"CÓMO MOLAN" LOS TITULARES Y LA PUBLICIDAD DE LA PRENSA ESCRITA COMO MATERIAL DIDÁCTICO PARA LA ENSEÑANZA/APRENDIZAJE DE LAS FRASES HECHAS, REFRANES Y TÉRMINOS COLOQUIALES

Mauro Milone
ACCEM – Valladolid

RESUMEN: Textos periodísticos y anuncios publicitarios siempre han representado fuentes inagotables como material didáctico aprovechable en el aula de español. En titulares de prensa o para llamativos eslóganes publicitarios, frases hechas y expresiones coloquiales tienen cada vez más uso y protagonismo dadas sus peculiares características: de ahí la idea de explotarlos y llevarlos al aula E/LE y L2 para la enseñanza/aprendizaje de esta peculiar faceta del español. En Internet también, en portales de información y mensajes comerciales, se apunta a esta línea de uso y consumo del lenguaje argótico, más directo y tan cercano a usuarios y consumidores que por cierto, también son nuestros alumnos.

1. INTRODUCCIÓN

Las frases hechas, dichos, refranes y las inagotables variedades del lenguaje coloquial, tanto por su tradicional propagación como por el uso actual en el día a día, suelen ser objeto prioritario de la lengua hablada.

Sin embargo, en algunos medios de comunicación como es el caso de la prensa escrita, la presencia difusa de estos modismos y del léxico argótico asume cada vez más protagonismo, tanto en textos periodísticos con titulares y artículos, como en llamativos eslóganes o mensajes publicitarios, "deseosos" de buscar en la escritura ese soporte indispensable para llamar la atención de lectores y consumidores.

Si desde el punto de vista del mero significado lingüístico, estas locuciones utilizadas por la prensa pasan casi inadvertidas al hablante nativo, o desde luego dadas por sobrentendidas, al lector extranjero –como es el caso del autor de este taller– sí que le llaman la atención, sobre todo por esas implícitas dificultades a la hora de entenderlas.

De hecho, como profesor E/LE procuro brindarle mucha importancia a esta variante coloquial/popular dadas las dificultades que me produjo durante mis primeros años de formación, llevándome a concebir mi línea de enseñanza desde la perspectiva del estudiante tanto que, ir aprendiendo esta faceta del español y su posterior uso pragmático en la interacción cotidiana, sí que le otorgará ese plus de autoestima idiomática.

Por lo tanto, según la experiencia docente, he llegado a plasmar este taller a raíz de unas líneas de investigación fruto de un minucioso y constante trabajo diario de revisión de periódicos, revistas, catálogos, folletos, carteles publicitarios... a través de los cuales he tratado de buscar titulares, mensajes y eslóganes donde estuvieran presentes estos modismos. Y si de paso, aprovecharlos para hacer hincapié en el lenguaje comercial o llevar al aula de español temas culturales y de actualidad pues… "guay".

De ahí, objetivos perseguidos a diario en un proyecto de enseñanza basado en la adaptación de estos textos escritos (material auténtico tangible o escaneado y proyectado en el aula) para la elaboración de actividades didácticas utilizadas tanto con un alumnado E/LE como en la enseñanza a inmigrantes y que, por los resultados cosechados, nos animan a sacar esta deducción: ¡sí que "molan"!

2. OBJETIVOS Y CONTENIDOS

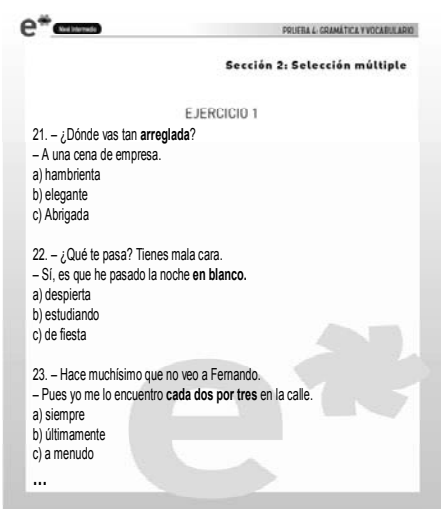
A la hora de redactar la programación de nuestros cursos E/LE y L/2, ¡qué no falten apartados donde las expresiones coloquiales y las frases hechas cobren protagonismo!

Salir a la calle, escuchar música, ver la tele, una peli, hojear un periódico, Internet, redes sociales… son las acciones cotidianas –contextualización– donde imperan registros lingüísticos bastante distantes de un español normativo. Nuestro alumnado E/LE y L/2 está en continuo contacto con estas realidades, de ahí la obligación al elaborar currículos, de insertar unidades didácticas para todo tipo de tema, con el registro coloquial y los modismos como estrellas, lo que de hecho tiene que aprender y saber (contenidos conceptuales).

Este aprendizaje sí que hace subir en nuestros alumnos esa *autoestima lingüística* tanto rebuscada por ese profesorado que hace hincapié en lo que deben saber hacer sus estudiantes (contenidos procedimentales), aprendizaje que de alguna forma suaviza esos momentos de dificultad que pueden afectar a un alumnado con mayores aprietos al aprender y practicar un español (más) normativo.

Llevar al aula material auténtico como herramienta de enseñanza acorta distancias y tiempos, da mucho juego y gusta y mucho a los alumnos, despertando intereses y ese morbo que siempre aviva el español coloquial (contenidos actitudinales): cuál mejor manera para alcanzar nuestros objetivos.

Frases hechas y expresiones coloquiales son objeto también de exámenes como el DELE. Tanto en el DELE B2 (Intermedio) como en el C2 (Superior), en la Prueba 4 de *Gramática y Vocabulario* y precisamente en la Sección 2 de *Selección Múltiple*, hay un ejercicio (*Ejercicio 1*) con 10 y 15 ítems respectivamente donde se requiere a los examinados conocimientos en materia de frases hechas y expresiones coloquiales. Por lo tanto, al programar un curso a la carta con objetivo *Preparación al DELE*, tenemos que elaborar unidades didácticas ad hoc y este tipo de material didáctico recopilado a diario no puede que mejorar nuestras clases y hacernos alcanzar de forma más real nuestros objetivos.



PRUEBA 4: GRAMÁTICA Y VOCABULARIO

Sección 2: Selección múltiple

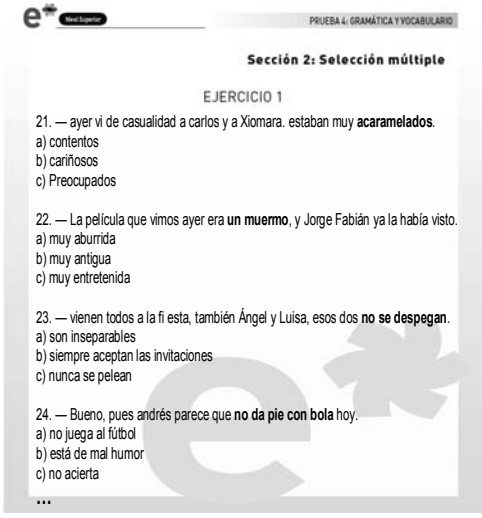
EJERCICIO 1

21. – ¿Dónde vas tan **arreglada**?
– A una cena de empresa.
a) hambrienta
b) elegante
c) Abrigada

22. – ¿Qué te pasa? Tienes mala cara.
– Sí, es que he pasado la noche **en blanco.**
a) despierta
b) estudiando
c) de fiesta

23. – Hace muchísimo que no veo a Fernando.
– Pues yo me lo encuentro **cada dos por tres** en la calle.
a) siempre
b) últimamente
c) a menudo

...



PRUEBA 4: GRAMÁTICA Y VOCABULARIO

Sección 2: Selección múltiple

EJERCICIO 1

21. — ayer vi de casualidad a carlos y a Xiomara. estaban muy **acaramelados**.
a) contentos
b) cariñosos
c) Preocupados

22. — La película que vimos ayer era **un muermo**, y Jorge Fabián ya la había visto.
a) muy aburrida
b) muy antigua
c) muy entretenida

23. — vienen todos a la fi esta, también Ángel y Luisa, esos dos **no se despegan**.
a) son inseparables
b) siempre aceptan las invitaciones
c) nunca se pelean

24. — Bueno, pues andrés parece que **no da pie con bola** hoy.
a) no juega al fútbol
b) está de mal humor
c) no acierta

...

3. MATERIAL DIDÁCTICO

Material tangible como periódicos, revistas, catálogos, folletos, carteles publicitarios, además de spot televisivos, portales y páginas web, representan las fuentes utilizadas para llevar a cabo esta investigación y de ahí elaborar unidades didácticas donde imperaran contenidos ajustados a nuestras exigencias y objetivos.

La notable presencia de estos modismos y del lenguaje argótico en los titulares de prensa (tanto en portadas como en artículos), en anuncios de publicidad con sus llamativos eslóganes y mensajes, han hecho que despertaran nuestro interés y ese gusanillo de llevarlos al aula de español.

En nuestra idea de enseñanza/aprendizaje de un español cotidiano, tanto de E/LE como de L2, tiene que haber cabida y protagonismo aquel material didáctico que reproduzca lo que al aprendiente le rodea en su día a día, lo que pueda tocar y le suene a algo real, tal como lo son el registro coloquial y las frases hechas.

3.1. Material publicitario

Todo tipo de anuncios publicitarios: folletos, catálogos, spots televisivos, vídeos…





3.2. Material de prensa

Prácticamente toda la prensa escrita editada en España (portadas, artículos, editoriales, pie de fotos…).



3.3. Material en la web

Además de este material tangible, que físicamente llevaremos al aula, lo que ofrece Internet, sobre todo en portales de información, resulta ser una verdadera mina de recursos, medios aún más cercanos a nuestro joven alumnado.



4. METODOLOGÍA

Nada más acabar con esta rutinaria recopilación de material, nos toca *preocuparnos* del cómo aprovechar esta riqueza ofrecida por estos medios de comunicación. Llevarlo al aula tal y como es, tal y como se presenta este material (periódicos, folletos, catálogos…), resulta ser un primer modo de explotación, trabajar con lo que es material tangible de verdad, y así buscar en su interior las frases hechas y expresiones coloquiales más llamativas.

Según la experiencia docente desempeñada hasta la fecha, claro que resultaría más apropiada una enseñanza/aprendizaje dirigida a partir de un alumnado ya con conocimientos básico del idioma (A2/B1). Pero, de forma esporádica, con dosis y tiempos justos, llevarlos también al aula de E/LE A1, sí que da satisfacción al profesor. En la enseñanza L2 a inmigrantes, alumnado aún más implicado con un español cotidiano, personalmente me atrevería a definir casi imprescindible la presencia de lo coloquial en el temario de clases.

4.1. Competencias y destrezas desarrolladas

Es cierto que en el aula E/LE y L2 todo tipo de competencias y destrezas debe tener su justo desarrollo. En el caso de este tipo de textos escritos, significado explícito e implícito, imágenes relacionadas, contextualización, tipo de registro, todo esto nos van a dar mucho juego sobre todo a la hora de desarrollar destrezas como la de expresión oral e interpretación lectora, competencias que encuentran tierra fértil en ese uso pragmático tan presente en el registro coloquial/popular. Es más, el hecho de utilizar anuncios, titulares y noticias de primera mano, cuyo contexto está de moda o es conocido por los alumnos mismos, a veces resulta ser motivo de debate, de intercambios de puntos de vista, donde el término coloquial o el modismo que ha prendido la mecha, asume ese rol de protagonista y de ahí quedarse bien *aprendido* por nuestro alumnado.



4.2. Elaboración de unidades didácticas y actividades

A la hora de crear actividades con este tipo de locuciones, sí que resulta muy fácil catalogarlas por campos semánticos, por ejemplo asociarlas a partes del cuerpo, alimentos, colores, animales, tiempo atmosférico, indumentaria;



al igual, relacionarlas según el lenguaje utilizado (religioso, deportivo, taurino…).



En un primer momento, se pensó que el pinchazo sufrido por el diestro de Galapagar tenía un carácter mortal. / ARMANDO LANDIN (EFE)

José Tomás torea la muerte

4.3. Frases hechas y expresiones coloquiales en el aula de Español con Fines Específicos

Si vale para la clase de Español General, ¿por qué no llevar este tipo de material con su respectivo contexto argótico también al aula de Español con Fines Específicos? La prensa especializada al contar la que es la actualidad política y económico-financiera *juega* y mucho con este registro. El profesional que toma clase de EpFE siente la necesidad de dominar este tipo de lenguaje, y nosotros como profesores tenemos por lo tanto la *obligación* de satisfacer estas necesidades de aprendizaje de un español *práctico.*



>> ECONOMÍA Y EMPRESAS

■ La caída de la inversión del capital riesgo

ÚLTIMAS OPERACIONES EN UN SECTOR EN CRISIS

AÑO	EMPRESA	ACTIVIDAD	FONDO COMPRADOR	ESTADO DE LA INVERSIÓN
2005	Panrico	Bollería	Apax Partner	En julio, deja la empresa en manos de los bancos acreedores.
	Cortefiel	Tiendas de moda	CVC, PAI y Permira	Hace un año refinanciaron la deuda de 1.000 millones de euros.
	Famosa	Juguetes	Vista Capital	En mayo, fue vendida al fondo estadounidense 'Sun Capital' con unas pérdidas de 200 millones para los bancos acreedores.
	Amadeus	Reserva viajes	Civen y BC Partners	En abril, las firmas de capital riesgo venden su participación en Bolsa con beneficios.
	Electro Stocks	Material eléctrico	Apax Partner	En enero, ING, banco acreedor, tiene que tomar el 25% del capital.
2006	Levantina	Piedra natural	Impala y Charterhouse	En mayo, los bancos acreedores se quedan con el 82% del capital.
2007	USP	Hospitales	Civen	Hace un año los bancos acreedores toman el control de la compañía.
2009	Hune	Maquinaria	Advent Int.	En diciembre el fondo vende la compañía por un euro a los gestores.
	BodyBell	Higiene personal	Mercápital, N+1	Tras buscar un nuevo socio sin éxito, pone más dinero para reflotar la compañía.

INVERSIONES DEL CAPITAL RIESGO
En millones de euros.
Recursos captados
Volumen invertido
6.000
5.000
4.000
3.000
2.000
1.000
0
1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009
5.326
5.328
1.178
1.699

PROCEDENCIA DE LOS CAPITALES
Inversores extranjeros 48,9%
Otros 13,3%
S. público 9,3%
Emp. no financieras nacionales 9,5%
Ins. financ. nacionales 19%

VÍAS DE DESINVERSIÓN
Venta por pérdidas 48%
Otros 11%
Venta a otra Prima 6%
Recompra accionistas 7%
Venta a terceros 28,2%

FUENTE: Ascri y elaboración propia. Y. Clemente /EL MUNDO

> INVERSION

El capital riesgo 'tira la toalla' en España

Las firmas foráneas comienzan a abandonar las empresas en las que invirtieron y las dejan en manos de los acreedores. Así lo ha hecho Apax con Panrico, Civen con USP o Chaterhouse en Levantina. Por **Carmen Llorente**

5. EVALUACIÓN

En el aula hasta ahora ha cobrado protagonismo trabajar en grupo buscando que unos periódicos *nos den titulares* con frases hechas y términos coloquiales; que unos anuncios llamen la atención con dichos como eslóganes; que al describir e *descifrar* vídeos e imágenes hayamos trabajado expresión oral e interpretación lectora. Ha llegado el momento de evaluar todo este *curro* y así cementar lo aprendido y por qué no, hacer de él un uso cotidiano.

5.1. Evaluación con actividades extraídas de manuales específicos y manuales E/LE

Manuales especializados en la enseñanza/aprendizaje de fases hechas y expresiones coloquiales contemplan un rico abanico de actividades de evaluación que llevaremos al aula para integrar la labor de explicación y elaboración del material didáctico *cosechado* con protagonista esta faceta tan bonita del español (actividades con: rellenado de huecos, marca el significado, sopa de letras, preguntas, relaciona, qué significa, completa la frase, elige la opción correcta, inventa un eslogan, etc.).

BIBLIOGRAFÍA

Castro, F. (1997): " Frases hechas y partes del cuerpo", *Uso de la gramática española Avanzado,* Madrid: Edelsa, 56-57.

Chamorro Guerrero, M.ª *et al.* (1998): "Los colores de Rosa", *Abanico*, Barcelona: Difusión, 178-179.

— (1998): "eslóganes de publicidad", *Abanico*, Barcelona: Difusión,46-47.

— (2006): "¡Qué animales somos!", *Ventilador*, Barcelona: Difusión, 147-148-149

Coronado González, M.ª L. y J. García González (1995): "Dimes y diretes", *A fondo 2*, Alcobendas (Madrid): Sgel, 60-61

— (1995): " Dimes y diretes", *A fondo Nivel Superior*, Alcobendas (Madrid): SGEL, 74-75-76-77

— (1995): " Dimes y diretes", *A fondo Avanzado*, Alcobendas (Madrid): SGEL, 27.

Del Moral, R. (2003): *Manual práctico del español coloquial*, Madrid: Verbum

Gelabert Navarro, M.ª J. (2004): "Nos va la marcha", *Prisma avanza B2*, Madrid: Edinumen, 46-47.

González Hermoso, A. y C. Romero Dueñas (1997): "La mente en forma", *Curso de puesta a punto en español,* Madrid: Edelsa, Unidad 9

Habla con Eñe (2010): " Español coloquial", *Punto y Coma audio revista para mejorar tu español,* Alcobendas (Madrid)

Martí Sánchez, M. (2005): "Modismos: partes del cuerpo", *Prisma consolida C1,* Madrid: Edinumen, Unidad 2.2

Martínez, M.ª. D. e I. Ordeig (2007): *Expresiones Coloquiales*, Alcobendas (Madrid): SGEL

Moreno, C. y M. Tuts (1997): "Amplía vocabulario", *Curso de Perfeccionamiento,* Alcobendas (Madrid): SGEL

Peñadés Martínez, I. *et al.* (2008): *70 refranes para la enseñanza del español,* Madrid: Arco libros

Prieto Grande, Mª. (2006): *Hablando en plata – Modismos y metáforas culturales,* Madrid: Edinumen

Vranic, G. (2004): *Hablar por los codos,* Madrid: Edelsa

PUBLICACIONES PERIÓDICAS Y PÁGINAS WEB

As (España): http://www.as.com

ABC (España): http://www.abc.es

El Día de Valladolid (España): http://www.eldiadevalladolid.com

El Norte de Castilla (España): http://www.nortedecastilla.es

El Mundo (España): http://www.elmundo.es

El País (España): http://www.elpais.com

Expansión (España): http://www.expansion.com

Marca (España): http://www.marca.com

Mundo Deportivo (España): http://www.elmundodeportivo.es

Negocio (España): http://www.neg-ocio.com

Sport (España): http://www.sport.es