

Fase 3: Escribir y compartir un comentario sobre las campañas

Analizar el efecto de las campañas en la población

Seguramente ya habrán identificado algunas campañas a partir de las que analizaron en esta secuencia, ¿se han preguntado cuál ha sido el impacto que éstas han tenido en su comunidad? Lo que buscan las campañas oficiales es causar un impacto y un efecto benéfico para la población, por ello es importante analizar si estos objetivos se logran, hasta qué punto y las razones de que así sea.

1. Recuperen las campañas que analizaron de su comunidad y elijan una de ellas. También pueden tomar como ejemplo alguno de los carteles de las campañas que aquí les presentamos. Conversen con sus compañeros a partir de las siguientes preguntas, para que identifiquen el efecto o impacto que las campañas lograron en la población:

Dato interesante

México es un ejemplo mundial en vacunación gracias a las Semanas Nacionales de Salud (tres campañas cada año), con las que logra una cobertura de inmunización mayor a 90% en la población menor de cinco años. Con ello se salvan millones de vidas. Consulta los datos en <https://www.gob.mx/salud/prensa/mexico-es-ejemplo-en-materia-de-vacunacion>



- a) ¿En qué medio se difunde la campaña?
- b) ¿Qué recursos persuasivos emplea para convencer: da información objetiva o apela a sentimientos y emociones?, ¿qué tan efectiva creen que sea la forma en que usa estos recursos?, ¿por qué?
- c) ¿Qué recursos utiliza esta campaña: lenguaje figurado, rima, lema?
- d) ¿A quién está dirigida?, ¿consideran que toma en cuenta al destinatario del mensaje?, ¿por qué?
- e) ¿Creen que las personas se convencerán con esta campaña? ¿Qué recursos pueden influir para convencerlas?, ¿cuáles harían falta?

Hay quienes piensan que las campañas son el recurso más eficaz para lograr cambios de actitud en beneficio de la comunidad, otros piensan que estos cambios no sólo dependen de ellas.

2. En grupo, lean los siguientes fragmentos periodísticos y discutan a partir de las preguntas que están después de ellos.

**Tercera Semana Nacional de Salud
del 10 al 14 de octubre**

Aplicaremos a niñas y niños de 6 años de nuevo ingreso a la primaria la vacuna Triple Viral (SRP), y a niñas de 5.º grado o de 11 años la primera dosis de la vacuna contra el virus del papiloma humano (VPH).

Las vacunas son gratuitas.

Acude a tu Unidad de Salud.

Mientras tú lo quieres, las vacunas los protegen.

SALUD

www.gob.mx/salud

**INICIA CAMPAÑA CONTRA LA
OBESIDAD A NIVEL NACIONAL**

**A PESAR DE CAMPAÑA, AUMENTAN EN
EL ÚLTIMO AÑO ENFERMEDADES POR
OBESIDAD**

ENTREVISTA SOBRE CAMPAÑA CONTRA LA OBESIDAD

Entrevistador: ¿Qué opina usted sobre la campaña contra la obesidad que acaba de iniciar?

Madre de familia: Me parece muy bien, pero yo aquí no puedo evitar que mis hijos tomen refresco porque no contamos con agua potable.



Ciudad de México, 28... +

SECCIONES NOTICIAS

Ciudad de México, 28 de septiembre (EnLaLínea). – Tras el anuncio dado por las autoridades federales de imponer un impuesto especial a las bebidas azucaradas y a los refrescos, las empresas de este ramo iniciaron una campaña para difundir y argumentar que quienes resultarán más afectados con esta nueva disposición serán los pequeños comerciantes dueños de establecimientos modestos. Directivos y empresarios de la industria refresquera han comenzado su campaña con la difusión de mensajes en los que aseguran que no hay evidencia de que un impuesto de este tipo ayude realmente a que disminuya la obesidad.

- ¿Cuál es la situación que prevalece en el tema de la obesidad?
- ¿Cuáles son las condiciones que dificultan lograr el propósito de la campaña?
- ¿Qué propondrías, además de la campaña, para obtener mejores resultados?

Tomen notas sobre lo que presentan las campañas y su efecto en la población; consérvenlas para la escritura de su comentario.



■ Para terminar

Escribir y compartir el comentario

En este momento ya cuentan con toda la información necesaria para escribir su comentario.

- En grupo, lean el siguiente ejemplo y después lleven a cabo lo que se pide.



A. Título

COMENTARIO SOBRE LA CAMPAÑA "CHÉCATE, MÍDETE, MUÉVETE"

B. Introducción:
presentación
de la campaña

La campaña oficial denominada "Chécate, mídete, muévete" es una de las acciones desarrolladas por una institución pública de salud con el fin de crear conciencia en la sociedad y promover cambios en los hábitos de alimentación y actividad física para evitar la obesidad y el sobrepeso.

C. Análisis de la
campaña

Mi análisis

Esta campaña se difunde en diversos medios de comunicación: prensa, radio, televisión, lugares públicos e internet. Se trata de una campaña cuyo destinatario es el público en general. En los mensajes que analizamos, encontramos que como recurso persuasivo se brinda información objetiva: se dan muchas orientaciones, consejos e indicaciones a las personas para saber cómo resolver o prevenir el problema. Por ejemplo, en el audiovisual que analizamos, tanto en el audio como en las imágenes, se sugieren diversas acciones para modificar la conducta: "El primer paso es ir a tu clínica" o "Bájale a las grasas, al azúcar y a la sal". También se utilizan los siguientes recursos: un lema que tiene rima y que, acompañado de ritmo y música, es fácil de recordar: "Chécate, mídete, muévete". Este audiovisual se transmitió muchas veces en la televisión y todos lo identificamos muy bien, por ello tiene un gran impacto entre la población.

En nuestra opinión, en esta campaña se usan recursos persuasivos muy eficaces porque nos guían sobre lo que debemos hacer para tener mejor salud, además de que el lema es muy contagioso y divertido.

D. El efecto de la
campaña

Efectos en la población

En cuanto al efecto de la campaña en la población, hicimos algunas entrevistas a familiares y amigos, y también aportamos nuestras propias observaciones e indagaciones en noticias sobre el tema. El resultado es que las personas están mucho más informadas y conscientes sobre el problema de la obesidad, manifiestan que la campaña les parece muy buena y que saben acerca de la importancia de cambiar y mejorar sus hábitos, pero confiesan que no están haciendo todo lo que está a su alcance para mejorar su calidad de vida, ya que en gran medida siguen consumiendo alimentos chatarra y no hacen ejercicio; piensan que les sería de mucha utilidad obtener más información de cómo alimentarse de forma saludable. También comentaron que identifican muy bien esta campaña por el lema que utiliza.

E. Conclusión

Conclusiones

Nuestra opinión es que sí se perciben logros de la campaña porque las personas están más sensibilizadas y conscientes del problema de la obesidad, y saben que deben modificar sus hábitos. En conclusión, pensamos que esta campaña logró persuadir a las personas para que cuiden su salud, pero se requieren más acciones y más participación de la ciudadanía para erradicar el problema.



2. Escriban su comentario en equipo, éste no debe ser mayor a dos cuartillas y tiene que incluir los mismos elementos que el ejemplo que acaban de revisar.
3. Intercambien su comentario con otro equipo y, de manera respetuosa, hagan sugerencias de mejora: revisen que el texto cumpla con los apartados del ejemplo y que las ideas sean claras y coherentes.
4. Una vez corregido el texto, pásenlo en limpio: asegúrense de que incluya título y subtítulos, y que esté organizado en párrafos.
5. Presenten y compartan su comentario con su grupo; después, lleguen a conclusiones sobre lo siguiente:
 - a) ¿Cuál es la función y la importancia de las campañas oficiales?
 - b) ¿Qué tan fácilmente pueden distinguir estas campañas de las comerciales?
 - c) ¿Qué recursos persuasivos llamaron más su atención?, ¿por qué?
 - d) ¿De qué aspectos creen que dependa la eficacia de las campañas?, ¿por qué?



Evaluación

Sesión
10

Para evaluar lo que has aprendido en esta secuencia, sigue estos pasos:

1. De manera individual, recupera tus respuestas a las preguntas del apartado "¿Qué sabemos sobre las campañas oficiales?" (página 149) y revisa cómo puedes completarlas o reformularlas para que valoren lo que aprendiste sobre la función y la importancia de las campañas oficiales.
 - a) En particular, compara lo que aprendiste sobre lo siguiente: ¿cuál es la función de las campañas públicas u oficiales?, ¿por qué son importantes?, ¿en qué medios de comunicación se difunden?
2. Revisa con un compañero algunas de las campañas de su comunidad y realicen lo que se indica:
 - a) Expliquen en qué consisten los siguientes recursos persuasivos y señalen algunos ejemplos extraídos de las campañas que investigaron:
 - Dar información objetiva.
 - Convencer apelando a sentimientos y emociones.
 - b) Expliquen en qué consisten recursos como el lema, la rima y el lenguaje figurado, y señalen algunos ejemplos en las campañas que investigaron.
3. Dialoguen sobre su participación en todo el trabajo realizado:
 - a) ¿Cómo se involucraron en las tareas de análisis de las campañas y de redacción del comentario?
 - b) ¿Se enfrentaron a desacuerdos o problemas durante el proceso?, ¿cuáles fueron y cómo los solucionaron?

