

## LA PUBLICIDAD EN LA CLASE DE ELE:\*

### Título:

La publicidad. Análisis de los recursos lingüísticos de los anuncios publicitario.

### Nivel referido al Marco:

B1

### Alumnos a los que va dirigido:

Alumnos de diversas nacionalidades. Edades comprendidas entre 25-40 años.

### Duración de la actividad:

Tres sesiones de 90 minutos cada una.

### Objetivos :

- Familiarizar a los alumnos con el vocabulario específico de los anuncios publicitarios.
- Aprender a elaborar una campaña publicitaria presentando un producto.
- Ser capaz de comprender los recursos lingüísticos que se usan en el lenguaje publicitario.

### Contenidos:

Contenidos gramaticales: El imperativo y la orden formal. Usos de los pronombres personales objeto.

Contenidos léxicos: Léxico relacionado con la publicidad. El lenguaje publicitario.

Contenidos funcionales: Influir sobre los demás, persuadir. Dar órdenes al interlocutor o a un grupo.

---

\* Luisa Alonso Pantoja es profesora de español en la Fundación General de la Universidad de Castilla-La Mancha en Toledo y colabora como asesora pedagógica en Edinumen.  
María del Rosario Guerra Infante es profesora de español y autora externa de materiales didácticos para ELE.

**Procedimiento:**

**Actividad de precalentamiento:** Para empezar, el profesor les mostrará un vídeo de un anuncio publicitario, concretamente el de coca-cola el video lo pueden encontrar en la siguiente dirección: <http://es.youtube.com/watch?v=eRBQswQi1E8> El objetivo de la actividad es que los alumnos sean capaces de responder a las siguientes preguntas que el profesor les formulará, una vez visionado el vídeo. Para ello, el profesor les pedirá que presten atención tanto a las imágenes como a lo que dicen. Esta actividad se realizará de forma individual.

¿Qué te sugiere este anuncio?	¿Qué palabras son las que más se repiten?	¿A quién crees que está destinado este anuncio?	¿Qué intención tiene?

**Actividad 2-** Se realizará un segundo visionado del video. La intención será que los alumnos comprueben sus hipótesis y puedan contrastarlas con sus compañeros. Para ello, trabajarán en parejas de dos y finalmente, se realizará una puesta en común.

**Actividad 3** -Ahora agrupados por pareja o en grupos de tres dependiendo del número de alumnos que tengamos en clase les diremos que respondan a estas preguntas. Posteriormente cada grupo nos dará su opinión.

¿Qué es para ti la publicidad?	¿Qué soportes publicitarios conoces?	¿Te compras todo lo que ves anunciado?	¿Crees que los productos de marca son de mejor calidad que los desconocidos?

**Actividad 4-** A continuación el profesor mostrará a los alumnos el siguiente anuncio (dyc). Y les pedirá que junto con el anuncio de coca-cola intenten extraer los siguientes conceptos:

MARCA	ESLOGAN	LOGO
CAMPAÑA	TITULAR	CUERPO
ANUNCIANTE	PIE O CIERRE	CONSUMIDOR POTENCIAL
		

**Actividad 5-** La siguiente actividad consistirá en que los alumnos puedan extraer las diferencias y las semejanzas de ambos anuncios, teniendo en cuenta los distintos formatos presentados. (Anuncio visual y anuncio gráfico)

**Actividad 6-** A continuación el profesor repartirá unas tarjetas plastificadas con diferentes textos de anuncios publicitarios españoles y los alumnos en grupo tendrán que analizar lingüísticamente el texto del anuncio para explicar los recursos utilizados. Para ello, les ayudaremos con las siguientes pistas:

- 1- ¿Qué palabras se repiten?
- 2- ¿Cuáles son las palabras más resaltadas?
- 3- ¿Aparecen imperativos?
- 4- ¿Cómo es el texto? (técnico, descriptivo, poético)
- 5- Razona tus respuestas.

### FICHAS

UN APLAUSO PARA LA QUE NO ESPERA A QUE UN HOMBRE LE LLAME, SINO QUE LLAMA ELLA Y LE INVITA A SALIR.

**COCACOLA LIGHT. HAZ LO QUE BEBAS.**

¿Y SI EL TREN QUE ESTÁS ESPERANDO, NO ES EN REALIDAD UN TREN?

**NUEVO AUDI A 4.**

DINAMIC. **DE NARANJA.** VITAMINAS **A, C, E, B1, B6 Y B9.**

**GRUPO LECHE PASCUAL**

QUE ES ESO,  
ESO ES QUESO.  
¿QUÉ **QUESO** ES?

**EL CIGARRAL**

VAMOS AL FUTURO ¿**SABES?**

ESTAMOS PARA CONQUISTAR LA DISTANCIA Y HACER QUE LA  
DISTANCIA TE CONQUISTE.

**RENFE.** MINISTERIO DE FOMENTO.

**PULSA EL BOTÓN.**

**SIENTE** EL PODER.

M3 POWER NITRO, GILLETTE. LO MEJOR PARA EL HOMBRE.

**WWW.GILLETTEM3POWER.COM**

LA VIDA ES MÓVIL. **MÓVIL ES VODAFONE.**

VENTE A CONTRATO VODAFONE Y LLÉVATE UN **VODAFONE LIVE!**

EXTRAPLANO. VODAFONE

SUS ANTEPASADOS LE ENSEÑARON A VER LO QUE LA NOCHE  
ESCONDE. AHORA ÉL TE ENSEÑARÁ A TI.

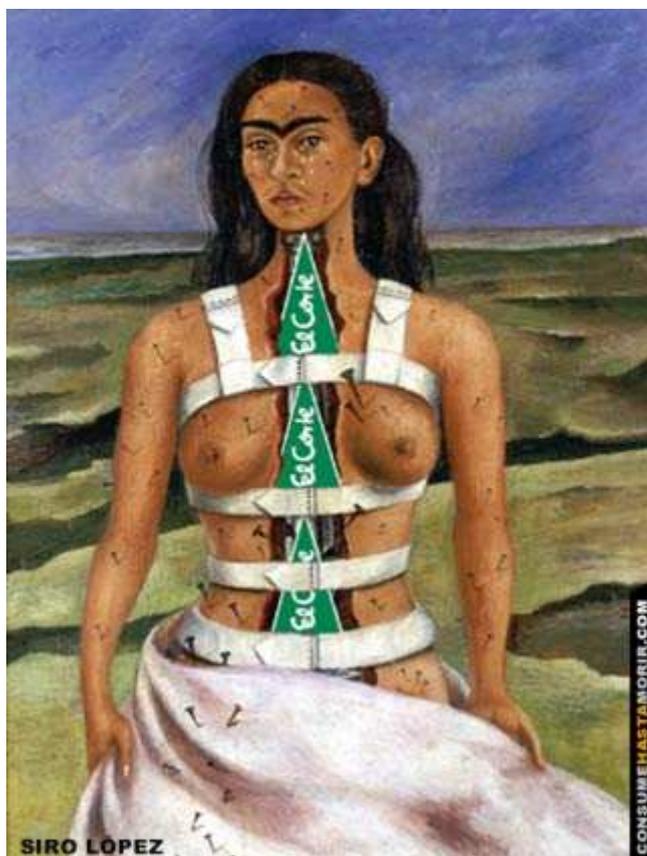
**ESCUCHA LA LLAMADA. CACIQUE.**

RON AÑEJO SUPERIOR.

**TAMPAX**

**TE SENTIRÁS LIMPIA Y SEGURA.**

**Actividad 7-** En la siguiente actividad se mostrará a los alumnos una serie de imágenes que representan cuadros pictóricos importantes. En ellas, de forma explícita aparecen logos de la publicidad actual. El objetivo es que los alumnos, en grupos de tres, sean capaces de crear un eslogan publicitario a partir de estas imágenes.









**Actividad 8-** A continuación, el profesor propondrá a los alumnos que en grupos de tres realicen una reflexión. Deberán al menos mencionar cinco ventajas y cinco inconvenientes que ofrece la publicidad. Esta actividad podrá realizarse a modo de debate, según convenga al profesor.

VENTAJAS	INCONVENIENTES

### **ACTIVIDAD FINAL**

En grupos de tres los alumnos tienen que diseñar una campaña publicitaria en la que aparezcan los recursos lingüísticos analizados en esta unidad. Se valorará el aspecto creativo de la publicidad. Tendrán que crear un eslogan, el cuerpo del texto, un logotipo, colocar información conocida y nueva en un anuncio gráfico. El profesor corregirá los posibles errores gramaticales y al final de la clase hará un portfolio con toda la información obtenida. Dado que se está realizando la clase en un aula de informática los estudiantes pueden incluso ilustrar sus anuncios publicitarios con fotografías en color para que el impacto sea mayor a la hora de presentar su anuncio.

Se terminará la clase con una puesta en común y cada grupo hará su presentación oral delante de la clase. Una vez finalizada la actividad cada grupo colocará en las paredes del aula su presentación, de esta manera fomentamos el aprendizaje periférico.