RECURSOS PUBLICITARIOS EN LA CLASE DE E/LE

Anabel Torres Blanco
Universidad de Salamanca

1. Introducción

La publicidad es un medio al alcance de todo profesor de lengua y una motivación para todos sus alumnos. El objetivo de este taller es presentar a los participantes una serie de actividades de aula basadas en recursos publicitarios de distintos soportes: televisión y prensa. Con todas ellas se pretende desarrollar y practicar las diferentes destrezas lingüísticas no sólo de forma creativa, sino integrando un enfoque socio-pragmático que ayuda al alumno a conocer la lengua en contexto.

2. Actividades con publicidad televisiva

Es importante a la hora de seleccionar un anuncio televisivo ver qué posibilidades de explotación gramatical y comunicativa tiene. Son interesantes aquellos que narran una historia o hacen referencia a algún aspecto sociocultural concreto. También es importante aprovechar la motivación de la imagen para trabajar con textos. El anuncio puede aplicarse a distintos niveles, ya que la dificultad corresponde a la tarea propuesta. Las actividades propuestas son para un nivel intermedio/avanzado.

2.1 *JUEGOS DE AZAR*

Descripción: Una mujer descubre en la lavandería que su marido la engaña, pero ella lo ignora porque tiene el cupón premiado de la Once.
Duración: 50 segundos
Tipo de producto: Lotería de la ONCE
Objetivos lingüísticos:
Describir una secuencia de imágenes
Ampliar vocabulario con palabras polisémicas
Narrar una historia en el pasado

Uso del subjuntivo

Objetivos culturales:

Conocer la afición de los españoles por los juegos de azar en especial por la loteria.

Comprender el doble sentido de las imágenes

Actividades:

* Proyectar el video y detenerlo para preguntar a los alumnos:

¿Dónde tiene lugar la acción? ¿Qué encuentra la mujer?

* Explicar con ayuda de tu compañero las palabras o expresiones en cursiva que aparecen en la canción.

A la mínima ocasión la vida va y te *mete un gol,*
que más me da yo tengo el *cupón*
Ella tiene el cupón.
Toca todos los días toca, ¿qué puede pasar?
porque cada día *lleva*
cada día compra, cada día toca el cupón

* Escribir la historia del marido infiel y la mujer afortunada.

Un día María fue a la lavandería y encontró...

* Analizar los verbos del slogan:

"Pase lo que pase toca"

* Debate:

¿Son populares los juegos de azar en tu país? ¿Cuáles?
"Tres cosas hay en la vida: salud, dinero y amor"

2.2 *SALIR DE COPAS*

Descripción: Un hombre monta diferentes locales hasta conseguir el éxito.
Duración: 55 segundos
Tipo de producto: Cerveza
Objetivos lingüísticos:

Describir lugares y personajes
Vocabulario sobre la ropa, bebidas y actividades de tiempo libre
Uso del subjuntivo/condicional
Uso de adjetivos

Objetivos culturales:

Diferenciar qué tipo de ambientes prefieren los españoles a la hora de divertirse: tomar pinchos, café, salir de marcha...

Conocer las costumbres en torno a la bebida: cerveza, vino, refrescos, bebidas alcohólicas, etc.

Este anuncio tiene como melodía musical la popular "Macarena" en la versión original de los andaluces *Los del Rio*.

Actividades:

*Antes del anuncio explicar el significado de las siguientes secuencias y después ordenarlas cronológicamente.

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes

- un aparcamiento está lleno
- Elvis toca la guitarra
- un sadomasoquista con látigo
- un casino
- *un hombre sentado y aburrido*

* Describir el local que más te gusta y el que menos te gusta del anuncio.
  "Si viviera en España me gustaría/ no me gustaría ir a ..."
* Explicar el eslogan:
  "San Miguel, *donde va triunfa*"

2.3 *TIEMPO LIBRE Y DROGAS*

Descripción: Jóvenes realizando diferentes actividades de tiempo libre
Duración: 23 segundos
Tipo de producto: Prevención contra las drogas
Objetivos lingüísticos:
Pronombres reflexivos
Ampliar vocabulario con el empleo de palabras polisémicas
Objetivos culturales:
Conocer un tipo de publicidad estatal: prevención contra el: sida, accidentes, drogas, ayuda a otros países, etc.
Sensibilizar a los alumnos sobre el problema de las drogas en la sociedad.
Considerar la importancia del tiempo libre en cada cultura.
Actividades:
* Descripción de las actividades de los jóvenes
* Construye frases con significados diferentes:
ENROLLARSE - COLOCARSE - ESTIMULARSE - ALUCINARSE
* Escribe una breve composición:
¿Cómo prevenir la drogadicción? o ¿Qué haces en tu tiempo libre?

2.4 *LA FAMILIA*

Descripción: Tres mujeres acompañadas por sus respectivos hijos, perros y amigos visitan la tumba del marido común y discuten por el coche.
Duración: 30 segundos
Tipo de producto: Automóvil
Objetivos lingüísticos:
Descripción de personas y lugares
Narración de una historia
Léxico relacionado con la familia y la muerte.
Objetivos culturales:
Reflexionar acerca de los estereotipos familiares.
Contrastar los usos y costumbres en torno a la muerte en diferentes países.

Centro Virtual Cervantes

Actividades:
* Explicar el significado y clasificar según el campo semántico:familia - muerte.
Cementerio - Esposo/a - Herencia - Tasa de natalidad
Familia numerosa - Huérfano - Cigüeña
Madre soltera - Adopción- Estar de luto
Funeraria - Tumba - Madre de alquiler - Velatorio
Baja por maternidad/paternidad -
Viuda/o - Testamento - Dar a luz
* Describe a tu propia familia .
* Analiza el slogan:
"Porque hay muchos tipos de familia"
¿Cómo es la situación de la familia en tu pais?

3. Actividades con publicidad gráfica

Trabajar con materiales auténticos resulta altamente eficaz y estimulante para nuestros alumnos. Siempre que sea posible recomiendo trabajar con materiales recortables que los alumnos no sólo pueden ver sino también tocar. Es importante aprovechar tanto la imagen como los textos publicitarios.

3.1 *VACACIONES*

Tipo de segmento: Una maleta
Tipo de producto: Yogur
Objetivos lingüísticos:
Introducción de fórmulas para la correspondencia
Vocabulario relacionado con los viajes, vacaciones.
Uso del imperativo/condicional/pasado
Forma tú y Vd.
Objetivos culturales:
Familiarizar a los alumnos con este tipo de publicidad encubierta: anuncio-premio.
Presentar destinos vacacionales en España y recibir información sobre otros fuera de nuestras fronteras.
Actividades:
* En la fase de preparación preguntar:
¿Qué es esto? ¿Dónde te gustaría ir? ¿Con quién irías?
* Con tu compañero negocia que 5 cosas os lleváis de viaje en la maleta.
* Envía una carta a Nestlé con todos tus planes para agradecerles el premio, después de pasar 5 años de vacaciones.
Queridos Sres. Nestlé: me gustaría contarles mi experiencia ...
* Cambia los verbos en imperativo a la forma de Vd en el siguiente texto publicitario que aparece al dorso de la maleta:

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes

¡TUS VACACIONES GRATIS DURANTE LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS!
Yogures Nestlé te paga tus vacaciones durante los próximos cinco años, donde tú quieras y con quien tú quieras. Envía dos tapas de cualquier yogur o postre Nestlé al apartado de correos 1475-08080 Barcelona. Sorteamos ante Notario un premio cada semana durante 10 semanas. Recuerda que cuantas más cartas envíes, más posibilidades tienes de ganar. ¿A qué esperas? Envía tu carta hoy mismo y empieza a preparar tus maletas.

3.2 *GENTE SIN COMPLEJOS*

Tipo de segmento: Anuncio con tres hombres desnudos
(Revista QUO, Nº 33. Junio 98)
Tipo de producto: whisky DYC
Objetivos lingüísticos:
Vocabulario de partes del cuerpo y ropa
Conocer expresiones idiomáticas
Objetivos culturales:
Explicar las referencias culturales que aparecen en las tarjetas: refranes, Gran Vía, Botero, Eurovisión ...
Explicar la ironía y buen humor que encierra esta actividad.
Actividades:
* Describir la foto y adivinar el producto anunciado.
* Juego de vocabulario: en fila nombrar prendas que no llevan. Si te toca y no dices nada quedas eliminado/a.
* Juego de tarjetas: los alumnos reciben una tarjeta y buscan a su vez otra con la explicación del significado. Los complejos se van marcando en el cuerpo de un muñeco. Finalmente el profesor corrige los errores. (Tarjetas adjuntas)
* *Debate:*
"Dime de qué presumes y te diré de que careces"
¿De qué presumen los españoles?



Centro Virtual Cervantes

TARJETAS RECORTABLES

¿Tripa? Air bag de serie, chaval.
Si Botero me viera, me ponía
una estatua en la Gran Vía

Si no fuera tan peludo no podría ser
el osito de mi chica.

Mi chica siempre me dice: ¿Dónde vas con un ojo
mirando a Italia y el otro a Portugal?
Entiéndeme yo soy un hombre de mundo.

La gente me mira en el metro porque llevo un pendiente en la
nariz, y yo les miro a ellos porque no lo llevan.

¿Complejos?
algunos dicen que tengo los labios muy grandes pero
lo que pasa es que tengo mucho, mucho morro.

A mi lo único que me cansa del fútbol son los ojos.
No consigo apartarme del televisor.

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes

¿*Los pies grandes? Lo que pasa es que soy un tío con* los pies en el suelo.

¿Esto? no son entradas en la cabeza. Lo que ocurre es que soy un tío con unas ideas muy claras.

¿Qué si tengo ritmo?

¡Pse! cardiaco, supongo yo.

¿Antiguo yo? ¿Pinta?

Perdóname, soy modernísimo: estilo Eurovisión 73, chaval.

Para hacer un buen tema hace falta mucha concentración. Así que vosotros veréis, o toco la guitarra o esquivo los tomates.

¿Feo? Diferente, quizás.

Centro Virtual Cervantes

¿Nariz grande yo? Importante, perdóname.

Cuando salto al campo, la gente grita. No sé si por buen jugador o por lo feo que soy.

No soy pequeño. Soy concentrado, como los buenos perfumes.

4. Actividades con textos complementarios

He seleccionado algunos textos relacionados con la publicidad que pueden servir de complemento a las actividades antes propuestas. Este tipo de textos también son apropiados en clases de español con fines específicos.

4.1 *FESTIVALES PUBLICITARIOS*

Tipo de segmento: Artículo de prensa
Título: " Festival Publicitario de San Sebastián " EL PAIS 31/5/98
Objetivos lingüísticos:
Entender un texto y las preguntas formuladas acerca de éste.
Ampliar el área léxica relacionada con la publicidad
Reconocer y practicar las formas de pretérito perfecto/indefinido
Describir una secuencia de imágenes publicitarias.
Objetivos culturales:
Informar a los estudiantes sobre la existencia de festivales publicitarios en San Sebastián y Cannes donde, al igual que en los célebres festivales de cine, compiten los mejores anuncios y agencias publicitarias.
Actividades:
* Antes de la lectura se pedir a los alumnos que describan la foto del anuncio e intenten averiguar el producto anunciado.
* Leer el texto atentamente.
* Después de la lectura se plantea el siguiente cuestionario:
- Explica el significado de: ONCE, Tandem y Gomaespuma.
- ¿Qué simboliza el anuncio ganador del festival?
- Según el Sr. Medina ¿qué es más importante en un anuncio la técnica o la idea?
- ¿Cuál es la novedad del premio?

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes

* Sustituir las formas de pretérito perfecto por indefinido en las siguientes oraciones:

El gran ganador del 13 Festival Publicitario de San Sebastian ha sido un anuncio de automóvil.

... los apabullantes efectos especiales, no han dominado ahora el panorama.

... el gran auge de la publicidad gráfica, que ha inundado positivamente...

* Redactar un breve artículo en el que describas tu anuncio favorito como ganador del premio publicitario del año pasado.

4.2 *PRESIDENTE DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA*

Tipo de segmento: Artículo de prensa
Título: " La publicidad más efectiva funciona de boca a oreja "
EL PAIS 9/6/98
Objetivos lingüísticos:

Entender un texto y las preguntas formuladas acerca de éste.

Ampliar el área léxica relacionada con la publicidad y expresiones coloquiales

Objetivos culturales:
Familiarizar a los alumnos con el trabajo de un reconocido publicista en su agencia y sus ideas acerca de la publicidad.
Actividades:
* Leer el texto de forma intensiva el texto.
* Definir los siguientes términos:

campaña, publicista, marca, mercadotecnia, promoción

* ¿Qué significan las expresiones coloquiales "estar en en la cresta de la ola", "dejar volar la imaginación" y "funcionar de boca a boca" ?
* Completa la información que falta con ayuda del texto:

Joan Campmany es de ---------- y tiene 53 ---------- . Es ---------- de Tandem, una ---------- publicitaria ---------- hace 5 años. Actualmente cuenta con 160 ---------- --- y figura entre las 10 -------- agencias de España con una ---------- de 28.000 millones. Ha sido ---------- con más de 300 premios.

* Dividir a los alumnos en 2 grupos. Unos representan a publicistas (a favor) y otros a consumidores (en contra). Ambos debaten acerca de la afirmación de Joan Campmany:

" La publicidad es ahora más honesta "

4.3 *TARIFAS PUBLICITARIAS*

Tipo de segmento: Artículo de prensa
Título: " El Mundial de Francia dispara las tarifas publicitarias en Televisión Española "
EL PAIS 9/6/98
Objetivos lingüísticos:

Uso de los numerales: cantidad, tiempo, porcentajes ...

Revisar nombres de países y sus correspondientes gentilicios

Ampliar vocabulario relacionado con la publicidad televisiva.

Objetivos culturales:

Informar sobre la estrecha relación entre la publicidad y economía.

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes

Comentar el interés de los españoles por el fútbol.

Actividades:

* Leer en voz alta el artículo corrigiendo la pronunciación de las cifras
* Explicar los siguientes términos

cuotas de audiencia, cotización, paquete publicitario, franja publicitaria, tarifa, paneles de audiometría

* Completa esta ficha con ayuda de tu compañero/a:

Número de anuncios contratados...
Duración del anuncio publicitario...
Coste del anuncio publicitario ...
El paquete más barato ...
El anuncio más caro ...
Si vives en Brasil eres...
Si eres de Nigeria eres...
Si eres de Bulgaria eres...

* Debatir: ¿Cuál es el deporte más popular en tu país?

BIBLIOGRAFÍA

Bell, A. (1998), *"Spanish-TV Magazine. Teaching Grammar"*, Conferencia en la Universidad de Salamanca. Julio 1998.

Benavides Delgado, J. (1997), *Lenguaje publicitario*, Madrid, Síntesis.

Ferrer E. (1994), *El lenguaje de la publicidad*, México, Fondo de Cultura Económica.

Instituto Cervantes (1994), *La enseñanza del español como lengua extranjera. Plan Curricular del Instituto Cervantes*, Alcalá de Henares, Instituto Cervantes.

Marcos M. y B. Mena (1994), *Nuevas tecnologías para la enseñanza*, Madrid, De la Torre.

Miquel, L. y N. Sans (1994), *Bueno, bonito y barato*, Barcelona, Difusión.

Miguel, A. (1995), *Los españoles. Sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Temas de hoy.

Sánchez Corral, L. (1997), *Semiótica de la publicidad*, Madrid, Síntesis.

Centro Virtual Cervantes

ÍNDICE ALFABÉTICO DE AUTORES

Centro Virtual Cervantes

Centro Virtual Cervantes

A

E. Abreu Vieira de Oliveira, 585
L. Acuña, 143
M. D. Alonso-Cortés Fradejas, 593
R. Alonso Raya, 325
E. Álvarez Fernández, 333
M. C. Álvarez Lebredo, 735
P. Alvariño Alvariño, 505
C. Aparecida Duarte, 511
Mª. B. Arbulu Barturen, 457
I. Argüelles Álvarez, 791

B

M. Baralo, 291
M. J. Bas Albertos, 601
A. Bell, 797
D. Berber Irabien de Raiko, 151
T. Berta, 339
P. Bonet Rosado, 807
T. Bordón Martínez, 345
M. J. Borrero Barrera, 689
I. Bueso Fernández, 727
T. Bugel, 157
K. Buyse, 923

C

J. Cabrera Gómez, 165
R. Cala Carbajal, 689
L. Calatayud Álvarez, 233
M. V. Calvi, 353
C. Calvo Candal, 361
S. N. Campos, 175
L. Caneda Fuentes, 473
A. Cano Ginés, 519
A. Carcedo González, 465
A. Castañeda Castro, 529
B. Castaño Torrado, 367
A. Castiñeiras Ramos, 201, 817
M. Chamorro Díaz, 825
Mª D. Chamorro Guerrero, 529
M. Cruz Piñol, 743
J. M. Cruz Rodríguez, 279

D

M. del Pozo Díez, 699
A. del Río Domingo, 829
Mª J. Domínguez Vázquez, 491
I. Doval Reixa, 375
C. Dudemaine, 537
A. Duque de la Torre, 743

E

S. Espiñeira Caderno, 473
A. L. Esteves dos Santos, 165, 383

F

C. V. Fernández Cobo, 183
A. Fernández Dobao, 367
M. A. Fernández Pérez, 545
C. Fernández Silva, 143
A. Flores Ramírez, 519
M. L. Folgar Fariña, 367

G

C. García del Río, 753
Mª. T. García Muruais, 301
R. García Riverón, 609
Mª. C. Garrido Rodríguez, 617
A. Gimeno Sanz, 837
I. Ginés Surià, 743
M. Goicoechea de Jorge, 763
S. Gómez Sánchez, 769
R. González Ruiz, 393
M. González Vázquez, 625
M. L. Gutiérrez Araus, 111

H

Mª L. Heiser Souza de Almeida, 191
J. R. Heredia, 551
A. Herrero Figueroa, 633
C. Herrero Vecino, 201, 817
G. Hita Barrenechea, 769

I

A. Ife, 847
I. Iglesias Casal, 403

J

R. Jahn, 207

Centro Virtual Cervantes

K
J. Konieczna-Twardzikowa, 561
L
S. Lakatos, 217
I. Lerner, 261
H. S. Lim, 643
K. Lindgren, 225
J. López Fernández, 567
J. J. López Rivera, 651
M. C. Losada Aldrey, 707
R. Loureiro González, 233
H. Lu, 483
M
C. Maillo de Merilä, 225
M. A. Martín Zorraquino, 25
E. Martinell Grife, 659
L. A. Martínez Antelo, 825
P. Martínez Gila, 325
I. Martínez Martínez, 239
C. Martínez Pasamar, 393
M. F. Martins, 857
F. Matte Bon, 57
C. Mellado Blanco, 491
L. Mendonça de Lima, 247
A. Menegotto, 143, 863
J. Miñano López, 875
F. Miranda Paredes, 579
D. Montalto Cessi, 659
M. Morán Manso, 411
C. Moreno, 117
I. Mosquera Gende, 309
O
J. Ortega Olivares, 133
M. L. Otero Brabo Cruz, 419
P
S. Pastor Cesteros, 255
A. Peña Calvo, 847
C. Pérez-Agote, 887
M. Pons Tovar, 579
I. A. Pozuelo Miñambres, 427
Mª. E. Prado Ibán, 673
M. Prieto Grande, 775
Q
M. J. Quiñones Calonge, 769
R
M. Rebolledo, 317
C. Risueño Fondevila, 333
C. Rodrigo, 897
E. Rodrigues-Moura, 175
R. M. Rodríguez Abella, 433
A. Rodríguez Gallardo, 719
L. Rodríguez Paz, 441
A. Rollings, 573
F. Rosales Varo, 449
I. Rubio López, 783
S
E. Sáinz González, 903
S. Schammah-Gesser, 261
A. Senovilla Arias, 301
F. Sierra Martínez, 499
R. Sitman, 261, 743
D. Soler-Espiauba, 269
M. Soliño Pazó, 375
T
T. Toijala, 225
M. I. Toledo Botaro, 681
G. Torfs, 923
A. Torres Blanco, 935
U
P. Ureña Rib, 279
V
M. Valero Gisbert, 433
R. Vázquez Fernández, 727
E. Verdía, 897
J. M. Vez Jeremías, 81

Centro Virtual Cervantes

Centro Virtual Cervantes



UNIVERSIDADE DE
SANITAGO DE COMPOSTELA
INSTITUTO DE IDIOMAS



Apartado 890
29080 Málaga
ESPAÑA

ASELE. Actas IX (1998). ANABEL TORRES BLANCO. Recursos publicitarios e...
Centro Virtual Cervantes