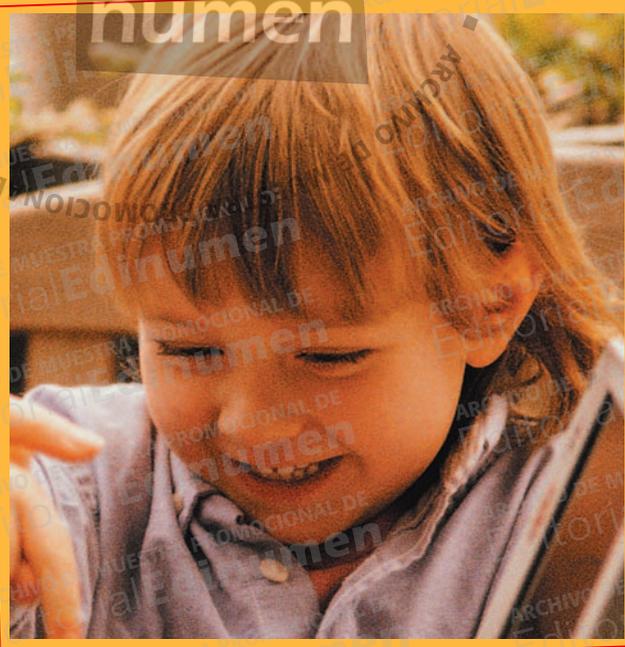


Edi Unidad 7 numen



Anuncios con humor

Pre calentamiento

¡Un chiste! El/la profesor/a os va a dar a cada estudiante una tarjeta con una parte del chiste: tenéis que leerlo en voz alta y ordenaros.

[15] Antes de leer, mira estos dibujos.



Elaborar anuncios con mucho humor para vuestra cadena de televisión TeleEscala y para ello tenéis que:

1. Crear en grupos tres anuncios de publicidad con humor que incluyan burradas lingüísticas y malentendidos lingüísticos.
2. Seleccionar los mejores para grabarlos e intercalarlos entre los programas de televisión de vuestra cadena.
3. Actuar y grabar.

1. Vocabulario

- 1.1.** *El poder de la risa:* así empieza uno de los fragmentos del artículo de Luz Sánchez-Mellado que vais a leer. Señalad en el texto las palabras y expresiones que penséis que tienen relación con el humor. Por ejemplo, *la risa* o *reírse a carcajada limpia*.

El poder de *la risa*. Ría, por favor. *A carcajada limpia*. Moverá 400 músculos, ensanchará pulmones, oxigenará tejidos y fortalecerá su sistema inmunológico. Y todo gratis y pasándolo en grande. Médicos, psicólogos y humanistas apuestan por el humor como el mejor de los sentidos (...)





● ● ● ●
Hay que dejar claro, sin embargo, que esta risa todopoderosa no es esa sonrisa que esbozamos mecánicamente cientos de veces al día. Ese es un gesto amable que puede romper el hielo, pero que resulta completamente inocuo para la salud. La risa que cura es la auténtica, quema calorías y nos puede producir cansancio

físico, dolor de estómago y hasta agujetas. Ese terremoto que acelera el ritmo cardíaco, estimula la circulación de la sangre y aumenta la salivación. En plata: lo que llamamos partirse de risa.

Y ese es el problema, nos partimos poco. La risa no siempre es bien recibida. "Te acercas a alguien con una sonrisa de oreja a oreja y te dice que te rías de tu padre o se lleva la mano al bolso, no se lo vayas a quitar. El Presidente de la Academia del Humor de Pozuelo de Alarcón (Madrid), opina que el español es el tipo con menos sentido del humor del mundo (...)

La risa es, según la interpretación freudiana, el camino más corto entre dos personas. La manera de tocar al otro sin hacerlo (...)

LOS ALQUIMISTAS DEL HUMOR

He aquí cinco ejemplos y cinco lenguajes para el humor que triunfa en España y en el mundo. En el teatro, en el cine, en la televisión o encima de un escenario, estos humoristas conocen el secreto de la pócima de la risa y la administran con generosidad a sus espectadores.

Leo Bassi. De profesión provocador. Se considera un payaso, algo que para él significa "no respetar criterios ni normas".

Monty Python. Este grupo británico, ya convertido en clásico de la corrosión, el humor negro y la ironía brutal, ha decidido volver a unirse este año para realizar una gira teatral. Pero estos revolucionarios del humor serán siempre recordados por su ya clásicas películas *La vida de Brian*, *El sentido de la vida*, *Los caballeros de la mesa cuadrada* y *La bestia del reino*.

Faemino y Cansado.

Surrealismo aparentemente inocente; retratos absurdos de lo que se ve y se escucha. Nacieron creando

juegos de mesa y han acabado aclamados en los escenarios de España y algunos de América Latina.

Yllana. Teatro fresco, sin palabras, con el único sonido de las carcajadas del público que lo presencia. Sus espectáculos han batido récords y conseguido éxitos y multitud de premios en Francia, Alemania, Italia y América Latina.

Gomaespuma. Los héroes de la radio mañanera. Después de haber probado la televisión con escasa fortuna, Guillermo Fésser y Juan Luis Cano han conseguido lo que pretendían: que la gente viva las primeras horas de la mañana muerta de risa. Sus chistes, bromas y personajes están en la calle.

(Información extraída de la revista *El País Dominical*)

1.2. Poned en común las palabras y expresiones relacionadas con el humor que habéis encontrado en los textos anteriores y elaborad una lista entre toda la clase. Si no entendéis lo que significa alguna de ellas, preguntad a vuestro/a profesor/a o buscad en el diccionario.

Palabras y expresiones con Humor

- Tener sentido del humor.....
- Ser irónico o irónica.....
-
-
-
-
-

1.3. Completad este mapa de definiciones con el vocabulario que habéis aprendido.

EL HUMOR



1. Reírse de forma impetuosa y ruidosa es reírse a limpia.

8. de es reírse mucho. También se dice morirse de risa.

2. Humor: capacidad para descubrir aspectos divertidos en lo que es triste o trágico.

7. Pasárselo muy bien o pasárselo en

3. Sustantivo relacionado con reír(se):

6. Gastar una broma: hecho o dicho con el que alguien intenta reírse o hacer reír, sin mala intención. "No le gastes bromas porque no tiene humor".

4.: forma de contar las cosas que das a entender lo contrario de lo que dices.

5. Contar un verde: historieta breve para hacer reír; en este caso relacionado con algo sexual.

1.4. Un poco más de vocabulario:

- **Partirse de risa:** troncharse de risa, reírse mucho y con ganas.
- **Ser un/a cachondo/a:** se dice de la persona que hace reír mucho a los demás.
- **Sonreír:** reír suavemente y sin producir ningún sonido.

¡A hablar!

2.1. Lee la siguiente historieta e intenta completar los espacios en blanco con las palabras que aparecen abajo.

Cómo ser mujer y no morir en el intento



1. No abuses del sol por



2. Viste a la moda para



3. No comas dulces porque



4. No bebas alcohol porque



5. Maquillate por



6. Acuéstate temprano por



7. Haz deporte por



8. Adelgaza porque



9. Usa buenas cremas por

oxida • se lleva • los granitos • la celulitis • estar a la última
las arrugas • las manchas • engordan • el cutis

2.3. Leed el siguiente texto sobre la publicidad y discutid si estáis de acuerdo o no con su contenido. Para ello, primero escribe las ideas principales en el recuadro.

La publicidad

Consiste en la difusión de textos e imágenes que invitan a adquirir ciertos productos comerciales o a realizar determinadas acciones (asistir a un espectáculo, suscribirse a una publicación, inscribirse en un centro docente, etc.).

Asistimos a un apogeo de la publicidad, porque ésta es necesaria en la *sociedad de consumo*, basada en la constante adquisición de productos, muchos de ellos superfluos y perecederos, que los compradores realizan con una especie de *necesidad subjetiva*, como manifestación satisfactoria de su nivel de vida. Incluso los objetos durables (muebles, aparatos, vehículos, etc.) deben ser rápidamente sustituidos si se quiere lograr aquella satisfacción.

Los sociólogos atribuyen una importancia máxima a la publicidad como manifestación de un modelo de sociedad sustentada y en gran medida manipulada por ciertas ideologías. Pero, a su vez, otros lo tienen como la base del desarrollo alcanzado en las naciones industrializadas.

(Extraído de Fernando Lázaro,
Curso de lengua española, Anaya)

Ideas principales del texto

2.4. Y además vamos a profundizar en el lenguaje publicitario. Formad grupos de cuatro. Cada grupo leerá un texto y tendrá que contárselo a los otros.

EL MENSAJE PUBLICITARIO

El mensaje publicitario puede constar de un texto lingüístico sólo (es el habitual de la radio) o combinado con imágenes (fotografías o dibujos). Este tipo de mensajes comparte no pocas propiedades con otros de distinta índole, como los literarios. Pero aunque ambos se dirigen a receptores indiferenciados y no esperan respuesta verbal, se diferencian polarmente en la naturaleza de esa respuesta que es de orden espiritual, en el caso de la literatura, y pragmática, utilitaria, en la publicidad.

Los textos publicitarios suelen ser breves, y se proponen chocar y atraer al lector, a ser posible por su ingenio o su capacidad persuasiva, procurando obtener una reacción favorable. Muchas veces se trata de verdaderos eslóganes, es decir, de frases fácilmente recordables, que contienen una definición o una instrucción:

Coca-cola, la chispa de la vida.

Voxson Tanga: siempre contigo.



texto grupo
A

GRAMÁTICA DE LOS TEXTOS PUBLICITARIOS

Es frecuente que el lenguaje publicitario se aparte en algún punto de la gramática del estándar oral o escrito. Es así, porque choca, por lo que se puede recordar mejor.

- Abundan las oraciones sin verbo: *Los precios más bajos del año, ahora en "Alcampo"*.
- Muchos anuncios contienen rimas: *¿Qué hora es? La hora 103.*
- Uso frecuente de imperativos con carácter exhortativo: *International House: ¡aprende idiomas!*
- Muchos se redactan en primera persona: *Yo prefiero Titania.*

ISABEL

"Qué bien, qué bien,
hoy comemos con Isabel"



"Sólo Crecs hace crecs"

RASGOS SEMÁNTICOS DE LOS TEXTOS PUBLICITARIOS

Muchos textos publicitarios basan su eficacia en las connotaciones asociadas al mensaje.

- El experto en publicidad tiene muy en cuenta al público al cual se dirige:
Como todo el mundo: ponte nuestros vaqueros (para clientes jóvenes que gustan seguir la moda, de ir en grupos...)
Está en boca de pocos (para personas de mayor poder adquisitivo).
- Muchos anuncios (de detergentes, cremas, etc.) buscan la eficacia en el prestigio de lo "científico", empleando palabras técnicas poco inteligibles:
El poliestireno expandible tiene nombre propio: Styropir (un aislante de muros).
- Por el contrario, otros lo fundamentan en el vulgarismo, coloquialismo o en la frase hecha:
Películas Kodak super 8, para no hacer un rollo de películas.
De fueran vendrán, que tu cerveza beberán (anuncio de una cerveza gallega).
- Se usan adjetivos o nombres de fuerte o, por el contrario, de delicado contenido semántico:
Desodorante Fa, frescor salvaje del Caribe.

RETÓRICA DE LOS ANUNCIOS

Abundantes figuras retóricas pueden espigarse en los textos anunciadores; no son, pues, sólo recursos de la literatura:

- Hipérbole (exageración): *Naranjada Casera. Para la sed monstruosa.*
- Dubitación: *¿Afeitarme con Wilkinson? Definitivamente, sí.*
- Metáfora: *Rolex de acero, la caja fuerte.*
- Comparación: *El Nuevo Peugeot es el mejor del mercado.*
- Interrogación retórica: *Si usted no le regala Acqua di Selva, ¿quién se la regalará?*

Anuncios con humor

2.5. Ahora formad nuevos grupos en los que cada persona tenga información de un texto diferente. Contaos lo que habéis aprendido y analizad desde estos puntos de vista (gramatical, semántico, retórico...) los siguientes textos publicitarios:

1. *Smart, ¿qué dice de ti tu coche?*
2. *Acabe con el estrés diario. Eleve su espíritu. Y sienta su cuerpo increíblemente transformado con la línea corporal Body Power.*
3. *El agua cae en hojas, en flores, en tierra, en lagos, en mar. Mueves un deseo y cae en tus manos.* (Grifería)
4. *¡Qué fríos hace! Frigoríficos Zanussi.*
5. *¡Ya he adelgazado 18 kilos!* (Un método para adelgazar)
6. *GEOX, el zapato que respira.*
7. *Hay gente a la que no le preocupa el acceso a las salas VIP. ¿Es usted uno de ellos?* (Aerolíneas)
8. *El primer tratamiento anti-caída con Aminexil. Eficacia probada en 6 semanas.* (Producto anticaída del cabello)
9. *¿Conducir para viajar o viajar para conducir?* (Un coche)
10. *Podrás hablar más. Por menos dinero.* (Telefonía móvil)

2.6. “El aire que respiramos –decía R. Guerin– se compone de nitrógeno, oxígeno y publicidad”. ¿Estáis de acuerdo con esta frase? Discutid entre todos el valor de ésta en nuestro mundo abordando los siguientes temas:

- Su origen milenario.
- Su incidencia en los valores sociales, modas y modos de vivir.
- La importancia de la imagen en el anuncio.
- El tipo de público.
- Su nuevo objetivo: el niño.
- La publicidad subliminal.
- El papel del destinatario.

2.7. ¿Podéis definir cómo debería ser una publicidad responsable?

1. Que no sea sexista.

3. ¡A escribir!

3.1. Usad todas estas ideas para escribir una carta al director/a de un prestigioso periódico explicando vuestras opiniones sobre la publicidad actual y justificando vuestra idea de lo que ha de ser un anuncio responsable.

Estimado/a señor/a:

Somos un grupo de...

Atentamente

3.2. El ingenio y el humor, decíamos, son otra constante en la publicidad. Intentad descifrar el siguiente jeroglífico para conocer el texto que acompaña el siguiente anuncio:



3.3. ¿Qué es para ti el humor? Lee las respuestas que dan a esta pregunta los componentes de un célebre trío cómico catalán llamado Tricicle.



"El humor en general es muy difícil de definir, es un concepto muy amplio, un conjunto de muchas cosas, pero yo diría que es lo que nos hace reír, simplemente".

(Carles Sans)

"El humor es el lubricante de la vida".

(Paco Mir)

"Es una forma de ver la vida. En la vida hay muchísimo humor, pero desgraciadamente por los sucesos y las informaciones que nos dan, la gente está de peor humor".

(Joan Gracia)

(Extraído de María Medina, 'Teatros', n.º 6)

Y para ti, ¿qué es el humor? Escribe tu definición sobre ello y dísela después a tus compañeros/as.

Para mí, el humor es...

3.4. Ahora formad 3 grupos en la clase: cada uno tendrá una parte de la historieta que os va a entregar vuestro/a profesor/a. Tenéis que describir por escrito lo que veis: ¡es muy importante que no miréis las viñetas de otros grupos!

A Descripción:

B Descripción:

C Descripción:

3.5. Ahora volved a formar grupos de tres personas: una del grupo A, otra del B y otra del C. Debéis contaros lo que habéis escrito y juntos resumir la historieta y compartirla con el resto de los grupos de la clase. ¿Qué nos quiere contar el dibujante?

4. ¡A escuchar!

4.1. ¿Sabes qué es un *lapsus linguae*? Lee el siguiente texto y explica qué es.

Este año 2001 no es vanguardista ni confunde. Es *lapsusiano*. En las salas de cine, los momentos más celebrados por los espectadores de *Granujas de medio pelo*, la última de Woody Allen, son los de los *lapsus linguae*. Es una magnífica fábula contemporánea sobre el mundo de las apariencias y el fraude de la cultura como barniz decorativo. Tracey Ullman está genial en su papel de nueva rica, invitando a comer “**canapiés**”⁽¹⁾ y presumiendo de una alfombra luminosa “hecha con **fiebre**”⁽²⁾ óptica.”

El reverendo Spooner, profesor de Oxford, fue célebre por, entre otros lapsus,

confundir “a half-formed wish” (un deseo crecientemente) con “a half-warmed fish” (un pescado a medio cocer) durante su discurso de apertura del año universitario. En cuanto a Joan Pich i Pon, que llegó a alcalde de Barcelona, Màrius Serra cuenta que era capaz de hablar de la batalla de “**Waterpolo**”⁽³⁾ y referirse al conflicto nipojaponés. Aunque su hallazgo más sublime fue el de recomendar a la gente que se tomase las cosas “en pequeñas **diócesis**”⁽⁴⁾.

...nadamos en la ambulancia.



(Fragmento del texto *Nadamos en la ambulancia* de Manuel Rivas, *El País Semanal*)

4.2. Efectivamente, un *lapsus linguae* es un error lingüístico al confundir una palabra por otra que se parecen en la pronunciación. Vamos a ver dónde están esas confusiones en el texto anterior. Te vamos a dar las palabras correctas que los autores deberían haber usado y sus definiciones; colócalas en el lugar adecuado.

DOSIS **FIBRA** **WATERLOO**
CANAPÉS

texto

1
2
3
4

- a. Trozo de materia fino, delgado y alargado que sirve para conducir a gran velocidad diversos tipos de señales.
- b. Cantidad o proporción de una cosa.
- c. Batalla en la que el emperador francés Napoleón Bonaparte perdió su imperio.
- d. Trozos pequeños de pan sobre los que se coloca un alimento.

4.3. El humor muchas veces está en el sentido de la palabra que ha sido mal utilizada. Otras veces esa palabra simplemente no existe. Vamos a ver los significados de los lapsus del texto:



1. canapiés:

Esta palabra no existe en español, pero la risa la produce la palabra pies.

2. fiebre:

Alta temperatura del cuerpo.

3. waterpolo:

Deporte

4. diócesis:

Territorio en el que tiene poder una autoridad religiosa.

4.4. La expresión “lapsus linguae” es una forma culta de referirse al error. Otro modo más coloquial y gracioso es llamarlo “una burrada lingüística” (ya sabéis que el burro es un animal con fama de “tonto”).

Vamos a hacer un ejercicio de dictado: escucha a algunas personas cometer “burradas lingüísticas” y escribe la palabra en el espacio correspondiente. No te preocupes ahora por el significado:

1. Por favor, tú la ensalada.
2. La aspirina es más rápida y eficaz.
3. Murió porque le pasó algo en la cabeza, creo que fue un ataque
4. La discoteca estaba de gente; no se podía ni bailar.
5. Sí, va a clases al de música.
6. El televisor se ve mal porque hay
7. Aunque fue un accidente muy grave, no le quedaron
8. Estuve viendo un documental muy bueno sobre los tigres y los de África.
9. Cuando se murió su padre, se quedó triste y



4.5. Trabajemos un poco con el diccionario bilingüe:

A. Piensa qué han querido decir estas personas y escribe cuál sería la palabra correcta en tu lengua.

- | | | |
|----|-------|----|
| 1. | Edi | 6. |
| 2. | | 7. |
| 3. | | 8. |
| 4. | | 9. |
| 5. | numen | |

B. Ahora busca en tu diccionario cómo se dice en español. Para elegir la palabra adecuada recuerda que, muchas veces, la *burrada lingüística* se produce por la similitud fonética.

4.6. Ahora vamos a trabajar con el diccionario español-español para descubrir dónde está el humor.

Dividid la clase en dos grupos y buscad en el diccionario el significado de la palabra confundida:

1. Endereza
2. Fluorescente
3. Célebre
4. Apestada
5. Observatorio

6. Transferencias
7. Espuelas
8. Leopardos
9. Desvalijada

Para buscar en el diccionario, recuerda:

1. Si la palabra es un verbo, tienes que buscar el infinitivo.
2. Si la palabra es un adjetivo, tienes que buscar el masculino. Si no lo encuentras, puede que el adjetivo sea un participio, prueba a buscar el infinitivo.
3. Si es un sustantivo y no lo encuentras, busca un verbo similar. Quizás sea una palabra derivada. Lo mismo puede ocurrir con un adjetivo: inténtalo buscando el sustantivo.
4. Si quieres saber el significado de una palabra que has oído, no olvides que en español:
 - las letras *b* y *v* se pronuncian igual.
 - La *h* no se pronuncia.
 - *Ge*, *gi* y *je*, *ji*, suenan igual.

Esto significa que tendrás que buscar las dos alternativas.

4.7. Explicad al resto de la clase “la gracia” de la *burrada lingüística*. ¿Conocéis otros “lapsus” en español o en vuestra lengua?

5. ¡A leer!

5.1. No confundáis *las burradas lingüísticas* con los *malentendidos lingüísticos*, aunque a veces por culpa de ellos hayamos pasado un mal rato. Mirad lo que le ocurrió a nuestro amigo John Smith en Madrid el verano pasado.

TO BE OR NOT TO BE, THIS IS THE QUESTION

El pobre John Smith llegó a Barajas, con una guía turística debajo del brazo, un diccionario de bolsillo español-inglés, y con la humilde idea de que había aprendido de maravilla la lengua española en aquella academia de California.

“Aprenda español en un mes” rezaba la publicidad que John había visto y efectivamente así había sido. Le habían enseñado todos los tiempos verbales, se los sabía de memoria y podía repetirlos incluyendo el “vosotros”.

Con una gran seguridad personal, llamó a un taxi y ya en el coche, para practicar un poco más el idioma, empezó a darle charla al conductor.

“Hoy no debería haber venido a trabajar” dijo el taxista en cuestión, “es que **no estoy muy católico** ⁽¹⁾”. John contestó que él era protestante, pero que de todos modos había viajado en avión desde Estados Unidos.

“Usted **está un poco verde** ⁽²⁾” manifestó inquieto el taxista, y John presuroso cogió un espejito de bolsillo para mirar su cara y contestó: “¿Usted cree? La comida del avión era muy buena y mi hígado funciona muy bien”(...)

Feliz por el sol madrileño entró en el hotel en el que había reservado una habitación y rápidamente hizo buenas migas con el conserje.

Pensó que merecía una recompensa por tanta amabilidad y mientras abría la cartera para darle una propina, le dijo en tono amable: “Usted **está demasiado atento** ⁽³⁾”.

El conserje avergonzado desvió rápidamente la vista del fajo de billetes que John llevaba y no volvió a dirigirle la palabra...

CONTINUARÁ

¿Qué significan las siguientes expresiones? Elige la respuesta correcta:

1. No estar muy católico/a.

- a. No estar bien de salud.
- b. Ser ateo o atea.
- c. No tener ganas de trabajar.

2. Estar verde.

- a. Estar enfermo o enferma.
- b. No estar muy preparado en algo (referido a personas).
- c. Oler mal.

3. Estar atento/a.

- a. Con la atención fija en algo.
- b. Una persona muy simpática.
- c. Pensar mal de alguien.

5.2. ¿Qué significan estos adjetivos con *ser*? Intentad deducir con la información que tenéis y con el texto la definición de *ser católico/a*, *ser verde* y *ser atento/a*.

1.
2.
3.

5.3. Más sobre *ser* y *estar*. Son muchos los adjetivos que cambian su significado según se usen con *ser* o con *estar*. Éstos son algunos ejemplos:

- **Ser despierto/a:** Ágil de mente, de ingenio vivo y claro.
- **Estar despierto/a:** Lo contrario de estar dormido/a.
- **Estar rico/a:** Que tiene buen sabor, generalmente referido a comidas.
- **Ser rico/a:** Persona que tiene mucho dinero.
- **Ser abierto/a:** Persona extrovertida o extravertida, sociable y que tiende a expresar sus sentimientos. También se utiliza con el sentido de estar dispuesto a acoger nuevas ideas.
- **Estar abierto/a:** Lo contrario de estar cerrado/a.
- **Ser malo/a:** Persona malvada. Si se refiere a cosas, significa que es de mala calidad o perjudicial para algo.
- **Estar malo/a:** Estar enfermo/a. Referido a comidas, significa que tiene mal sabor o que está en mal estado.
- **Ser delicado/a:** Suave, fino, frágil.
- **Estar delicado/a:** No tener buena salud.

Otros adjetivos se pueden usar indistintamente con *ser* o con *estar*: soltero/a, casado/a, viudo/a, divorciado/a, ciego/a.

5.4. ¿Cómo continúa la historia de John? En grupos, vais a escribir el final incluyendo un malentendido lingüístico más.

6. ¡Hacia la tarea!

6.1. Dividid la clase en grupos, cada uno de los cuales va a elaborar tres anuncios teniendo en cuenta todo lo aprendido en la unidad. Para ello tenéis que:

- a. Decidir los productos que vais a anunciar.
- b. Decidir el destinatario.
- c. Buscar imágenes o dibujos.
- d. Redactar los textos publicitarios: han de incluir una burrada lingüística y un malentendido lingüístico y cultural.



6.2. Ahora tenéis que decidir los criterios de puntuación para elegir los seis mejores anuncios de la clase:

- a. El que más os ha hecho reír.
- b. El más negro o verde.
- c. El más irónico.
- d. El que os ha hecho reír a carcajada limpia, etc...

7. ¡A la tarea!

7.1. Una vez seleccionados los seis anuncios que se van a grabar, buscad el material que necesitéis para ambientarlo. Ensayad un poco y... ¡a grabar!

7.2. Recordad que cada anuncio va a ir entre cada uno de los programas que habéis hecho a lo largo del libro: decidid en qué orden los vais a insertar.