

XI Encuentro Práctico de Profesores de ELE

Organizado por International House Barcelona
y Difusión



VAMOS A RECONSTRUIR LA HISTORIA

Alicia Crespo



Ficha Técnica

Título de la tarea: Vamos a reconstruir la historia.

Material: Grabación de un anuncio televisivo de Cerveza San Miguel¹ y seis fotogramas del anuncio.

Tiempo necesario: Alrededor de dos horas.

Destrezas practicadas: Las cuatro destrezas: Comprensión escrita, comprensión lectora, expresión escrita, expresión oral.

Objetivos: Esta actividad conlleva varias prácticas en los diferentes niveles de lengua.

Nivel fonológico: Practicarán sobre todo la entonación, pero también la pronunciación.

Nivel semántico: Vocabulario nuevo, elicitado a partir de las fotografías.

Nivel morfológico-gramatical: Se focalizará en la práctica del estilo indirecto, pero, a su vez, repasarán los tiempos del pasado y los organizadores del discurso.

Nivel pragmático: Se practicarán diferentes registros, ya que deberán reconstruir diálogos y relatar historias. En la práctica alternativa que proponemos también se practican los cambios de registro y de estilo a partir del cambio del punto de vista. Suponemos como dentro de este nivel la explotación cultural que proponemos hacer a partir del visionado del anuncio.

Procedimiento:

En primer lugar presentamos las fotografías del anuncio recortadas y boca abajo. Cada alumno o cada grupo, dependiendo de la cantidad de alumnos coge una fotografía y describe lo que pasa, este es el momento de comprobar el vocabulario conocido y de explicar las palabras nuevas, que normalmente son: bandeja, paquete... En este momento es mejor que no se extiendan mucho en explicaciones, simplemente se trata de describir lo que se ve en cada fotograma. Esta actividad no debe durar más de 10 minutos.

Una vez hecho esto, se divide la clase en parejas preferiblemente o en grupos si son muchos. Cada pareja deberá ordenar las fotografías de la manera que les parezca más lógica para explicar una historia que tenga sentido. Aquí es conveniente advertir a los alumnos que no se trata de adivinar el orden de la historia del anuncio sino que deben inventar su propia historia. (20 minutos aproximadamente). El profesor puede ir ayudando o corrigiendo a medida que los grupos van desarrollando la historia.

Cuando ya están escritas, una persona de cada grupo lee la historia y los demás van ordenando las imágenes para ilustrar la historia. Al final se hacen votaciones para elegir una de las historias, puede ser la más bonita o la más divertida o disparatada. Esta historia será la base para escribir, también en parejas, los diálogos que se pueda suponer que se dicen en el anuncio. La lectura de los diálogos será mejor hacerla escenificada, pero en cualquier caso se trata de trabajar la entonación. Más adelante, con el visionado del anuncio podrán observar la entonación en las diferentes situaciones. (40 minutos)

A partir de estos diálogos rescribirán la historia y esta vez los diálogos pasarán a ser explicados en estilo indirecto. Al final también se les dará el diálogo original y, a partir de éste, se reconstruirá la historia

¹ Los fotogramas y el anuncio se encuentran en *El libro rojo de la publicidad* (L. Bassat) y en el vídeo que acompaña al libro, respectivamente. De todas formas esto no es más que un ejemplo de explotación didáctica. Por lo tanto, no se trata de que los profesores utilicen este mismo anuncio, sino que pueden grabar cualquier anuncio y dibujar los fotogramas o reproducirlos por ordenador.

«verdadera» de forma oral. Este diálogo quedará como tarea para casa para pasarlo al estilo indirecto. La parte de la cabina de teléfono deberá ser completada con la parte del diálogo de la chica. (30 minutos) Al final se pondrá el anuncio y se fijará la atención en la pronunciación y en la entonación. (10 minutos)

El tiempo que sobre servirá para hacer la explotación cultural del anuncio y, a la vez llevar a cabo una conversación más espontánea, menos dirigida. A partir, por ejemplo de cuestiones como: el alcohol en España. Se les puede preguntar si en sus países se bebe de la misma manera que en España. También es interesante hacerles ver como este anuncio está relacionado con la entrada de España en la C.E.E y por tanto hay una preocupación por la entrada de la competencia y el anuncio decide darle una proyección europea o internacional al producto y dotarlo así de los valores asociados que esto conlleva.

Una propuesta alternativa, si la historia del anuncio ha interesado, es la de hacer el ejercicio de estilo de *Queneau*²: éste consiste en explicar la misma historia desde diferentes puntos de vista. Un ejemplo sería: la historia explicada por la chica guapa, o por la otra chica. Parte del experimento de *Queneau*, consiste en establecer una serie de limitaciones para la narración de la historia, por ejemplo, en este caso prohibiendo las palabras: llamar, cerveza y bar en la redacción.

² Queneau, R. (1987) *Ejercicios de estilo* Madrid: Cátedra. La idea de la aplicación de este ejercicio la encontramos en Moreno, V. (1995) *El deseo de escribir*. Pamplona: Pamiela.