# ¡Una pausa y volvemos! La publicidad en el aula de ELE: una propuesta didáctica

Emilio Bohórquez Rodríguez
Bolyai János Gimnázium, Hungría

La implementación de la publicidad en el aula de ELE es uno de los recursos didácticos más empleados en la didáctica del español para extranjeros. Su presencia suele ser un recurso habitual a lo largo del curso académico en la mayoría del profesorado de ELE, especialmente en grupos de nivel intermedio y avanzado.

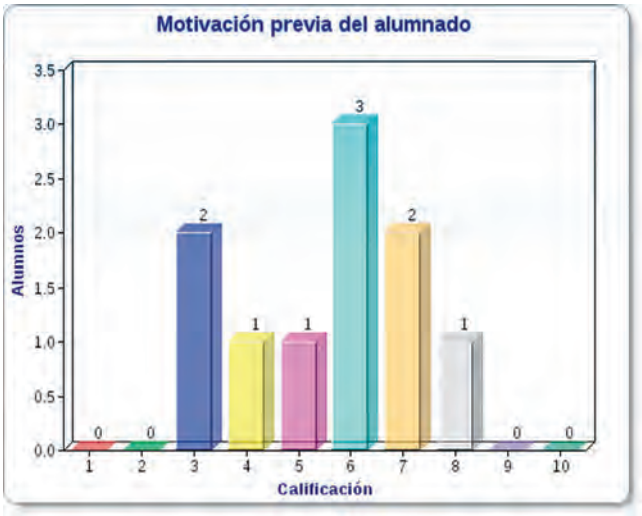
Los alumnos interpretan su presencia en el aula más como un regalo que como un elemento pedagógico *per se*, de ahí su alta carga motivadora capaz de generar un ambiente de clase distendido y altamente creativo donde aplicar el trabajo cooperativo para el fomento de la oralidad en clase resulta altamente gratificante tanto para el aprendiente como para el docente.

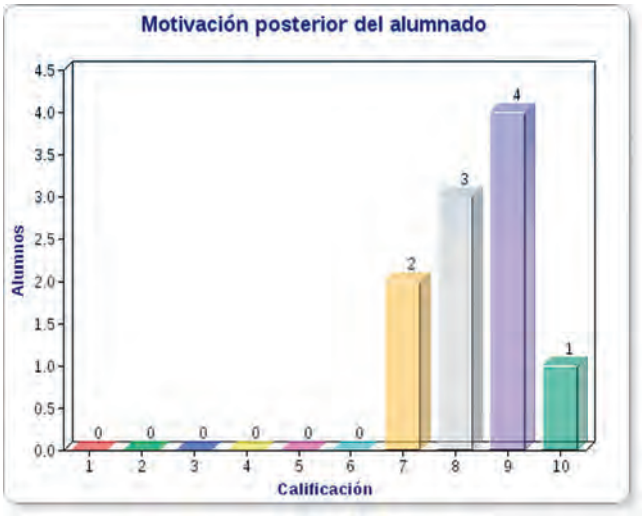
En una reciente encuesta elaborada en marzo de 2013 entre profesorado de ELE que ejerce su función en diversos países (Alemania, Francia, EE.UU., Hungría, España, Polonia, Gran Bretaña y Estonia), hemos constatado que el 90 % del profesorado emplea la publicidad en sus clases de español, de los cuales un 70 % asevera hacerlo de forma ocasional y un 30 % de forma sistemática. Esto nos permite valorar la publicidad como un agente de primer orden en la enseñanza del español, dada su extendida difusión como herramienta didáctica en las tareas de clase, así como su bis motivacional.

En ese sentido, un estudio experimental realizado sobre 10 de nuestros alumnos de español (nivel B1) que trabajaron la unidad didáctica que a continuación se presenta, nos revela que la calificación media de motivación percibida por el alumnado se multiplicó por 1,5, en comparación con la que percibían anteriormente en diferentes unidades donde la publicidad, pese a estar presente en algunas de ellas, no era el foco central de la misma. Los alumnos, que valoraron del 1 al 10 su motivación percibida antes y después de aplicar la presente unidad didáctica, pasaron de tener una media de motivación de 5,5 puntos sobre 10 en las unidades didácticas previas, a percibir en ellos mismos una motivación de 8,4 sobre 10 al finalizar la unidad que aquí presentamos.

El papel de la publicidad como músculo catalizador en la dinamización de la clase de ELE queda patente en este estudio, de ahí la importancia del tratamiento de la publicidad como eje temático y dinamizador, capaz de vertebrar por sí misma una unidad con múltiples objetivos didácticos, entre ellos, algunos de los que aquí nos ocupan, como la puesta en práctica del imperativo y del estilo indirecto.

De lo que nos ocuparemos seguidamente será de ver en qué forma está presente dicha publicidad en el aula: como agente principal en sí misma o como adlátere gregaria de unidades cuya temática es complementada por la publicidad.




Un somero oteo por el amplísimo abanico de tareas propuestas para el aprendizaje de ELE, nos permite contemplar cómo la publicidad continua siendo, en líneas generales, un resorte didáctico al que se sigue tratando como complemento secundario que actúa como apoyo o soporte puntual de unidades centradas en otro calado temático. El abordaje sistemático de la publicidad como materia principal de una unidad didáctica para la enseñanza de la lengua española es todavía un horizonte escasamente explorado tanto por las editoriales como por el sector educativo en general.

Así, la siguiente unidad no pretende presentarse sino como una aportación de propuesta didáctica dentro del extenso campo (aún por labrar) de la publicidad como eje temático de la unidad didáctica de ELE.



# ¡UNA PAUSA Y VOLVEMOS!

## PASO A PUBLICIDAD

EMILIO BOHÓRQUEZ RODRÍGUEZ

## CONTENIDOS


1. **Ficha de la secuencia de actividades**
2. **Material del alumno**
3. **Material del profesor**
4. **Material utilizado**


## 1. FICHA DE LA SECUENCIA DE ACTIVIDADES

**NOMBRE DE LA SECUENCIA**

*¡Una pausa y volvemos!*

**SUPUESTO PRÁCTICO**

Aborda los aspectos: CSC/DTC/CEDP

**APARTADOS** (según el *MCER*):
http://www.cvc.cervantes.es/aula/didactired/didactiteca/indice.htm

- Conocimiento del mundo
- Conocimiento sociocultural
- Habilidades interculturales
- Competencia existencial
- Capacidad de aprender

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**Conocimiento del mundo**

— Comprobar las estrategias comerciales de la publicidad.
— Reflexionar sobre el papel de las redes sociales en la actualidad.
— Conocer algunos elementos del español hablado en México.

**Conocimiento sociocultural**

— El comportamiento ritual/las convenciones sociales.
— Aprender a diseñar una campaña publicitaria.

**Competencia existencial**

— Desarrollar la motivación mediante el trabajo colaborativo y el visionado de campañas publicitarias.

**Habilidades interculturales**

— Relacionar la cultura de origen con la cultura hispana.

**Capacidad de aprender**

— Desarrollar destrezas para la colaboración grupal y para obtener información a partir de imágenes/vídeos.

**Análisis de necesidades**

— Recoger información sobre las expectativas de nuestros alumnos (sobre el ambiente de clase).

**NIVEL**

B1 (actividad diseñada para ser realizada a principios de curso)

**CONTEXTO EDUCATIVO**

Instituto público de secundaria con departamento de español. Estudiantes adolescentes de 15-16 años integrantes del curso 10.º, equivalente a 4.º de ESO, con un nivel socio-económico medio-alto. Alta implicación de las familias en el proceso educativo de sus hijos, con estrechos lazos entre la comunidad educativa y el entorno familiar y ciudadano. Se imparten clases en sesiones de 45 minutos. Una media de 15-18 alumnos por aula, con predominancia de mujeres (83 %) sobre varones (17 %). De entre los aprendientes, un 40 % manifiesta su deseo de estudiar o trabajar en España, durante una media de 6-18 meses. Un 74 % tiene interés en visitar algún país hispanohablante en los próximos años. El 100 % finaliza sus estudios con un nivel B2 o superior.

**TEMPORALIZACIÓN ESTIMADA**

Tarea 1: 10 minutos; Tarea 2: 6 minutos; Tarea 3: 20 minutos; Tarea 4: 18 minutos;
Tarea 5: 16 minutos; Tarea 6: 16 minutos;
Tarea 7: 90 minutos; Autoevaluación: 20 minutos
**Total: 4 sesiones de 45 minutos**

**TIPO DE ACTIVIDAD**

- Activación de conocimientos previos.
- Presentación de contenidos (componente sociocultural).
- Lúdica: visionado de vídeos y tiras publicitarias.
- Interacción oral (compartir información entre iguales).
- De descubrimiento (análisis de imágenes, inferir reglas de imperativo).
- Recogida de información (análisis de necesidades y evaluación).

**ACTIVIDADES COMUNICATIVAS DE LA LENGUA QUE PREDOMINAN**

- Tareas posibilitadoras (1-6): expresión oral, expresión escrita, comprensión lectora, comprensión auditiva, interacción oral y componente estratégico.
- Tarea final (7): expresión escrita y componente estratégico.
- Autoevaluación: expresión escrita, componente estratégico y expresión oral.

**CONTENIDOS GRAMATICALES**

- Implementación del imperativo.
- Uso del estilo indirecto.

**CONTENIDOS FUNCIONALES**

- Expresar opiniones.
- Mostrar aspectos positivos/negativos de un hecho o acción.
- Análisis y diseño de campañas publicitarias.

**CONTENIDOS LÉXICOS**

- Léxico del entorno comercial y publicitario.

**CONTENIDOS ESTRATÉGICOS**

- Extraer información a partir de imágenes y vídeos.
- Fomento del aprendizaje autónomo mediante andamiaje.
- Adquisición de habilidades para el trabajo cooperativo.

| CONTENIDOS PRAGMÁTICO-DISCURSIVOS |
|---|
| • Uso del imperativo para *tú* o *usted*, según contexto: *ponga*.<br>• Uso del imperativo con verbos reflexivos, según contexto: *descárgatelo*. |
| **ASPECTOS SOCIOLINGÜÍSTICOS** |
| • Exposición al español de México y España: *comercial* y *anuncio*.<br>• Escritos oralizados: *XQ?*<br>• Expresiones ritualizadas: *pide presupuesto sin compromiso*. |
| **COMPONENTE AFECTIVO EN EL AULA** |
| • Respeto del principio de *«i+1»* para la minimización del estrés.<br>• Fomento del compañerismo y el buen ambiente en clase.<br>• Refuerzos constantes de la autoestima del alumno.<br>• Evaluación implicada con lo afectivo (ver *Comentarios*). |
| **CONTENIDOS SOCIOCULTURALES** |
| • El papel de la publicidad en la sociedad actual.<br>• Riesgos que entrañan los deportes de aventura.<br>• Transacciones: seguros de automóviles.<br>• Relaciones padres-hijos en el contexto familiar actual.<br>• Las redes sociales como nuevo vehículo de comunicación. |
| **RECURSOS NECESARIOS** |
| • Vídeo *Comercial de radio Best Buy* → conexión a Internet.<br>• Vídeo *Agrega a tu madre* → conexión a Internet.<br>• 2 cartulinas, pegamento de barra y *post-it*.<br>• 8 revistas (temática diversa).<br>• Cámara de fotos o videocámara.<br>• Material del alumno y del profesor. |
| **DINÁMICA DE LA SECUENCIA** |
| • Papel del profesor: dinamizador y posibilitador del proceso de aprendizaje, en una clase descentralizada.<br>• Agrupamientos: trabajo individual, por parejas y en grupo.<br>• Secuenciación y dinámica de tareas: se detalla en cada actividad en el material del alumno y el material del profesor. |

## 2. MATERIAL DEL ALUMNO

En esta unidad vamos a

- analizar anuncios de publicidad;
- repasar el uso del imperativo.

Para ello vamos a aprender a

- comentar anuncios;
- referir las opiniones de nuestros compañeros;
- realizar una campaña publicitaria.




## Tarea 1

La hora de los anuncios

a) La publicidad está presente en nuestras vidas. ¿Qué haces cuando llega la hora de la *publi* en TV? Marca abajo la respuesta o respuestas con las que te identifiques:

- Hago *zapping*.
- Veo la *publi*.
- Mando un Whatsapp/SMS.
- Me conecto a la red.
- Abro el frigorífico.
- Me voy al baño.
- Otros: .....

b) ¿Dónde recibimos publicidad? ¿Qué productos nos venden comúnmente? ¿Tienes algún anuncio favorito?

. . . . . .

. . . . . .

## Tarea 2

¡Me has dado una idea!

a) Observa estos anuncios de revistas. Completa debajo de cada anuncio el producto que venden. Después añade qué ideas te sugieren.




Vende: . . . . . .
Ideas: . . . . . .
. . . . . .




Vende: . . . . . .
Ideas: . . . . . .
. . . . . .




Vende: . . . . . .
Ideas: . . . . . .
. . . . . .

b) En el anuncio de BIMBO había tres verbos en un modo que ya hemos visto en lecciones anteriores, en imperativo. Encuéntralos y rodéalos con un círculo.

c) *¡Probando, probando!* Observa el siguiente «comercial» y subraya en la lista de abajo los verbos que escuches.



*¡Probando, probando!*
http://www.youtube.com/watch?v=FnhrNN2h-BU&feature=related

- Viene
- Solicitan
- Ven
- Descubrieron
- Van
- Corre
- Márcame
- Estrena
- Descubre
- Estrenas
- Estreno

d) Ahora reflexiona, ¿para qué crees que sirve el imperativo? Marca la respuesta que consideres adecuada.

Usamos el imperativo para:

— ¿Describir?
— ¿Dar órdenes?
— ¿Pedir consejo?
— ¿Preguntar?
— .....
— .....

## Tarea 3

Eslogan

a) A continuación hay «productos» que no coinciden con sus «eslóganes». En parejas, debéis encontrarlos y buscar «su media naranja».




*Apágalo*



*Quédate conmigo*



*Cásate con nosotros*



*Protege tu entorno*



*Déjate llevar*




*Cuida tu equipaje*



*Sácate el título de Ingeniero*



*Ponte las pilas*

b) Los eslóganes no siempre aciertan, estos de aquí abajo necesitan ser reformados, o bien, sustituidos.

b.1) Encuentra con tu compañero 3 eslóganes que consideréis inoportunos. ¿Sabríais decir por qué? Anotadlos en vuestros cuadernos.

b.2) Ahora vamos a reformular los eslóganes erróneos con verbos más adecuados. Los apuntáis en la tabla.




***¡Descansa!***




***Cómetelo,*** *solo en librerías*



***Sácatelo*** *para Reyes*




***¡Apruébalo*** *gratis!*



***Afirmad*** *NO a la guerra*



***Ponga*** *aquí su foto*




***Descárgatelo*** *ahora en Zara*



***Triunfa*** *en los Alpes*




***Muestra*** *la mejor música*

| | | |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

c) En la publicidad suele existir un «gancho» como reclamo publicitario: a veces es el mismo producto, a veces son personas… Buscad el gancho de los 9 anuncios anteriores.

**Ejemplo:** *Red Bull → 2 toros que luchan*

### Tarea 4

¿Te suena esta marca?

a) ¿Conoces estas «marcas»? Tienes seis «logotipos». Busca abajo y relaciona cada logotipo con su producto correspondiente.

1. Calvo

2. PANTENE PRO-V

3. My M&M's CHOCOLATE CANDIES

4. BMW

5. Cruzcampo Refresca lo que otras ya quisieran.

6. PIRELLI

- Automóviles
- Chocolate
- Champú
- Atún
- Cerveza
- Neumáticos

b) ¿Conoces otros logotipos que te gusten? Dibújalos en el cuaderno y escribe la marca a la que representan.

 → .....

.....

c) Ahora, en parejas, comparte la información con tu compañero y explícale qué tipo de producto es y por qué te gusta.

— *He elegido este logotipo* adidas *porque me encanta la ropa deportiva. Tengo un chándal azul y unas zapatillas blancas de esta misma marca.*

— *Yo también tengo unas Adidas, ¿esta marca es americana, no?*

— *Pues, si te digo la verdad, creo que no eh… me suena que es alemana…*

d) Estas seis marcas de arriba buscan eslóganes para su próxima campaña de publicidad. Observa el ejemplo de una de ellas. En parejas, diseñad un eslogan original para cada marca.

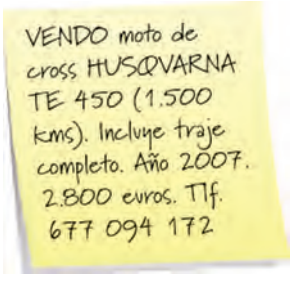
— *Refresca lo que otras ya quisieran*. (Cruzcampo)

| | |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |

## Tarea 5

¿De qué va ?

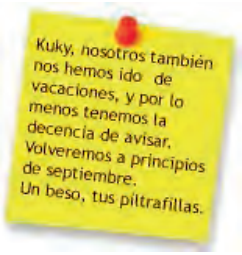
a) Fijaos en las siguientes notas y agrupadlas según su temática: comerciales o personales.


















Comerciales . . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

Personales . . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

b) Ahora, cada miembro del grupo debe elegir una nota de las anteriores, pero ¡esta elección es secreta! Luego, cada uno comenta qué historia imagina que está detrás de cada nota. Los demás deben acertar a qué nota se refiere. ¡Gana quien más puntos acumule!

— *Pues yo creo que la nota de amor es de un chico llamado Karl que está super enamorado de su novia española, Maribel, con la que se quiere casar en mayo y por la Iglesia, en una ceremonia muy íntima y familiar.*

— *Ah, sí, yo creo que te refieres a «Te quiero», ¡dime que sí, anda!*

— *¡Sí, señor, es correcto!*

c) Cuando hayáis terminado, debéis reproducir la historia imaginada por vuestro compañero de la derecha, añadiéndole algo de vuestra cosecha. Los demás deben averiguar qué has añadido.

— *Erika ha dicho que cree que la nota de amor es de un chaval inglés que está muy enamorado de su chica y que tiene planes de boda con ella*

— *¿Inglés? ¡Qué novedad!*

— *Sí, sí, quizás no era inglés...*

## ▶ Tarea 6

Pros y contras

a) Observa. En parejas, cada uno elige un anuncio. Después le haces la encuesta de abajo a tu compañero reformulando las preguntas.


Encuesta
Público al que va dirigido:
Niños - Jóvenes - Mayores - Tercera edad
Producto / actividad que publicita:
Eslogan que usa:
¿Compraría ese producto?:
Si le convence el anuncio y ¿por qué?:


Serraltur
¡Emborráchate de Aventura!
Pedralba, 15-16 mayo 2010
2010
Serraltur
¡Emborráchate de Aventura!
Podrás disfrutar de
Senderismo
Trial
Quads
Tirolina
vino
gastronómicas
gastronomía de la Serranía
Actuaciones musicales
¡Ven a visitarnos!


MEJORA TU SEGURO DE AUTO
Trabajamos con todas las compañías
Calle Real 121;
45880 Corral de Almaguer
925190042-627919301


SHARK
BUCEA
COMO
LOS GRANDES
SHARKDIVINGCLUB

b) Pros y contras.

b.1) Ahora, realiza una lista con al menos tres pros (cosas positivas) y tres contras (cosas negativas) del anuncio que has elegido: *viajes organizados, cambiar el seguro del coche* o *practicar deportes de riesgo*. Anota tus respuestas.

| PROS | CONTRAS |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |

b.2) Pregunta a tu compañero, anota y expón sus respuestas en clase.

— *¿Qué pros y contras tiene tu anuncio, Bence?*

- *Me parece que un pros de practicar buceo es que puedes divertirte mientras observas las especies marinas. Un aspecto negativo que yo veo aquí es el precio, ya que debe ser muy caro todo el equipo, pagar al monitor, etc.*

→ *Bence cree que practicar buceo es divertido porque puede observar diferentes especies del mar, pero piensa que es un poco caro.*

## Tarea 7

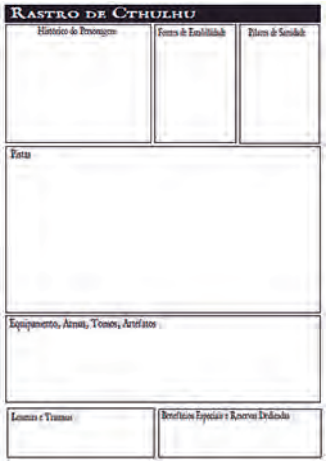
¿Y tú, qué opinas?

a) Observa el siguiente vídeo.




*¡Agrega a tu madre!*
http://www.youtube.com/watch?v=oO5bvDlsLhk&feature=plcp

b) Realizamos una ficha publicitaria para analizar el anuncio que hemos visionado. No olvides incluir aspectos como: eslogan, logotipo, producto, gancho, si os convence, etc.




c) Vamos a dar respuesta a estas preguntas.



- **¿Qué dilema tiene Álvaro?**
- **¿Por qué no quiere hacerlo?**
- **¿Qué estrategias ha usado su madre?**
- **¿Sus amigos, qué dicen?**

- **¿Qué creéis que hizo finalmente Álvaro?**



d) Finalmente, vamos a realizar un anuncio de publicidad.

d.1) Primero, debéis poneros de acuerdo en el producto o actividad que queréis publicitar. Después usando una cartulina, lo dotamos de contenido. ¡Recordad los elementos básicos que no pueden faltar en un anuncio!

d.2) Cuando terminéis, colgáis en el aula las cartulinas de cada grupo.

## Autoevaluación

a) ¿Qué hemos visto en esta unidad?

_____

_____

_____

_____

b) ¿Qué sé hacer ahora?

_____

_____

_____

_____

c) ¿Qué tareas me han resultado más difíciles?

_____

_____

_____

_____

d) Evaluación de la secuencia de actividades y su desarrollo

| | Sí | Regular | No | XQ? |
|---|---|---|---|---|
| ¿Me ha parecido útil? | | | | |
| ¿El ambiente de clase ha sido agradable? | | | | |
| ¿He aprendido de mis compañeros? | | | | |
| ¿Me he sentido bien trabajando en grupo? | | | | |
| ¿La unidad ha sido amena y variada? | | | | |
| ¿El profesor ha atendido mis necesidades? | | | | |

e) Expresa tus ideas

Escribe en tu nota aquello que quieras transmitir a tu profesor o a tus compañeros y cuélgala en la cartulina de clase *Expresa tus ideas*. ¡Después, participa en la puesta oral en común para compartir tus impresiones!



## 3. MATERIAL DEL PROFESOR

| **TEMPORALIZACIÓN PREVISTA** |
|---|
| Tarea 1: 10 minutos; Tarea 2: 6 minutos; Tarea 3: 20 minutos; Tarea 4: 18 minutos; Tarea 5: 16 minutos; Tarea 6: 16 minutos; Tarea 7: 90 minutos; Autoevaluación: 20 minutos; → **4 sesiones de 45 minutos** |

| **OBJETIVOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** |
|---|
| **Análisis de necesidades**<br>— Recoger información sobre las expectativas de nuestros alumnos (sobre el ambiente de clase).<br>**Conocimiento del mundo**<br>— Comprobar las estrategias comerciales de la publicidad.<br>— Reflexionar sobre el papel de las redes sociales en la actualidad.<br>— Conocer algunos elementos del español hablado en México.<br>**Conocimiento sociocultural**<br>— El comportamiento ritual/las convenciones sociales.<br>**Competencia existencial**<br>— Desarrollar la motivación mediante el trabajo colaborativo y el visionado de campañas publicitarias.<br>**Habilidades interculturales**<br>— Relacionar la cultura de origen con la cultura hispana.<br>**Capacidad de aprender**<br>— Desarrollar destrezas para la colaboración grupal y para obtener información a partir de imágenes/vídeos. |

**MATERIALES**

Los vídeos que se van a utilizar en las actividades son los siguientes:

**VÍDEO 1:** *Comercial de radio Best Buy*

http://www.youtube.com/watch?v=FnhrNN2h-BU&feature=related

**VÍDEO 2:** *Agrega a tu madre*

http://www.youtube.com/watch?v=oO5bvDlsLhk&feature=plcp

El vídeo 2 lo hemos adaptado a la clase de ELE a partir de estos videos:

— *Agrega a tu madre… a tu vida. Central Lechera Asturiana*

http://www.youtube.com/watch?v=meo-fMiZ4vc

— *Agrega a tu madre*

http://www.youtube.com/watch?v=Zc5w3-4PtVk&feature=relmfu

➔ Para ello hemos utilizado el siguiente programa de edición audiovisual: *Free video cutter joiner*

http://free_video_cutter_joiner.en.softonic.com/

**DINÁMICA**

La secuencia de actividades planteada se muestra flexible para que el docente pueda realizar cuantas modificaciones o adaptaciones considere oportunas con el fin de amoldarse a las necesidades concretas de sus alumnos.

Seguidamente se presentan las soluciones de las actividades y diversas sugerencias adicionales para la implementación de las mismas.

**Tarea 1: La hora de los anuncios**

**a) Actividad individual**

• Actividad de calentamiento previo, para implicar personalmente a los alumnos en la materia: la publicidad en sus vidas.

• Se propone desarrollarla de forma oral.

**b) Actividad de puesta en común**

• Tormenta de ideas. El profesor invita a los alumnos a participar y anota en la pizarra las aportaciones que van surgiendo. Como agente dinamizador, hacemos referencia a los anuncios del país en que estemos, alentado a los alumnos a que vuelquen sus conocimientos previos.

**Tarea 2: ¡Me has dado una idea!**

**a) Actividad individual**

SOLUCIONES: 1. conexión a Internet – rapidez, moderno, color lila; 2. crema–belleza, frescor, luz; 3. pan–familia, desayuno, sabroso

**b) Actividad individual**

SOLUCIONES: ponle; ve inspirándote

**c) Actividad individual**

- Antes de visionar el vídeo, comentamos en clase que vamos a ver una muestra real del español de México, a través de tomas falsas de la radio. Hacemos referencia a las palabras *comercial/anuncio*.

SOLUCIONES: ven; márcame; estrena; descubre

**d) Actividad individual**

SOLUCIONES: ¿dar órdenes?

**Tarea 3: Busco un eslogan**

**a) Actividad en parejas**

- El profesor comenta el significado de *su media naranja*.
- Podemos comenzar haciendo una breve y sencilla referencia a los préstamos entre lenguas, con es el caso de *eslogan*, adaptado del inglés *slogan,* tomada de un grito de guerra de origen escocés.

SOLUCIONES: 1. Cásate con nosotros, 2. Quédate conmigo, 3. Cuida tu equipaje, 4. Protege tu entorno, 5. Apágalo, 6. Sácate el título de ingeniero, 7. Ponte las pilas, 8. Déjate llevar

**b) Actividad en parejas**

- Proponemos inicialmente realizar esta actividad en parejas, pero si el profesor estima que sus alumnos tienen suficiente autonomía o que simplemente es más conveniente realizarlo individualmente, también es factible realizando pequeños retoques.
- La primera parte es de desarrollo oral y escrita (por qué creen que son eslóganes inadecuados) y la segunda es escrita (propuesta de nuevos eslóganes).

SOLUCIONES: Todas las propuestas que tengan sentido en su contexto

**Tarea 3: Busco un eslogan**

**c) Actividad en parejas**

- Hacemos referencia al concepto *gancho,* poniendo otros ejemplos además de los indicados. Así, en el ejercicio 2.A: *el precio, Penélope Cruz* y *el pan*.

SOLUCIONES: 1. toros, 2. farola y torre de la Giralda, 3. Reyes Magos; 4. yogurt, 5. corazón, mano, símbolo de paz y amor, 6. cámara de fotos, chica, 7. dos modelos, 8. deportista esquiando, 9. bola de espejos

**Tarea 4: ¿Te suena esta marca?**

**a) Actividad individual**

- Hemos incluido marcas españolas e internacionales, con el fin de dotar al *ínput* de un componente socio-cultural más enriquecedor.

SOLUCIONES: Calvo: atún; Pantene: champú; m&m: chocolate; BMV: automóviles; Cruzcampo: cerveza; Pirelli: neumáticos

**b) Actividad individual**

**c) Actividad en parejas**

- El profesor anima a los alumnos para que se desarrolle un diálogo entre las parejas.

**d) Actividad en parejas**

**Tarea 5: ¿De qué va…?**

**a) Actividad en grupos de 4**

- Todas las notas tratan de asemejarse lo más posible a la vida real.
- La última nota, está intencionadamente distorsionada para que su lectura resulte solo parcialmente inteligible, como suele ocurrir habitualmente en este tipo de casos.

**b) Actividad en grupos de 4**

- Damos tiempo a los alumnos para que lean de nuevo, con mayor tranquilidad, cada nota.
- Hemos introducido un componente de competitividad fundado en dos razones: 1. Motivar al grupo en la realización de la actividad, 2. Explotar un recurso que da buenos resultados entre los aprendientes húngaros.

**Tarea 5: ¿De qué va…?**

**c) Actividad en grupos de 4**

- El profesor observa y alienta a los grupos para que sean imaginativos. Aquí los ejemplos propuestos son de vital importancia.

**Tarea 6: Pros y contras**

**a) Actividad en parejas**

- Los alumnos continúan sentados en grupos de 4, pero trabajan por parejas.
- Tres alumnos voluntarios leen en voz alta los diferentes anuncios antes de iniciar la tarea.
- El profesor ayuda a los alumnos que necesiten apoyo para formular las preguntas de la encuesta.

**b) Actividad individual y por parejas**

- La primera parte de la actividad es individual (anotar pros y contras) y la segunda por parejas (preguntar al compañero y exponer sus respuestas en estilo indirecto). Para esta segunda parte resulta esencial el andamiaje de la actividad 5C: referir lo dicho por otra persona (estilo indirecto).

**Tarea 7: ¿Y tú, qué opinas?**

**a) Actividad individual**

- Visionado del vídeo. Previamente informamos a los alumnos de que nos encontramos en la última tarea de la secuencia y que en base a este vídeo desarrollaremos varias actividades.

**b) Actividad en grupos de 4**

- La actividad 6A ejerce como posibilitadora de esta tarea. En esta actividad de producción abierta es el alumno el que debe crear la ficha de análisis publicitario.

**c) Actividad en grupos de 4**

- Damos tiempo para que los grupos lean y manifiesten sus puntos de vista. Seguidamente anotan en el cuaderno las respuestas de consenso común.

**Tarea 7: ¿Y tú, qué opinas?**

**d) Actividad en grupos de 4**

- Repartimos una cartulina, una barra de pegamento y 2 revistas por grupo.
- El profesor puede dar ideas y sugerencias para estimular a los alumnos.
- Se estima una sesión de 45 minutos para su realización, pudiendo aumentarse si se requiere.
- La realización de esta actividad está contemplada como material para portfolio del alumno: para ello se sugiere que el profesor tome fotografías y/o videograbaciones tanto del proceso de desarrollo como del resultado final de esta tarea.
- Finalizada la tarea, el profesor facilita a los alumnos la exposición de sus cartulinas en las paredes o el tablón de clase.

**Autoevaluación**

- Se presenta una evaluación que ha tratado de ser intuitiva, sencilla y centrada en las capacidades del alumno, no en aspectos metalingüísticos ni estrictamente teóricos.
- En la tabla es posible que los alumnos nos pregunten el significado de *XQ*. Mediante una tabla se analizan aspectos como la relación que observa el alumno entre las tareas y su aplicación en la vida real, su observación del trabajo en grupo, sus necesidades emocionales y afectivas, así como las experiencias del aprendiente con el docente.
- Cerramos la autoevaluación con un proceso más abierto y grupal, para dar la opción al alumno de expresarse libremente. El profesor va pasando la cartulina por el aula y los alumnos van pegando sus notas a la vez que comentan en gran grupo sus impresiones.
- No está reflejado, pero opcionalmente y si el profesor lo estima oportuno, se podrían visionar las fotografías o grabaciones tomadas en la tarea final para incentivar la reflexión y comentarios sobre el trabajo de los alumnos. Ello incrementaría el tiempo dedicado a este apartado.

## 4. MATERIAL UTILIZADO

| **Material multimedia** |
|---|
| *Material audiovisual*<br>• *Comercial de radio Best Buy*<br>En línea: http://www.youtube.com/watch?v=FnhrNN2h-BU&feature=related<br>• *Agrega a tu madre* (versión ampliada)<br>En línea: http://www.youtube.com/watch?v=oO5bvDlsLhk&feature=plcp<br>• *Agrega a tu madre… a tu vida*. Central Lechera Asturiana (cabecera)<br>En línea: http://www.youtube.com/watch?v=meo-fMiZ4vc<br>• *Agrega a tu madre* (versión breve)<br>En línea: http://www.youtube.com/watch?v=Zc5w3-4PtVk&feature=relmfu<br>*Imágenes*<br>• Internet (varios)<br>*Programas de edición de vídeo*<br>• *Free video cutter joiner*<br>En línea: http://free_video_cutter_joiner.en.softonic.com/ |

## BIBLIOGRAFÍA


AA.VV. (2006). *Aula Internacional 3*. Barcelona: Editorial Difusión.

AA. VV. (2007). *Plan curricular del Instituto Cervantes*. *Niveles de referencia para el español*. http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/.

Bravo Boch, M.ª C. (1995). «Lava más blanco, o la publicidad en la clase de ELE», ASELE, *Actas VI Congreso*. http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/06/06_0078.pdf.

Consejo de Europa (2002). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; Instituto Cervantes y Editorial Anaya. http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/.

García de la Concha, V. (2008). *El español de los jóvenes*. Seminario organizado por BBVA. http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2008/septiembre/jovenes.html.

Llorián S., Gil M. y Castro, E. (1997). «Confección de instrumentos para realizar el análisis de necesidades destinado al diseño de programas de cursos con fines específicos», en *Actas VIII Congreso ASELE*. http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/08/08_0525.pdf.

Xavi (2008). *La publicidad*. Blog en International House Barcelona, Formación ELE. http://blogs.ihes.com/formacion-ele/?p=111.