

TAREA 5 – VIOLA PELLINI

Elegir una publicidad turística en lengua española y analizarla desde el punto de vista de la lengua y la comunicación. Harán una presentación en la próxima clase del 11 de noviembre.



https://www.youtube.com/watch?time_continue=22&v=kgaceAmVxUE&feature=emb_title

Esta campaña ha sido hecha para incentivar y fomentar el turismo post-coronavirus, a través de la canción de el artista Rayden, que, recitando su brano *descubrete* como si fuera una letra, nos recuerda y, sobre todo, recuerda a los españoles, que "aquí a lado" hay muchísimas referencias culturales apreciadas en todo el mundo: Museo del Prado, el Camino de Santiago, la Albufera valenciana, la terra de Gaudí (Barcelona) o la tierra de Manrique, un artista que pintò su tierra nativa, o sea Lanzarote, en las Canarias.

El lenguaje publicitario utilizado tiene la función:

- apelativa porque llama la nuestra atención como receptores
- emotiva y poética porque comunica, a través de la canción recitada a modo de spoken word, la emoción de visitar las atractivas más maravillosas de España, por campos, olivos, viñedos y almendros, ciudades y monumentos. La canción invita a descubrirnos, y cual es la mejor manera si no viajando y descubriendo de nuevo o por primera vez lo que hay a tu lado, cerca de ti? ù

El uso del imperativo ("abre", "observa", "contempla", "viaja") y de la segunda persona singular ("creete", "ábrete") persuade en manera mejor al consumidor a viajar por España. Pero es sobre todo con el uso del "nosotros", como en las frases "haremos", "cruceemos juntos", y "nos queda una cana pendiente", que la campaña está dando al turista un censo de pertenencia a un grupo social, y está diciendo a él que nunca estará solo en este camino, y podría siempre contar sobre el apoyo de otros turistas o ciudadanos. Entonces el uso del nosotros se utiliza para incluir, involucrar al turista, y dar a él un censo de pertenencia y cercanía. Todo esto está confirmado por la frase "Que sé muy bien lo que pasa", como a decir "yo soy como tu, y sè como tu estas y lo que tu buscas y necesitas ahora, entonces confíes en mí".

El mensaje implícito es que todos somos iguales, todos queremos viajar, descubrirnos a nosotros mismos y al otro después del periodo covid. Para realizar este mensaje implícito se utilizan también muchas figuras retóricas, para recibir mejor el mensaje:

- Aliteración: "abre, ábrete y no te cierres" -> capta la atención del turista y provoca un efecto de musicalidad a la letra leída por Rayden que, por supuesto, al final se transforma en una canción. Se utiliza también para que el turista se pueda recordar de frases y palabras y, sobre todo, de esta publicidad.
- Personificación: "alma viajera" -> porque no es el cuerpo que necesita y quiere viajar, sino el alma, con sus emociones, miedos, esperanzas. Nos sabemos que cuando viajamos dejamos un pedazo de nuestra ánima y corazón en una ciudad, porque habíamos sentido emociones. Por supuesto en el texto hay la frase "Y que abras tu corazón para sentir lo mejor que hay aquí".

Al final, la campaña se concluye con un eslogan, el mensaje de la publicidad, que resume los beneficios emocionales de todo el video: "LO INCREÍBLE ESTÁ MÁS CERCA DE LO QUE CREES!!!"

Por último, todas las imágenes que acompañan al texto y al mensaje conclusivo permiten al turista viajar a través del texto entre las increíbles maravillas de España, en un viaje que nunca terminará, porque hay referencias culturales y naturales en todas partes. Es muy interesante ver que, en esta publicidad, los protagonistas son grupos de amigos, parejas, jóvenes y adultos, ciudadanos y turistas, a decir que España es por todos, por todos que quieren dejarse transportar por su propia alma entre un País de mil sombras.

Tiesto *Descúbrete* (Rayden), tratta dall'album *Descúbrete*:

Abre

Que aún **nos** queda una caña pendiente
Y **haremos** que en cada terraza sea viernes
Que el *museo Del Prado* le ha dicho a sus cuadros
Que vas a volver para verles

Abre, ábrete y no te cierres

Ábrete, viaja y viaja cerca, viajando hacia adentro
Por *campos, olivos, viñedos y almendros*
Viaja y descúbrete como *sus ciudades y monumentos*, ¡ay!

Observa y contempla

Que quiero que veas el *atardecer por Albufera (PARCO NATURALE)*
Que **crucemos juntos** el *camino de Santiago al Mediterráneo*
Un destino para cada alma viajera

Créete lo increíble

Que quiero que visites *la tierra que reimaginó Gaudí*
La *isla que diseñó César Manrique (LE CANARIE, ISOLA DI LANZAROTE DOVE NASCE L'ARTISTA)*
Y que abras tu corazón para sentir lo mejor que hay aquí

Abre

Ábrete y no te cierres
Que sé muy bien lo que pasa
Que el paraíso lo tienes al salir de casa

LO INCREIBLE ESTA MAS CERCA DE LO QUE CREES!!!