

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD
"Amo a Laura"
AUTOR/A
Viviam Araica Amador
APARTADO (según el MCER)
Conocimiento sociocultural: La vida, los valores, las creencias y las actitudes
NIVEL
B2 Avanzado
TIPO DE ACTIVIDAD
El vídeo en clase
OBJETIVOS
A través del análisis de mensajes publicitarios se permite al alumno: Desarrollar la competencia comunicativa y el conocimiento sociocultural, activar estrategias y habilidades de aprendizaje, conocer diversos aspectos de la realidad hispana a partir del mensaje publicitario y finalmente ofrecer la posibilidad de participar en un debate constructivo
DESTREZA QUE PREDOMINA
Comprensión Auditiva, expresión oral
CONTENIDO GRAMATICAL
CONTENIDO FUNCIONAL
Opinar y valorar, expresar acuerdo y expresar una idea contraria a otra
CONTENIDO LÉXICO
Relativo al anuncio publicitario
DESTINATARIOS
Alumnos jóvenes y adultos
DINÁMICA
Toda la clase, en grupos, en parejas
MATERIAL NECESARIO
Vídeo Amo a Laura. El video se puede ver en http://youtube.com y el material adjunto (fichas)
DURACIÓN
3 horas
MANUAL (SI PROCEDE) CON EL QUE SE PUEDE UTILIZAR
Con el manual Abanico se puede hacer después de la unidad 3 "Busque, compare y si encuentra algo mejor..."
FUENTE DE INSPIRACIÓN

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

1.- Les decimos que van a ver un vídeo pero que primero lo verán sin el audio y les preguntamos:

- a.- ¿Qué historia crees que cuenta?
- b.- ¿Qué relación piensas que tienen entre ellos?
- c.- ¿Qué tipo de producto están anunciando?
- d.- ¿A qué sector de la sociedad está dirigido?

Con toda la clase se hace una lluvia de ideas en la pizarra y se les pide que en pareja reflexionen sobre el significado de las expresiones de la **actividad 1** y se hace una puesta en común.

2.- Les pasamos el vídeo en *off*. Pero aún no les damos la letra.

- a.- Toman nota de todo lo que aparece en el vídeo.
- b.- comparan con el compañero y entre los dos intentan hacer deducciones, sacar el argumento del anuncio y del contenido de la letra de la canción.
- c.- Puesta en común: ¿Cuál es el mensaje de este anuncio publicitario?

En este apartado los alumnos ponen en práctica los contenidos léxicos (Anuncios publicitarios) ,funcionales (Opinar, valorar expresar acuerdo y desacuerdo) y gramaticales (Creo que + indicativo, no creo que + subjuntivo)

3.- Se les pide que completen el texto con vacío de información, una vez que lo han hecho se les dice que comparen con sus compañeros.

4.- Después de haber completado el texto, se les dice que relacionen las palabras con sus definiciones y que negocien el significado de cada una de ellas. Esto se realiza para saber que verdaderamente han comprendido la letra de la canción.

5.- A continuación proyectamos de nuevo el vídeo y comprueban si lo han hecho bien.

6.- Por último les proponemos hacer un debate sobre la capacidad de persuasión de este tipo de campaña publicitaria y sacar conclusiones.

LA INTERCULTURALIDAD A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Introducción

Los anuncios publicitarios constituyen un elemento básico de la sociedad actual. Asimismo, podemos afirmar que son un reflejo de los valores de la sociedad de nuestro tiempo, de esta manera, la publicidad utiliza todos los recursos que están a su alcance para poner en marcha uno de los motores principales de la economía y para contribuir a una comunicación más solidaria entre diferentes culturas que promueva la difusión de ideas, valores y mensajes de colectivos organizados que trabajan en pro de los derechos, la igualdad, la interculturalidad etc.

En los últimos años estamos asistiendo a una mediatización de gran envergadura donde se ponen de manifiesto diferentes aspectos de la relación entre culturas. Temas como el racismo, la intolerancia, la marginación, o la discriminación aparecen concretados en diversos anuncios publicitarios.

Mi propuesta es ofrecer unas pautas de análisis para determinar el mensaje de la campaña publicitaria y, por lo tanto, valorar la perspectiva que nos ofrecen en relación al tema tratado. Considero importante realizar esta reflexión a partir del vídeo publicitario por su intervención en la configuración de las mentalidades. A partir de una serie de recursos y estrategias el vídeo actúa como referente silencioso de nuestra experiencia y como tal provoca un "efecto de espejo" al presentarse como "reflejo" de la realidad de la vida cotidiana. Gracias a las imágenes asimilamos fácilmente como propios los criterios de interpretación que supone siempre cualquier forma de representación, sobretodo en el caso de los medios audiovisuales que busca esta simbiosis con el espectador.

ESTRUCTURA DE LOS MATERIALES

Los dossiers de trabajo incluyen en un primer bloque una propuesta de actividades generales y una **secuencia** del video, una presentación general de los **objetivos** a conseguir, de los **procedimientos** a seguir y de las **actitudes** a potenciar.

El criterio general de esta propuesta responde a la necesidad de interpretar adecuadamente el mensaje publicitario del anuncio, valorar el tipo de información que nos da y determinar el punto de vista que se adopta delante de los problemas tratados.

A partir de estos criterios generales de análisis podemos transformar la pasividad del público en una actividad crítica que nos va a permitir, no solamente comprender mejor los temas sugeridos por el vídeo sino también aumentar el placer obtenido como espectadores.

Tarea final:

Debate sobre los valores de los jóvenes de hoy en España y en otros países

Planteamientos genéricos del tema:

Los jóvenes y su participación en la acción ciudadana, situación de las mujeres inmigradas, relaciones familiares, violencia de género, costumbres y tradiciones, interculturalidad, tolerancia, convivencia y la proliferación del marketing viral.

- ❖ Tolerancia: Se ofrece la posibilidad de reflexionar sobre las causas de posibles conflictos en familias inmigradas y las posibles maneras de solucionarlos

- ❖ Reflexiones sobre el multiculturalismo
- ❖ Costumbres y tradiciones: Se ofrece un grado de complejidad y de reflexión muy alto al analizar el mensaje del anuncio publicitario.

A continuación paso a presentar una actividad para trabajar con estudiantes de **nivel avanzado**, según el Marco de Referencia Europeo.

Amo a Laura



1) ¿Con qué se pueden relacionar las siguientes expresiones? ¿Qué significa cada una?

- Amar es saber esperar
- Tu paciencia tendrá recompensa
- Arrancar una flor
- Por una juventud sin Mácula

2) Ahora vas a ver las imágenes de un anuncio publicitario:

- ¿Podemos deducir qué producto están anunciando? ¿De las expresiones anteriores, cuál crees que es el **lema**?
- ¿Qué relación pueden tener las expresiones del ejercicio 1 con este anuncio? , ¿Por qué?
- ¿A qué sector del público va dirigido?
- ¿Piensas que esta campaña publicitaria es dinámica, creativa e innovadora?

3) Completa el texto del anuncio utilizando los siguientes verbos en el lugar adecuado:

Hacer	Esperar (3)	Nacer
Querer	Dejar	Aplazar
Llenar	Destruir (2)	Ir (2)

_____ juntos este crucigrama
 _____ "lo otro" para mañana
 Cantar contigo me _____ de alegría
 _____ todo lo demás para otro día

Quisiera besarte pero sin ensuciarte
 _____ abrazarte sin dejar de respetarte.

Amar es saber _____, es saber _____, es saber _____

Amo a Laura, pero esperaré hasta el matrimonio
Amo a Laura, pero esperaré hasta el matrimonio

No _____ a arrancar esa flor,
 quien la _____ no seré yo...

*(Hablando) joven, recuerda que el amor nace del respeto
 que no hay nada más hermoso en una pareja
 que saber esperar juntos ese momento maravilloso
 que es la consumación de un amor
 !Tu paciencia tendrá recompensa!*

Amo a Laura, pero esperaré hasta el matrimonio
Amo a Laura, pero esperaré hasta el matrimonio
 No _____ a arrancar esa flor,
 quien la _____ no seré yo...

4) Una vez leído y completado el texto trata de relacionar estas palabras:

- | | |
|----------------|--------------------------|
| 1. lo otro | a. sublime |
| 2. maravilloso | b. Premio |
| 3. esperar | c. desarraigar, destruir |
| 4. recompensa | d. lo demás |
| 5. arrancar | e. dar tiempo al tiempo |

5) **A continuación mira el video y comprueba.**

6) **Ahora con tu compañero intenta responder estas preguntas:**

- a) ¿Cuál es el objetivo general de esta campaña publicitaria?
- b) ¿Podemos saber en qué época apareció esta campaña? ¿Qué parte del anuncio nos permite saberlo?
- c) ¿Crees que es un tema de actualidad?
- d) ¿En particular qué te llama la atención del anuncio?
- e) ¿Piensas que campañas de este tipo ayudan a la disminución de embarazos no deseados en adolescentes?
- f) ¿Crees posible una campaña publicitaria como ésta en la televisión de tu país?
¿Por qué?
- g) ¿Sabes qué significa el término **Marketing viral**?

7) **Por último les proponemos hacer un debate sobre la capacidad de persuasión de este tipo de campaña publicitaria y sacamos conclusiones.**