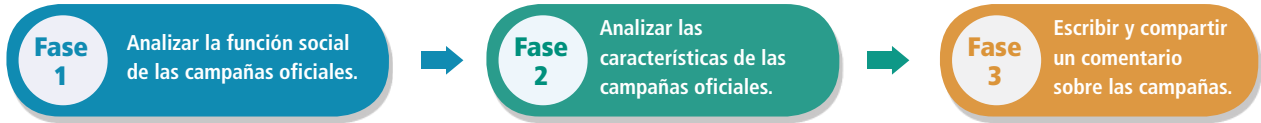


■ Manos a la obra

Proceso para analizar campañas oficiales

En grupo, observen y comenten el siguiente esquema sobre los pasos que seguirán para analizar los mensajes de las campañas oficiales.



Fase 1: Analizar la función social de las campañas oficiales

Función social e importancia de este tipo de campañas

Cuando se presentan problemas que afectan a la población o cuando se quiere prevenir posibles riesgos, los gobiernos y otros organismos crean estrategias como las campañas para promover la colaboración de los ciudadanos en su solución o posible prevención.

1. Observa nuevamente el cartel 1 y responde:
 - a) ¿Qué relación tiene el cartel con la noticia que leíste en la página 148: “La vaquita marina es el cetáceo más pequeño en peligro”?
 - b) Si bien el tema general del cartel se refiere a la vaquita marina, ¿qué aspecto particular del problema aborda?
 - c) ¿Qué crees que se quiere comunicar con la frase “No más redes”? ¿a quién estará dirigido este mensaje?
 - d) ¿Qué efecto se espera lograr en los destinatarios con el cartel?, ¿de qué quiere **persuadirlos**?, ¿qué acciones o actitudes deberían tener los destinatarios?
 - e) ¿Por qué la autoridad responsable de la campaña difundió este cartel en internet?, ¿en qué otro medio de comunicación lo pondrías tú para que la gente lo conozca?

Glosario

Persuadir: inducir, convencer o conseguir que alguien crea, piense o haga algo.

2. Ahora revisa los siguientes carteles y completa este cuadro.

Análisis de las campañas	Campaña del cartel 2	Campaña del cartel 3
¿Qué problema busca solucionar?		
¿Qué soluciones propone?		
¿Qué acciones y actitudes busca cambiar en las personas?		
¿Cómo promueve los cambios?		
¿Cuál es su importancia?		



Cartel 2



Cartel 3

3. Comparte tus respuestas con tus compañeros. Si tienen diferencias, argumenten sus puntos de vista.

Guarda este análisis sobre la función social y la importancia de las campañas, ya que te será de utilidad para el comentario que escribirás al final de la secuencia.



Una **campaña** involucra un conjunto de actividades que se realizan en un periodo determinado para conseguir un fin. Las campañas oficiales o públicas buscan dar solución a alguna problemática de tipo social; con ellas se logra informar y comunicar a la población de la existencia de un problema, y tienen la intención de persuadirla para que participe en su solución o prevención mediante un cambio de actitud.

Vean el audiovisual [Ejemplo de lenguaje audiovisual en campañas públicas](#), para que conozcan más sobre este tipo de recurso para difundir los mensajes de las campañas oficiales.



Distinción entre campaña pública y campaña comercial

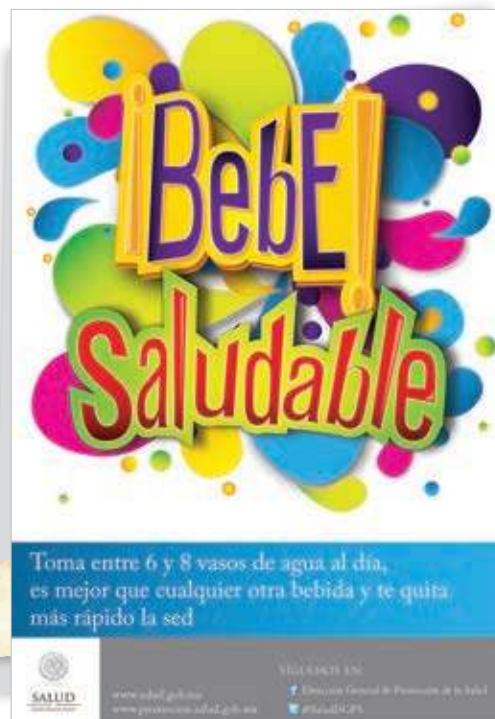
En los medios de comunicación encontramos **campañas oficiales** o **públicas** y **campañas comerciales**, ambas buscan persuadir o convencer a sus destinatarios de realizar algo (un cambio de conducta) con cierto propósito. Sin embargo, es importante diferenciar qué tipo de cambio de conducta promueven los mensajes de cada una.



1. De manera individual, lee y analiza los siguientes carteles; luego responde las preguntas en equipo.



Cartel 4



Cartel 5

- a) ¿Cuál es el tema de cada cartel?, ¿en qué se parecen y en qué son distintos?
- b) ¿Cuál es el propósito de cada uno?
- c) ¿Cómo pueden distinguir un anuncio publicitario o comercial de uno que pertenece a una campaña con fines sociales?

Las **campañas públicas** tienen como objetivo promover un cambio de actitud para prevenir, crear conciencia y solucionar problemas que afectan a la sociedad, mientras que la finalidad de las **campañas comerciales** es persuadir al público para que adquieran un bien o un servicio.

2. En equipo, comenten la variedad de campañas oficiales que han identificado en su comunidad y cuál es el propósito de cada una.



Guarden el análisis y los comentarios que hicieron sobre la distinción entre una campaña oficial y una comercial, ya que les serán de utilidad al final de la secuencia.

Medios en los que se difunden las campañas

Para que los mensajes de las campañas oficiales impacten a un mayor número de personas, los organismos y las instituciones toman decisiones sobre los mejores medios para hacerlo: radio, televisión, internet, carteles, etcétera, de acuerdo con el público al que van dirigidos.



Vean el audiovisual *El papel de los medios de comunicación en las campañas oficiales*, para que conozcan las principales vías que se usan al difundir información a la población.

1. Observen la siguiente situación y después comenten en equipo lo que se indica.



Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, en *Comerciales de gobierno en México (1989)* [video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=UFGu-au8ool>

- a) ¿Quiénes consideran que son los destinatarios de esta campaña?
- b) ¿Qué problema trata y qué sugerencias se dan para evitarlo?
- c) ¿En qué medio de comunicación se transmite el mensaje? ¿Qué ocurriría si este mensaje se difundiera únicamente por internet o sólo en el periódico?, ¿cuáles medios de comunicación son idóneos para que la campaña llegue a sus destinatarios?
- d) ¿De qué manera se modifica el contenido del mensaje cuando se transmite por televisión o internet en lugar de un cartel?

El medio y el tipo de texto que se consideran más eficaces para difundir los mensajes se evalúan y seleccionan con base en el propósito de las campañas y el contexto de los destinatarios (por ejemplo, si viven en el campo o la ciudad y si tienen acceso o no a un medio de comunicación).

2. En equipo, imaginen que son los promotores de una campaña en la que deben difundir el siguiente mensaje. Examinen el contenido y respondan las preguntas de abajo.

Que los niños y las niñas fumen o beban alcohol no está chido.

- a) ¿Cuál sería el propósito de la campaña?, ¿quiénes serían los destinatarios?
 - b) ¿En qué medio de comunicación y en qué formato lo presentarían para que fuera efectivo y logre un gran impacto?, ¿por qué?
3. Comenten y sostengan con argumentos las respuestas que dieron a la actividad anterior. También discutan lo siguiente: ¿cuál es la razón por la que los mensajes de las campañas se difunden en distintos medios?





Utilicen el recurso informático *Juego con recursos retóricos en campañas oficiales*, para que elijan distintos recursos retóricos en mensajes de campañas oficiales y observen sus efectos.



Tomen notas sobre el análisis que realizaron acerca de los medios en los que se difunden las campañas oficiales, ya que les serán de utilidad para escribir su comentario final.

Sesiones
5a7

Fase 2: Analizar las características de las campañas oficiales

El lenguaje persuasivo de las campañas

Las campañas oficiales tienen el propósito de persuadir, es decir, tratan de convencer o dar información a las personas para que piensen o actúen de un modo determinado; para lograr este fin emplean distintos recursos.

1. De manera individual, revisa los siguientes carteles. Al terminar, comenta con tu grupo lo siguiente:
 - a) Qué temas tratan.
 - b) Qué propósito persiguen (para qué están hechos).
 - c) A quiénes están dirigidos.
 - d) Cuál les parece que logra de mejor manera su propósito y por qué.

Cartel 6



Cartel 7

