

# Fichas de repaso

Subdirección de Educación  
Básica para Adultos - Primaria

Semana del 18 al 22 de mayo.  
Día 1



GOBIERNO DE  
**MÉXICO**

**EDUCACIÓN**  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

**AEF MÉXICO**  
AUTORIDAD EDUCATIVA FEDERAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO

## Presentación

Este material está diseñado para que las personas jóvenes y adultas, organicen sesiones de estudio durante el periodo de aislamiento, en las que generarán productos que se integrarán al Portafolio de Evidencias para la evaluación, en tanto se incorporan al trabajo en los CEDEX.

En Lengua y Comunicación, se pretende que las personas jóvenes y adultas, reconozcan el uso del lenguaje para aprender en todas las Áreas de Conocimiento, al indagar, consultar y comparar información de diferentes fuentes. Mediante las Prácticas Sociales del Lenguaje se desarrollan actividades para analizar las características de distintos tipos textuales, de acuerdo a sus intereses y necesidades comunicativas, para la producción de textos y la exposición de diversos temas; del mismo modo, para leer, disfrutar y compartir obras literarias de diversos géneros y de la propia creación.

## Tu maestro en línea

Durante toda esta contingencia contarás con el apoyo de profesores de la SEP dispuestos a resolver tus dudas.

Teléfono: **36 01 87 20**      Horario de atención:  
**Lunes a Viernes**  
**de 10:00 a las 18:00 hrs**

Llama a tu maestro

[tumaestroenlinea@nube.sep.gob.mx](mailto:tumaestroenlinea@nube.sep.gob.mx)





# Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



## Aprendizaje

Explorar e identificar notas informativas y anuncios publicitarios en diversos medios.

Lee la siguiente información:

### El anuncio publicitario

Es un mensaje que se presenta de manera visual, oral o escrita, con la intención de dar a conocer un producto, servicio, institución o tema de manera atractiva y elocuente.

Tiene presencia en todos los medios de comunicación (radio, televisión, revistas, periódicos, cine, carteles, entre otros), teniendo como objetivo promocionar un producto, servicio o temática; está dirigido al público en general o específico (hombres, mujeres o niños), para su consumo o de interés ideal. Se caracteriza por ser breve, claro, preciso. Utiliza recursos del lenguaje literario como adjetivos calificativos positivos y figuras retóricas. Su estructura es la siguiente:

**Encabezado.** Es donde inicia el anuncio publicitario. Por lo general se encuentra en la parte superior o central. Puede tener el nombre del producto que se presenta, beneficio o atractivo del producto, entre otras.



## Materiales

- Cuaderno
- Cartulina
- Bolígrafo
- Colores
- Revistas



## A usar tu cuaderno

Toma notas



Texto retomado de: Concepto Definición.

<https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/>



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



### A divertirnos

Comparte con tu familia ideas para promocionar productos o servicios.

**Imagen.** Fotos, imágenes o gráficos (nombre del producto), que incitan a comprar o a observar dicho anuncio.

**Texto o cuerpo.** Se usa para dar a conocer, presentar, describir y promover el producto para convencer a los clientes o a la audiencia.

**Eslogan.** Frase corta e ingeniosa (alrededor de ocho palabras) que proyecta la marca para resaltar el producto o servicio. Se utilizan *figuras retóricas* breves como: juego de palabras, analogías, metáforas, hipérbolas, comparaciones, rimas entre otras. Esta frase debe ser sencilla para que las personas la puedan recordar.

**Elementos de la firma.** Contiene diferentes elementos como: teléfono y dirección de la empresa, un logotipo, información de contacto, horario de servicio, entre otros.

Ejemplo de un anuncio publicitario tomado de:  
<https://www.pinterest.com.mx/pin/291045194661070638/?autologin=true>



Texto retomado de: Concepto Definición.

<https://conceptodefinition.de/anuncio-publicitario/>





## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



### A divertirnos

Comparte con tu familia ideas para promocionar productos o servicios.

Existen diferentes tipos de anuncios publicitarios y dentro de ellos se encuentra la publicidad engañosa. Se le define así, porque el consumidor que observa este tipo de publicidad se hará una idea falsa del producto o servicio que se le está presentando o promocionando para adquirir.



**Sabías que...** Los colores que usualmente se utilizan en la publicidad, “tienen como objetivo primordial, despertar sensaciones, ejerciendo atracción e influyendo en sus decisiones de compra”. Cada color tiene su significado, por ejemplo: El color rojo está considerado como uno de los colores que despiertan alegría, pasión, coraje, urgencia y calor.



Texto retomado de: El Universal/Merca2.0/Animal Político.  
<https://www.merca20.com/5-casos-de-publicidad-enganosa/>



Texto retomado de: kcontent.com.  
<https://rockcontent.com/es/blog/colores-en-la-publicidad/>

Imagen ilustrativa tomada de:

- <https://www.efegro.com/microsite/campana-postureo-los-envases-alimentarios/>
- <https://medium.com/eivos/que-tu-empresa-no-se-vea-tentada-a-realizar-publicidad-eng%C3%B1osa-b8ec1145569a>



# Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



A usar tu cuaderno

Toma notas

## Figuras Retóricas

También se conocen como figuras literarias, son formas no convencionales de usar las palabras. Se encargan de sorprender, emocionar, sugerir, persuadir, estilizar e impregnar de belleza el lenguaje, dando el efecto de originalidad. Algunas de ellas son las siguientes:

Juego de palabras	Muestra de manera humorística el uso de una palabra que tiene más de un significado. Ejemplo: Te traje tu traje de la tintorería.
Analogía	Establece la semejanza entre dos ideas, utilizando una de ellas como base para el entendimiento. Ejemplo: Amor es a placer como desamor a sufrimiento.
Metáfora	Manifiesta la similitud entre ideas, utilizando un término figurado, el cual será asociado por su significado con otro concepto. Ejemplo: su cabello de oro. Esta metáfora se refiere a un cabello rubio.
Comparaciones	También se conocen como símil. Su función es comparar una idea real con una imaginaria, las cuales tienen semejanza en cierta característica. Se deben utilizar los adverbios cual o como, ya que de otra manera sería una metáfora. Ejemplo: su cabello es como el oro.
Hipérbole	Se usan para exagerar de manera irreal alguna cualidad o característica. Ejemplo: Ayer te llamé mil veces.
Rima	Se utiliza en los versos, poesía o canción. Tiene un patrón o ritmo repetitivo. Esta repetición se da en la última vocal que lleve acento. Ejemplo: Por eso solo busco invertir En mil rimas para seducir.



Texto retomado de: Significado de Figuras literarias por Adriana Morales. Licenciada en Letras.

<https://www.significados.com/figuras-literarias/>



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



### A usar tu cuaderno

- 1.- Busca tres anuncios publicitarios sobre: alimentos, ropa y productos de limpieza; en revistas o internet y descríbelos en el siguiente cuadro.  
(Producto 1)

Producto / anuncio	Colores que predominan	Frase principal o eslogan	¿A quién va dirigido?



### A compartir en familia

Pide a tu familia que te ayude a buscar la información.



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social

2.- Observa la siguiente imagen de un anuncio y responde las preguntas:

- ¿Qué transmite el anuncio?
- ¿A quién va dirigido?
- ¿Consideras que se puede bajar de peso sin dieta, ni ejercicios? Sí, no. ¿Por qué?
- ¿Qué opinas de la función de este tipo de publicidad?



### A compartir en familia

Invita a tu familia a recordar anuncios publicitarios y jueguen a “verdad” o “mentira”, sobre la veracidad de los anuncios.







# Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



## A divertirnos

Crea tus anuncios en video para presentar algunos productos o servicios.



## A compartir en familia

Pídele a tu familia que te dé ideas y te apoye en la creación de tu anuncio.

3.- Elabora un anuncio publicitario de tu elección en una cartulina, tomando en cuenta los siguientes pasos:  
(Producto 2)

- 1.- Crea un logotipo.
- 2.- Selecciona a qué tipo de público va a estar dirigido.
- 3.- Elige un nombre para tu producto o servicio.
- 4.- Inventa una frase emotiva para invitar a que se consuma el producto o servicio.
- 5.- Describe las ventajas o beneficios que ofrece el producto o servicio.
- 6.- Realiza el dibujo del producto con una imagen representativa.
- 7.- Coloréalo de acuerdo a las sensaciones que quieras despertar, para que sea atractivo y que influya en la decisión de adquirirlo.
- 8.- Integra la información adicional que desees agregar.



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



A usar tu cuaderno

Revisión del aprendizaje:

Lee los enunciados y marca con una $\surd$ donde corresponda.	Verdadero	Falso
Un anuncio publicitario usa estrategias para persuadir al público.		
El propósito de un anuncio publicitario es narrar las características de los productos.		
Todos los productos o servicios anunciados son veraces.		
Los anuncios publicitarios utilizan figuras retóricas breves, para crear frases cortas y fáciles de recordar.		
Los colores en los anuncios publicitarios solamente decoran el producto.		



### Evaluación

#### Portafolio de evaluación

Integra los siguientes productos como evidencia de tu aprendizaje:

- Cuadro comparativo de características de los anuncios publicitarios.
- Creación de un anuncio publicitario de un producto o servicio.



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social



### Para aprender más

Busca información sobre estos temas en:

- <https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/>
- <https://www.significados.com/figuras-literarias/>
- <https://rockcontent.com/es/blog/colores-en-la-publicidad/>
- <https://www.merca20.com/5-casos-de-publicidad-enganosa/>



Tenemos algunos  
videos para ti.



Los anuncios publicitarios

<https://www.youtube.com/watch?v=EnRoal8Ze00>



Recursos retóricos anuncios  
publicitarios

<https://www.youtube.com/watch?v=U5FAFuG1hs>



## Ficha 1. Lengua y Comunicación

Ámbito: Participación Social

### Referencias:

- <https://www.significados.com/figuras-literarias/>
- <https://rockcontent.com/es/blog/colores-en-la-publicidad/>
- <https://www.merca20.com/5-casos-de-publicidad-enganosa/>
- <https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/>
- <https://www.pinterest.com.mx/pin/291045194661070638/?autologin=true>
- <https://www.efeagro.com/microsite/campana-postureo-los-envases-alimentarios/>
- <https://medium.com/eivos/que-tu-empresa-no-se-vea-tentada-a-realizar-publicidad-enganosa-b8ec1145569a>
- <http://mentiras-humor-y-seducion.blogspot.com/p/la-publicidad-enganosa.html>

Los anuncios publicitarios

<https://www.youtube.com/watch?v=EnRoal8Ze0/>

Recursos retóricos anuncios publicitarios

[https://www.youtube.com/watch?v=U5FAFu\\_G1hs](https://www.youtube.com/watch?v=U5FAFu_G1hs)