Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

CC BY NC SA

Ejercicios de ampliación sobre articulación y publicidad

Estas actividades tienen como objetivo analizar la articulación de los sonidos del español y reflexionar sobre los factores que influyen en su realización, así como sobre su aprovechamiento en la publicidad. A través del análisis de anuncios y otros ejemplos reales, se trabajan cuestiones como la distinción entre sonidos y fonemas, los pares mínimos, las variaciones en la pronunciación, los fenómenos de hiperarticulación e hipoarticulación y la estructura silábica. Asimismo, se reflexiona sobre la relación entre la pronunciación, la normativa y la situación comunicativa, y sobre cómo las marcas y los profesionales de la publicidad pueden aprovechar los recursos fónicos para llamar la atención del público y construir sus mensajes. Para que el estudiante pueda contrastar sus respuestas, se propone la solución más adecuada para estas actividades, pero la mayoría de ellos no tiene una solución ni una explicación única.

1. **Haz un listado de qué combinaciones vocálicas y consonánticas son más difíciles de articular para un hablante de español. Pon ejemplos de palabras donde se encuentren tales combinaciones.**

2. **Busca ejemplos de pares mínimos que muestren que en español hay cinco fonemas vocálicos.**

3. **Fíjate en el siguiente tuit de la cuenta de Lidl España en la red social X. ¿Consideras que constituyen un caso de par mínimo fonético (es decir, de pronunciación)?**



Fuente: https://x.com/lidlespana/status/2111003208793641167

Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

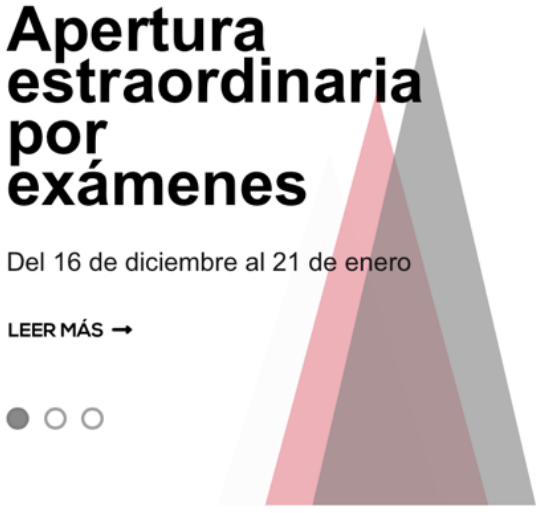
CC BY NC SA

4. **¿Qué tipo de variación fonética queda reflejada en el juego de palabras que aparece en la etiqueta de este producto?**



Fuente: propia

5. **¿Qué fenómeno de articulación se está representando con este error ortográfico en este anuncio?**



Fuente: captura de pantalla de la página web de las bibliotecas de la URJC (noviembre de 2024).

Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

CC BY NC SA

6. **Fíjate en las siguientes palabras de este anuncio:** https://youtu.be/T23zOs-N2cE**. Comenta la articulación de los segmentos en negrita. ¿Qué fenómenos se han producido? ¿Crees que son apropiadas estas articulaciones? Justifica la respuesta.**

7. **La voz en off del anuncio de Huesitos está hiperarticulando todo el enunciado, de manera que introduce una consonante donde no debería. ¿Puedes detectar dónde se aprecia y justificarlo?** https://www.youtube.com/watch?v=3HROC398Qv4 **Si no percibes nada, puedes intentar ponerlo a una velocidad más baja.**

8. **Al igual que ocurre en la imagen con la palabra *espectacular*, los siguientes términos suelen aparecer en los carteles para llamar la atención del producto: *impresionante*, *increíble* y *extraordinario*. Sepáralos en sílabas y justifica la silabificación.**



9. **¿Qué problemas de silabificación presentan las siguientes imágenes?**



Fuente: https://www.centrocomercialgransur.es/sorteamos-10-sesiones-de-depilacion-en-yves-rocher/

Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona



Fuente: imagen propia tomada en el Aeropuerto de Barcelona (03/05/2026)

10. **Fíjate en la siguiente imagen y explica qué función tiene la /e/ inicial de *Estratify* desde el punto de vista de la estructura silábica del español si la palabra inglesa de la que procede no incluye esta vocal.**



Fuente: https://www.solunion.es/solunion-lanza-estratify/

Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

CC BY NC SA

Propuesta de soluciones

1.

Este ejercicio puede tener muchas soluciones, pero lo vamos a explicar de forma general.

Las vocales en contacto se eliden o cambian el timbre porque realizar los movimientos de ambas configuraciones articulatorias resulta difícil. Por esta razón, cuando en enunciados publicitarios aparecen dos vocales del mismo timbre, como "0 % de alcohol" o la campaña publicitaria de la DGT "El alcohol te miente", fácilmente el locutor produce una hipoarticulación y reduce a una sola vocal las dos vocales.

También ocurre en combinaciones que forman diptongos o hiatos, Tienden a reducirse. En este enlace (https://vm.tiktok.com/ZN8AK26fG/) podemos apreciar cómo el hablante realiza un diptongo en vez de un hiato para favorecer la articulación de las dos vocales (*airopuerto* en lugar de *aeropuerto*). Esto también se considera un fenómeno de articulación.

En cuanto a las consonantes, las que están en posición de ataque raramente son difíciles de articular porque pertenecen a una sílaba CV (consonante y vocal), mientras que las que están en coda suelen elidirse. Las sílabas que, como en la palabra *in**duc**ción* en el anuncio de Balay tienen una consonante en posición de coda que no es continua, como la [k], suelen ser más difíciles de articular que las continuas, como la [n], y, por eso, tienden a elidirse. O las consonantes en posición final en palabras muy utilizadas en publicidad como *calidad*, en las que el hablante elide su pronunciación. Se recomienda, según la RAE, pronunciar el fonema de una forma relajada sin elidirlo ni sustituirlo por otras articulaciones como *calidaz* o *calidat*.

2.

Hay diferentes soluciones. Algunas propuestas son paso/peso/piso/poso/puso o casa/queso/quiso para los fonemas /a,e,i/ y rosa/rusa, para los fonemas /o,u/.

Son pares mínimos porque el cambio de un sonido por otro da lugar a cambios de significado en los pares de palabras que se proponen.

3.

Uva (/ˈuba/) y *hubo* (/ˈubo/) constituyen un par mínimo, porque un par mínimo debe diferenciarse por un único fonema en la misma posición y los dos términos deben tener significados distintos. Es lo que ocurre en este caso cuando tenemos en cuenta que las grafías *b* y *v* corresponden al mismo sonido y que la grafía *h* no se

corresponde con ningún fonema en español. En este sentido, conviene tener en cuenta que los fonemas y las grafías son dos planos diferentes y que la ortografía es una convención. Además, se produce un cambio de significado al cambiar el fonema/a/ por el fonema /o/. En la transcripción fonológica se aprecia bien.

4.

Se está representando el fenómeno de yeísmo. Este fenómeno, según se indica en la RAE (https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/el-ye%C3%ADsmo), "es consecuencia de la eliminación de las diferencias entre dos fonemas articulatoriamente muy próximos. Tanto /ll/ como /y/ son fonemas palatales sonoros; la principal diferencia entre ambos estriba en que el fonema /ll/ es lateral, pues en la articulación del sonido correspondiente el aire sale al exterior por los laterales de la boca, al estar cerrado el paso por el canal central; en cambio, al articular el sonido correspondiente al fonema /y/, el aire sale al exterior por el centro de la cavidad bucal".

5.

Aquí se refleja desde un punto de vista gráfico la pronunciación de la grafía *x* como /ks/ o como /s/. En este segundo caso estaríamos ante una hipoarticulación. Según la RAE (https://www.rae.es/dpd/x), su articulación depende del lugar que ocupe dentro de la palabra. En este caso, ambas realizaciones son posibles, la pronunciación culta, /ks/ o la relajada, /s/, que es la más frecuente en España. Esto se debe a que las consonantes aparecen en coda silábica.

6.

- ¿Has **sido** tú? Relaja mucho la /d/ intervocálica.
- ¿Cuál es la **ex**cusa **de es**ta semana? En "excusa", la articulación de la grafía "x" sigue la norma culta, se articula como /ks/, pero en "de esta", se elide una de las dos vocales. Este último caso sería un fenómeno de hiporarticulación.
- No han pasado ni **vein**ticuatro **ho**ras. En el caso de "veinticuatro" se reduce el diptongo [ei] a [e] y se elide una de las dos vocales del mismo timbre, [oo] pasa a [o]. Ambos son ejemplos de hipoarticulación.
- Papá, **te he** visto. En este caso, vuelve a ocurrir lo mismo, dos vocales del mismo timbre se eliden y solo se realiza una única vocal.

La hipoarticulación consiste en una reducción del esfuerzo articulatorio que puede manifestarse en la relajación de los movimientos articulatorios, la reducción de determinados segmentos, la pérdida de sonidos o la menor precisión en su realización. Es habitual en el habla espontánea, especialmente cuando los hablantes priorizan la fluidez y la transmisión del mensaje sobre la pronunciación cuidadosa de cada segmento.

En publicidad, el uso de estos rasgos puede contribuir a que los diálogos resulten más naturales, espontáneos y creíbles, al aproximarlos a las características de las conversaciones cotidianas. No obstante, su eficacia depende del contexto comunicativo y de que las reducciones no dificulten la comprensión del mensaje.

7.

El ejemplo muestra la consonantización del diptongo /ue/ en inicio de palabra. La hiperarticulación de este diptongo hace que el primer elemento se consonantice y se realice como una /g/. Además, también se produce la sonorización de la /s/ por estar en contacto con una consonante sonora.

8.

En español, para la separación silábica se debe tener en cuenta si las combinaciones vocálicas forman parte del diptongo o del hiato.

- *Impresionante*: la combinación /io/ forma un diptongo, por lo tanto, la vocal cerrada átona y la vocal media pertenecen a la misma sílaba: im-pre-sio-nan-te.
- *Increíble*: la combinación /i/, forma parta de un hiato porque la vocal cerrada es tónica, por lo tanto, cada vocal constituye una sílaba diferente: in-cre-í-ble.
- *Extraordinario*: la combinación /io/ forma un diptongo, por lo tanto, la vocal cerrada átona y la vocal media pertenecen a la misma sílaba. La grafía *x*, independientemente de cómo se articule dicha grafía, se separa como ex-tra-or-di-na-rio.

9.

Las imágenes presentan un problema de silabificación gráfica; en ambos casos parece que cada una de las palabras viene constituida por tres sílabas. La separación de los enunciados publicitarios no va en concordancia con la separación silábica en español: de-pi-la-ción y san-ta-ma-rí-a. Probablemente se debe a una decisión de diseño tipográfico y composición visual, no a un desconocimiento de la estructura silábica. El diseñador busca equilibrar las tres líneas y aprovechar la forma de las letras para construir una imagen gráfica. Sin embargo, esta disposición también puede influir en el modo en que el receptor procesa y percibe las palabras. Cuando la disposición gráfica introduce cortes que no coinciden con las fronteras silábicas, puede generar una segmentación visual que no se corresponde con la estructura lingüística de las palabras. Así, aunque el mensaje siga siendo comprensible, la composición puede alterar momentáneamente la percepción de su forma y su ritmo de lectura creando cierta dificultad en su interpretación.

Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

CC BY NC SA

10.

Tal como indica la RAE (https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/representaci%C3%B3n-gr%C3%A1fica-del-fonema-s), “en español no resulta natural articular directamente el fonema /s/ en posición inicial de palabra cuando le sigue otra consonante. En esos casos se articula una /e/ delante de la /s/, de ahí que las palabras de otras lenguas cuya grafía originaria comienza por «*s* + consonante» (la denominada *ese líquida*), cuando se adaptan al español, añadan siempre una *e* inicial de apoyo”.