

La publicidad como recurso en el aula de E/LE

ESTHER LINARES BERNABÉU
Universidad de Alicante
Elb16@alu.ua.es

Resumen: No cabe duda de que la brevedad de la publicidad facilita, bajo mi punto de vista, su adaptación a la clase de español. Se trata de una herramienta idónea y útil en el proceso de aprendizaje, ya que la utilización del vídeo publicitario consigue implicar a los alumnos, dinamizar la clase y llevar a esta materiales cotidianos en la vida diaria. Las actividades de comprensión audiovisual ayudan a romper la monotonía, despertar emociones, generar la curiosidad para captar la atención y abrir las puertas del conocimiento. En definitiva, el anuncio es una buena oportunidad para aplicar la máxima clásica de “enseñar deleitando”.

Palabras clave: Comprensión audiovisual, ELE, publicidad, recurso didáctico

Advertising as a resource in the SFL classroom

Abstract: It is doubtless that the briefness in advertising eases, in my view, its adaptability for using it during the Spanish as a FL/ SL lessons. It is an ideal and useful tool for the learning process, as the usage of ads videos gets to engage students and makes the class more dynamic by showing aspects of the daily life. Audiovisual Comprehension tasks help break monotony, awake feelings and curiosity. In short, advertisement is an excellent resource to amaze while teaching.

Keywords: Audiovisual Comprehension, Spanish FL/SL, Advertising, Didactic resource

Introducción

Es cierto que el grado de motivación en el aprendizaje de lenguas a través de material audiovisual, variará dependiendo de la curiosidad que suscite el tema. Por esta razón, a la hora de pensar en formas de utilizar y aprovechar material publicitario, el docente debe tener en cuenta las características del grupo y sus intereses. Asimismo, es conveniente saber con exactitud qué es lo que se quiere conseguir y de qué manera pueden estos materiales ayudarnos.

En ocasiones no somos lo suficientemente conscientes de la importancia que tiene desarrollar plenamente la comprensión auditiva y audiovisual dentro de nuestras clases. Saber escuchar es básico para ser competente oralmente, ya que hablar es parte de un proceso interactivo que incluye escuchar. En el aula, el docente debe incitar a sus alumnos a escuchar la L2 con el objetivo de distinguir elementos de pronunciación, en-

tonación, y estructuras lingüísticas que les lleve a la comprensión de lo escuchado y así ayudarles a mejorar su propia producción oral.

Así pues, el objetivo de estas actividades es procurar un mayor acercamiento a los medios audiovisuales, potenciar las destrezas orales, promover el intercambio de ideas y opiniones entre el alumnado, además de mejorar la comprensión de aspectos y convenciones socio-culturales del mundo hispánico. El visionado de *spots* facilita la tarea de presentar el *input* de lengua dentro de un contexto real. Asimismo, Foncubierta (2006) defiende que al estimular de comprensión audiovisual estamos apostando por una destreza que incluye también elementos extralingüísticos propios del contexto, como son los gestos y otros componentes del lenguaje no verbal.

Este proyecto está enfocado a estudiantes de español como lengua extranjera (ELE) o segunda lengua (ESL) que ya tienen algunos conocimientos previos de la lengua y se sitúan en un nivel umbral alto (B1.2) o ya han alcanzado el nivel intermedio superior (B2). Como bien dice Jaime Corpas (2004), la dificultad reside en la tarea que se propone a los alumnos, no en el material que se utiliza.

El anuncio “Nada más grande” de la pasada campaña de *Euromillones* es un claro ejemplo de material idóneo para llevar a las aulas de E/LE. De hecho, se observa cómo en el *spot* los acontecimientos se desarrollan de manera lineal y coherente, el personaje emplea una pronunciación clara y enuncia oraciones cortas y completas. Además, el anuncio está libre de ruidos o interferencias que puedan dificultar la comprensión y las imágenes ayudan al espectador a hacer una idea aproximada de lo que sucede. Sin embargo, la dificultad reside en la velocidad del hablante, lo que hace que este vídeo tenga que destinarse a alumnos con un nivel de lengua intermedio.

Así pues, la sesión didáctica que surgiría para el uso de dicho contenido publicitario trabajaría de forma conjunta las destrezas tanto productivas como receptivas. Además, el docente debe tener como principal objetivo el desarrollar la competencia comunicativa de la lengua promoviendo la interacción activa e involucrando emocionalmente a los estudiantes. En el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua, no basta con explicar el funcionamiento su sistema atendiendo únicamente al conjunto de reglas gramaticales y léxicas. Según Escandell Vidal (2004), hay muchas otras pautas de carácter individual, contextual y cultural que son objeto de estudio de la pragmática y determinan a su vez la adecuación del uso lingüístico.

Enseñar una lengua conlleva enseñar a percibir las relaciones sociales tal y como las perciben y las evalúan los nativos, para poder adaptar el comportamiento lingüístico propio a los mismos parámetros que ellos. Enseñar a interactuar de manera adecuada y fluida es tan importante como enseñar a producir enunciados gramaticalmente correctos. (Escandell Vidal, 2004)

Es ineludible tener presente el enfoque orientado a la acción que dicta el *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, elaborado por el Consejo de Europa en 2002; dando así prioridad a la competencia co-

municativa. No cabe duda de que el objetivo principal de la enseñanza de una lengua debe ser conseguir que el aprendiz pueda comunicarse de forma apropiada. Por ello, durante esta sesión, el profesor y los estudiantes trabajarán juntos de forma muy activa siguiendo las premisas del enfoque comunicativo. Asimismo, el Instituto Cervantes sacó a la luz en 2006 un nuevo *Plan Curricular (PCIC)*, en el que recoge y desarrolla los niveles comunes de referencia establecidos por el Marco común europeo (Instituto Cervantes 2006). Siguiendo esta línea, tendremos también en cuenta el “desarrollo de contenidos en una dimensión supraoracional, de carácter pragmático-discursivo: funciones lingüísticas, aspectos pragmáticos y géneros discursivos” (Instituto Cervantes 2006: 30).

Uno de los principales ejes en torno al que gira esta sesión es la interacción oral por medio de la conversación entre profesor-alumnos así como entre los propios estudiantes durante dinámicas de grupo y parejas. Según Cestero (2005), únicamente a través de la interacción comunicativa oral es posible adquirir gran parte de las estructuras sintácticas complejas de una lengua, la mayoría de sus elementos discursivos y las funciones y actos comunicativos lingüístico-pragmáticos.

Es en la interacción donde daremos a los alumnos la oportunidad de negociar el significado y de poner en funcionamiento todos los principios y mecanismos estructurales de la conversación. Nuestro reto será concienciar al alumnado extranjero de que la conversación en español se desarrolla mediante una alternancia de turnos no predeterminada. Por lo general, los hablantes nativos no tenemos problemas en el cambio de turno e identificamos inconscientemente los llamados lugares de transición pertinente (LTP) que, mediante signos verbales, prosódicos o gestuales, señalan la posibilidad de iniciar un nuevo turno. Es esto lo que debemos enseñar a detectar a nuestros estudiantes para que no se generen tópicos como este recogido por Antonio Briz (2002: 10): “En España antes de que una persona acabe una frase ya hay otro que empieza a hablar. Muchas veces se interrumpe el discurso del otro y a éste no parece importarle, pero a mí me parece una falta de educación”.

La publicidad resulta en este caso un recurso idóneo para tratar de manera contextualizada la distancia social entre los interlocutores. En nuestro caso, trabajaremos la función comunicativa de las formas del imperativo en el marco español publicitario, donde prevalece el trato no formal y próximo. Según Gómez y Joyer (2003), el interés por implicar al receptor es el que mueve a los publicistas a hacer uso constante de verbos de modo imperativo y subjuntivo. Concretamente, con nuestro anuncio podemos aprovechar la ocasión para hacerle saber a nuestros estudiantes que los españoles también empleamos el imperativo para apelar a valores propios del hedonismo o de la alegría de vivir. No obstante cabe decir que estas actividades no pretenden introducir nuevas estructuras gramaticales, pero sí que se repasarán y obviamente se hará uso de ellas durante el desarrollo de la sesión.

Hoy en día, es esencial llevar al aula de ELE contenidos pragmáticos. Esta sesión incluye también una tarea para familiarizar a los estudiantes con el habla coloquial español por medio de un esquema fraseológico. Dentro de un ambiente lúdico y distendido, tendrán que inferir su significado y contextos de uso. Olimpio de Oliveira (2004)

sostiene que es importante enseñar fraseología en la medida en la que el alumno va a encontrarse con estas unidades en textos escritos u orales y sentirá la necesidad de comprenderlas. De hecho, el conocimiento fraseológico contribuye al desarrollo de la competencia comunicativa del aprendiz y a su interacción social.

Como añadidura, quisiera destacar la variedad de actividades dinámicas y flexibles a los diferentes tipos de alumnos que propone esta secuenciación (ej. tareas para la comprensión, actividades de fomento de la creatividad, debates, de especulación sobre situaciones improbables, etc.). Al elaborarla, mi propósito fue que sirviera para ir haciendo grupo y crear un ambiente afectivo donde el alumno se sienta seguro y con la confianza necesaria para asumir retos, sin miedo a cometer errores. De modo que sería ideal hacer uso de esta sesión durante a principios del curso.

Bibliografía

- Amenós J. (2003). Cine y literatura para la clase de español. En *Revista del Instituto Cervantes en Italia*, H. 4, pp. 115-136.
- Briz, A. (2002). *El español coloquial en la clase de ELE. Un recorrido a través de los textos*, Madrid: SGEL.
- Briz, A. (2006). «Atenuación y cortesía verbal en la conversación coloquial: su tratamiento en la clase de ELE». En *Actas del programa de formación para profesorado de ELE*. Munich: Instituto Cervantes, pp. 227-255. Disponible en: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/munich_2005-2006/02_briz.pdf
- Cestero, A. M. (2005). *Conversación y enseñanza de lenguas extranjeras*. Madrid: Arco/Libros.
- Consejo de Europa (2002). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y Anaya.
- Corpas, J. (2004): «La utilización del vídeo en el aula de E/LE. El componente cultural». *Revista RedELE*, vol.1. Disponible en: <http://www.mec.es/redele/revista1/corpas.shtml>
- Gómez, A. (2003). El imperativo en los anuncios publicitarios español: estudio pragmático desde las necesidades del traductor. *Interlingüística*, vol. 14, pp. 455- 466.
- Foncubierta J.M. (2006): Ejercicios para el desarrollo de la comprensión audiovisual, la expresión y la interacción oral mediante el uso de las nuevas tecnologías, En: *Las destrezas orales en la enseñanza del español L2-LE: XVII*. Disponible en: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/17/17_1145.pdf
- Instituto Cervantes (2006). *Plan Curricular del Instituto Cervantes*. Madrid. Instituto Cervantes. Biblioteca Nueva.
- Mora, F. (2013). *Neuroeducación: sólo se puede aprender aquello que se ama*. Madrid: Alianza Editorial.
- Olimpio De Oliveira, M. E. (2004). «Los medios de comunicación como tema conducente al aprendizaje de la fraseología». En Perdiguero, H. y A. Álvarez (eds.), *Medios de comunicación y enseñanza del español como lengua extranjera, Actas*

- del 145 XIV Congreso Internacional de ASELE (Burgos, 2003)*. Burgos: Universidad de Burgos, Servicio de Publicaciones, pp. 486-499.
- Rubio, M. (2007). «Contenidos para la clase de conversación en ELE. Propuesta de un programa de estudios a partir de la estructura conversacional». *Frecuencia L. Revista de Didáctica del Español Lengua Extranjera*, vol. 33, pp. 9-15.
- Vázquez, G. (2010): «Hacia una valoración positiva del concepto de error», *Marco ELE*, vol. 11, pp. 1885-2211.

ANEXO

FICHA SESIÓN DIDÁCTICA	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	“ <i>Nada más grande</i> ”
AUTOR	Esther Linares Bernabéu
NIVEL	B1.2 – B2
DESTINATARIOS	Jóvenes y adultos
DURACIÓN	Una sesión de 50 minutos
OBJETIVOS	<p>Mejorar la competencia pragmático-discursiva de los estudiantes</p> <p>Reflexionar sobre el uso del imperativo y desarrollar la capacidad para expresar órdenes.</p> <p>Potenciar la imaginación para crear historias a partir de estímulos visuales.</p> <p>Activar sus conocimientos sobre los juegos de azar.</p> <p>Especular sobre lo que harían en una situación parecida reforzando el uso del subjuntivo y condicional.</p> <p>Comprender y utilizar con adecuación algunas expresiones del habla coloquial.</p>
COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS	Gramática, léxica, y semántica
COMPETENCIA INTERCULTURAL	Relacionar la cultura de origen con la cultura hispana y conocer hábitos típicos de los españoles.
CONTENIDOS CONCRETOS	Implementación del imperativo, subjuntivo y condicional simple. Unidades fraseológicas. Contenidos funcionales (marcadores conversacionales).
DESTREZAS	EO, EE, CAU, IO, IE, CE
DINÁMICA	Individual, por parejas, grupos y toda la clase
MATERIALES	fichas, cartulinas, ordenador con conexión a internet, proyector vídeo
EVALUACIÓN	Rúbrica evaluativa de las competencias y cuestionario de autoevaluación
ORIENTACIONES PARA EL PROFESOR	Si los alumnos no dominan el subjuntivo pueden reformular la frase en presente simple. Los ejercicios están elaborados de manera sucesiva, aunque pueden variar el orden según considere el profesor. Idealmente, 3 visionados. El profesor ejerce como dinamizador y posibilitador del proceso de aprendizaje