



## **Secuencia didáctica**

# **Incidencia de los rasgos lingüísticos y no lingüísticos en el video publicitario “Salvador Presidente”, de Paso de los Toros**

**Betina Rodríguez Marichal**  
Instituto de Profesores Artigas  
Estudiante de Didáctica III de Español  
2014

## Índice:

- Tema, texto, objetivos: página 2.
- Contenidos y primera clase: página 3 .
- Segunda y tercera clase: página 7.
- Bibliografía: página 11.
- Anexos: página 12.
- Créditos: página 13.

## Tema:

Incidencia de los rasgos lingüísticos y no lingüísticos en el video publicitario "Salvador Presidente", de Paso de los Toros.

Se desarrollará el concepto de verbo como núcleo semántico para comprender que resulta imprescindible en la constitución de la parodia, junto a los elementos icónicos.

## Texto:

Video publicitario de Paso de los Toros: "Salvador Presidente".

## Objetivo general:

Lograr que los estudiantes visualicen los recursos de que se vale la publicidad para incidir en el consumidor.

## Objetivos específicos:

Lograr que los alumnos:

- visualicen la interdependencia entre el código lingüístico y el no lingüístico en el lenguaje de la publicidad para lograr su efecto;
- reconozcan la importancia de la morfología nominal como un recurso al servicio de la ironía;
- comprendan que los verbos, por ser núcleos semánticos, resultan fundamentales en la constitución de la parodia, ya que estructuran todo el texto y permiten plasmar el contraste necesario para comprender la publicidad.

## Contenidos

- a) Elementos de la comunicación.
- b) Códigos lingüísticos y no lingüísticos en el lenguaje publicitario.
- c) Función apelativa del lenguaje.
- d) Morfología nominal.
- e) El verbo:
  - Morfología.
  - Uso de la segunda persona en relación con la función apelativa.

- El verbo como núcleo semántico y su importancia en el texto.
- La valencia.

### **PRIMERA CLASE: actividad de apertura/motivación.**

Se dará comienzo a la clase mostrando a los alumnos la siguiente imagen que funcionará como disparador:



Se pretende indagar, brevemente, acerca del conocimiento de los estudiantes sobre la publicidad que funcionará como objeto de estudio, y se realizan inferencias a partir de los elementos que aparecen en la imagen. Se la deja visible durante toda la clase, ya que al final de esta se la retomará para poder comprender cabalmente el texto.

Luego de que se logre entrar en el tema, o se confirme que no conocen de qué trata, se comienza a trabajar con una serie de actividades.

### **ACTIVIDADES DE DESARROLLO**

#### Introducción:

En una primera instancia, se muestra el video “Salvador presidente” hasta el segundo 46”, es decir, sin la última parte en que se revela que se trata de una publicidad de Paso de los Toros. Además, se lo muestra sin audio, con el objetivo de que los alumnos se centren en el código no lingüístico: en lo icónico.

Se analizan los diferentes pasajes para determinar que la publicidad se presenta como propaganda política. Se visualizan aquellos elementos que permiten hacerlo, ya que son comunes a las campañas:

- las actitudes y gestos de Salvador: sonrisa, brazos abiertos,
- los lugares de Montevideo en que se desarrolla el video: la presencia del campo y la ciudad,
- la admiración de la población,
- el acercamiento a la gente,
- la familia,
- el trabajo.

Se identifican aquellos elementos no lingüísticos a través de los que se logra la parodia: se hace una réplica de la campaña política pero con una diferencia crítica. Hay una ironía que atraviesa toda la publicidad, y que intentará identificarse a lo largo de la clase. Se destaca, además, que la burla genera conciencia sobre cómo es el lenguaje político.

Entre los elementos no lingüísticos que contribuyen a generar la ironía o burla, se reconocen:

- los colores rosado y lila, en relación con el simbolismo que conllevan,
- la exagerada presencia del símbolo del corazón: en la escarapela que lleva Salvador en la solapa de su traje; en los carteles con que la gente alienta al candidato; como sustituto de la letra “o” del nombre “Salvador”,
- otros recursos.

### Consolidación:

Un segundo momento de la clase consiste en escuchar el audio de la publicidad (hasta el momento que vieron del video), esta vez sin proyectar las imágenes. El objetivo es, en esta instancia, concentrar la atención en lo lingüístico, en la letra de la canción. Además de escucharla, los alumnos la reciben por escrito y realizan la siguiente actividad de manera individual:

### **Escuchá atentamente el audio y completá los espacios en blanco con las palabras que faltan**

"Si amás a tu país...  
 ¡Amás a Salvador Amador!  
 Él \_\_\_\_\_ a nuestros hijos,  
 a todos les \_\_\_\_\_.  
 En su sangre lleva la tierra  
 y un futuro esperanzador.  
 Salvador \_\_\_\_\_ el amor,  
 lo \_\_\_\_\_ cada día,  
 lo \_\_\_\_\_ con sus manos,  
 con esfuerzo y alegría.  
 ¡Con Salvador, cinco años de amor!  
 Un país que \_\_\_\_\_ con el corazón...  
 ¡Con el corazón!  
 Con Salvador, ¡  
 es tu Salvador!cinco

años de amor.  
Salvador...

Antes de comenzar, se intenta leer el texto tal como fue entregado, para visualizar la importancia que tienen las palabras que faltan, ya que sin ellas gran parte de la canción pierde sentido.

Cuando esta finaliza, se corrige de forma conjunta la actividad y se reconoce que todas las palabras con excepción de *cobijo*- son verbos conjugados. Se repasa el concepto trabajado en la última semana. En este momento de la clase, no se ahonda en el porqué de la elección de extraer tales palabras del texto, ya que se deja para una instancia posterior. Se reflexiona sobre la ironía que se transmite desde el eslogan: “Con Salvador, cinco años de amor”, y se analiza superficialmente la canción desde el punto de vista del contenido.

Luego se realiza una actividad en grupos, previa al visionado completo del video, con el objetivo de vislumbrar el paralelismo existente entre lo icónico y lo lingüístico.

Se pegan en el pizarrón imágenes de las distintas escenas del video, y se entrega a cada grupo de alumnos un cartel con un verso de la canción. El trabajo consiste en encontrar un correlato lingüístico a lo que se ve: los distintos grupos deben pegar los versos que representen lo que transmiten las imágenes (en estos, las palabras que completaron en el ejercicio anterior aparecen destacadas, para analizar posteriormente). Al terminar la actividad, en el pizarrón quedará plasmada toda la canción y gran parte de las escenas del video<sup>1</sup>: se recrea el texto publicitario, que hasta el momento no vieron en su totalidad.

Se proyecta la publicidad completa, con imagen y audio, y se corrobora el trabajo realizado por los estudiantes. Se realiza la metacognición, al intentar dejar en claro la relación de sostenimiento existente entre la codificación verbal e icónica, con la consiguiente “redundancia semántica: el mensaje verbal reitera lo presentado en el icónico” (Grimaldi Herrera, C. 2009), y este hecho permite a los alumnos lograr recrear la publicidad.

Además, es recién en este momento de la clase cuando se presenta el verdadero emisor del texto: la empresa publicitaria de Paso de los Toros. Se revela que se trata de un texto dentro de otro, ya que la propaganda política es utilizada en función de la publicidad del producto: es el medio que se utiliza para, a través de su parodia, lograr persuadir al público. Se pegan en el pizarrón las imágenes correspondientes a la última parte, con los subtítulos del video, para poder continuar con la siguiente parte de la clase.

## Ampliación

A partir de entonces, el centro será el estudio de los diferentes elementos lingüísticos en lo referente a sus efectos para generar la parodia, y se trabajará con los contrastes que operan entre la primera y la última parte del video.

Se intenta hacer conscientes a los alumnos de que el tajante quiebre se da en la publicidad no solo a través de lo icónico con la frenada brutal del camión en que Salvador va saludando, y el camionero tomando el refresco Paso de los Toros como si fuera un

antídoto sino, además, **mediante el uso de los verbos**. Se hace un cuadro comparativo en el pizarrón (como se muestra a continuación) en el que se plasman las palabras que aparecen en el video antes y después de la fragmentación.

ANTES	DESPUÉS
Cuidar	Cortar
Cobijar	Quitar
Amar	Arrollar
Celebrar	
Construir	
Latir	

Se establecen relaciones entre el nombre del personaje, Salvador Amador, y el valor semántico de los verbos que integran la primera columna (correspondiente a la “propaganda política”). Se analiza morfológicamente el nombre y el apellido del “candidato” y se identifican las palabras de las que derivan: *salvar* y *amar*. Se reconoce la ironía que se transmite a través de la morfología:

Salv - ador / Am - ador  
 Base Sufijo Base Sufijo

→ La adjunción de tales sufijos a las bases verbales señalan el agente: el candidato es “el que salva”, “el que ama”. La manera en que lo hace se representa en el video y a través de la canción.

Se identifica la correspondencia semántica entre el nombre y las palabras de la canción. En relación con “salvar” se encuentran los verbos “cuidar” y el sintagma “dar cobijo”, que se parafrasea como “cobijar” para mantener coherencia en el cuadro. Se trata de un salvador porque cuida y cobija. En relación con “amar”, se reconoce la presencia de este mismo verbo reiteradas veces, así como del sustantivo amor, y se identifica como la idea central de la propaganda. Se vuelve a establecer la relación con el eslogan, y, si amerita, se trae a colación la imagen que promociona la campaña de Salvador: “Votá con amor”. Se identifica que la ironía se logra, en este caso, gracias al complemento del verbo. *Votar*, que por su significado puede admitir complementos que tengan relación con lo racional (votar con inteligencia, votar con responsabilidad), se encuentra modificado por el sintagma “con amor”, semánticamente incompatible con el verbo. Representa un sentimiento.

Volviendo a la canción, se aprecia que los verbos “celebrar” y “construir” se encuentran ligados al amor. *Lo celebra, lo construye*. Se presta atención a la ironía que se genera gracias al uso de estos verbos, por los complementos que presentan. *Celebra y construye* el amor, pero lo hace *con sus manos*, lo que semánticamente no es viable. El verbo “construir” se ve modificado por un complemento que sería adecuado en otro contexto, ya que *construir* puede significar *fabricar, edificar*. De hecho, esta acepción es reforzada por la imagen que aparece en ese momento de la canción, en el que Salvador se encuentra construyendo una casa en un árbol. Se aprecia que se juega con los significados para lograr el efecto de ironía.

En referencia al amor, se retoman algunos elementos no lingüísticos que reafirman el concepto, y se destaca la marcada presencia del corazón a lo largo de todo el video. En este sentido, se atiende al último verbo de la primera columna, “latir”, y se observa que la función semántica de experimentante que originalmente corresponde a “corazón”, por el significado de “latir”, se traslada. En la propaganda se le atribuye *al país* el hecho de latir. El país en su conjunto late porque con Salvador habrá cinco años de amor.

Se reflexiona acerca de que las palabras con las que completaron el texto constituyen los núcleos semánticos de cada verso y estructuran la canción, en la medida en que son su hilo conductor y concentran el significado central. Se trata de palabras con significados positivos, ligados a lo afectivo. A través de ellas se pudo crear la situación de extrema “dulzura”, necesaria para la publicidad, por lo que se pondera la importancia del **verbo** para lograr tal efecto. Salvador es un candidato dulce porque *cuida, cobija, ama, celebra, construye* y hace que el país *lata*.

Se observa, además, que todos los verbos se encuentran conjugados en tercera persona, porque refieren a Salvador. En contrapartida, el quiebre comienza con un verbo en segunda persona, dirigido directamente al público, “Cortá con tanta dulzura”. Con él se revela que se trata de una publicidad y tal terminación verbal da cuenta del predominio de la función apelativa.

Se retoma la idea de que dentro de la publicidad de Paso de los Toros se encuentra una propaganda política, en la que también predomina la función apelativa. Esto explica que el video comience con verbos en segunda persona del singular (“Si amás a tu país, amás a Salvador Amador”) y no vuelvan a reaparecer hasta el final. Los verbos de la segunda columna, en contraste con los de la primera, presentan significados ligados a lo tajante, con contenidos más bien negativos. Por primera vez aparece la palabra “no” (*lo dulce no quita la sed*) que reafirma esta idea. Por último, se establece un paralelismo entre las cualidades que se le atribuyen a Salvador: ama, cuida, etc., y las que se le atribuyen a Paso de los Toros: “arrolla la sed” y también “arrolla” toda la dulzura en la que se insistió durante el video. Se cambian los títulos del cuadro para hacer más visible el contraste: en lugar de ANTES, SALVADOR; en lugar de DESPUÉS, PASO DE LOS TOROS.

## Cierre

Finaliza la clase haciéndose hincapié en que la organización que presenta la publicidad hace posible su efecto, ya que se vale de un tipo de texto que se encuentra en pleno auge por ser año electoral: la propaganda política. A partir de su parodia (lograda por medios no lingüísticos pero también lingüísticos, gracias a la morfología y al uso de determinados verbos) se publicita el producto que en otro contexto no hubiera tenido el mismo éxito.

Se retoma la imagen con que comenzó la clase para comprender cabalmente la idea central de la publicidad: Paso de los Toros corta con la dulzura representada por Salvador.

## **SEGUNDA Y TERCERA CLASE**

Se encuentran destinadas a determinadas actividades de consolidación y

evaluación del tema, que se efectuarán utilizando las computadoras.

En primer lugar, se ingresa al blog, en el que se incluye el enlace a un artículo del diario El País: <http://www.elpais.com.uy/sabadoshow/backsalvador.html> . En este, titulado "Detrás del candidato del amor", se presenta una entrevista hecha a Alejandro Granda, el Country Manager de PepsiCo Bebidas, quien habla de la manera en que se logró el éxito de la publicidad. Se pone especial énfasis en la última parte de la entrevista:

Si bien se utilizaron varios medios de comunicación, el foco de la campaña de expectativa fue el medio digital. Teníamos claro que, para tener una fuerte repercusión, el candidato Salvador Amador debía viralizarse. Todos los materiales y contenidos desarrollados fueron pensados para que la gente pudiera fácilmente compartirlo en las redes sociales, foros, blogs; generando un estallido de comentarios en el medio digital. En 5 días se generó una campaña de expectativa muy grande que hizo que las redes sociales estallaran en comentarios preguntándose "¿quién es Salvador Presidente?". Una vez que develamos el comercial de Paso de los Toros, orgánicamente se empezaron a generar vistas en You Tube, hasta llegar a las más de 100.000 que tenemos actualmente.

El artículo no se entrega en papel sino que se lee a través de la pantalla, ya que considero importante que los alumnos tengan contacto con los diarios digitales. Se aprovecha la ocasión para enseñar brevemente cómo funcionan estos, y se presentan las webs de otros diarios. Por lo tanto, a través de esta actividad se abre una puerta para la futura búsqueda y lectura personal de cada estudiante. En cuanto al contenido, el objetivo del comentario del artículo consiste en concientizar acerca del poder que tienen las redes sociales en la sociedad actual, y cómo la publicidad logró su éxito en gran parte gracias a estas. Se intenta contemplar los diferentes usos que podemos darles a las herramientas con que convivimos día a día. Además, sirve como introducción a la siguiente actividad, en la que se hará uso de la red social Facebook para trabajar.

Se seguirán abordando los contrastes que operan entre Salvador y el producto de Paso de los Toros, por lo que se muestran las siguientes imágenes que se publican en el blog, en la etiqueta "verbo", junto con la consigna que presenta dos variantes:

Imagen A



Imagen B



Elegí una de las dos consignas que se detallan a continuación:

### CONSIGNA CON IMAGEN “A”

1. Ingresá a tu cuenta de Facebook y, dentro de esta, buscá la página de Paso de los Toros: <https://www.facebook.com/PasoDeLosTorosUY?fref=ts>.
2. Accedé a FOTOS y elegí, entre aquellas que tengan relación con la campaña de Salvador, una imagen que contenga un verbo como núcleo semántico (o de significado). Es decir, una imagen en la que la presencia del verbo sea fundamental para lograr el efecto que se pretende, como en la que se adjunta en el blog.
3. Descargala en tu computadora.
4. Ingresá al editor de fotos Phixr, a través de la siguiente página: [es.phixr.com](http://es.phixr.com) y subí la foto que descargaste.
5. Editá la imagen, siguiendo el modelo que se muestra en la foto escogida o ideando uno nuevo, de tal manera que logres transmitir el efecto de la publicidad. Debés modificar el verbo, y tal vez alguna otra parte del texto, para “cortar” con la dulce propuesta de Salvador. Además del significado, pensá en el manejo que debés hacer de la persona gramatical que utilices en los verbos. Podés editar otras facetas de la imagen según las diversas opciones que te proporciona el programa.
6. Luego de creada tu imagen, subila al blog.

### CONSIGNA CON IMAGEN “B”

1. Ingresá a tu cuenta de Facebook y, dentro de esta, buscá la página de Paso de los Toros: <https://www.facebook.com/PasoDeLosTorosUY?fref=ts>.
2. Accedé a FOTOS y rastreá todas aquellas en las que se plantee el contraste entre la propuesta de Salvador y la de Paso de los Toros, como la que se muestra en el blog, y otras como “Caramelos de miel / Una Paso bien fría”.
3. Con el editor de fotos Phixr, a través de la página <http://es.phixr.com/>, creá una imagen como esa, utilizando alguno de los demás verbos que se le adjudicaron a Salvador en la canción con la que trabajamos la clase anterior. Deberás pensar y ser creativo sobre qué verbo corresponde escribir en el globo de Paso de los Toros, para lograr un contraste apropiado. Podés editar otras facetas de la imagen según las diversas opciones que te proporciona el programa.
4. Utilizá la segunda persona del singular y el modo imperativo en los verbos.
5. Luego de creada tu imagen, subila al blog.

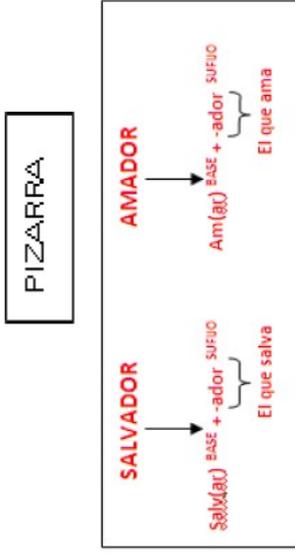
Antes de comenzar la actividad, se observan las imágenes entre todos y se *hace* referencia al uso de la segunda persona y del modo imperativo en los verbos. Asimismo, se reflexiona acerca del contraste que se da a nivel semántico, ligando la bebida “Paso de los Toros” a una especie de antídoto contra la dulzura y el amor. Carácter que logra gracias a las características del producto, ya que se presenta como una bebida capaz de saciar la sed con sabores más intensos y ácidos.

Considero muy positivo el hecho de poder incluir una herramienta como Facebook al trabajo de clase, ya que permite mostrarles a los estudiantes que el sitio web que visitan con más frecuencia tiene otras funcionalidades además de las que suelen darle. También, como se planteó anteriormente, posibilita observar su alcance como plataforma de promoción de productos, debido a la rápida y gran difusión que logra.

Por su parte, el uso del editor de fotos permite a los alumnos ser creativos y ejercitarse en el manejo de los códigos lingüístico y no lingüístico como estrategia para lograr persuadir. Con esta actividad de cierre, se lograría cumplir con todos los objetivos planteados.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Andacht, Fernando (31/03/2014). *La salvación por la parodia. Intrusos semióticos en la campaña. Análisis semiótico de la comunicación política*. Diario El Espectador. Recuperado el 4 de octubre de 2014 de: <http://www.espectador.com/politica/288491/lasalvacionporlaparodiaintrusossemioticosenlacampa>
- *Detrás del "candidato del amor"* (22/03/2014) Diario "El País" Recuperado el 4 de octubre de 2014 de: <http://www.elpais.com.uy/sabadoshow/backsalvador.html>
- Grimaldi Herrera, Carmen. (2009). "Los códigos: lenguaje de la publicidad", en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 5 de octubre de 2014 de: [www.eumed.net/rev/cccsc/06/cgh6.htm](http://www.eumed.net/rev/cccsc/06/cgh6.htm)
- Real Academia Española Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Nueva Gramática de la Lengua Española. Manual*. Madrid: Espasa.
- Vázquez Orta, Ignacio (1991). *El uso de dos códigos (el verbal y el icónico) en el lenguaje de la publicidad*. Universidad de Zaragoza. Recuperado el 4 de octubre de 2014 de: [http://www.google.com.uy/urlsa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2F Dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F555075.pdf&ei=tBK9V LepJ4GAsQST\\_4GgDw&usg=AFQjCNHsuCsLLiMgEIb4GMtUDAHxNnZOUQ&sig2=34bCKOhZglDZls0NGUG6xg&bvm=bv.83829542,d.cWc](http://www.google.com.uy/urlsa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2F Dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F555075.pdf&ei=tBK9V LepJ4GAsQST_4GgDw&usg=AFQjCNHsuCsLLiMgEIb4GMtUDAHxNnZOUQ&sig2=34bCKOhZglDZls0NGUG6xg&bvm=bv.83829542,d.cWc)



**DOS PARTES EN LA PUBLICIDAD: QUIEBRE**

ANTES	DESPUÉS
cuidar	cortar
cobijar	quitar
amar	arrollar
celebrar	
construir	
latir	

Significados positivos, campo semántico de AMOR

→

Significados negativos, tajantes

Los verbos son los núcleos semánticos (de significado). Estructuran la publicidad y permiten lograr el contraste:

Salvador vs. Paso de los Toros  
 Ama, cuida, construye... Corta, Quita, Arrolla

**PIZARRÓN VERDE**

Amás a tu país

Si amás a tu país

Amás a Salvador Amador

En su sangre lleva la tierra

A todos les da cobijo

Y un futuro espera

Lo construye con sus manos, con esfuerzo y alegría

Salvador ama el amor, lo celebra cada día

Con Salvador - ¡es tu salvador! - cinco años de amor

Un país que late con el corazón

Eso sí que es lanzarse en campaña

Paso de los Toros arrolla la sed

**INTERDEPENDENCIA ENTRE LO LINGÜÍSTICO Y LO ICÓNICO**



### Créditos:

- Imagen inicial: <http://idespliceo23.blogspot.com.uy/>
- Imágenes A y B: <http://idespliceo23.blogspot.com.uy/>
- Imagen final: <http://www.montevideo.com.uy/contenido/-227394?plantilla=1391>
- Paso de los Toros uy (2014): *Paso de los Toros - Salvador Presidente*: [https://www.youtube.com/watch?v=BDDU\\_1cUq0&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=BDDU_1cUq0&feature=youtu.be) (video y capturas de pantalla).
- Phixr: <http://es.phixr.com/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/PasoDeLosTorosUY?fref=ts>
- Artículo de El País: <http://www.elpais.com.uy/sabadoshow/backsalvador.html>

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).