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

CC BY NC SA

Ejercicios sobre prosodia y publicidad

Estas actividades tienen como objetivo analizar los recursos prosódicos del español y reflexionar sobre las funciones que desempeñan en la comunicación, así como sobre su aprovechamiento en la publicidad. A través del análisis de anuncios radiofónicos y audiovisuales de distintos países hispanohablantes, se trabajan cuestiones como el valor fonológico y pragmático de la entonación, las pausas, la velocidad de elocución y la intensidad, los mecanismos prosódicos de énfasis y los patrones entonativos de los enunciados interrogativos. Asimismo, se reflexiona sobre la importancia de estos recursos en la transmisión de los mensajes publicitarios. Para que el estudiante pueda contrastar sus respuestas, se propone la solución más adecuada para estas actividades, pero la mayoría de ellas no tiene una solución ni una explicación única.

1. **Indica, mediante ejemplos, el valor fonológico y el valor pragmático de los siguientes rasgos prosódicos.**

   - Entonación
   - Pausas
   - Velocidad de elocución
   - Intensidad

2. **Señala cómo el hablante de la voz en *off* realiza el énfasis en los siguientes enunciados publicitarios radiofónicos de diferentes países hispanoamericanos. Reflexiona sobre si se utilizan los mismos recursos prosódicos en la cuña de España.**

   a) Argentina: Grandote

   b) Chile: ING

   c) Colombia: contra el contrabando

   d) España: campaña “Aquí no se tira nada”

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

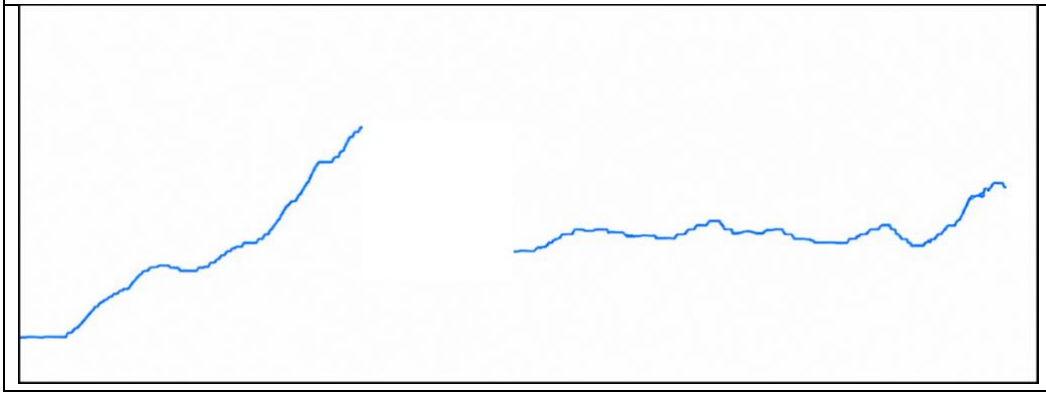
CC BY NC SA

3. **Indica qué función tienen las pausas que se incluyen en este anuncio de Save the Children y si son correctas o no (https://www.youtube.com/watch?v=-_ee00JBAsU).**

A los once años me casé con la interpretación. **# (1)** Era solo una niña, pero a esa edad ya sabía lo que quería para mi futuro **# (2)** y lo que no. A los once años decidí casarme con mi verdadera pasión: **# (3)** el cine, pero también con la libertad, la independencia y el compromiso **# (4)** de ser yo la única persona que escribiera el guion de mi vida. Por desgracia, cada día alguien decide por miles de niñas, obligándolas a casarse **# (5)** y condicionando su futuro.

4. **La modalidad interrogativa se usa mucho en publicidad, pero no siempre va asociada con una entonación final ascendente. Fíjate en los siguientes ejemplos y responde a las siguientes preguntas:**

   a) **Clasifica el tipo de interrogativas que se emplea en estos enunciados publicitarios.**
   b) **Indica a partir del patrón entonativo en cuáles de ellas se aprecia una inflexión ascendente o descendente al final del enunciado interrogativo. ¿A qué crees que se debe?**
   c) **Compara los patrones de España y los de los países hispanoamericanos. ¿Observas alguna diferencia? Justifica la respuesta.**
   d) **Reflexiona sobre por qué esta modalidad se usa mucho en publicidad. Contextualiza tu respuesta con los enunciados que aparecen en este ejercicio.**

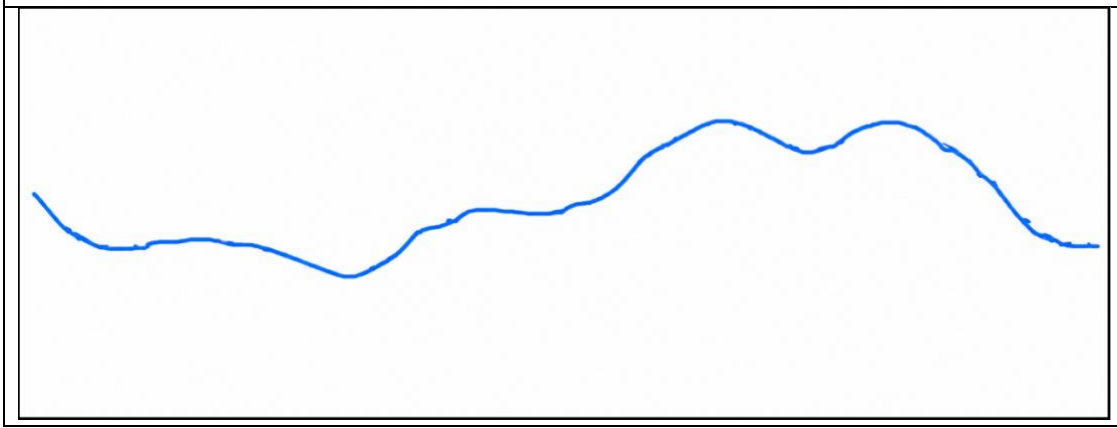
Línea directa	https://www.youtube.com/watch?v=qqPhDyVH_Ug
¿y el coche?, ¿con quién lo tienes asegurado?	
	

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

CC BY NC SA

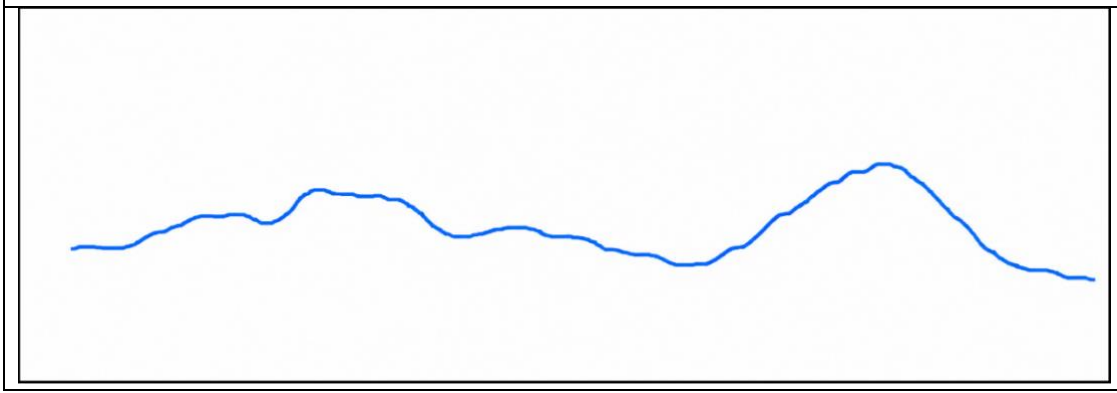
Škoda Kamiq	https://www.youtube.com/watch?v=VeP_45KwRhk

¿De qué color es?



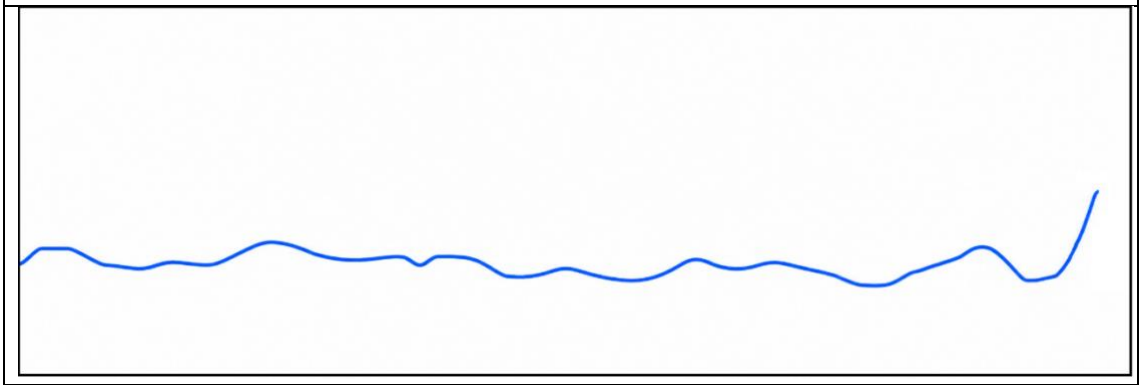
Bion 3 energy	https://www.youtube.com/watch?v=sNa-jQFKVWE

¿Cómo tienes esa energía?



Calvo	https://www.youtube.com/watch?v=zV0ApVm2NXA

¿Ustedes son los responsables de esto?

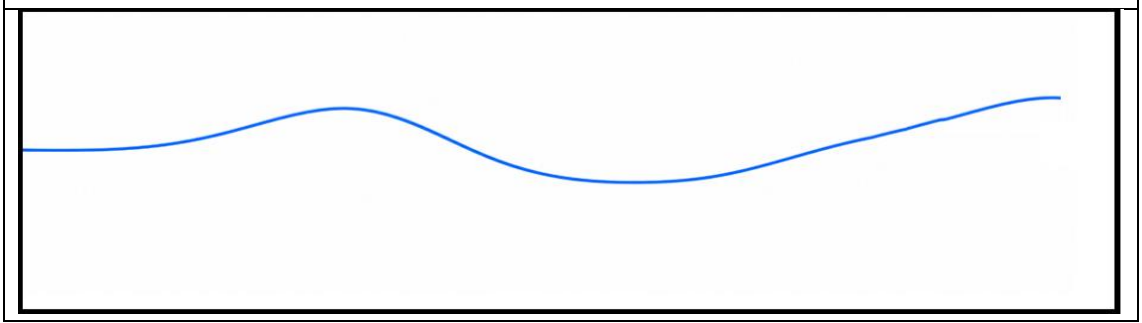


Emma Gallardo Richards, María Jesús Machuca Ayuso
Departament de Filologia Espanyola
Universitat Autònoma de Barcelona

CC BY NC SA

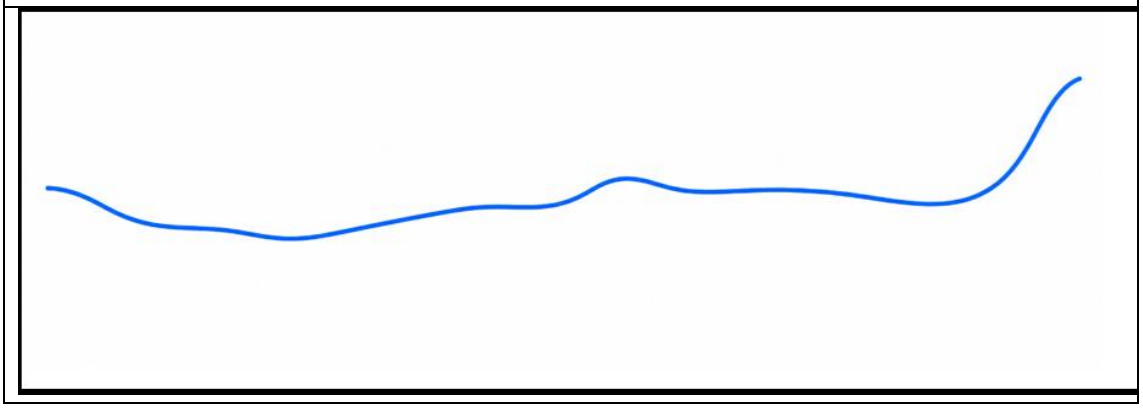
Día	https://www.youtube.com/watch?v=1THh5i9Lr8o

¿De día?



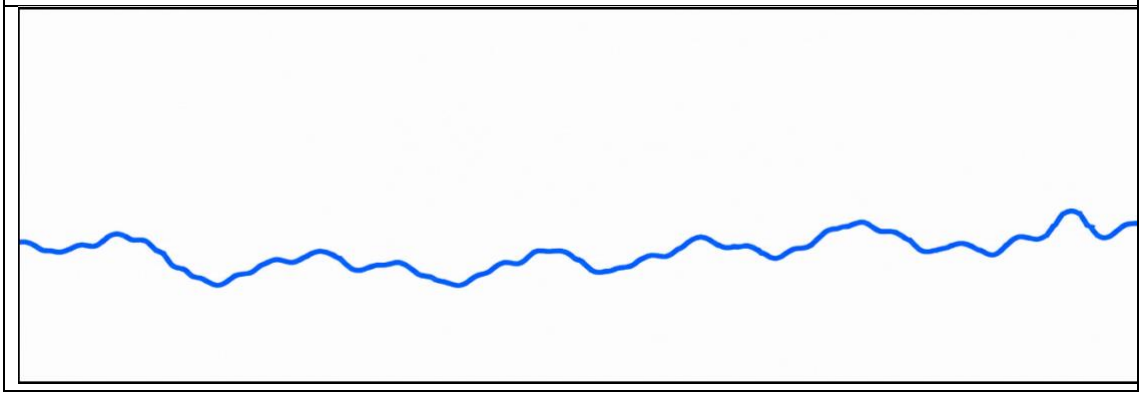
Café 1820 (Costa Rica)	y si vamos por un café_costa rica.wav

¿Y si vamos por un café?



Antigripal Oscillo (México)	antigripal_Oscilo_Méjico.wav

¿Dolor de cabeza, frío, cuerpo cortado?



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

CC BY NC SA

5. El siguiente informe es una valoración de una presentación oral. ¿Crees que es adecuado? Desde tu punto de vista, ¿qué le falta a este informe?

Entre las exposiciones evaluadas, considero que la más adecuada a la situación comunicativa fue la presentación sobre la ONG, llamada "Regala sonrisas".

Desde el inicio, la presentación consiguió captar la atención del público gracias a la fluidez con la que se presentaron los diferentes aspectos relacionados con la ONG.

En cuanto a la expresión oral, el orador destacó por su excelente articulación, ya que expresó sus ideas de manera clara y precisa, lo que facilitó la comprensión del mensaje. Asimismo, cabe destacar su dominio de la prosodia, especialmente por el uso de variaciones tonales y rítmicas que contribuyeron a enfatizar los conceptos más relevantes. En particular, ralentizó el ritmo en aquellos momentos en los que quería destacar una información importante.

Por lo que respecta al contenido y a la organización del discurso, supo adaptarlo perfectamente a una situación comunicativa que requería transmitir una cantidad considerable de información sin renunciar al dinamismo. Además, mantuvo una estructura ordenada y coherente, y concluyó con un mensaje de carácter emocional que reforzó el propósito de la exposición y dejó una impresión positiva en el público.

También cabe destacar el uso adecuado de conectores y de un vocabulario formal, así como la ausencia de muletillas y tics lingüísticos. En relación con la comunicación no verbal, el orador acompañó sus intervenciones con una gestualidad expresiva que contribuyó a hacer la presentación más dinámica y facilitó el seguimiento de sus explicaciones.

Finalmente, quisiera destacar uno de los recursos que aportó mayor originalidad a la presentación y la diferenció de las demás exposiciones: la elección de una temática navideña vinculada a los niños. Este enfoque permitió incorporar el testimonio de una persona relacionada con la ONG, un recurso que generó una mayor conexión emocional con el público y que contribuyó a transmitir de manera directa el objetivo fundamental de la organización: regalar sonrisas.

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 respuestas. Se ofrecen ejemplos que podrían ser orientativos:

- **Entonación**: la entonación de ejemplos como *Está lloviendo* o *¿Está lloviendo?* tienen un valor fonológico, puesto que el significado es diferente, a pesar de que las secuencias de palabras son las mismas. En un caso se afirma que está lloviendo, en el otro se pregunta si está lloviendo.
  Otros ejemplos, como entonar de manera diferente el enunciado *¿Me pasas el abrigo?*, son muy interesantes para reflexionar sobre la entonación porque, aunque formalmente este ejemplo tiene estructura interrogativa, puede expresar distintas intenciones comunicativas según cómo se realice la curva melódica, como las siguientes:
  - Petición neutra y cortés: curva relativamente suave, con un descenso en la parte final. La pregunta funciona como una petición cotidiana, sin especial carga expresiva.
  - Pregunta de confirmación: Ascenso tonal al final, especialmente en la última palabra. Se suele realizar un alargamiento al final. El hablante busca confirmar que el interlocutor ha entendido o está dispuesto a hacerlo.
  - Petición insistente: mayor amplitud tonal y ascenso final más pronunciado. Puede transmitir insistencia o impaciencia.
  - Petición de sorpresa o incredulidad: movimiento tonal más amplio, con una subida expresiva y posterior descenso. Puede aparecer cuando el hablante se sorprende de que el interlocutor tenga su abrigo.

- **Pausas**: las pausas pueden tener valor fonológico cuando el hecho de realizarlas en el enunciado dan lugar a significados diferentes, por ejemplo, *María # come bien*, *María come bien*. En el primer enunciado se le dice a María que coma bien (vocativo), en el segundo se afirma que María, en efecto, come bien.
  También se puede observar un valor pragmático de las pausas. Por ejemplo, en el enunciado *No sé… si de verdad quieres que vaya contigo*. La pausa después de *no sé* tiene un valor pragmático, ya que expresa vacilación o duda por parte del hablante. Esta pausa no sirve solo para para respirar (pausa fisiológica), sino que también contribuye a transmitir una actitud de duda.

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

CC BY NC SA

- **Velocidad de elocución:** este rasgo prosódico solo tiene valor pragmático, debido a que el hecho de que un hablante habla más lento o más rápido no da lugar a cambios en el significado, pero puede expresar estados de ánimo como el nerviosismo (con una velocidad mayor) o la apatía (con una velocidad menor).

- **Intensidad:** cuando alguien habla más alto o más bajo tampoco cambia el significado de lo que está diciendo, pero puede expresar valores pragmáticos. Su interpretación depende del contexto, de la combinación con otros rasgos prosódicos (entonación, pausas, duración) y de la situación comunicativa. Por ejemplo, hablar alto puede expresar enfado, pero también entusiasmo o la necesidad de hacerse oír. En algunas ocasiones, podemos reflejar la intensidad, rasgo prosódico propio de la lengua oral, en la lengua escrita, mediante el recurso de las mayúsculas.

2.

a) Argentina: Grandote. Se utiliza el volumen de voz (perceptivamente la intensidad) y el alargamiento en la última parte del enunciado.

b) Chile: ING. Los recursos que se utilizan para enfatizar son más bien gramaticales, por ejemplo, las interrogativas que se realizan, pero también hay palabras resaltadas que se aprecian con más intensidad (ahoRRAdo, ESE número, ING, Todo para ayudarte, TU número) o que se alargan (perooooo, ¿cuál es ese número?

c) Colombia: contra el contrabando. En este caso lo que nos indica el énfasis es la repetición de *más*, además de la intensidad con la que se percibe. También las palabras *todos* o *no* se realizan con más fuerza cuando el locutor dice “Si el contrabando es contra todos, ahora TODOS contra el contrabando” o en “Colombia, un compromiso que NO podemos evadir”. Es importante observar el papel de las pausas en este enunciado, que sirven también para llamar la atención del oyente, como hemos mencionado en el ejercicio anterior.

d) España: campaña “Aquí no se tira nada”. En el enunciado de la locutora española, no hay ningún rasgo, desde el punto de vista prosódico, que realce el discurso. Existen otros elementos, como la repetición de *mejor* y la formulación de una interrogativa retórica, con la que no se espera necesariamente una respuesta, tan solo se busca provocar una reflexión o reforzar una afirmación.

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

CC BY NC SA

> Es interesante observar cómo, aunque se produzca una repetición de una misma palabra, esta no va acompañada de un mayor volumen de voz.

Si se comparan estos enunciados, se observa que las cuñas de Hispanoamérica presentan un mayor número de refuerzos prosódicos, incluso cuando se emplean también otros recursos gramaticales. En el caso concreto de este enunciado de España, la locutora no acompaña las repeticiones léxicas con un incremento del volumen de voz que permita al oyente percibir una mayor intensidad en las palabras repetidas. No obstante, este comportamiento no puede hacerse extensivo al conjunto de las cuñas publicitarias españolas e hispanoamericanas, ya que sería necesario analizar un corpus más amplio para determinar si se trata de una tendencia general o de una característica particular de estos ejemplos.

3.

La organización del discurso no depende exclusivamente de la presencia de pausas silenciosas, ya que determinados límites prosódicos pueden señalarse mediante variaciones tonales. Las pausas pueden aparecer incluso cuando no existe una necesidad fisiológica de respirar, puesto que también desempeñan funciones pragmáticas, como enfatizar determinados elementos, generar expectación o facilitar la interpretación del mensaje. Su distribución, sin embargo, debe ser adecuada a la estructura sintáctica y semántica del enunciado. Una pausa puede contribuir a destacar una idea o a organizar la información, pero, si se introduce en un punto inadecuado, puede fragmentar unidades de significado o dificultar la interpretación del mensaje.

Analicemos las pausas concretas que se encuentran en este fragmento del anuncio:

> A los once años me casé con la interpretación. **# (1)** Era solo una niña, pero a esa edad ya sabía lo que quería para mi futuro **# (2)** y lo que no. A los once años decidí casarme con mi verdadera pasión: **# (3)** el cine, pero también con la libertad, la independencia y el compromiso **# (4)** de ser yo la única persona que escribiera el guion de mi vida. Por desgracia, cada día alguien decide por miles de niñas, obligándolas a casarse **# (5)** y condicionando su futuro.

# 1	Correcta. Separa dos enunciados completos y permite cerrar la primera idea antes de desarrollar la siguiente. Además, refuerza el impacto de la afirmación inicial.

# 2	Correcta. Se contraponen dos ideas y la pausa sirve para destacar reforzar el contraste entre "lo que quería y lo que no". Sirve para generar expectación, crear un contraste y preparar al oyente para interpretar esa palabra o secuencias de palabras como relevante. Se gestiona la atención del interlocutor mediante la prosodia.
# 3	Correcta. La pausa precede a la identificación de aquello que constituye la verdadera pasión de la protagonista (el cine), por lo que genera expectación y destaca el elemento que se introduce a continuación.
# 4	Incorrecta. Rompe una unidad sintáctica y de significado, ya que separa el *sustantivo* compromiso de su complemento (*de ser yo la única persona que escribiera el guion de mi vida*). Esta fragmentación dificulta el procesamiento del enunciado y rompe la continuidad de una unidad de significado.
# 5	Correcta. La pausa separa dos acciones que se presentan como consecuencias del matrimonio infantil: obligar a las niñas a casarse y condicionar su futuro. Aunque ambas acciones están sintácticamente coordinadas (*obligándolas a casarse* y *condicionando su futuro*), la pausa permite destacar la segunda consecuencia y darle un mayor énfasis. Se trata, por tanto, de una pausa retórica que contribuye a intensificar el mensaje y a subrayar las consecuencias del problema denunciado en el anuncio.

4.

Para resolver el ejercicio conviene distinguir tres aspectos: la estructura gramatical de la interrogativa, su función comunicativa y su configuración entonativa (curva melódica y tonemas). Una pregunta no tiene por qué terminar con una inflexión ascendente. Si existe una ambigüedad entre una modalidad enunciativa y una interrogativa, la inflexión tonal debe ser ascendente para evitar una confusión en la situación comunicativa, pero, en el caso de las interrogativas pronominales que se inician con una partícula interrogativa, el hablante no necesariamente necesita realizar una inflexión ascendente para indicar que está formulando una pregunta.

a) Clasificación del tipo de interrogativas y b) Tipo de inflexión

Anuncio	**Tipo de interrogativa e inflexión**
¿Y el coche? ¿con quién lo tienes asegurado?	Interrogativa pronominal (parcial). La partícula interrogativa no está al inicio, el hablante apela al interlocutor focalizando el elemento importante En los dos casos la inflexión tonal final es ascendente. El tonema es de anticadencia en el

	caso de "¿Y el coche?" y de semianticandencia en el final de la segunda parte del enunciado (¿con quién lo tienes asegurado?)
¿De qué color es?	Interrogativa pronominal (parcial), la inflexión final puede ser tanto ascendente como descendente porque ya aparece la partícula interrogativa al inicio. En este caso en concreto es descendente.
¿Cómo tienes esa energía?	Interrogativa pronominal (parcial), la inflexión final puede ser tanto ascendente como descendente porque ya aparece la partícula interrogativa al inicio. En este caso en concreto es descendente.
¿Ustedes son los responsables de esto?	Interrogativa absoluta (total), la inflexión tonal es ascendente al final. Se espera una respuesta sí o no.
¿De día?	Interrogativa (casi exclamativa). No se realiza una pregunta, en el que se espere una confirmación, por eso no se aprecia una inflexión tonal ascendente clara.
¿Y si vamos por un café?	Interrogativa de propuesta o sugerencia. No se espera una respuesta afirmativa, aunque va implícita la respuesta en la forma de preguntar. El ascenso en la curva melódica no solo se produce al final, sino que va subiendo poco a poco. Contrastadlo con la entonación de una interrogativa total en la que puede haber una respuesta afirmativa o negativa (¿Vamos a tomar un café?
¿Dolor de cabeza, frío, cuerpo cortado?	Es una interrogativa con enumeración y con un carácter más bien retórico. Se invita al interlocutor a reconocer si presenta alguno de ellos. Esta es la razón de que la curva entonativa sea más bien plana

c) Comparación entre España e Hispanoamérica

En los ejemplos de España encontramos diferentes tipos de interrogativas y, por tanto, distintas posibilidades de configuración entonativa. Aparecen preguntas parciales, totales y una pregunta con valor exclamativo. En los dos ejemplos de cuñas hispanoamericanas también encontramos dos estrategias diferentes. En Costa Rica, se utiliza una interrogativa retórica para implicar directamente al

CC BY NC SA

interlocutor. La pregunta funciona como una invitación. En México, se emplea una enumeración de síntomas mediante una pregunta que interpela directamente al interlocutor y lo invita a identificar si experimenta alguno de esos síntomas.

La diferencia más interesante no está exclusivamente en la melodía, sino en la estructura gramatical de las interrogativas. Los dos casos de Hispanoamérica son una interpelación al oyente de manera suave, no directa, en una, el hablante incorpora al oyente a una actividad compartida mediante la primera persona del plural (*vamos*); en la otra, se interpela a partir de una enumeración de síntomas que puede reconocer como propios. En España, las preguntas son más directas.

No obstante, no podemos establecer una diferencia entonativa general entre España e Hispanoamérica a partir de estos siete anuncios, y especialmente de solo dos ejemplos hispanoamericanos. Para ello sería necesario contar con un corpus más amplio y controlar variables como el tipo de interrogativa, la función pragmática, y el contexto comunicativo.

d) ¿Por qué se utiliza tanto la modalidad interrogativa en publicidad?

La modalidad interrogativa es eficaz en publicidad porque permite establecer una relación más directa con el destinatario. En lugar de presentar una información de manera declarativa, el anuncio formula una pregunta que obliga al interlocutor a participar de esa situación comunicativa. Convierte al interlocutor en un participante activo del discurso publicitario. Las preguntas permiten captar su atención, despertar su curiosidad, implicarlo y favorecer que el interlocutor se dé cuenta de la necesidad del producto que se anuncia.

5.

Algunos aspectos que se podrían mejorar de este informe serían los siguientes:

En algunos fragmentos, el informe describe lo que hizo el orador en la presentación atendiendo a distintos parámetros (vocabulario, temática, articulación, prosodia, etc.), pero no siempre explica suficientemente por qué fueron eficaces ni qué ni qué transmitió exactamente. Por ejemplo, en la oración “En particular, ralentizó el ritmo en aquellos momentos en los que quería destacar una información importante”, se identifica un rasgo prosódico concreto, pero sería conveniente explicar qué efecto tuvo en la transmisión del mensaje (por ejemplo, si permitió enfatizar determinadas ideas, facilitar la comprensión, captar la atención de los oyentes, etc.). De igual manera, se destaca el uso de “un vocabulario formal”, pero nuevamente no se proporciona ningún ejemplo que ampare esta afirmación, o se menciona que “el orador acompañó sus intervenciones con una gestualidad expresiva que contribuyó

a hacer la presentación más dinámica y facilitó el seguimiento de sus explicaciones", pero no se proporciona ningún ejemplo de los tipos de gestos que introdujo en su discurso.

Otro aspecto que convendría mejorar es la falta de equilibrio entre la descripción de los aspectos positivos y la valoración crítica de la presentación. El informe ofrece una valoración exclusivamente positiva y no identifica ningún aspecto susceptible de mejora. Aunque se considere que ha sido la exposición más adecuada de todas las evaluadas, sería conveniente señalar si hubo algún elemento que podría haberse perfeccionado. Esto permitiría demostrar una mayor capacidad crítica y ofrecer una valoración más completa. En caso de que no se identifiquen aspectos mejorables, también sería conveniente justificar esta valoración, relacionándola, por ejemplo, con el elevado grado de elaboración y preparación de la presentación.

En definitiva, un buen informe de valoración de una presentación oral no debería limitarse a describir y enumerar aspectos generales que sirvan para cualquier presentación oral, sino que tendría que aportar ejemplos concretos de la exposición y reflexionar sobre su adecuación y eficacia comunicativa. Es decir, debe explicar no solo qué hizo el orador, sino también cómo lo hizo y con qué finalidad ilustrándolo siempre con ejemplos utilizados por el orador en la presentación.