

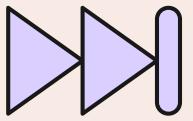


# LITERPUB

Cuando la literatura y la publicidad se unen

@lasdelengua





- X

99¢  
only  
STORES



# ¿Qué es LITERPUB?

Es una actividad para trabajar la **literatura** a través de la **publicidad**.

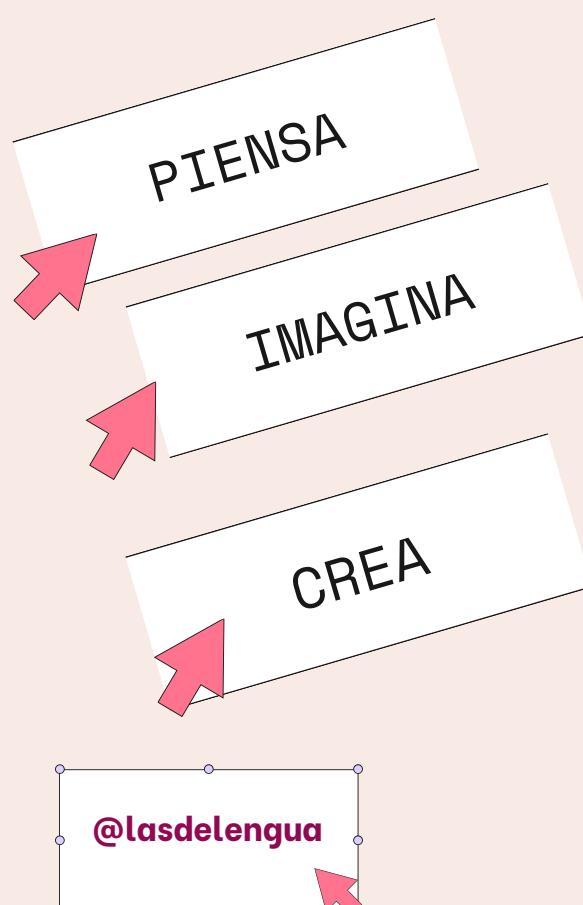
# PASOS PARA ELABORAR UN LITERPUB

1. Repasa las características principales de los **textos publicitarios**.

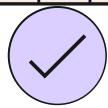


The diagram illustrates the components of advertising. At the top, the word "PUBLICIDAD" is centered. Below it, two pink arrows point downwards from the word to two columns of text. The left column is labeled "TIPOS" and lists "• Comercial" and "• Institucional". The right column is labeled "ELEMENTOS" and lists "• Eslogan", "• Texto (explicito/implicito)", and "• Imagen". The window has a red header bar with standard window controls (minimize, maximize, close) and a vertical red sidebar on the right.

TIPOS	ELEMENTOS
• Comercial	• Eslogan
• Institucional	• Texto (explicito/implicito)
	• Imagen



## 2. Escoge la **obra literaria** que quieras trabajar



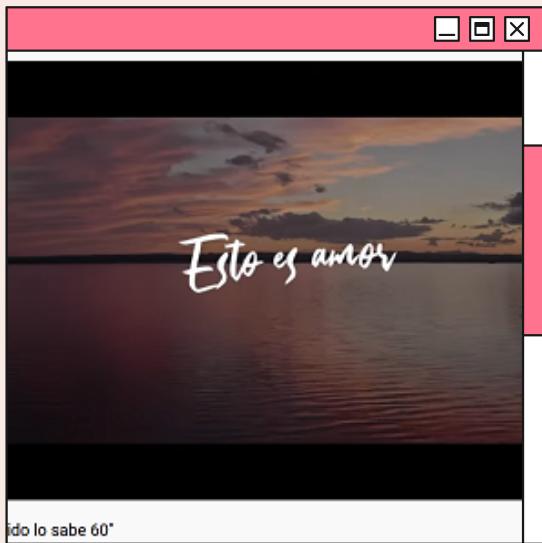
Se puede hacer con la **lectura** del trimestre o con una **obra literaria** relacionada con los contenidos curriculares.

Piensa con **el producto** que podrías relacionarla para que sea el eje de tu guion.

Puede ser un anuncio de **publicidad comercial** o **institucional**.

Deben aparecer los **elementos propios de los textos publicitarios**.

# LITERATURA en PUBLICIDAD



COMUNITAT VALENCIANA

**Lope de Vega**

<https://www.youtube.com/watch?v=eNfrFkr4Alw>



SEAT. **Julio Cortázar**

<https://www.youtube.com/watch?v=1XVsJkSPkh4>

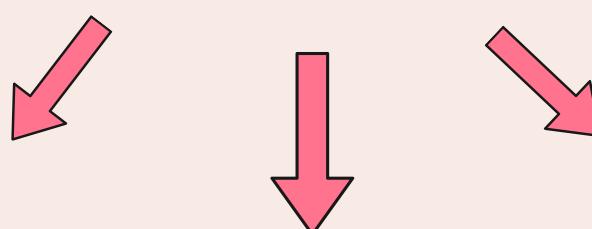
# LITERATURA en PUBLICIDAD



GRAN CAPITÁN. **Lazarillo de Tormes**

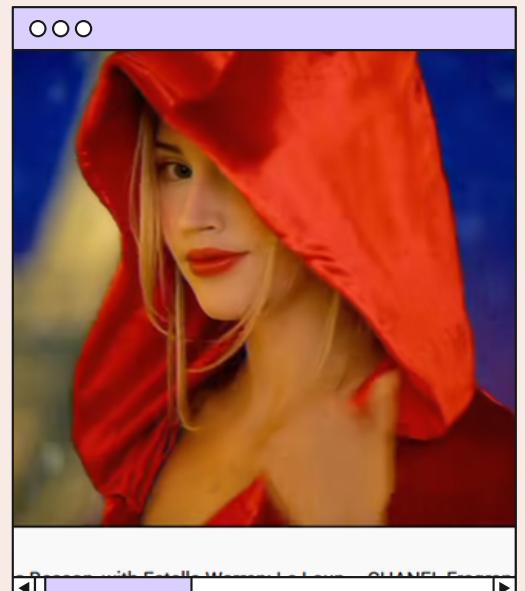
<https://www.youtube.com/watch?v=afDPjYzJ4bw>

Toma nota de estos  
ejemplos para  
inspirarte.



Más ideas en:

<https://lasredesdepedro.wordpress.com/2018/04/23/todo-esta-en-los-libros-incluso-los-mejores-anuncios/>

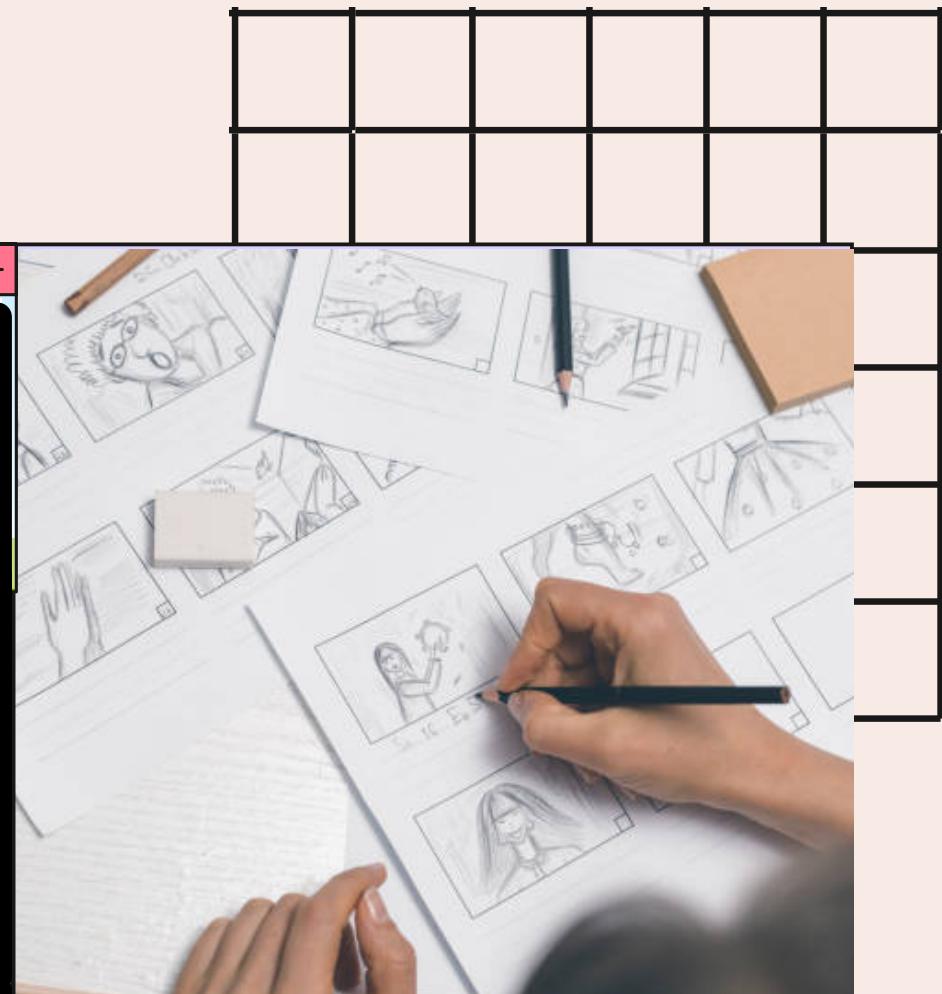


CHANNEL. **Caperucita**

<https://www.youtube.com/watch?v=-0XVX-AHUbq>

@lasdelengua

**3. Elabora un  
guion técnico  
con su  
**Storyboard**  
(boceto del  
anuncio).**



*Story board es una secuencia de imágenes que sirve para entender mejor la historia que se va a grabar, las escenas.*

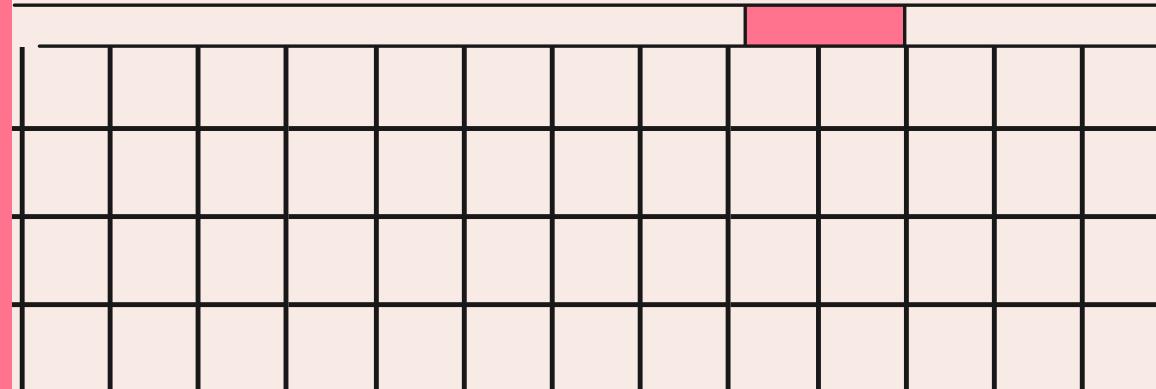
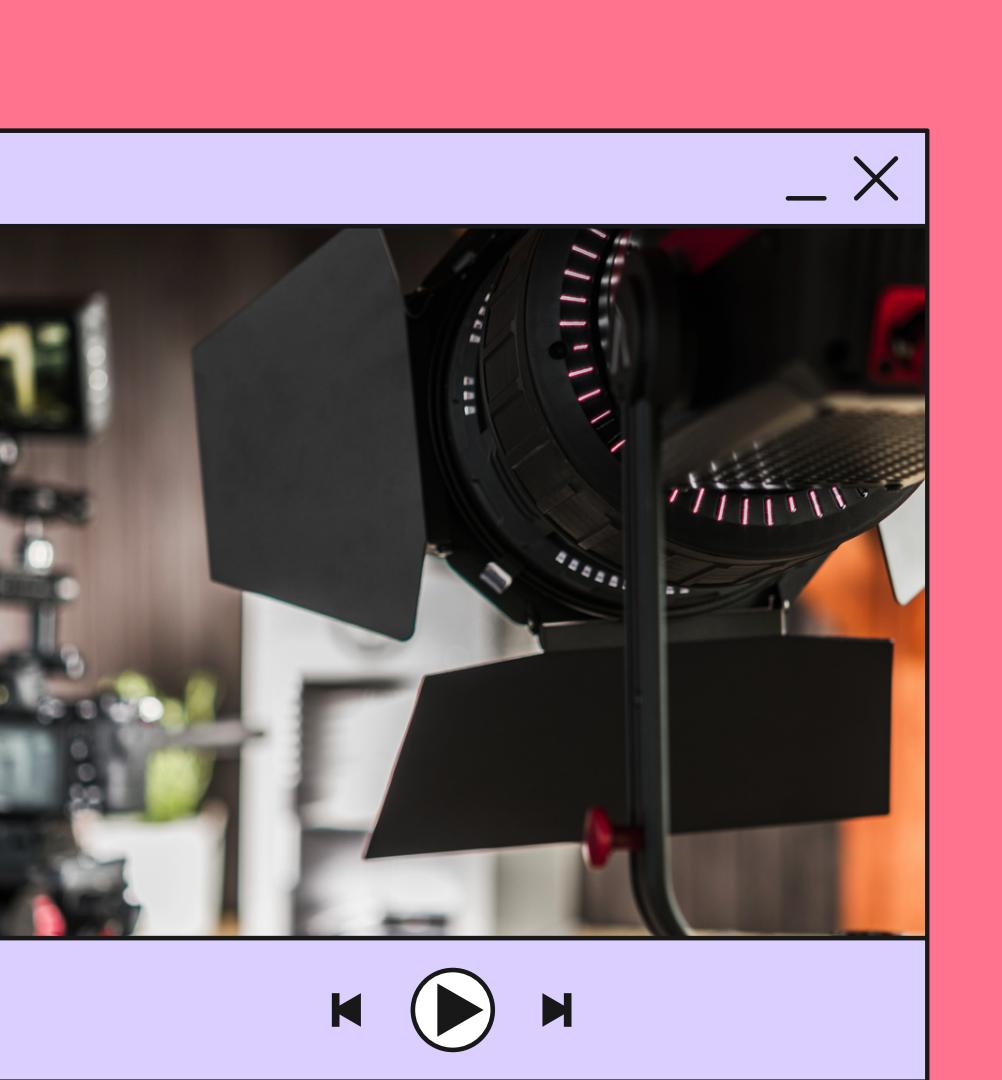
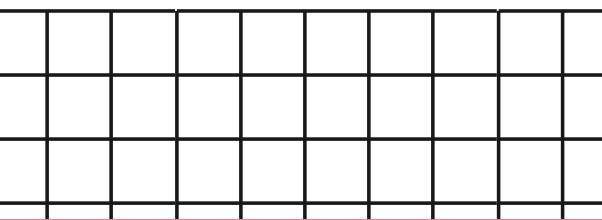


## 4. Graba el anuncio publicitario



Revisa la **coherencia** de la estructura narrativa.

Incluye al menos tres escenas para trabajar los **tres planos (general, detalle y primer plano)**.





# ¡Ya lo tienes!

## RECUERDA:

- **Graba el spot publicitario** y editalo con alguna aplicación: iMovie Movie Marker, Kizoa...
- **Entrega el guion y proyecta el anuncio** a los compañeros en el aula.
- **Valora tu trabajo**: ¿podría emitirse en televisión tu anuncio?

# RÚBRICA LITERPUB

CRITERIOS	4	3	2	1
Características	El mensaje publicitario transmite muchos conceptos en pocas frases, imágenes o sonidos. Se memoriza con facilidad. Pondera las ventajas del producto.	El mensaje se alarga por repeticiones innecesarias. Pondera algunas ventajas del producto. La memorización no es del todo fácil.	El mensaje contiene muchas repeticiones (exceptuando el eslogan). Sólo pondera la ventaja más evidente del producto. La memorización es difícil.	El mensaje es demasiado largo o demasiado corto. El receptor no podría repetirlo.
Elementos	El anuncio contiene: descripción del producto, marca, logotipo e imagen.	En el anuncio falta alguno de los elementos anteriores.	En el anuncio faltan dos elementos.	El mensaje no contiene los elementos de un anuncio.
Recursos persuasivos	Se capta la atención del receptor por el color, imágenes, tipo de letra, música o preguntas sugerentes.	En el anuncio hay dos recursos de los que figuran en la columna anterior.	En el anuncio hay solo un recurso persuasivo.	En el anuncio no hay recursos.
Estructura	Encabezamiento, cuerpo y eslogan.	En el anuncio aparece la parte central y el eslogan.	En el anuncio solo hay eslogan.	El anuncio no se ajusta a la estructura en ninguna parte.
Literatura	Se deduce claramente la obra literaria seleccionada e incorpora elementos claves de la misma.	Se deduce la obra literaria pero no incorpora elementos claves de la misma.	Se deduce con dificultad la obra elegida y no incorpora elementos claves.	No se relaciona con la obra elegida ni incorpora elementos claves.

Adaptación de <https://cedec.intef.es/banco-de-rubricas-y-otros-documentos/>

