

8

Cuadernos de Rabat

**Material Didáctico para
la Clase de Español**



CUADERNOS DE RABAT

Nº 8

Diciembre del 2.000

Consejero de Educación y Ciencia

Javier Muñoz Sanchez-Brunete

EDITA

Consejería de Educación y Ciencia

Asesoría Técnica Lingüística

Embajada de España en Marruecos

131, Av. Allal Ben Abdellah. Rabat

Tel. 07 767558 / Fax: 07 767557

E-mail: asesoria@arcnet.net.ma

Material didáctico para la difusión del Español

Ejemplar gratuito

DIRECCIÓN

María José del castillo Barrero

CONSEJO DE REDACCIÓN

María José del castillo Barrero

Juan Antonio Armendáriz Pérez de Ciriza

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

Catalina Arroyo

María José del Castillo Barrero

Sanae Chairi

El Khadir El Azhari

Biacifri El Knaichi

Ángeles Morales

REALIZACIÓN

S. IMPRENTA IRIS

Tel. 039 702373 / Fax. 039 967255

TETUÁN

Se autoriza la reproducción con fines didácticos

DEPÓSITO LEGAL Nº 27/1995

I.S.S.N. 1113-4690

Sumario



Producción de guiones y cortometrajes..... 7



Locos por el teatro..... 21



Aprende a leer la publicidad..... 23



Saber vivir..... 35



Descubramos Latinoamérica..... 41

APÉNDICES..... 55

Desde la Asesoría de Tetuán

Como responsable de la revista quisiera presentaros las novedades que aparecen en este número ya que al comenzar un nuevo milenio también el cambio es importante y dadas las características de esta revista, dirigida fundamentalmente a los profesores como material de apoyo en sus clases, me ha parecido interesante la idea de dos inspectores de Tetuán, Sra. Bisafri y Sr. Azhari para incluir una unidad didáctica en lugar de las tradicionales fichas de trabajo.

El motivo principal de esta inserción es la reflexión sobre una unidad didáctica que trata de Hispanoamérica, y que está centrada especialmente en Perú, con una serie de actividades en torno a dicho país, para luego pasar a una etapa de investigación en la que los alumnos marroquíes de español tendrán que indagar los datos de Marruecos para adaptarlos a las actividades propuestas sobre Perú, con lo que la interculturalidad va a entrar en juego y la riqueza de los ejercicios propuestos dará paso a un mejor conocimiento de la cultura de Hispanoamérica, así como también a la sensibilización en la escucha de las diversas entonaciones del habla peruana y de su vocabulario específico.

Otros temas giran en torno al teatro como actividad de clase, al cine, y a la publicidad. Si en el número anterior se trató de la prensa en el aula, estos otros temas que acabo de mencionar serían un complemento importante que incluiría el audiovisual en el aula, como es el caso del cine o la elaboración de un vídeo sobre publicidad turística .

Acompañando este número haremos entrega de una pequeña obra de teatro que se menciona en la ficha tercera y cuyo título es " Asamblea general" de Lauro Olmo y Pilar Enciso. Os podrá servir para practicar en el aula la dramatización como medio de trabajar la expresión oral y la confianza en uno mismo, ya que el problema de muchos alumnos estriba en la timidez o falta de confianza, lo que les impide el comunicarse en una segunda lengua extranjera.

En el próximo número sería importante dar paso a la introducción de la enseñanza asistida por ordenador (EAO), ya que es uno de los retos importantes que desea llevar a cabo el Ministerio de Educación Marroquí, y para ello ha comenzado la dotación de ordenadores en la mayor parte de los liceos.

Esperamos que la información contenida os sea útil y sirva realmente para animar y activar una clase de lengua, variando las actividades propuestas en el método. ¡ Ánimo y a trabajar con entusiasmo!



Producción de guiones y cortometrajes

Texto y dibujos: Ángeles Morales.
Profesora del I.E. Severo Ochoa. Tánger.

FICHA DEL PROFESOR

NIVEL: INTERMEDIO Y AVANZADO

DURACIÓN: 12h. para la redacción del guión
12h. para la grabación en vídeo y el montaje.

OBJETIVOS:

- Favorecer el desarrollo de la imaginación de los alumnos.
- Conocer los elementos básicos del lenguaje cinematográfico.
- Mejorar o aprender algunas formas de expresión lingüística:
- Resúmenes, sinopsis, guiones literarios y técnicos.
- Aprender a contar una historia en imágenes
- Establecer relaciones de cooperación con los compañeros.
- Disfrutar de manera individual y colectiva en el desarrollo de la actividad.

MATERIAL:

- Retroproyector y acetatos.
- Vídeo y cintas de vídeo.
- Diccionarios.
- Cámara de vídeo.
- Mesa de edición o dos vídeos.
- Ordenador.
- Fotocopiadora.

DESTREZAS:

Todas, en especial las destrezas productivas: expresión oral y expresión escrita.

SECUENCIA DE ACTIVIDADES:

1. Explicación y discusión del proyecto (1-2 sesiones)

Siempre hay un buen motivo para rodar un cortometraje. Se puede proponer la adaptación de un relato, la realización de un documental o de cualquier historia de ficción. El profesor insistirá en el hecho de que se trata de filmar un corto cuya duración no superará los 15 minutos.

2. Actividades de sensibilización al lenguaje cinematográfico (4 sesiones)

- Identificación de tipos de planos, ángulos de visión, posición y movimientos de la cámara. Funciones y utilización de los mismos. (Documentos 1,2,3,4 del profesor)
- Identificación de las unidades de la narración cinematográfica: secuencia, escena, toma.
- Se utilizarán ejemplos de cortometrajes disponibles.

3. Actividades para la realización del cortometraje (8 sesiones)

- Definición de los grupos de trabajo integrados por 4 o 5 alumnos.
- Elección del tema por grupo (documento 1 del alumno)
- Desarrollo de la idea (documento 2)
- Redacción de la sinopsis (documento 3)
- Redacción del guión técnico (documento 4)
- Distribución de funciones entre los miembros del grupo: director, actores, encargados del equipo, del vestuario.
- Determinación del calendario y plan de grabación con indicación de tiempos, lugares de grabación y número de sesiones.



4. Grabación y montaje (nº de sesiones a determinar por el grupo)

La grabación y el montaje se realizan fuera del horario escolar. El profesor actúa como supervisor del trabajo, atendiendo a los alumnos que lo solicitan; pero no tiene porque ir a todas las sesiones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Interés y originalidad del argumento.
- Corrección y fluidez de la lengua en la sinopsis y el guión.
- Comprensión del lenguaje audiovisual.
- Capacidad para realizar la grabación y el montaje del cortometraje con un mínimo de calidad.
- Capacidad del alumno para establecer relaciones cooperativas con sus compañeros
- Actitud positiva del alumno en el desarrollo de la actividad.



DOCUMENTO 1

LOS PLANOS EN LA IMAGEN FÍLMICA

PLANO	ABARCA	INTERESA	USO	EJEMPLO
General (PG)	<ul style="list-style-type: none"> • Todo un gran decorado • Más espacio que personajes 	<ul style="list-style-type: none"> • El decorado • El ambiente • La naturaleza 	<ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo • Contextualiza e introduce el relato 	
De conjunto (PE)	<ul style="list-style-type: none"> • Buena parte del decorado • Puede abarcar muchos personajes 	<ul style="list-style-type: none"> • El decorado • El ambiente • La acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo • Narrativo 	
Entero (PE)	<ul style="list-style-type: none"> • Varios personajes enteros • Equilibrio entre espacio y personajes 	<ul style="list-style-type: none"> • La acción humana 	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativo • Aproxima la acción al espectador 	
Medio (PM)	<ul style="list-style-type: none"> • El personaje no entero 	<ul style="list-style-type: none"> • El impacto de la acción en el personaje • Respuesta del personaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativo • Dramático 	
Primero (PP)	<ul style="list-style-type: none"> • El rostro 	<ul style="list-style-type: none"> • La intimidad anímica del personaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresivo • Acentúa la tensión dramática o el elemento cómico de una situación 	
Detalle (PD)	<ul style="list-style-type: none"> • Detalle del cuerpo del rostro • Detalle de un objeto 	<ul style="list-style-type: none"> • La importancia del detalle en la narración fílmica 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresivo • Simbólico • Psicológico 	



DOCUMENTO 2

ANGULACIÓN

(Punto de vista desde el que se toma la realidad)

ANGULACIÓN	DEFINICIÓN	EXPRESA	EJEMPLO
PICADO	La cámara se sitúa por encima del objeto o sujeto a grabar, sin llegar a la perpendicular.	<ul style="list-style-type: none"> •Inferioridad •Aplastamiento •Debilidad •Vulnerabilidad 	
CONTRAPICADO	La cámara se sitúa por debajo del objeto o sujeto a grabar.	<ul style="list-style-type: none"> •Superioridad •Grandeza •Dominio •Triunfo 	
NORMAL	La cámara se sitúa a la misma altura que el objeto o sujeto a grabar.	<ul style="list-style-type: none"> •Realidad •Objetividad 	
VISTA DEGUSANO	Cámara a ras de suelo, paralela al mismo.	<ul style="list-style-type: none"> •Irrealidad •Extrañeza 	
VISTA DE PÁJARO	La cámara se sitúa por encima del objeto o sujeto, verticalmente al mismo.	<ul style="list-style-type: none"> •Inferioridad •Aplastamiento •Dominio •Vigilancia 	



DOCUMENTO 3

MOVIMIENTOS DE CÁMARA

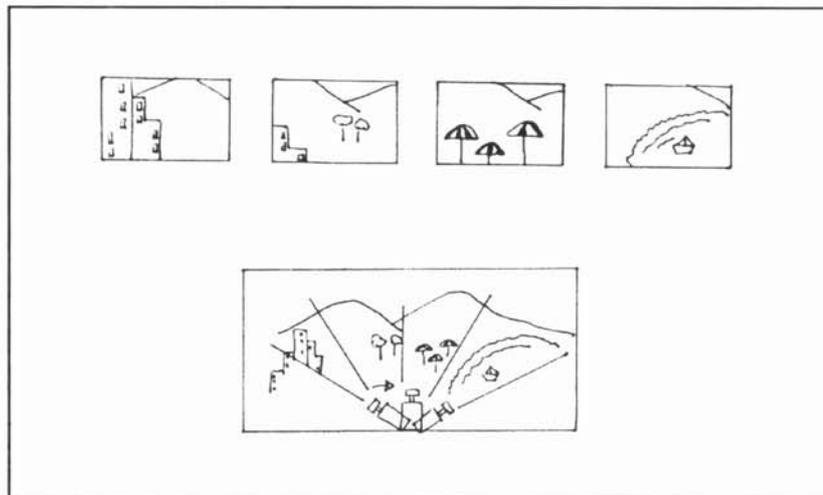
Panorámica:

La cámara gira sobre su eje (el trípode)

Puede ser:

- Horizontal.
- Vertical.
- Oblicua.
- Circular.

Ejemplo de panorámica horizontal:



Sirve para:

- El seguimiento de un personaje u objeto que se mueve.
- La exploración o descripción de un espacio.
- Mostrar la relación de distancia entre diversos elementos.
- Cambiar de tipo de plano sin tener que interrumpir la toma.

Su fuerza expresiva está condicionada por:

- El tipo de plano elegido.
- La velocidad de su realización.
- La cantidad de información que transmite o presenta.
- El encuadre primero y final.



DOCUMENTO 4

MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Travelling:

Desplazamiento rectilíneo de la cámara:

A medida que la cámara se mueve cambia la perspectiva, y los objetos adquieren su calidad espacial. Éste es el aspecto más dinámico y mágico del cine.

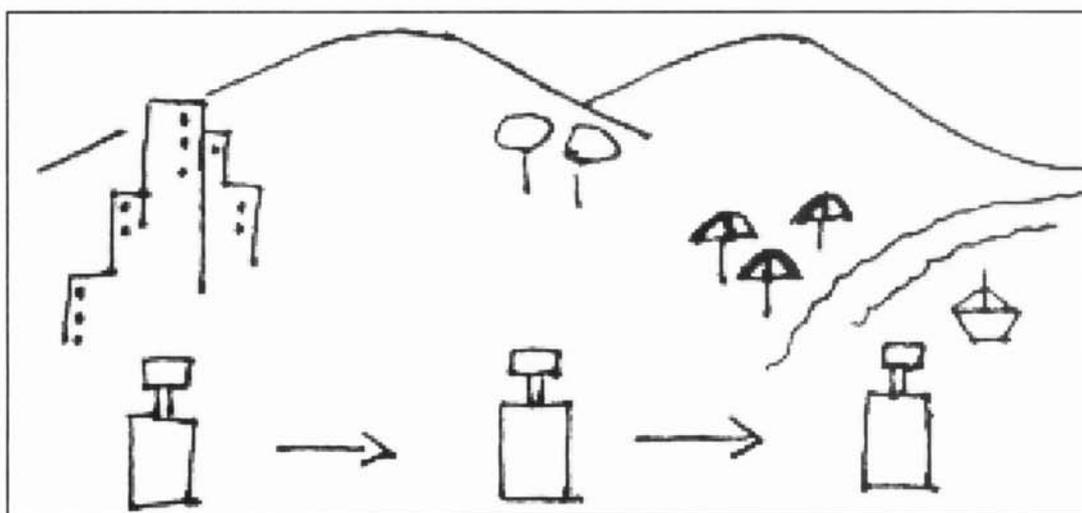
Sirve para:

- Presentar un objeto tridimensional.
- Mantener en el mismo plano un objeto o sujeto móvil.
- Dar continuidad a una serie de encuadres o angulaciones.
- Variar la altura de la toma y acercar a angulaciones normales alturas diversas.

Su velocidad depende:

- De la longitud focal del objetivo.
- La distancia al sujeto.
- El ángulo al que los sujetos se aproximan a la cámara.

Ejemplo de travelling lateral:





DOCUMENTO 5

FICHA DE EVALUACIÓN GLOBAL DEL CORTOMETRAJE

NOMBRE:

GRUPO:

1.- ELABORACIÓN DEL GUIÓN

- ◆ Creación de la idea
- ◆ Desarrollo de la narración
- ◆ Redacción del guión

0 1 2 3 4 5

2.- REALIZACIÓN DEL CORTOMETRAJE

- ◆ Puesta en escena
- ◆ Interpretación
- ◆ Rodaje
- ◆ Montaje

0 1 2 3 4 5

3.- INTERPRETACIÓN

- ◆ Comunicación
- ◆ Calidad de la interpretación

0 1 2 3

4.- CALIDAD TÉCNICA DEL CORTOMETRAJE

- ◆ Imágenes
- ◆ Sonido

0 1 2 3 4 5

5.- ORIGINALIDAD

- ◆ De la idea
- ◆ De la interpretación
- ◆ Del montaje

0 1 2

TOTAL _____
20



FICHA DEL ALUMNO

DOCUMENTO 1

IDEA. TEMA.
¿QUÉ QUIERO CONTAR?



A large rectangular area with horizontal dotted lines for writing, intended for the student to write their idea and theme.



DOCUMENTO 2

DESARROLLO DEL ARGUMENTO

LUGAR

TIEMPO

PERSONAJES (Características)



DOCUMENTO 3

SINOPSIS

Narración clara, precisa y breve, desarrollando el tema y sintetizando la historia



Area for writing the synopsis, featuring horizontal dotted lines.



DOCUMENTO 4

GUIÓN TÉCNICO

ESCENA Nº	PLANO	VÍDEO	AUDIO



DOCUMENTO 5

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

1. Participación en la elaboración del guión.

Has participado:

- En la creación de la idea
- En la redacción de la sinopsis
- En el desarrollo de la narración
- En la redacción del guión

Evalúa tu colaboración al trabajo colectivo en esta primera parte.

1 2 3 4 5

2. Participación en la realización del cortometraje.

Has participado:

- Como actor/actriz
- Como realizador
- Como cámara
- En el montaje
- En el montaje con el ordenador

Evalúa tu colaboración al trabajo colectivo en esta segunda parte.

1 2 3 4 5

3. Funcionamiento del grupo.

¿Piensas que todos los miembros del grupo han contribuido a la realización de la actividad?

Si No

¿Ha habido problemas de funcionamiento dentro del grupo?

Si No

¿Cuáles?



DOCUMENTO 6
FICHA DE COEVALUACIÓN

	MUY BIEN	BIEN	SUFICIENTE	INSUFICIENTE
IDEA HISTORIA				
GUIÓN				
IMAGEN				
SONIDO				
MÚSICA				
ACTORES				

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



BIBLIOGRAFÍA

Imagen y sonido. P. Hernández Carrión. Biblioteca de recursos didácticos. Ed. Alhambra. Madrid 1990.

Lenguaje audiovisual. J.L. García Sánchez. Biblioteca de recursos didácticos. Ed. Alhambra. Madrid 1987.

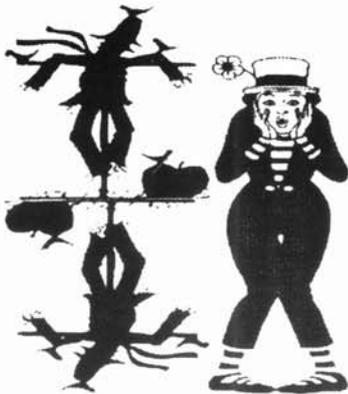
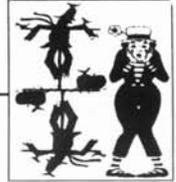
La petite fabrique de l'image. J.C. Fozza y otros. Ed. Magnard. 1997.

La communication par l'image. C. Cadet y otros. Ed. Nathan. 1992.

El lenguaje del cine. M. Martin. Ed. Gedisa. Barcelona 1996.

Cómo se escribe un guión. M. Chion. Ed. Cátedra. 1997.

Cómo dirigir cine. T. St John Marner. Ed. Fundamentos. Col. Arte. 1972.



Locos por el teatro

Catalina Arroyo Amaya
C.E. Jacinto Benavente Tetuán

FICHA DEL PROFESOR

NIVEL: INTERMEDIO

OBJETIVOS:

- **Culturales:**
 - Conocer textos de la producción dramática española actual.
 - Descubrir en " Asamblea General" de Lauro Olmo ciertas ambigüedades del lenguaje para comprender el auténtico significado del mensaje.
 - Relacionar el texto con otros parecidos pero con mensaje diferente, véase las fábulas de animales.
- **Gramaticales:**
 - Uso del presente y futuro de indicativo.
 - Uso correcto de las persona gramaticales.
 - Atención a los nexos en las expresiones y giros del español.
- **Comunicativos:**
 - Desarrollar la capacidad de comprensión del español coloquial.
 - Descubrir los distintos mensajes de un mismo texto dependiendo de la entonación, los gestos y demás elementos extralingüísticos.
 - Adquirir una competencia y mayor agilidad en la elaboración de los diálogos y en las expresiones coloquiales.

- Analizar con criterios comunicativos la obra citada de Lauro Olmo.
- **Léxicos:**
 - Conocer el significado de todo el vocabulario de " Asamblea general".
 - Descubrir el mensaje a través de la ironía.
 - Aprender expresiones coloquiales del tipo: ¿Qué tal?, ¡ No me digas ¡ Sí, sí, ya se ve.

DESTREZAS:

- Comprensión y expresión oral.
- Comprensión y expresión escrita.

ACTIVIDADES:

- Ensayar situaciones reales de la vida cotidiana, una vez conocido el guión, inventando diálogos propios del español coloquial.
- Dramatización de esas situaciones.
- Creación de textos por los alumnos.
- Grabación audiovisual.
- Elaboración de posters y de programas anunciadores del espectáculo.
- Exposición de las creaciones colectivas.

MATERIALES:

- Obras dramáticas cortas en español.
- Vídeo y grabadoras.
- Tarjetas para copiar los diálogos.
- Escenario improvisado para la representación.

EVALUACIÓN:

Se evaluará la producción de los alumnos y su participación en la representación teatral.

ORGANIZACIÓN:

El profesor explica a la clase el tema del teatro y la representación que se pretende hacer. Habrá propuestas por parte de los alumnos, una vez consultadas las pequeñas obras teatrales presentadas por el profesor.

En un pequeño grupo se discutirá sobre las obras elegidas para ver cual es más divertida o simplemente la preferida por los alumnos.

Finalmente se trabajará individualmente memorizando los diálogos que hay que representar. Uno de los alumnos se podrá encargar del vestuario, otro del decorado y otros de los papeles de los actores. El profesor será el director.



FICHA DEL ALUMNO

Leer la obra de Lauro Olmo, "Asamblea General" tratando de comprender todo el texto y reflexiona sobre su mensaje.

Descubre en él y anota:

- Tipos de discurso.
- Ambigüedades e ironías. ¿son necesarias para comprender el mensaje?
- ¿Qué otro tipo de mensaje se habría transmitido quitando la ambigüedad del texto?
- Escribe un texto breve imaginario emitiendo un mensaje paralelo al de Asamblea General.
- Prepara un guión con vistas a hacer una representación del mismo.
- Piensa en la distribución de roles entre tus compañeros y en la incorporación de elementos extralingüísticos que potencien tus palabras. ¿Qué elementos extralingüísticos te serían más útiles?. Anótalos: entonación etc...
- Anota los verbos que estén en presente de indicativo y en futuro. Subraya las concordancias entre las personas gramaticales y las desinencias verbales.
- Descubre y anota las normas indispensables en cualquier tipo de representación:
 - Actitud de escucha.
 - Buena pronunciación.
 - Respeto a la palabra y actuación del compañero.
 - Espera del turno de palabra.
 - Mirar al interlocutor.
- Escribe un breve texto dramático en el que esas normas no se practiquen. Subraya el caos que resultaría.
Inventa títulos expresivos y divertidos de tus obras.
Anota los efectos que puede producir el vestuario y el decorado, la iluminación, el sonido, la música etc...

- Elabora un programa y un cartel anunciador de cada una de las obras que vayas a interpretar.
- Prepara junto con tus compañeros una exposición de obras individuales o en grupo.
- Posibles argumentos (breves) a improvisar, dramatizar y escribir:
 - Un conflicto entre compañeros.
 - Un malentendido entre amigos.
 - Un poema.
 - Un sueño disparatado.
 - Una historia.
 - Una canción.
 - Una ilusión.
 - Otros que se te ocurran.

AUTOEVALUACIÓN:

Es importante que evalúes el interés personal y la creatividad, por cierto hazte estas preguntas:

- ¿Cuántos guiones has escrito?
- ¿Cuántos textos dramáticos has leído?
- ¿Qué es lo que mejor te ha resultado?
- ¿Qué es lo que más te ha interesado?
- Argumentos.
- Personajes.
- Conflictos.
- Soluciones.
- ¿En qué han contribuido estos textos para desarrollar mi creatividad? Respuestas posibles:
 - Me han abierto horizontes.
 - Me han dado ideas.
 - Me han ofrecido vocabulario y términos nuevos.
 - Me he divertido.
 - Me ha parecido un rollo.
 - Puedo mejorar.

Y como evaluación final anotarás la estructura de algún texto leído, poniendo el título, tema y el argumento, las partes o párrafos, la trama (conflictos, intrigas...) y el desenlace.

Espero que repitas la experiencia y te animes a jugar a ser actor junto a tus compañeros y a tu profesor y al mismo tiempo aprenderás español que es de lo que se trata.



Aprende a leer la publicidad

María José del Castillo Barrero
Asesora Técnica Lingüística. Tetuán

FICHA DEL PROFESOR

NIVEL: INTERMEDIO

1º de Secundaria

Unidad que complementa: XIV

OBJETIVOS:

- **Culturales:** Conocimiento de los distintos estilos de publicidad referida a los países, en este caso Marruecos y España, con el fin de aprender a través de la imagen y del texto la cultura que encierran los mismos y las diferentes maneras de pasar los momentos de ocio. También se familiarizarán con las comunidades autónomas, en este caso Andalucía, Galicia y Madrid.
- **Comunicativos:**
 - Descripción de imágenes.
 - Expresión de la opinión.
 - Elaborar hipótesis sobre los anuncios.
- **Gramaticales:**
 - El presente y el futuro.
 - El imperativo.
 - La hipótesis.
 - El subjuntivo.
 - Los nexos.
- **Léxicos:**
 - Los sinónimos utilizados en los anuncios.
 - El vocabulario de turismo.
 - El eslogan publicitario.

DESTREZAS:

- Comprensión y expresión escrita.
- Comprensión y expresión oral.

ACTIVIDADES:

- Elaboración de anuncios turísticos.
- Cambiar el texto de los anuncios presentados.
- Formular hipótesis de viajes.
- Redacción de un itinerario de viaje a un país.
- Juego de rol en una agencia de viajes.
- Grabación de un spot publicitario.

MATERIALES:

- Anuncios variados de prensa referidos a viajes.
- Casete y grabadora.
- Cámara de vídeo.

EVALUACIÓN:

Lo más importante en esta actividad es conseguir la participación de todos los alumnos elaborando otro anuncio paralelo al presentado, que contenga los mismos elementos lingüísticos y diferente vocabulario, con el fin de aumentar su caudal léxico.

La creatividad tendrá un carácter evaluador y servirá para producir otro tipo de anuncios relacionados con las vacaciones y los medios de transporte utilizados.

El juego de rol servirá para evaluar la competencia oral y la fluidez en la conversación.

ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD:

El profesor dividirá la clase en grupos de cuatro alumnos con el fin de distribuir unas fotocopias de los anuncios para una puesta en común.

Cada grupo dará su opinión sobre los mismos eligiendo aquel que más les guste, explicando las razones de su elección.

Una vez hecha la elección, un portavoz de cada grupo escribirá en la pizarra las palabras que desconoce, subrayando los verbos utilizados y sus tiempos.

El profesor actuará de moderador señalando y explicando el vocabulario que aparece en dichos anuncios, así como también las estructuras gramaticales.

Esta actividad se puede llevar a cabo en una sesión de dos horas, siempre que anteriormente haya habido una fase de sensibilización, etapa imprescindible para abordar el tema.

La elaboración de anuncios o tarea final se llevará a cabo en otra sesión, y dependiendo del material se grabará un spot en vídeo o en casete o bien se recurrirá a crear otro anuncio que aparecerá en la prensa utilizando los dibujos o a las fotos propuestas por los alumnos.



FICHA DEL ALUMNO

1. Tienes tres anuncios sobre Andalucía cuyos títulos son: Vivir, leyenda y duende. Vas a seleccionar uno de ellos dando una explicación al título, basándote solamente en la imagen, luego en una segunda fase comprobarás si tu explicación coincide con la primera frase de cada anuncio, a saber:
- Vivir la vida. Esto es lo que aprendes en Andalucía.
 - ¿Qué es el duende?. Algo difícil de explicar.
 - Sólo las grandes cosas forman parte de la leyenda.

Observa que la primera frase tiene rima, como si se tratara de un verso, vas a inventar otra frase con las palabras vivir y vida y compararás tu frase con la de tu compañero. Después habrá una puesta en común con el objetivo de comparar las diferentes frases hechas por todos los compañeros.

Este mismo ejercicio puedes hacerlo con las otras dos frases restantes, duende y leyenda.

VIVIR

Vir la vida. Esto es lo que aprendes en Andalucía.
s importa lo que hagas, lo que vives, lo vives con
tensidad. Ven a Andalucía. Andalucía sólo hay una.
ra más información: Tel.: 901 20 00 20.
de: <http://www.andalucia.org> e-mail: info@andalucia.org

Andalucía 
Solo hay una.



DUENDE

¿Qué es el duende? Algo imposible de explicar, pero que se siente intensamente en cuanto pisas Andalucía. Ven a Andalucía. Andalucía sólo hay una. Para más información: Tel.: 901 20 00 20, web: <http://www.andalucia.org> e-mail: info@andalucia.org

Andalucía 
Sólo hay una.



LEYENDA

lo las grandes cosas forman parte de la leyenda. En Andalucía no
bes donde empieza la realidad y donde la leyenda. Ven a Andalucía.
andalucía sólo hay una. Para más información: Tel.: 901 20 00 20,
eb: <http://www.andalucia.org> e-mail: info@andalucia.org

Andalucía 
Sólo hay una.



2. De un infinitivo, vivir, hemos pasado a dos sustantivos, leyenda y duende, intenta relacionar dichas palabras con uno o más sinónimos que encontrarás en la lista de palabras que a continuación figuran.

<i>Leyenda</i>	<i>Chiste</i>
	<i>Anécdota</i>
	<i>Relato popular</i>
	<i>Batalla</i>
	<i>Dibujo animado</i>
	<i>Letrero</i>

<i>Duende</i>	<i>Muñeco de trapo</i>
	<i>Personaje fantástico</i>
	<i>Niño travieso</i>
	<i>Libro de cuentos</i>
	<i>Encanto personal</i>

Una vez relacionadas dichas palabras intentarás utilizarlas en otro contexto, no olvidando las palabras que no eran sinónimas pero que también debes aprender. Para ello inventarás una historia corta en la que estén presentes dichas palabras. Y no olvides que la expresión “ tener duende” se utiliza para designar a las personas que tienen un encanto o gracia especial.

3. Observa estas estructuras: “No importa lo que hagas, lo que vives, lo vives con intensidad.” ¿Qué cambios de tiempos verbales has observado? Hagas, vives, tienes un presente de subjuntivo y un presente de indicativo. Explica la utilización de estos dos tiempos verbales diferentes dependiendo de “no importa”. ¿ Tiene la coma algún papel fundamental para cambiar el tiempo verbal?.¿ Sería lo mismo decir : No importa lo que hagas, lo que vivas, vive con intensidad?¿ Qué cambios has observado?
Vamos a practicar los tiempos verbales, completas los espacios en blanco con el tiempo que creas correcto, a partir del infinitivo dado:

<p>1. No me importa que(ir) al cine,(ir) tranquilo.</p> <p>2. No me importa lo que(decir), si lo(decir) con educación.</p> <p>3. No me importa que(venir) tarde,(tomar) con calma.</p> <p>4. No me importa las historias que(contar),.....(pensar) de otra manera.</p> <p>5. No importa lo que(tener) solo lo que(ser) .</p>



4. Lee el anuncio sobre Marruecos, su eslogan es "El más cercano de los grandes viajes", como comprobarás en esta frase no hay verbo, pero los adjetivos "cercano y grande" tienen un significado especial que es el que da la importancia al anuncio. ¿Sabrías distinguirlo?. Siempre que se piensa en un gran viaje se habla de lejanías, en cambio el mensaje del anuncio nos dice que a pesar de estar cerca de España es un gran viaje ¿cómo lo explicas?

Vamos a trabajar la hipótesis completando estas frases, y siguiendo este ejemplo:

Si viajara a España llevaría pesetas en lugar de dirhams.

1. Si decidiera viajar a un país lejano.....
2. Si fuera a la Costa del Sol.....
3. Si preparara un circuito turístico.....
4. Si viajara al desierto.....
5. Si visitara la Alhambra de Granada



MARRUECOS

El más cercano de los grandes viajes.

MARRUECOS
2 0 0 0
Surto de un continente.
Proyecto de una nación.

Vd., viajero soñador, encontrará en el desierto la emoción de viejas lecturas, el sabor de aventuras inéditas y destellos de vida inesperados. Acercarse al desierto en Marruecos es una experiencia que hay que vivir.

Marruecos. Un país fascinante con mil facetas por descubrir. Un país rico en historia, cuya primera dinastía se remonta a Idriss I, en el año 788. Un país con un pueblo amistoso, afable y tranquilo, que hará aún más grata su estancia en hoteles de fábula, sus compras en zocos bulliciosos y sus paseos por ciudades esplendorosas.

Definitivamente, viajar a Marruecos es saber viajar.

MARRUECOS 
El saber viajar.

"Un mar de arena que le inundará de emociones"



5. Hay otro anuncio que habla de los alimentos andaluces, en el que aparece la imagen de una aceitera llena de puro aceite de oliva. Junto a la imagen hay un verso de Federico García Lorca en el que habla de una bella niña que coge aceitunas ¿qué relación ves entre este verso y el anuncio de los alimentos?. El propio eslogan de la cabecera "Oliva. Que te quiero virgen" ¿qué relación tiene con otro poema de Lorca?. Vas a jugar a ser publicista y a partir de este anuncio, una vez que hayas discutido con tus compañeros y tu profesor el mensaje que encierra vas a inventar otro anuncio de aceite

de oliva virgen, que en tu país también es muy abundante, pero dentro del contexto marroquí. ¿Conoces algún verso de un poeta marroquí que pudiera aplicarse a la invención de tu anuncio, imitando el estilo dado?. El que tenga más imaginación será el que consiga una publicidad más atractiva que ayudará a vender más este producto. No olvides que los colores que utilices son muy importantes. Te toca votar y colocar entre todos en el tablón de la clase, en forma de póster, los anuncios seleccionados por vosotros mismos.

Oliva. Que Te Quiero Virgen.

La rosa del bello rostro está cogiendo aceitunas con el brazo gris del viento cuando por la mañana Federico García Lorca

Vorrei los aceitunas. Carban los olivares. De sus ramos cae calor, aroma y sabor. Pequeños frutos que pintan con orgullo el arte de esta tierra. Aceite de Andalucía. Puro oro. Puro sosiego. En Andalucía existen 156 variedades de olivos repartidos por todas las provincias, entre las que destacan: Jaén, Córdoba, Sevilla, Málaga y Granada; las provincias aceiteras más importantes y las productoras del 30% de la fabricación mundial de aceites de oliva. Sólo los mejores aceites de oliva vírgenes están amparados por la Denominación de Origen. Andalucía tiene reconocidas dos Denominaciones: Barea, al sur de la provincia de Córdoba, y Sierra Segura, en Jaén. Aceites olivas tonalidades van del amarillo oro al verde intenso de la aceituna. De sabor desde ligeramente amargo hasta el dulce suave. Aceite de Oliva Virgen andaluz un producto auténticamente natural que conserva el sabor y el aroma de la aceituna que le da origen. Toda virginidad.

Alimentos de Andalucía
Verde que te quiero verde

ANDALUCÍA VIVA
Junta de Andalucía



6. Te propongo trabajar con los anuncios de búsqueda de empleo, para ello lee los que he seleccionado y aprovechando la publicidad de la señorita que tiene una maleta con la palabra **master** vas a

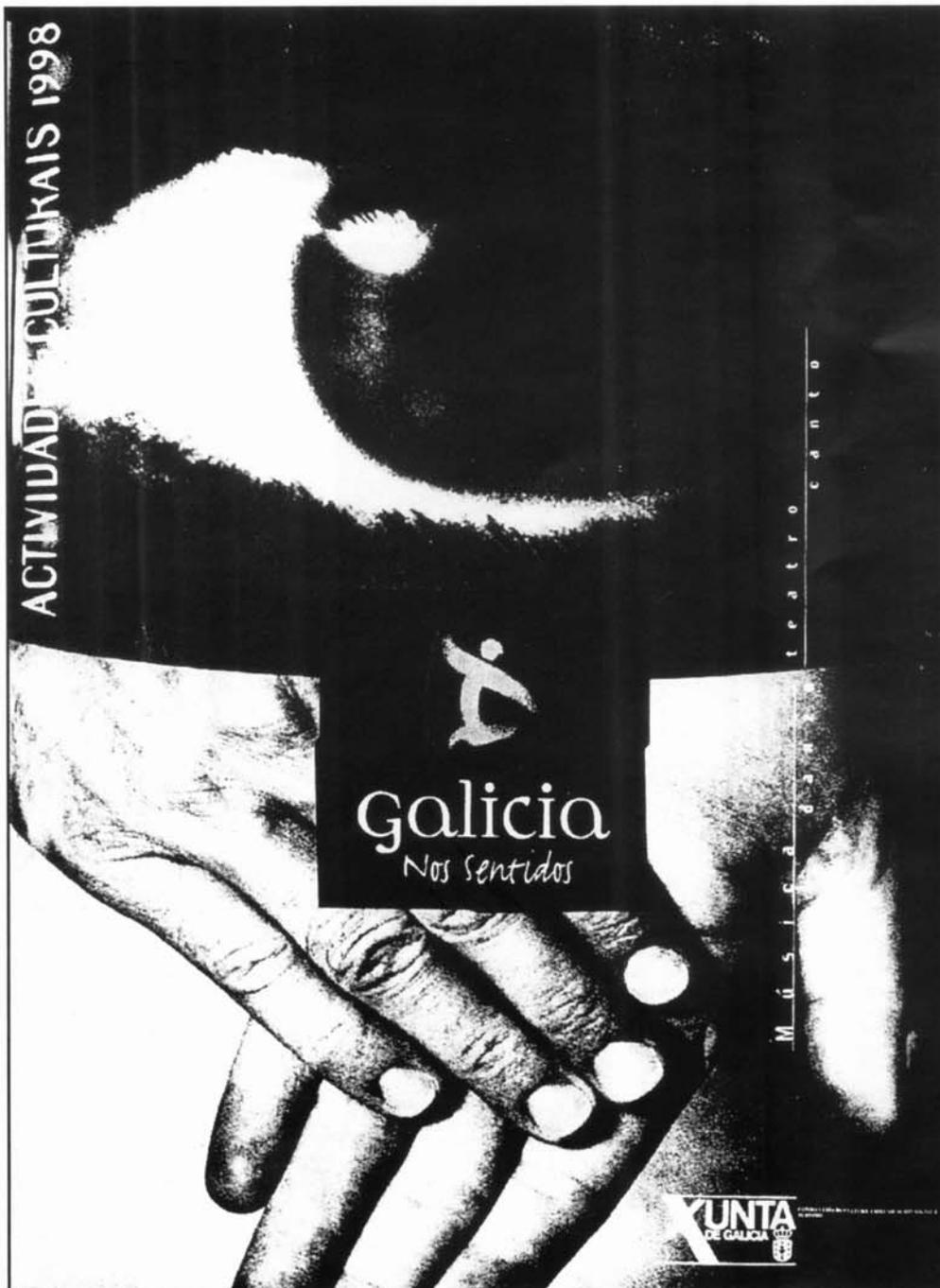
describirla, ayudado por tu compañero ¿qué opinión te merece?. Imagínala con otro aspecto y a partir de tu imagen elaborarás un anuncio que responda al perfil que has dibujado.





7. Y para terminar con los anuncios vas a leer el de "Galicia nos sentidos" y el de "Madrid una comunidad de siete estrellas". En el primer anuncio han utilizado una palabra gallega, el adjetivo posesivo nosotros, por "nos", puesto que se intenta promocionar Galicia, comunidad autónoma situada al

noroeste de España, en donde se habla gallego y castellano. Observa la foto de dos manos entrelazadas, y cuatro palabras: música, danza, teatro y canto, es decir turismo cultural. En cambio en el anuncio de Madrid puedes ver cinco fotos de la





ciudad y una de la sierra de Madrid, para después ver la palabra FITUR, que significa recinto ferial en el que tienen lugar diferentes exposiciones y eventos a lo largo del año, pero con carácter comercial. En ambas publicidades la imagen tiene un papel importante, pero ¿qué diferencias

observas en cada una de ellas? ¿Puedes elaborar un eslogan que acompañe a cada publicidad?. Vamos a trabajar con la cultura del país, por lo tanto sitúa estas comunidades en el mapa de España, e intenta buscar las características de las mismas.

MADRID

Una Comunidad de Siete Estrellas

Te Esperamos FITUR '98



8. Y ya como tarea final te propongo relacionar la foto que ves de la joven subida en una banqueta y mirando al cielo con una publicidad, ya que solamente te muestro la foto, el resto es cuenta tuya. Vas a inventar un eslogan que acompañe a esta imagen y en el que utilizarás nexos, es decir que escribirás un pequeño texto que sirva para ilustrar dicha foto.





FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

1. ¿Qué te ha parecido la utilización de anuncios en clase de lengua?
2. ¿Podrías inventar un diálogo e incorporarlo a uno de los anuncios?
3. ¿Si tuvieras una cámara de vídeo te animarías a hacer un spot publicitario?
4. ¿Te ha resultado difícil esta actividad?
5. ¿Piensas que es más motivadora que otra actividad de clase?. ¿ Por qué?
6. ¿Has aprendido el vocabulario? ¿Y la utilización del subjuntivo y condicional?



Una dieta rica en verduras y frutas ayuda a mantener los niveles correctos de colesterol.



Saber vivir

Sanae Chairi

Profesora de Español del Instituto Mohamedía de Alcazarquivir

FICHA DEL PROFESOR

NIVEL: INTERMEDIO

OBJETIVOS:

- **Culturales:**
 - Conocer los hábitos alimenticios y los menús saludables.
- **Comunicativos:**
 - Hablar de los requisitos necesarios para mantenerse en forma.
 - Recetar menús equilibrados y saludables.
 - Proponer ideas para resolver los problemas digestivos.
- **Léxicos:**
 - Todo el léxico relacionado con el control del peso.

DESTREZAS:

- Comprensión oral.
- Comprensión lectora.
- Expresión oral.
- Expresión escrita.

ORGANIZACIÓN:

En la fase de precalentamiento el profesor introducirá el tema sobre el que va a trabajar, utilizando los recursos que considere adecuados. Luego se asiste a la presentación del cómic y explicación del mismo, viñeta por viñeta.

Los alumnos harán unas reflexiones personales sobre las argumentaciones de los personajes, después se organizarán en parejas y negociarán entre ellos para poder sugerir ideas claves para cuidar la línea.

En la tarea final se trabajará en grupos de cuatro, pidiendo a los alumnos que inventen menús y dietas saludables y equilibrados. Una vez finalizada la tarea se procederá a la confección de un mural en el que deben figurar las producciones de los alumnos bien presentadas y con las debidas ilustraciones.

MATERIALES:

- Cómics de Maitena (El País semanal).
- Dibujos.
- Artículos de revistas.

EVALUACIÓN:

A lo largo de las actividades el profesor podrá anotar en su cuaderno de observaciones las reacciones positivas o negativas de sus alumnos ante las tareas propuestas.

Los alumnos, por su parte, podrán comentar y hablar de las distintas dificultades que obstaculizan la buena marcha de sus producciones.





FICHA DEL ALUMNO

Una terrible verdad: tener a un hombre al lado... ¡Engorda!

Por **Maitena**

<p>ALMUERZAN Y CENAN</p>	<p>TE TIENTAN DESCARADAMENTE</p>
<p>SU SALIDA FAVORITA ES... ¡A COMER!</p>	<p>PIDEN PRIMERO, SEGUNDO Y POSTRE</p>
<p>ADORAN EL PAN</p>	<p>Y SIEMPRE... TIENEN HAMBRE.</p>



Actividad nº 1:

Preguntas de comprensión:

Ahora tú ...

- ¿Qué puedes decir de este hombre?
- Y su mujer, ¿qué piensas de ella?
- ¿Con cuál de los dos personajes te identificas más?
- En tu opinión ¿quién come sano y de forma equilibrada, la mujer o el hombre?
Justifica tu respuesta.
- ¿Qué significa para ti la saciedad?
 - a. Tener el estómago hinchado.
 - b. Comer hasta reventar.
 - c. Una sensación cualquiera.

Actividad nº 2:

¿Prohibido o permitido?

Hablando de comidas y bebidas ¿dónde está lo prohibido? Y ¿dónde está lo permitido?
Pon una cruz en la casilla correspondiente:

En una dieta rigurosa...

Comidas y bebidas	Prohibido	Permitido
Jamón Queso holandés Yogur desnatado Frituras Filete a la plancha Bebidas alcohólicas Verduras y frutas Embutidos Pescado al horno Pan Pasteles / Bollos Ensalada de lechuga Pan integral Infusiones Potaje Huevo duro Mayonesa Leche desnatada Mermelada Mantequilla		



Actividad nº 3:

Ideas alucinantes para vivir cien años.

Para estar siempre en forma no basta con seguir una dieta sana y equilibrada, existen unos hábitos que te permiten una sensación de relajación y de bienestar. He aquí algunas propuestas capaces de seducir a las voluntades más resistentes.

<p>16 Bañerios</p> <p>Prejuicios fuera: los bañerios no son reductos de lujo para la tercera edad. Son paraísos de belleza y salud. Y además no se necesitan muchos días para disfrutarlos. En su versión moderna ofrecen programas de fin de semana antiestrés, antitabaco, puesta en forma, anticelulítico o belleza integral. Con masajes, baños de barro y vapor, talasoterapia, <i>peelings</i> corporales y aplicaciones terapéuticas para problemas concretos.</p>	<p>17 Comer 'verde'</p> <p>Los beneficios de comer <i>verde</i> son múltiples, pero no se trata de abrazar los postulados de esta dieta y seguirlos con devoción incuestionable. Basta con sustituir el chuletón con patatas fritas con que nos homenajeamos el fin de semana por un plato de legumbres, una hamburguesa vegetal y, de acompañamiento, un succulento zumo. ¿La diferencia? El primero puede llegar a quintuplicar al segundo en calorías.</p>	<p>18 Cursillo antiestrés</p> <p>¿Qué tiene que ver el estrés con la forma física? Tal y como explican en la Sociedad Española de Psicoterapia Integral, que organiza cursillos de este tipo, el estrés es una manifestación de esos bloqueos de energía que contribuyen a bajar las defensas del organismo y lo predisponen al contagio de enfermedades. El curso de tres días enseña técnicas de relajación, a combatir la ansiedad y a potenciar la autoestima.</p>
<p>19 'Jogging' con el bebé</p> <p>La <i>top</i> Elle MacPherson es la impulsora del sistema que hará que ningún padre ponga al bebé de excusa para justificar su sedentarismo. Los cochecitos portabebés permiten correr y quemar unas 450 calorías cada media hora. Sin soltar los mangos, 20 sentadillas -flexiones de piernas sobre los pies apoyados en el suelo y manteniendo el tronco vertical- tonificarán piernas y glúteos. Mejor aún si contraemos éste durante el ejercicio.</p>	<p>20 Antigimnasia</p> <p>Se trata de una disciplina basada en el conocimiento del funcionamiento de cada músculo y de las relaciones entre todos ellos. Su <i>guru</i>, Thérèse Dertherat, ha diseñado los movimientos corporales respetuosos con la anatomía, basados en estiramientos y posturas armoniosas. No son movimientos agresivos, evitan lesiones asociadas a la mala práctica del ejercicio y los que la practican se convierten en sus más fervientes divulgadores.</p>	<p>21 Borrachos de agua</p> <p>Casi un litro de agua se pierde por hora de ejercicio físico intenso. Tres diarios es la prescripción facultativa, aunque uno de ellos pueda proceder de los alimentos. El agua es imprescindible para eliminar toxinas, hacer la digestión, regular la temperatura corporal y garantizar el correcto funcionamiento de nuestro sistema nervioso. El truco de tener una botella sobre la mesa para acordarse de beber es muy práctico.</p>

Ahora vosotros... tenéis algunas ideas mágicas que añadir...

La profesora os puede proponer lo siguiente:

Olvidarse del ascensor y subir las escaleras.

Olvidarse del coche y andar...

Venga hay que ser un poco creativos...



Será estupendo si le dais al tema un poco de gracia.



Tarea final:

Los menús más saludables.

En grupos de cuatro intentar inventar un menú de dieta para cuatro semanas, indicando qué es lo que se va a comer en el desayuno, almuerzo y cena durante los siete días de la semana.

Podéis utilizar eslóganes llamativos.

Tipo:..Cómo perder 8 kilos en una semana sin pasar hambre...

Dietas mágicas.

Dietas a examen.

La botica de la abuela.

Las abuelas desde siempre han tenido secretos y trucos para cuidar la belleza.

Aquí tienes algunos ejemplos.

...Y tú, seguro que tu abuela tiene algún truco que contar, venga, coge el bolígrafo y papel y escríbemelo.

**Sorprendente**

Nuestras abuelas tenían un remedio muy original para combatir esos dolorosos calambres musculares que suelen atacar por la noche. Consistía simplemente en disolver un poco de sal en la boca antes de irse a dormir (con una pizca es suficiente). No se trata de poderes mágicos, aunque lo parezca. La sal puede reponer esa falta de minerales que suele provocar la aparición de estos calambres.



Los Alimentos: remedios y trucos

•REFLEJOS ROJIZOS PARA CABELLOS CASTAÑOS

Si tienes el cabello castaño y te gustaría conseguir, de forma totalmente natural, unos bonitos reflejos rojizos, haz como se hacia antiguamente. Cuando te laves el



cabello, añade una infusión fuerte de té al agua del último aclarado. Si lo haces va-

rias veces, conseguirás una melena muy atractiva sin necesidad de recurrir a los tintes químicos. ☞

•PIEL GRASA

Aplicar infusión de té fría sobre el rostro con un algodoncito, además de regular la producción de grasa, desinfecta la piel en casos de acné y puntos negros. Hazlo a diario y lo notarás. ☞



Uñas largas y fuertes

Si tienes las uñas débiles, haz como nuestras abuelas y sumérgelas a diario y durante unos diez minutos en una infusión tibia de cola de caballo. Esta planta tiene la virtud de fortalecer las uñas y favorecer su crecimiento.

Para eliminar las manchas amarillas de nicotina de las uñas, mezcla azúcar y zumo de limón y frota las uñas con un cepillo impregnado en este líquido. Lávate las manos con agua caliente y aplícate una hidratante.

Elaboración de un mural

Concluida la tarea final, los alumnos deben presentar sus producciones en un mural del aula. Los trabajos pueden estar acompañados de ilustraciones adecuadas. Y en este mural debe aparecer con claridad el título de la unidad : **Saber vivir.**

Evaluación:

Por medio de una entrevista hecha por la propia profesora se puede charlar acerca de los aspectos positivos de esta actividad. Asimismo se detectarán las dificultades, comentando el grado de asimilación tanto cognoscitiva como efectiva de los alumnos.



Descubramos Latinoamérica

Biciafri El Knaichi
Inspectora de Español
Delegación de Tetuán

El Khadir El Azhari
Inspector de Español
Delegación de Tetuán

FICHA DEL PROFESOR

PRESENTACIÓN:

Esta unidad se articula en dos partes: La primera, gira en torno a Hispanoamérica en general y la segunda, se refiere a un país latinoamericano, hemos optado por este tema de la última unidad del "EL ESPAÑOL EN 3º" por la escasez y, a veces, carencia de actividades en el manual.

Además, este trabajo se ha concebido con el objetivo de cambiar la práctica docente directiva por una que dé cabida al trabajo responsable y autónomo del alumno mediante el uso de técnicas de comprensión lectora y comprensión auditiva. Por lo tanto esta unidad didáctica está organizada en torno a un producto final que implica un trabajo de investigación por parte del alumno, iniciándolo de este modo en los procedimientos de la competencia de la comunicación escrita.

NIVEL: AVANZADO

OBJETIVOS DE LA UNIDAD:

- Manejar y comprender un mapa.
- Leer y comprender un texto informativo.
- Escuchar y comprender un texto informativo y descriptivo.
- Escribir un texto informativo y descriptivo.

- Fomentar la colaboración, la cooperación y la interacción en clase.
- Iniciar al alumno en la investigación.

CONTENIDOS DE LA UNIDAD:

- **Comunicativos:**
 - Ubicar países.
 - Describir países.
 - Dar información sobre países.
 - Hacer pronósticos y previsiones.
- **Gramaticales:**
 - Adverbios y preposiciones.
 - Adjetivos y gentilicios.
 - Numerales.
 - Futuro y subjuntivo.
- **Léxicos:**
 - Los relacionados con la población, la geografía, la economía y la sociedad latinoamericanas.
- **Culturales:**
 - Acercamiento a la realidad socioeconómica de América Latina.
 - Comparación con la realidad socioeconómica en Marruecos.

DESTREZAS:

- Comprensión lectora.
- Expresión oral.
- Comprensión oral.
- Expresión escrita.
- Integración de destrezas

MATERIALES:

- Mapa de Hispanoamérica.
- Texto escrito : « Población », de Germán Vázquez y Nelson Martínez Díaz, Historia de América Latina. ("EL ESPAÑOL EN 3º" p.142)
- Texto escrito: Historia geográfica, política y socioeconómica de Perú. Rápido. P. 29.
- Documento sonoro: Una peruana hablando de su país. Rápido. P. 29.

EVALUACIÓN:

- Pronosticar la situación futura de Marruecos a través de titulares.
- Elaborar un texto descriptivo e informativo sobre Marruecos.



Estructura de la unidad

Primera parte.

Fase	Actividades	Materiales	Papel de los alumnos	Papel del profesor	Duración aproximada
<ul style="list-style-type: none"> Introducción 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema Sensibilización Puesta en común 	<ul style="list-style-type: none"> Mapa Fotocopia Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> Grupo clase Individual Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> 30 mn
<ul style="list-style-type: none"> Lectura silenciosa Actividades de comprensión lectora Actividades léxicas 	<ul style="list-style-type: none"> Idea global Contestar V o F Relacionar Contestar preguntas Completar el recuadro Sacar sinónimos Sacar antónimos 	<ul style="list-style-type: none"> Texto Ficha del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> Individual Grupos de 4 alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> 1h30mn
<ul style="list-style-type: none"> Evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> Puesta en común Corrección 	<ul style="list-style-type: none"> Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> Animador 	
<ul style="list-style-type: none"> Actividades gramaticales 	<ul style="list-style-type: none"> 1ª actividad : <ul style="list-style-type: none"> Observar y reflexionar sobre frases para inducir regla de uso Aplicación de la regla a través de un ejercicio guiado Reutilización libre de la estructura Corrección 2ª actividad : <ul style="list-style-type: none"> Transformación de cifras en letras 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha del alumno Pizarra Ficha del alumno Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> En parejas Grupo clase En parejas Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> 1h 20mn
<ul style="list-style-type: none"> Comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar titulares Actividad guiada 2. Actividad libre 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> En parejas 	<ul style="list-style-type: none"> Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> 40mn
<ul style="list-style-type: none"> Evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> Puesta en común Corrección 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> Animador 	<ul style="list-style-type: none"> Animador



Segunda parte

Fase	Actividades	Materiales	Papel de los alumnos	Papel del profesor	Duración aproximada
Pre-audición	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la tarea • Leer y relacionar 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran grupo • Individual 	<ul style="list-style-type: none"> • Director • Tutor 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 mn
	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en común • Corrección 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de 4 alumnos • Gran grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutor y animador 	
Audición	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar notas sobre datos concretos • Elección múltiple • Rellenar tabla de registro • Contestar preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cinta audio • Ficha de las actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Individual 	<ul style="list-style-type: none"> • Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 mn
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en común • Corrección 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de 4 alumnos • Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutor y animador 	
Post - audición	<ul style="list-style-type: none"> • 1. Gramática : • Observación y sistematización • Aplicación : rellenar huecos • 2. Léxico : • Completar 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> • Individual 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutor 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 mn
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en común • Corrección 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> • En parejas • Grupo clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutor y animador 	
Tarea final	<ul style="list-style-type: none"> • Expresión escrita: 1. Presentación de la actividad 2. Investigación y búsqueda de datos fuera de clase (ver primera instrucción) 3. Realización en clase, en horas de grupo (ver pautas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo clase • Individual 	<ul style="list-style-type: none"> • Director • Tutor • Animador y tutor 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 mn • Duración necesaria para reunir los datos • 60 mn



FICHA DEL ALUMNO

Primera parte.





1. - Mira el mapa y completa las frases con:

al sur - al oeste - al este - al norte

- Perú sede Colombia.
- Argentina limita.....con Bolivia.
- Venezuela estáde Colombia.
- Chile se encuentrade Argentina.

2. - Situación geográfica:

a) México:

México es un país centroamericano que está al sur de Estados Unidos. Limita, al sur con Guatemala, al este con el mar Caribe y al oeste con el Pacífico.

b) Ahora, sitúa Perú:

.....

.....

(Se puede ampliar el ejercicio ubicando otros países del mapa)

3. - Mira el mapa y completa el recuadro:

Países	Capitales
	México
Costa Rica	
	Bogotá
Perú	
	Quito
Cuba	
	Santiago
Argentina	
	La Paz
Nicaragua	
	Montevideo
Guatemala	
	San Salvador
Honduras	
	Caracas

4. - Completa adecuadamente el cuadro:

- México	-
-	- Argentino
- Venezuela	-
-	- Colombiano
- Panamá	-
- Ecuador	-
-	- Chileno
- Guatemala	-
- Nicaragua	-
-	- Peruano
- El Salvador	-
- Uruguay	-
-	- Paraguayo
-	- Boliviano
- Costa Rica	-
- Honduras	-
- Cuba	-



POBLACIÓN

El crecimiento de la población en América Latina muestra un continuo progreso. En 1920 era de unos 94 millones de habitantes, (...) en 1984 de 390 millones de habitantes, y se espera superar los 630 millones para el año 2000. Estas cifras se duplicarán en los últimos decenios del siglo XX. Por otra parte, se considera que, de acuerdo a las estructuras actuales, más de la mitad de esos 630 millones de habitantes estará concentrada en las áreas urbanas -algo así como 1% del territorio latinoamericano-, excepto que se intente una drástica reorientación en el poblamiento de la frontera interna.

Un cambio de estas características implicaría, desde luego, modificaciones en las estructuras existentes en las áreas rurales. Una de las características es, precisamente, que, en conjunto, el nivel de urbanización de América Latina es un 68% de la población total del continente ; se aproxima a la de la Europa desarrollada, duplica el de Asia, y es el triple del porcentaje de urbanización de África. Otra singularidad es que, en países exportadores de productos agrícolas y ganaderos, como Argentina y Uruguay, más de 80% de la población vive en las ciudades ; en Chile , una economía agraria y minera, también las ciudades concentran más del 80% de los habitantes ; Colombia, donde la producción predominante es la plantación de café, o Venezuela, con fuertes enclaves de explotación petrolera, tiene un 77% de su población concentrada en las ciudades.

German Vázquez y Nelson Martínez Díaz,

Historia de América Latina, ed. SGEL, 1990.

I.- COMPRENSIÓN LECTORA

1.- Lee atentamente el texto y cambia su título por otro.

2.- Lee el texto y pon una X en la casilla correspondiente.

	Verdadero	Falso
a- Sin lugar a dudas , la población en América Latina se duplicará a finales de este siglo.		
b- Seguirá disminuyendo la población rural aunque cambie la orientación en el poblamiento.		
c- El nivel de urbanización en Europa es casi igual al de América Latina.		
d- Las ciudades venezolanas tienen más habitantes que las argentinas.		

3.- Lee el texto y saca la actividad económica que corresponde a cada país.

Países	Actividad económica
Chile	
Argentina	
Uruguay	
Venezuela	
Colombia	



4.- Contesta las preguntas .

- a.- ¿ Qué problema se plantea a los países latinoamericanos ?
- b.- ¿ Cuáles son las características de América Latina en lo que a población se refiere ?

II.- LÉXICO:

1.- Completa el recuadro.

Sustantivos	Verbos
El crecimiento
.....	Aproximarse
El poblamiento
.....	Concentrar
La urbanización
.....	Duplicar
La reorientación
.....	Triplicar
El progreso

- 2.- Saca del texto el sinónimo de: La característica.
- 3.- Saca del texto el contrario de: Las áreas urbanas.



III.- GRAMÁTICA:

1.- Lee estas frases y fíjate en los verbos, y en cómo se relacionan y completa el recuadro .

	1º verbo Tiempo y modo	2º verbo Tiempo y modo	Nexo de unión
a- La mitad de los habitantes estará concentrada en las ciudades excepto que se intente una reorientación en el poblamiento.			
b- Los habitantes del campo se trasladarán a la ciudad a no ser que se doten los campos de infraestructuras modernas.			
c- Aumentará la producción agrícola a no ser que ocurran catástrofes naturales.			
d- Continuará el crecimiento de la población excepto que se organicen campañas de sensibilización.			

1. 1 - Escribe la estructura utilizada en las frases del recuadro :

..... + excepto que / a no ser que +
--

1. 2 - Elige la opción correcta:

Esta estructura sirve para expresar :

- a Una condición en futuro
- b La limitación o restricción de una acción futura
- c La probabilidad

1. 3- Utiliza la estructura relacionando las frases como en el modelo siguiente:

Modelo:

– Excepto que / - Se duplicará la población en América Latina. - Se promoverá el uso de contraceptivos.

♦ **Se duplicará la población en América Latina excepto que se promueva el uso de los contraceptivos.**

– Excepto que / Los habitantes se concentrarán en las ciudades / Se valorarán las actividades laborales del campo.

.....

– A no ser que / Habrá una desigual repartición de la población por el continente / Se establecerá una libertad de circulación de bienes y personas.

.....



- Excepto que / En Venezuela, se mantendrá la tasa de desempleo en un 7% / La exportación del petróleo sufrirá una crisis.

.....

- A no ser que / En Chile bajará la tasa de analfabetismo / Volverán a gobernar los militares.

.....

1. 4 - Habla de posibles hechos futuros utilizando la estructura anterior:

.....

Uruguay
-Población : 3. 094. 000 habitantes
-Superficie : 176. 215 Kms cuadrados
-Moneda : Nuevo peso
-Analfabetismo : 3,8% (1990)
-Esperanza de vida : 71 años
-PNB per cápita : 2.880 dólares
-Inflación : 54,3% (1993)
-Tasa de desempleo : 9,8% (1991)

Argentina
-Población : 32. 322. 000 habitantes
-Superficie : 3. 761. 274 Kms cuadrados
-Moneda : Peso
-Analfabetismo : 4,7% (1990)
-Esperanza de vida : 70,6 años
-PNB per cápita : 3970 dólares
-Inflación : 12,6% (1993)

Uruguay
-Población:
-Superficie:
-Moneda: Nuevo peso
-Analfabetismo:
-Esperanza de vida:
-PNB per cápita:
-Inflación:
-Tasa de desempleo:

Argentina
-Población:
-Superficie:
-Moneda : Nuevo peso
-Analfabetismo:
-Esperanza de vida:
-PNB per cápita:
-Inflación:
-Tasa de desempleo:



IV. -COMUNICACIÓN:

a.- Elabora titulares siguiendo estos modelos y decide cuándo serán posibles estas noticias en América Latina.

- Duplicación de la población .
- Concentración de la población en áreas urbanas.

A partir del año 2000, más de la mitad de la población estará concentrada en las áreas urbanas.

La población latinoamericana se duplicará dentro de diez años

- Desaparición del analfabetismo.
- Disminución del tráfico de drogas .
- Bajada de la tasa de natalidad.
- Aumento salarial de los mineros.
- Mejora de las condiciones de vida de los campesinos.

b.- Elabora algunos titulares sobre la situación futura de Marruecos.

.....

.....

.....

.....



I.- LEE EL TEXTO Y RELACIONA CADA PÁRRAFO CON SU TEMA

Segunda Parte

TEXTO	TEMAS
<p>1.-Geográfica y humanamente, Perú es un país muy variado: la naturaleza y las costumbres son muy diferentes en la costa, en la sierra o en la selva.</p> <p>2.-Es un país muy rico en recursos naturales. La minería, la pesca, el cultivo del algodón y del azúcar son las principales fuentes de la economía peruana. Además, una nueva fuente importante de divisas es la artesanía, especialmente la artesanía textil y los trabajos con la plata.</p> <p>3.-La capital de Perú es Lima, una ciudad que tiene más de siete millones de habitantes. Aproximadamente un 30% de la población peruana vive en la capital.</p> <p>4.-Un 40% de los peruanos son indios, un 40% son mestizos y el 20% restante son blancos de origen europeo, orientales y negros. Como consecuencia de esta mezcla de razas, es muy difícil definir el carácter y las costumbres de los peruanos.</p> <p>5.-En la actualidad los principales problemas de los peruanos son: la inestabilidad política, la desigualdad social, el analfabetismo, el terrorismo, el narcotráfico y la corrupción de muchos funcionarios.</p>	<p>a.- Recursos económicos.</p> <p>b.- Población y razas.</p> <p>c.- Problemas socioeconómicos.</p> <p>d.- Presentación del país.</p> <p>e.- Capital</p>
<p>1- 2- 3- 4- 5-</p>	

1.- Escucha a Patricia, una peruana que explica cómo ve ella su país, y escribe los adjetivos con que describe los siguientes aspectos :

- a) Es un país
- b) La naturaleza es
- c) Lima es
- d) La vida no es
- e) Hablar de Perú



2.- Escucha y elige la opción correcta:

2.1.- Los peruanos prefieren vivir

- a) en la selva
- b) en la costa
- c) en la sierra

2.2.- En Lima

- a) hay una fuerte concentración
- b) viven pocos peruanos
- c) viven menos de 30% de los peruanos

2.3.- En Perú

- a) muchos leen y escriben
- b) muchos niños van al colegio
- c) la tasa de analfabetismo es alta

3.- Escucha y rellena:

Problemas sociales y económicos	Gustos de los peruanos
-	-
-	-
-	-

4.- Escucha y contesta:

4.1.- ¿Cuáles son los recursos naturales y económicos de Perú?

4.2.- Según Patricia, ¿ a qué se debe la corrupción en su país?

5.- Ejercicios:

5.1.- Observa estas frases y contesta eligiendo la opción correcta:

A - Perú es un país muy rico. **B** - Efectivamente, tiene muchos recursos naturales.

- Es muy difícil definir las costumbres de los peruanos porque es una mezcla de muchas razas.
- En Perú mucha gente vive en la miseria.
- La mayoría de los peruanos es muy pobre.

Se usa **muy** con

- a) un verbo
- b) un adjetivo
- c) un pronombre
- d) un nombre

Se usa **mucho-a-os-as** con

- a) un verbo
- b) un adjetivo
- c) un pronombre
- d) un nombre



5.2.- Completa las frases con **muy** o **mucho-a-os-as**:

- a) -El país tiene problemas sociales.
- b) -En Perú la gente rica es poderosa.
- c) -En la administración peruana hay corrupción.
- d) -En la selva peruana viven indios.
- e) -La desigualdad social es alarmante.
- f) -Actualmente, el terrorismo está controlado por el gobierno peruano.

5.3.- Completa las frases con el adjetivo conveniente:

inseguros - hacinados - satisfecha - blanca - desiguales - difícil - corruptos
bajos - variado - concentrada - importante

- a) - Según Patricia, hablar del Perú es algo
- b) - Perú es un país a nivel de población.
- c) - Una parte de la población es
- d) - La pesca es un recurso para la economía.
- e) - Algunos funcionarios son porque cobran sueldos.....
- f) - La población india no está con su situación.
- g) - Los ingresos de los peruanos son
- h) - Mucha gente está en la costa.
- i) - Muchos limeños viven en chabolas.
- j) - Los campesinos están a causa de las operaciones terrorista.

6.- Actividad de expresión escrita:

- Ahora, inspirándote en lo que has leído y en lo que has escuchado, intenta describir tu país.
- Para la realización de esta tarea, sigue las siguientes instrucciones:

6.1.- Para obtener informaciones sobre tu país, consulta libros de geografía y a tu profesor de sociales.

6.2.- Una vez conseguidos los datos, organízalos siguiendo este esquema:

- a) - Situación geográfica del país.
- b) - Su superficie.
- c) - Población, razas y algunas costumbres.
- d) - Recursos naturales y económicos.
- e) - Problemas sociales
- f) - Conclusión: valoración personal.



- 6.3.- Redacta las ideas utilizando un borrador (no te preocupes por la forma, atiende primero al fondo) .
- 6.4.- Lee atentamente lo que has escrito e intenta buscar los posibles errores que hayas cometido y corrégelos.
- 6.5.- Pasa tu trabajo a limpio cuidando la presentación: División del trabajo en párrafos.

.....

.....

.....

.....

.....

TRASCRIPTIÓN DEL DOCUMENTO SONORO

Es muy difícil hablar del Perú, hablar de los peruanos.

El Perú es un país muy variado. Es una mezcla de razas, de culturas. Un 40% de los peruanos son indios, un 40% mestizos y el resto son blancos de origen europeo -alemanes, españoles ...-, también orientales -chinos y japoneses -, y negros. O sea, que es muy difícil hablar del carácter y de las costumbres de los peruanos.

La naturaleza es muy rica, y muy variada también: tenemos la costa, la sierra y la selva. Pero la mayoría de la gente vive en la costa.

La capital es Lima. Es una ciudad muy, muy grande, enorme. Un 30% de los peruanos viven en Lima : es una ciudad de 7 millones de habitantes, ¡imagínate...!

El Perú es un país muy rico en recursos naturales. Se cultiva el azúcar y el algodón. También la pesca y la minería son muy importantes para la economía peruana. Y, ¡ ah claro ! , la artesanía, la artesanía textil, trabajos en plata ...

Pero el país tiene bastantes problemas, problemas sociales, políticos, económicos ... El analfabetismo : muchos niños no van al colegio y mucha gente no sabe ni leer ni escribir. La desigualdad social : los ricos son muy ricos y los pobres muy, pero muy, muy pobres. La vida no es fácil para muchos peruanos.

Otro problema grave, también, es el terrorismo : Sendero Luminoso, por ejemplo, que es un movimiento maoísta. Y también la corrupción de algunos funcionarios, que tienen sueldos muy bajos y, claro, se dejan corromper.

A ver, ¿ qué otras cosas son importantes para los peruanos ?

Pues..., por ejemplo, la política, es muy importante. En el Perú se habla mucho de política. Y la comida, la música, bailar, o sea, divertirse, a pesar de los problemas. Es difícil hablar del Perú o hablar de los peruanos.

ENCUESTA

1.- Aspectos generales:

- 1.1. Los materiales de "Cuadernos de Rabat" me parecen: muy útiles útiles interesantes poco útiles
- 1.2. Dificultades encontradas para su inserción en el programa oficial: muchas algunas ninguna
- 1.3. La actitud de los alumnos ante las actividades planteadas ha sido: muy buena buena regular negativa

2.- Aspectos concretos:

2.1. Valora del 1 al 4 los siguientes aspectos:

Tema	Presentación	Orientaciones	Textos	Ilustraciones	Actividades
1) Producción de guiones y cortometrajes					
2) Locos por el teatro					
3) Aprende a leer la publicidad					
4) Saber vivir					
5) Descubramos Latinoamérica					
6) Apéndices					

2.2. Observaciones:.....

NOMBRE Y APELLIDOS:.....

NIVEL EN QUE TRABAJAS:.....

CENTRO DE TRABAJO:.....

DIRECCIÓN:.....

Os agradeceríamos que nos la enviaseis cumplimentada con las observaciones
 y sugerencias que creáis convenientes. Escribid a:
 Asesoría Técnica Lingüística. Consejería de Educación y Ciencia
 131, Avenue Allal Ben Abdellah -Rabat



APÉNDICES

- La publicidad y sus diferentes tipos.....Pág.56
- El lenguaje publicitario.....Pág.58
- Recursos retóricos utilizados en la publicidad.....Pág.59
- La imagen en el contexto del aula.....Pág.59
- Bibliografía.....Pág.61

APÉNDICE

La publicidad y sus diferentes tipos

En este número de Cuadernos de Rabat vamos a poner un énfasis especial en la introducción a la publicidad, como medio auxiliar importante en el aula, ya que es un material que podemos hallar en cualquier revista o periódico y que por lo tanto su acceso es relativamente fácil.

La imagen, es otro de los temas importantes que va unido a la publicidad, ya que no se concibe un tipo de publicidad en la que ésta esté ausente. Además, las aplicaciones de la imagen en la clase de ELE son tan grandes, que en cualquier medio audiovisual, ya sea cine, o televisión, contaremos con su presencia, consiguiendo un impacto entre los alumnos y una motivación que supera a los otros medios.

La Real Academia Española define la publicidad como "Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios".

Lo que se pone al alcance del público son noticias o anuncios, pero no de cualquier tipo, sino de carácter comercial, con el objetivo de atraer a compradores del producto.

Trasladado al entorno del aula, las posibilidades que el profesor tiene con la publicidad son enormes, ya que trabajará al mismo tiempo el aspecto cultural y el lingüístico, ejercitará las cuatro competencias lingüísticas para el aprendizaje de una lengua segunda, y promoverá la

creatividad, tres factores clave en la didáctica de una lengua extranjera.

Si nos remontamos a la historia de la publicidad sólo tiene poco más de cien años. Fue a lo largo del siglo XIX cuando se dieron las condiciones económicas y sociales que obligaron por una parte y permitieron por otra el nacimiento de la actividad publicitaria tal y como la hallamos en el momento actual.

La publicidad utiliza como vehículo de sus mensajes los medios de comunicación de masas y financia dichos medios. Nosotros tendremos en el aula unos auxiliares de apoyo técnico que nos permitirán ejercitar las estructuras gramaticales adecuadas al nivel de nuestros alumnos, lo que sumado al tratamiento de la imagen, contribuirá a hacer una clase motivadora y activa.

Entre los tipos de publicidad existentes se pueden citar fundamentalmente dos:

- publicidad informativa o denotativa.
- publicidad persuasiva o connotativa.

Al primer tipo pertenecen la promoción de artículos de alimentación, informática o automoción; y al segundo las bebidas, tabaco, perfumes y objetos de lujo, como coches o relojes de marcas caras.

El segundo grupo es el más interesante para utilizar en la clase de español, ya que al ser persuasivo, la imagen tendrá un valor secundario añadido muy importante, y será más atractivo para los alumnos.



Al difundirse a través de los medios de comunicación social, los mensajes publicitarios no utilizan un solo código, sino que son el resultado de múltiples mensajes.

En su formación entran signos de naturaleza diversa, percibidos por diferentes sentidos:

- En los medios visuales (prensa y posters o carteles) se utilizan signos lingüísticos e imágenes (fotografías y dibujos).
- En la radio el elemento clave es el sonido, la música , y la palabra hablada.
- En los medios audiovisuales (cien o televisión) los signos sonoros se combinan con las imágenes en movimiento, dando mayor vivacidad.

El objetivo de la publicidad es que el individuo tenga un comportamiento de compra hacia un producto determinado. En otros casos, tiene el objetivo de campaña, convocatoria etc..

A. Moles en su libro " El cartel en la sociedad urbana", propone algunas de las funciones en las que se basa la publicidad, y que exponemos a continuación:

1. Función de información.

Es la función necesaria para dar a conocer un producto, marca o eslogan. Esta función es asumida por la palabra o por el texto que aparece escrito. La imagen, por su carácter polisémico suministra una información imprecisa. En cambio el texto sirve para aclarar las significaciones ambiguas. Sin embargo el publicista ha luchado por conseguir que un logotipo o un mero dibujo sirva para relacionarlo con una publicidad. En España el toro bravo que se ve en las carreteras es el símbolo del coñac Osborne,

un cocodrilo es el símbolo de marca de ropa Lacoste.

2. Función de persuasión.

La persuasión ha sido uno de los objetivos más importantes de la publicidad y utiliza distintos argumentos. El hecho de decir que uno va a encontrar atascos si va a trabajar con el coche no sería un buen argumento, en cambio si sugiere que con el coche uno irá seguro y vivirá la aventura será un elemento importante para incitar a comprar tal marca de coche.

3. Función económica.

El objetivo es conseguir que la publicidad sea rentable es decir que haga vender tal producto determinado.

4. Función de seguridad y de rol.

La publicidad nos puede llevar a una vida de fantasía y de seguridad, ya que al comprar el producto anunciado nos sentiremos mejor si seguimos los consejos dados por el publicista, y al mismo tiempo afianzaremos nuestro papel social en la colectividad a la que pertenecemos, al comprar ciertas marcas de coches o vestir una ropa determinada.

5. Función estética.

El papel creativo es importante así como también la estética determinada, sus colores, su montaje, de tal manera que la sociedad se ve envuelta en la misma y en un modo de comunicarse.

Queramos o no nos veremos influenciados por la publicidad ya que invade todos los medios de comunicación y es difícil evitarla.

El lenguaje publicitario

El lenguaje publicitario utiliza una serie de recursos especiales con el objetivo de atraer al público para el consumo del producto anunciado. Máxime si se trata de un spot publicitario en el que la imagen explica por sí misma el contenido del anuncio. No olvidemos el dicho " Vale más una imagen que mil palabras".

Al ser persuasivo implica a los receptores en su atención, entrando en juego la función fática del lenguaje, y en su modo de actuar con la consiguiente función apelativa.

Es importante observar la economía de la palabra, encontraremos pocas palabras pero con un gran contenido informativo.

Son abundante los extranjerismos, sobre todo los anglicismos, hasta tal punto que en países como Francia se creó un comité para la defensa de la lengua francesa que velaría por la eliminación de los anglicismos en todos los contextos, especialmente en la publicidad.

La creación de neologismos es otra característica importante que sirve para enriquecer la lengua, ya que a partir de un nombre crean un verbo o viceversa.

Las transgresiones de la norma con el objetivo de llamar la atención.

El estilo condensado que suprime los nexos innecesarios, y que sirve para dar una agilidad específica del lenguaje publicitario.

Además del trabajo en el plano del significante hay otro tipo de elementos fónicos y gráficos que van a actuar en el plano del significado.

El tipo de letra empleado, ya sea mayúscula o minúscula, letra negrita o cursiva, es decir que la grafía es una pieza importante en el diseño de un texto publicitario.

Las transgresiones ortográficas " **expléndido Mercedes**" utilizando la letra x con el fin de llamar la atención del receptor.

Los cambios de color, agrupamiento de palabras, estableciendo asociaciones como el anuncio de El Corte Inglés:

YA

ES

PRI

i Qué **MA**ravillai

VE

RA

La redacción del mensaje publicitario en tres páginas que a forma de abanico se abren poco a poco. Esta es una forma bastante moderna de introducir la publicidad de un producto, requiriendo tres páginas consecutivas.

Entre los juegos fónicos se utiliza frecuentemente la aliteración o repetición de uno o varios fonemas:

"**Madrid Es Mucho Madrid**".

La paronomasia es otro de los recursos utilizado, empleando palabras que coinciden parcialmente en su significante.

"**La COPE a tope**". (La Cope es una emisora de radio muy popular en España).

La rima:

"**Vivir la vida. Esto es lo que aprendes en Andalucía**".

La elección de versos de poetas conocidos:

"**Verde que te quiero verde**" anunciando el aceite de oliva y a continuación **Oliva. Que te quiero virgen**.

A nivel morfosintáctico hay ciertas características importantes, tales como:

La ausencia de nexos.

"**Puleva. Pura leche de vaca**".

La ausencia de verbos en las frases:



"El mejor de nuestros deseos" Lladró. (Es una famosa porcelana de España).

Frases cortas:

"Llegarás así" Renfe (Red Nacional de Ferrocarriles españoles).

La utilización de nombres propios alusivos al contenido del anuncio:

"Fuera es Alaska, dentro es Tahití" Columbia sportswear. Prendas deportivas de abrigo.

La utilización de oraciones yuxtapuestas:

"De negocios. De compras. A comer. A bailar. O a dormir. Vengas a lo que vengas a Madrid, bienvenido".

El comparativo de superioridad:

"Más limpio que el agua cristalina de la fuente".

Jabón para la colada.

El uso frecuente del imperativo:

"Ve al ritmo. Disfruta Turquía".

La utilización de imperativo y futuro sugiriendo el consumo:

"Prueba Danone y degustarás su calidad".

La utilización de pronombre reflexivos:

"Con Openbank te lo puedes permitir".

Las formas de tratamiento: tuteo o voseo según el público al que va dirigido:

"Ambipur, el perfume para su coche"/"Como Paloma Lago ,tú también necesitas tu espacio" (coche Lancia).

Recursos retóricos utilizados en publicidad

Entre los recursos más utilizados citaré los siguientes:

Las repeticiones:

"Verde que te quiero verde".

La anáfora o repetición:

"Venga a comprar, venga a vernos. En El Corte Inglés hay calidad".

Anadiplosis o repetición de la última palabra de una unidad sintáctica al comienzo de la siguiente:

"Prueba un Maxi. Maxi tiene sabor". Bombón helado.

Paralelismo o repetición de palabras al comienzo de una frase:

"El placer de viajar. El placer de los

sentidos. El placer de la montaña".

Dilogía o empleo de una palabra con diferente sentido a la vez:

"Regalo de Reyes". Anuncio de un coche Peugeot en Navidades.

Paradoja o empleo de ideas contrarias:

"Un poco de café por las mañanas es mucho".

Hipérbole o exageración:

"Fulminamos los precios".

Comparación o símil:

"Coca cola como el sabor de lo bueno".

Personificación:

"Pruébame" (coche Renault del año).

Metáfora:

"Conduce tu propia vida" (Peugeot 206)

La imagen en el contexto del aula

En nuestra sociedad, en el mundo que nos rodea, podemos observar imágenes que nos informan, aconsejan, recomiendan, advierten de un peligro (caso de la publicidad sobre los accidentes de tráfico, o el consumo del

tabaco) por lo tanto no se concibe una vida sin imágenes.

Estas imágenes van a influir en la dinámica de la clase para conseguir que el alumno se motive y trabaje con un documento auténtico

que forma parte también de la cultura.

Al mostrar la imagen el profesor hará que sus alumnos trabajen las cuatro destrezas, ya que al preguntar por la descripción de la misma pondrá en juego la comprensión y la expresión oral, y al focalizarla en un contexto determinado reutilizándola trabajará la comprensión y expresión escrita. Es decir que con un material tan sencillo se podrá definir imagen y texto o leyenda con el fin de que los alumnos comprendan y experimenten su creatividad a través de otras imágenes que sugieran distintos significados.

Lo importante para el profesor es saber elegir bien la imagen y buscar su utilidad en el aula, teniendo en cuenta el nivel de sus alumnos y su competencia lingüística, y a partir de estos soportes se planificará una clase comunicativa y creativa que servirá para fijar ciertas estructuras y un vocabulario apropiado a este tipo de imágenes.

Por ejemplo, a partir de un mapa o de una postal de una ciudad vamos a trabajar no sólo el aspecto icónico, y la descripción de las imágenes que aparecen sino también el aspecto cultural, sugiriendo la iniciación a la cultura de esa ciudad o país, que siempre tendrá relación con la lengua motivo de estudio.

Hasta ahora hemos hablado de la utilización de las imágenes fijas (fotos, publicidad, cartel etc..) pero pasemos a hablar de las imágenes que sirven para relatar historias, como es el caso del cómic que aparece en la primera ficha didáctica de esta revista.

El cómic es un vehículo de expresión que puede utilizarse por los alumnos para crear sus propias historietas. Para llevar a cabo su realización en el aula, lo primero que debe plantearse el profesor es adaptar el proceso

creativo a las posibilidades e intereses de los alumnos.

La educación artística encuentra en el cómic una vía de expresión en la que se ponen de manifiesto las habilidades adquiridas en diseño, dibujo, composición y colorido.

Los textos del cómic dan la oportunidad de trabajar el vocabulario, buscando vocablos desconocidos, aproximación de su significado a partir del contexto.

El uso frecuente de onomatopeyas permite su catalogación.

Es un recurso ideal para ejercitarse en la redacción a partir de ciertas imágenes.

Podemos mostrar las secuencias ordenadas o desordenadas con el fin de que los alumnos comprendan el significado de las viñetas, podemos ocultar la viñeta final para que ellos la adivinen, podemos borrar los bocadillos para que ellos creen el diálogo según las diferentes secuencias, es decir que tenemos un caudal inagotable de producción y comprensión escrita.

Con las fotos sacadas de la prensa podrán inventar una noticia, ya sea en grupos o en parejas, dando un título adecuado y dejando libre campo a su imaginación.

Otra forma de trabajar con imágenes es a través de la televisión o del vídeo, es decir de la imagen en movimiento, aquí la comprensión auditiva juega un papel fundamental, aunque también se puede quitar el sonido y los alumnos serán los encargados de crear o adivinar la noticia siguiendo las diferentes secuencias de las imágenes.

Tanto la imagen como el sonido aportan elementos expresivos que interaccionan formando un verdadero lenguaje audiovisual.

El deseo de producir imágenes animadas es muy antiguo, pero fue Lumière en 1895 quien rodó

los primeros documentales y realizó la primera proyección colectiva, en París. La primera película con sonido data de 1926 y la generalización del cine sonoro se produjo en los años 30.

La transmisión de imágenes a distancia se inició en 1926, en Londres, con un aparato de televisión primitivo. Rápidamente se generalizaron las emisiones regulares, con carácter experimental, en 1933 en EEUU, 1935 en Francia, 1936 en Alemania e Inglaterra tardando veinte años en España en regularizarse las emisiones.

La aparición de los magnetoscopios se realizó en 1965 alcanzando el boom en los años 70.

La imagen en movimiento se introdujo en el mundo de la enseñanza a través del cine, y con la posterior aparición del vídeo, por su fácil manejo y mayor comodidad, se ha visto

sustituido el cine que tanta importancia tiene como medio de comunicación y de manifestación cultural.

Cine, televisión y vídeo, aunque no están al alcance de todos, aportan algo nuevo en la didáctica de las lenguas, ya que el sonido interviene aportando las palabras, la música transmitiendo emociones, y los efectos sonoros, que contribuyen a crear ambiente.

Como podemos apreciar solamente hace falta imaginación y con un material que podemos conseguir de cualquier revista o periódico, de algún vídeo o grabación hecha por nosotros mismos, las posibilidades que se nos ofrecen son muy numerosas, por eso desde aquí animo a todos los profesores a realizar un dossier de publicidad, imágenes y fotos con el fin de lograr una creatividad en el aula que es fundamental para conseguir el aprendizaje de una lengua.

Bibliografía

Ferrer, Eulalio: "El lenguaje publicitario en la comunicación", *Revista de Occidente*, 92, Enero 1989, 23-37.

Ferraz, Antonio: "El lenguaje de la publicidad". Arco, 1996.

Fustier, M.: "Pedagogía de la creatividad". Madrid. Index, 1975.

Martín, M.: "Semiología de la imagen y la pedagogía". Madrid. Narcea, 1987.

Moles, A.: "El cartel en la sociedad urbana". Valencia. Torres, 1974.

Pérez Tornero, J.M.: "La semiótica de la publicidad". Barcelona. Mitre, 1982.

Rodríguez Ilera, J.L.: "Educación y comunicación". Barcelona. Paidós, 1988.

Sánchez Corral, Luis: "Retórica y sintaxis de la publicidad". Universidad de Córdoba, 1991.

Taddei, N.: "Educar con la imagen". Madrid. Marova, 1979.

Vázquez, Santiago: "Estrategias y manipulación del lenguaje." Universidad de Zaragoza, 1991.

Victoroff, Víctor: "La publicidad y la imagen". Gustavo Gili, 1980.