



Español

Quinto grado

PRÁCTICA SOCIAL DEL LENGUAJE 3

Elaborar y publicar anuncios publicitarios de productos o servicios que se ofrecen en su comunidad

El propósito de esta práctica social del lenguaje es elaborar anuncios publicitarios de productos o servicios de tu comunidad para publicarlos.



Lo que conozco

¿Alguna vez te has sorprendido repitiendo o cantando la canción de algún anuncio? ¿A qué crees que se deba que muchas veces te aprendas la frase principal de un mensaje publicitario? Comenta con tus compañeros.

Un buen anuncio necesita una imagen y muy pocas palabras, pero éstas deben ser contundentes, de manera que con un solo vistazo se consiga atrapar la atención de quien lo observa. La mejor estrategia para persuadir al consumidor es utilizar figuras retóricas breves, como analogías, metáforas, comparaciones, rimas, hipérbolos o juegos de palabras.

Investiga el significado de cada una y escribe en tu cuaderno las definiciones.

Busca anuncios publicitarios en periódicos o revistas y trata de identificar en ellos dichos recursos.

Anuncios, anuncios y más anuncios

En las calles, en el transporte público y en las revistas aparecen anuncios o carteles que promueven productos y servicios. ¿Alguna vez tú o alguien cercano ha elaborado un anuncio con fines de venta? ¿Lograron más ventas con esa publicidad? ¿Qué elementos tienen los anuncios? ¿Para qué sirven estos elementos? Comenta con tus compañeros.

Después, observen los siguientes anuncios.



Vitaminas y suplementos

Trabaje desde casa Gane 30% o más

Ayude a las personas a tener una vida más sana ofreciendo nuestros productos como complemento alimenticio.



AUTOSERVICIO FIERRARI

Alberto García

Reparación de arrancadores, alternadores, luces, frenos, diagnósticos por computadora, bolsas de aire, fallas eléctricas y más.

Tel. 55 201 1014 Servicio a domicilio y grúa

Fichero del saber

Escribe tu definición de *anuncio publicitario*. Coméntala y compárala con las de tus compañeros; después, realiza las modificaciones que creas apropiadas para que quede lo más clara y completa posible.

Los propósitos de los anuncios

Los anuncios están hechos con un propósito específico. Cuando presentan información acerca de un beneficio para las personas, tienen un fin social o político y 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*.

En grupo, comenta qué anuncios recuerdas haber visto en el periódico, en la televisión o escuchado en la radio. En tu cuaderno haz una lista de cinco anuncios y descríbelos tomando en cuenta la tabla de la página siguiente.



Medio (radio, televisión, periódico, cine, revista, cartel)	Producto anunciado	Frase principal	Imagen (si la hay)	Propósito (comercial, político, social)

Analicen anuncios

En grupo, comparen los anuncios y comenten: ¿qué finalidades tienen?, ¿qué recursos utilizan los diferentes medios, por ejemplo, imágenes estáticas o en movimiento; música y frases?

Lleven anuncios publicitarios al salón. Formen equipos; seleccionen uno y analicen qué figura retórica se utilizó para llamar la atención del público. ¿Qué anuncia?, ¿con qué propósito lo hace?, ¿quiénes aparecen o participan?, ¿tiene una frase publicitaria o eslogan?

Presenten sus conclusiones frente al grupo.

Los mensajes de los anuncios publicitarios

Es común que los anuncios publicitarios recurran a estereotipos para representar, de manera esquemática, tipos de personas o actividades: mujeres dedicadas a tareas del hogar, hombres rudos y poco sensibles, niños jugando con pelotas y niñas con muñecas. Investiga qué es un estereotipo y propón al grupo algunos ejemplos de anuncios que los empleen.



Fichero del saber

La frase principal de los anuncios y carteles publicitarios se llama *eslogan*.

Escribe algunos eslóganes que hayas escuchado en radio, televisión, cine; o leído en periódicos y revistas. Analízalos y descubre su mensaje.



Con tu equipo, continúa con el análisis de los anuncios, concentra tu atención en las imágenes. Observa qué tipo de persona está representada, qué actividades realiza, qué objetos la rodean, cómo es su vestuario, qué características físicas tiene, qué tipo de lenguaje usa.

Comenta con tu grupo cómo repercuten en los lectores los estereotipos que aparecen en los anuncios.

La publicidad engañosa

¿Encontraste anuncios con publicidad engañosa? Hay anuncios que prometen resultados increíbles. ¿Qué frases utilizan para enganchar al posible cliente? ¿Qué imágenes y estereotipos emplean para atraer compradores? ¿Cómo te puedes dar cuenta del engaño? ¿Qué opinas de esta publicidad?

Comenta con tus compañeros y maestro tu opinión respecto a las frases publicitarias que presentan los anuncios de esta página.



Los adjetivos en los anuncios

Los publicistas utilizan frecuentemente adjetivos calificativos en los anuncios, pues así realzan las cualidades del producto o servicio que ofrecen: “Pantalones Rayo. Para el hombre valiente y audaz” o “Roma. Cubre todas tus líneas imperfectas”.

Encuentra los adjetivos calificativos de los anuncios publicitarios que llevaste al salón y preséntalos frente al grupo.



Compara las siguientes oraciones:

- Pantalones Rayo. Para el hombre valiente y audaz.
- Pantalones Rayo. Para el hombre.

¿Cuál es la función de los adjetivos en los anuncios? ¿Envían el mismo mensaje las dos oraciones? Discute con un compañero y escribe en tu cuaderno las conclusiones.

Piensa rápida y efectivamente

Lee las siguientes frases publicitarias.

- Refresco Explosión, termina *rápidamente* con la sed.
- Relojes Presto para llegar *puntualmente*.
- Con plumas Tintex escribirás *limpiamente*.

Mi diccionario

Redacta con tus compañeros una definición de *adverbio*. Después, consulta algún libro que hable del tema y complétala.

Discute con tus compañeros para qué sirven las palabras en cursivas. Copia otras frases publicitarias en tu cuaderno, léelas con atención y localiza las palabras que indican cómo, cuándo y dónde se realizaron las acciones; subráyalas.

Después, sustituye las palabras subrayadas por otras que indiquen lo contrario, por ejemplo: *rápidamente* por *lentamente*, *limpiamente* por *suciamente*. ¿Qué pasa con el significado de las frases? Coméntalo en grupo.

Finalmente, trata de localizar más palabras que cumplan la función de adverbios. Compara tu trabajo con el de tus compañeros.



El eslogan

Es una frase publicitaria que suele usar juegos de palabras, imitar frases conocidas o canciones cambiándoles el sentido, hacer preguntas al destinatario, emplear rimas, repeticiones o palabras en sentido figurado, entre otros. Su propósito es quedarse en la memoria de quien lee o escucha el anuncio.

Con tu equipo, analiza el eslogan de algunos anuncios publicitarios. Después, comenta en grupo sus características: ¿juega con las palabras?, ¿dice mucho con pocas palabras?, ¿es sugerente?, ¿te hace una pregunta?, ¿parodia (se burla de) alguna otra frase, dicho o canción?

Una vez analizadas las características de los textos, comenta las propiedades gráficas de los anuncios: tipo, color y tamaño de letra; lugar que ocupa en el impreso, y extensión de la frase.



Consulta en...

Para saber más del contenido, entra al portal Primaria TIC:
 <<http://basica.primariatic.sep.gob.mx/>>
 y anota **cartel** o **publicidad** en el buscador de la pestaña Busca.



Elaboremos un anuncio

A partir de una lluvia de ideas, hagan una lista de los servicios y productos que ofrezcan o elaboren sus familias, su comunidad o su escuela. Posteriormente, definan los temas de los anuncios publicitarios que diseñarán.

Una vez delimitados los propósitos de los anuncios, hagan un esquema para planificar su elaboración; para ello, pueden usar una tabla como la que aquí se presenta.

Tareas	Anuncio 1	Anuncio 2
Definir a quién va dirigido.		
Precisar el mensaje que se va a mandar.		
Proponer frases sugestivas.		
Seleccionar los recursos gráficos.		
Elegir los lugares donde se expondrá.		
Otros.		

En parejas, seleccionen el producto al que le harán publicidad.

Hagan un esbozo o borrador del anuncio e incluyan todos los aspectos que hayan considerado en su esquema de planificación: la imagen, el sitio donde la colocarán, la frase publicitaria que podría ser efectiva, así como los adverbios y adjetivos que ayudarán a realzar el producto o servicio.

Cuando todas las parejas tengan listos sus borradores, organicen una sesión para intercambiar opiniones y sugerencias, y así mejorar su trabajo.

Producto final

Recuerden revisar la ortografía y la puntuación de su trabajo antes de elaborar la versión final.

Ahora están listos para difundir su anuncio publicitario. Colóquenlo en el lugar elegido para que cumpla su función comunicativa.

Autoevaluación

Es momento de revisar lo que has aprendido. Lee los enunciados y marca con una palomita (✓) la opción con la que te identificas.

	Lo hago muy bien	Lo hago a veces y puedo mejorar	Necesito ayuda para hacerlo
Identifico las características y la función de las frases publicitarias.			
Puedo elaborar un anuncio publicitario mediante el uso de estrategias para persuadir al público.			
Identifico los recursos retóricos empleados en la publicidad.			

Marca con una palomita (✓) la opción que corresponda con la manera en la que realizaste tu trabajo.

	Siempre	A veces	Me falta hacerlo
Colaboro con mi equipo.			
Aporto ideas al equipo y al grupo.			

Me propongo mejorar en _____
