

## **Anuncio *Campofrío* (Navidad 2020)**

[Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=HI3NZGcZgIY>]

### **A) Primer visionado:**

**Vas a ver una campaña publicitaria. Responde a las siguientes preguntas:**

1. ¿Qué crees que intenta transmitir este anuncio?
2. ¿En qué situación se enmarca esta campaña publicitaria?
3. ¿Qué producto se publicita?

### **B) Segundo visionado:**

**1. Al principio del anuncio se puede ver el ensayo de una representación teatral. Intenta explicar con tus propias palabras el significado de las siguientes expresiones:**

«Los pelos como escarpas»:

«Menudo papelón me ha tocado»:

**2. ¿Por qué la “Muerte” dice las siguientes frases?:**

«Pero, ¿por qué me ignoráis?»

«Ogggg, pero ¿quién va a querer ver esto? Menudo cuadro.»

«Claro, preferís vivir como si la muerte no existiera.»

«Aunque solo yo sería capaz de poner a estos de acuerdo.» «¿Votos a favor de que me den?»

**3. ¿Quién le dice «¡que te den!» a la “Muerte”? ¿Por qué?**

**4. Hay mucho vocabulario relacionado con la muerte que crea confusión al señor extranjero. ¿Sabrías explicarlo?**

«Y se quedó tiesa»

«Se fue al otro barrio»

«Se fue a criar malvas»

«Ah, la diñó, pobre»

**5. ¿Quién es capaz de ver a la “Muerte”? ¿Por qué?**

**6. Explica el significado de las siguientes expresiones coloquiales:**

«Soy un tostón»:

«Cojonudo»:

«La cosa está muy chungu»:

«Achuchar»:

**C) Después de los visionados:**

**1. Escribe un resumen del anuncio utilizando tus propias palabras.**

**2. En este anuncio aparecen y se mencionan muchos personajes conocidos por los españoles. Busca en internet quiénes son. ¿Por qué son conocidos?**

**-Personajes que aparecen en el corto:**

Quique San Francisco



Silvia Abril



Andreu Buenafuente



María Galiana



## -Personajes que están en el cielo. ¿Cuándo murieron?

Michael Robinson



Pau Donés



Chiquito de la Calzada



### 3. Un poquito de gramática

-Ya hemos visto la frase que decía la “Muerte”: «Claro, preferís vivir *como si* la muerte no existiera». Reflexiona:

- ¿En qué tipo de oraciones se utiliza *como si*...?
- ¿*Como si* va seguida de indicativo o de subjuntivo? Y en concreto, ¿de qué tiempos verbales?

- Escribe tres oraciones utilizando *como si*.

**-Escucha la canción de Leiva *Como si fueras a morir mañana*.**

[Extraído de

[https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=DMSTr9JOhBE&list=PLXSCetvImYTzfYVb2\\_BiaR4UXJ22DAnqE](https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=DMSTr9JOhBE&list=PLXSCetvImYTzfYVb2_BiaR4UXJ22DAnqE)]

- ¿Cuál es el mensaje de la canción?

**- Escucha de nuevo la canción y lee la letra:**

- ¿Hay algo que no entiendas?

- Comenta con el compañero el estribillo (aparece en negrita). Pon en relación el significado de estas frases con el mensaje del anuncio que hemos visto.

Tú sabes que te va a alcanzar  
Y que a veces lo mereces  
Y nunca es para tanto  
Lo harías otros veinte años más  
Ya se ha dormido la ciudad  
Y quedamos los de siempre  
Solo un sobresalto  
Me recuerda que soy de verdad  
Me salgo de mi propio cuerpo  
Hablo de una forma extraña  
Odio al tipo del espejo  
Unos siete días por semana  
Casi ya no veo el puerto  
Solo hay una cosa clara  
Fuimos demasiado lejos  
Y ninguno se cubrió la espalda

¡Ah, ah, ah!

**¡Hazlo! Como si ya no te jugaras nada**

**Como si fueras a morir mañana**

**Aunque lo veas demasiado lejos ¡oh, oh!**

**¡Hazlo! Como si no supieras que se acaba**

**Como si fueras a morir mañana**

Hoy nadie te va a perdonar  
Ni los tuyos, ni los haters  
Hueles el impacto  
Bienvenidos a la era digital  
El juego acaba de arrancar  
Ya lo saben los de siempre  
Algo huele a rancio  
Te aseguro que nos va a explotar  
¡Ah, ah, ah!  
**¡Hazlo! Como si ya no te jugaras nada  
Como si fueras a morir mañana  
Aunque lo veas demasiado lejos ¡oh, oh!  
¡Hazlo! Como si no supieras que se acaba  
Como si fueras a morir mañana  
¡Hazlo! Como si ya no te jugaras nada  
Como si fueras a morir mañana  
Aunque no veas demasiado hueco ¡oh, oh!  
¡Hazlo! Como si no supieras que se acaba  
Como si fueras a morir mañana.**

**4. Lee la noticia del periódico *El país* en la que se habla del rodaje del anuncio y después responde a las siguientes preguntas:**

- ¿Con qué contratiempos se ha rodado el anuncio?
  
- ¿Por qué aceptó Buenafuente participar en el anuncio?
  
- ¿Quién es el «guiri»? ¿Domina completamente el español?
  
- ¿Por qué ha elegido Plaza el humor para realizar este anuncio?

### **El anuncio de Navidad de Campofrío se ríe hasta de la muerte para celebrar la vida**

Una cafetería de Moncloa, el teatro Lara y la Puerta del Sol son algunos de los escenarios en los que se ha rodado uno de los tradicionales ‘spots’ de final de año



Desde la izquierda: Andreu Buenafuente, el director Daniel Sánchez Arévalo y James Rhodes, durante el rodaje del anuncio navideño de Campofrío. En vídeo, anuncio de Campofrío de la Navidad 2020. FOTO: PITU LÓPEZ/ RUBÉN VELA / VÍDEO: CAMPOFRÍO

### **HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ** **MADRID - 03 DIC 2020 - 10:59 CET**

Es primera hora de la tarde de un día laboral de noviembre en la calle de Guzmán el Bueno, pero las terrazas cercanas a la calle Fernández de los Ríos están muy pobladas. Excepto una, que en esta ocasión no está disponible. La cafetería HD, con su cuidada estética retro, ya está acostumbrada a alojar rodajes de todo tipo y ha cerrado al público durante unas horas para aparecer en uno de los anuncios navideños del año. Ante tanto foco y tanto cable, algunos vecinos del barrio de Moncloa se acercan a mirar a la cristalera del local. Los más atentos descubren que en el interior se encuentran dos madrileños adoptivos, el presentador Andreu Buenafuente (Reus, 55 años) y el pianista, además de escritor y estrella de Twitter, James Rhodes (Londres, 45 años).

Campofrío ha adelantado varias semanas el rodaje y el estreno de su campaña navideña, para adaptarse a los tiempos extraños de este 2020 y evitar imprevistos. Pero los imprevistos han llegado igualmente. Uno de ellos es el positivo en coronavirus de su director, Paco Plaza (Valencia, 47 años). Con síntomas leves de la enfermedad, debe controlar desde su casa lo que ocurre en el set instalado en la cafetería. Mientras accede por *streaming* a la señal de cámara, Daniel Sánchez Arévalo (Madrid, 50 años) se asegura que todo esté en orden, tras incorporarse a última hora al proyecto en el que ya participó en años anteriores. El asunto que tienen entre (cuatro) manos no rehúye una realidad que ha traído a los españoles consecuencias mucho más dramáticas. El anuncio de este año tiene a la muerte como protagonista, con el rostro de Quique San Francisco. El mensaje, en forma de *hashtag*: #DisfruteEnVida.

Este relato breve de algo más de tres minutos comienza sobre las tablas del teatro Lara, donde el actor aparece vestido de negro y guadaña en mano. Cuando sale a la calle, se da

cuenta de que se ha convertido en su oscuro personaje. Pasea por la Puerta del Sol y ante el Congreso de los Diputados pero nadie le hace caso. Es invisible ante los ciudadanos, que prefieren comportarse como si la muerte no existiera. “Es un tema complicado de tratar, pero hemos querido no abandonar la combinación de humor y actualidad que este especial navideño ha tenido años anteriores. No podíamos dar la espalda al momento que vivimos”, comenta por teléfono Plaza responsable de la saga de terror *REC* y del *thriller* *Quien a hierro mata*. “Ponerle al anuncio de final de año algo de crítica social y escapar de lo almibarado es la decisión inteligente, aunque sigan funcionando las propuestas ñoñas”, admite Sánchez Arévalo, cuya filmografía está más cercana a la comedia con títulos como *La gran familia española* y *Primos*.

**“No hago más que defender que reír es la única salida. Se puede enfocar la tragedia desde el resquicio de humor que queda en ella”**

El tabú por la muerte continúa en la escena de la cafetería HD, en la que un equipo de cerca de cien personas ha trabajado durante horas aplicando los protocolos de seguridad para rodar apenas 12 segundos. En ella, Buenafuente intenta explicar a un confuso Rhodes qué significan expresiones como “criar malvas”, “quedarse tieso” o “irse al otro barrio”, eufemismos utilizados para evitar la palabra maldita. El presentador, acostumbrado a parodiar este tipo de anuncios en su programa, lamenta que “se haya ido perdiendo esa tradición navideña de anuncios-evento”, que sí mantiene un organismo como la Lotería. Por eso ha aceptado participar en uno de ellos. “No hago más que defender que reír es la única salida, así que pensé que tenía que aplicarme el cuento y hacerlo con respeto. Se puede enfocar la tragedia desde el resquicio de humor que queda en ella y dándole cierta luz al asunto”. Desde Madrid graba desde hace años su programa *Late Motiv* de Movistar +. “La verdad es que no he aprendido nada de este año tan duro. Vine aquí para conocer y disfrutar la ciudad. Ahora hay que ser responsable. Llevo meses que lo único que hago es ir a trabajar, seguir las normas y regresar a casa. En 30 años de carrera no me había pasado lo de estar la mayor parte del día en chándal. Es uno de vestir, pero lo cierto es que voy por Madrid en chándal, salvo cuando grabo en plató o hago rodajes como este. Es sin duda un mal menor”, comenta.





Enrique San Francisco, vestido como la muerte en la Puerta del Sol durante el rodaje del anuncio. PITU LÓPEZ / RUBÉN VELA

Su compañero en pantalla, James Rhodes, siente que se gradúa oficialmente como celebridad madrileña participando en este proyecto. “Ya hice un anuncio en España, pero era de un banco. Lo siento mucho”, bromea. Los británicos son expertos en grandes *spots* navideños y el músico se llevó una alegría cuando su novia le explicó que iba a ser uno de los rostros televisivos de las fiestas de este 2020. Está especialmente feliz de colaborar en algo tan español como es, en sus propias palabras, reírse del *guiiri*, y evitar así que un anuncio navideño se convierta en algo cursi. “Lo de liarme con las palabras es mi día a día. Entro en la carnicería de mi barrio preguntando por ‘un polla’ y salgo diciendo ‘mátame camión’”, comenta en un avanzado castellano, que dice aprender viendo series españolas.

Precisamente, ese gusto por recordar las cosas buenas y malas que nos definen como españoles es algo que Paco Plaza ha querido conservar en este anuncio, en el que también aparecen Juan Echanove, Silvia Abril y María Galiana. “No hay nada con lo que más nos identifiquemos en España que con el humor. Nos reímos de nuestra propia sombra y de eso va esta pequeña película, de lo autóctono y lo nuestro”, defiende.



El Congreso de los Diputados, otro de los lugares de rodaje. PITU LÓPEZ / RUBÉN VELA

[Texto extraído de <https://elpais.com/espana/madrid/2020-12-03/el-anuncio-de-navidad-de-campofrio-se-rie-hasta-de-la-muerte-para-celebrar-la-vida.html>]

## 5. Para hablar un poco...

-La muerte es un tema tabú en muchos lugares. ¿Por qué crees que sucede esto?

-Lee la siguiente explicación que da la psicóloga Sara Losantos sobre el tabú de la muerte. ¿Qué factores crees que son más determinantes para poder entender la existencia de este tabú?

“No hay un único factor que permita explicar por completo la dificultad que tenemos para hablar de la muerte, sino que existen varias razones para ello:

–Razones sociológicas, como el aumento de la esperanza de vida, el avance de los tratamientos médicos, la tecnificación de la muerte, que alejan la realidad de la muerte de nosotros (la muerte les sucede a “otros”).

–Razones culturales: En determinadas culturas, la muerte está más presente y forma parte de lo cotidiano: se representa, se admite e incluso se celebra. Esto tiene que

ver con un sentido de la trascendencia que, en Occidente y sobre todo en Europa, hemos ido perdiendo.

–Razones psicológicas: Nuestra propia muerte se nos hace irrepresentable. Esto es algo que tiene mucho que ver con el miedo a lo desconocido. Sin duda en nuestra sociedad existe un claro tabú que aleja la muerte de nuestras vidas, la encierra en los hospitales y la traslada de las casas a los tanatorios. Nuestra sociedad es prisionera de la inmediatez: se basa en una cultura hedonista que busca la recompensa sin esfuerzo y que huye del sufrimiento, en una fantasía que presupone que, si no hablamos de ello, no sucederá”.

[Extraído de <https://www.fundacionmlc.org/cinco-preguntas-acerca-del-tabu-en-torno-a-la-muerte/>]

-Por parejas, comentad las siguientes frases célebres de algunos personajes hispanos. ¿Qué creéis que significan?

1. “La muerte es algo que no debemos temer porque, mientras somos, la muerte no es, y cuando la muerte es, nosotros no somos.” (Antonio Machado)

2. “La muerte no existe, la gente sólo muere cuando la olvidan; si puedes recordarme, siempre estaré contigo.” (Isabel Allende)

3. “La muerte para los jóvenes es naufragio y para los viejos es llegar a puerto.” (Baltasar Gracián)

4. “Bien mirado, el mundo ha dejado de pensar en la muerte. Creer que no vamos a morir nos hace débiles, y peores.” (Arturo Pérez-Reverte)