que siento”.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.

Para saber más:

Lecturas

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