



PROPUESTA DIDÁCTICA
JAVIER VELERDAS VERGEL

CUADERNO DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES ANTES DEL VISIONADO

1. El cortometraje que vas a ver a continuación lleva por título “Vale”, expresión muy utilizada en España. Pero, ¿para qué sirve en español esta expresión?



2. Lee los siguientes textos. Son los argumentos de cinco cortometrajes españoles. ¿Cuál corresponderá al corto que veremos a continuación? Luego comprobaremos vuestras hipótesis para saber si habéis acertado.

a) Alicia camina atareada ultimando los preparativos de su boda cuando decide entrar a pedir un café para llevar en la primera cafetería que encuentra. Casualidades del destino, allí que se encuentra inesperadamente con Javi.

b) Un niño va de excursión con su escuela al Mercado mayorista de alimentos de Barcelona. Allí vivirá una experiencia que marcará su vida para siempre y pondrá a prueba su valentía.

c) Tras la comida, David tiene que confesar una noticia a sus padres. Lo que todavía no sabe es el impacto que va a causar sobre ellos.

d) Un grupo de amigos se cruza con una chica americana en una fiesta. Uno de ellos, que no tiene ni idea de inglés, intentará entablar una conversación con ella.

e) Una mujer llega tarde a su puesto de trabajo lo que provoca que se desate el infierno.

3. El cortometraje es en realidad un anuncio (un comercial) de una marca de bebidas. Escribe el nombre de estas bebidas en el recuadro y elige cuál crees que es la bebida anunciada. Luego comprobaremos vuestras hipótesis para saber si habéis acertado.

ACTIVIDADES DURANTE EL VISIONADO

4. Elige la respuesta correcta.

1. La chica protagonista conoce a los chicos en una fiesta que hay...

- a) En un restaurante.
- b) En un bar.
- c) En la terraza de una casa.
- d) En la playa.

2. ¿Cuál es el nombre de los protagonistas del corto?

- a) Tony y Rachel.
- b) Víctor y Rachel.
- c) Tony y Emily.
- d) Víctor y Emily.



3. ¿Qué significa "Vale"?

- a) No.
- b) Ok.
- c) No lo sé.
- d) Después.



4. ¿Qué hacen los chicos después de comer?

- a) Se quedan en casa.
- b) Se van a tomar un café.
- c) Se van al cine.
- d) Se van a dar un paseo por la ciudad.



5. En la primera parte del corto, el protagonista es presentado como un chico...

- a) inteligente.
- b) inseguro.
- c) aburrido.
- d) tímido.



6. ¿Qué le quiere proponer el chico a la chica?

- a) Ver las estrellas.
- b) Pasear por la playa.
- c) Ir al cine.
- d) Tomar algo juntos.



7. ¿Qué actividades hacen los chicos en su tiempo libre?

- a) Ir al cine, a conciertos, al teatro y a nadar.
- b) Ir al fútbol, al cine, a conciertos y al teatro.
- c) Ir a conciertos, al cine, a exposiciones y al fútbol.
- d) Ir al cine, al teatro, a conciertos y a exposiciones.

8. ¿Por qué sabe el protagonista todas esas cosas?

- a) Porque tiene buena memoria.
- b) Porque quiere enamorar a la chica.
- c) Porque recuerda buenos momentos vividos con sus amigos.
- d) Porque es muy inteligente.

9. ¿Qué le pregunta la chica protagonista?

- a) El nombre del actor principal de la película "Algo pasa con Mary"
- b) El nombre de la actriz principal de la película "Algo pasa con Mary"
- c) El nombre del director de la película "Algo pasa con Mary"
- d) El nombre del perro de la película "Algo pasa con Mary"

10. ¿Qué bebida se anuncia en el corto?

- a) Vino.
- b) Agua.
- c) Cerveza.
- d) Refresco.

5. a) Escucha y completa la conversación que tienen Víctor y la chica dentro del coche (8'50-9'10)



VÍCTOR

- Bueno, pues ya nos vemos mañana.

CHICA

- Oye, ¿_____?
Tengo "Algo pasa con Mary".

VÍCTOR

- ¡Buahh!, se ha hecho un poco tarde, ¿no?

CHICA

- Vengaaa, _____

VÍCTOR

- ¡Ahhh!

5. b) Contesta a las siguientes preguntas:

1. La primera oración que dice la chica es:

Una orden

Una propuesta

Una petición

2. La segunda oración que dice la chica es:

Un consejo

Una orden

Una invitación

ACTIVIDADES DESPUÉS DEL VISIONADO

6. a) En el siguiente fragmento que vas a ver (7':27-08:06) se realizan varias propuestas e invitaciones. Intenta escribir algunas de ellas.

1. _____.

2. _____.

3. _____.

4. _____.

5. _____.

En la secuencia final del corto, el protagonista dice en *espanglish*:



“Do you want look here estrellas tonight conmigo?”

¿Cómo se dice esto correctamente en español?

_____.

6. b) En el corto que has visto, a estas propuestas e invitaciones se contesta con la expresión “Vale”. ¿Conoces otras expresiones que sirven para aceptar una propuesta, ofrecimiento o invitación? Y, ¿cuáles son las expresiones que se utilizan para rechazar una propuesta, ofrecimiento o invitación? Escríbelas en su lugar correspondiente.

ACEPTAR UNA PROPUESTA, OFRECIMIENTO O INVITACIÓN

- 1. _____.
- 2. _____.
- 3. _____.
- 4. _____.
- 5. _____.



RECHAZAR UNA PROPUESTA, OFRECIMIENTO O INVITACIÓN

- 1. _____.
- 2. _____.
- 3. _____.
- 4. _____.
- 5. _____.

RECUERDA:

PROPONER, OFRECER E INVITAR	ACEPTAR	RECHAZAR
-¿Vamos a...? ¿Vamos al gimnasio? ¿Vamos a bailar? -¿Vienes a...? ¿Vienes a bailar? ¿Vienes al gimnasio? -Enunciado interrogativo ¿Tomamos algo? -¿Por qué no...? ¿Por qué no vamos a comer? -¿Qué tal si...? ¿Qué tal si vamos al cine esta tarde? -¿Quieres (que)...? ¿(Quieres) <u>un</u> café? ¿Quieres <u>tomar</u> algo? ¿Quieres que <u>vayamos</u> a tomar algo? -¿Te apetece (que)...? ¿Te apetece <u>un</u> café? ¿Te apetece <u>tomar</u> algo? ¿Te apetece que <u>vayamos</u> a tomar algo? -Te invito a... Te invito a <u>un</u> café. Te invito a <u>tomar</u> algo. -Imperativo Ven con nosotras. Vamos al cine.	SIN RESERVAS -Sí, (gracias) -(Sí), vale -(Bien), de acuerdo -Pues sí -Estupendo/Perfecto/Fenomenal/Fantástico -(Muy) buena idea -Con mucho gusto	-No, (muchas) gracias -(No), (no,) (muchísimas) gracias + es que... No, muchas gracias. Es que ya he comido. - (No,) lo siento + es que... No, lo siento. Es que tengo mucho trabajo. -Pues/Bueno, es que... Pues es que tengo que estudiar -No puedo y lo siento (de verdad) -Muchas gracias, pero no puedo -Imposible, es que... -Otro día, es que... ¡OJO! : cuando rechazamos una invitación, solemos dar una explicación que introducimos con es que .
	CON RESERVAS -Sí, pero... -Bueno -Bueno, vale, pero... -Bueno, si insistes	

7. Practica las expresiones de la tabla anterior. Invita a tu compañero a los siguientes espectáculos o actividades y tu compañero los aceptará o rechazará. Luego cambiaréis los roles.



Ir al cine
Ver una película



Ir a un concierto



Ir al teatro
Ver un musical



Ir al fútbol
Ver un partido



Ir de compras
Hacer unas compras



Ir de tapas
Tomar una cerveza



8. a) Lee el siguiente texto:

Estrella Damm: El Branding Asociativo¹

Uno de los deseos de cualquier marca es conseguir conectar con sus consumidores en un estadio emocional, más allá del producto o servicio. Es en ese momento, cuando la marca no vende un producto, sino **un estado emocional, es cuando se convierte en una actitud.**

Si podemos encontrar una marca en los últimos 8 años que haya conseguido algo parecido, esa es **Estrella Damm.**

Fundada en 1876 en la ciudad de Barcelona por Joseph Damm, se convierte en **la cerveza española más antigua del país.** Conocida hasta 1991 como Estrella Dorada, adquiere su nombre actual para potenciar el heritage y tradición de la marca, recuperando la receta original de 1876, suponiendo una nueva etapa e hito para la marca barcelonesa, perteneciente al Grupo Damm.

Actualmente Estrella Damm, **posee más del 86% de la cuota de mercado (en Cataluña),** y es una de las marcas de cerveza nacional **más reconocidas del país.**

Todo empezó en 2009 cuando la Estrella Damm, decidió **abandonar la lucha de producto** con sus competidores e intentar adueñarse de una parte emocional de sus consumidores: el Mediterráneo.

Con su primer spot, **Mediterráneamente,** la marca trabajó algunos de sus valores más importantes y empezó a construir una nueva personalidad y posicionamiento que **la situaban más allá del producto, en una actitud, en un estilo de vida.**

La amistad, el optimismo, lo cotidiano, la cercanía, el joven adulto, el Mediterráneo, la luz, la gastronomía, la naturaleza, la diversión, el amor, el verano...

La construcción de un imaginario que alinearía todos los recursos de la marca en favor de un solo objetivo, **convertirse en la cerveza española del Mediterráneo.**

En este momento, **Estrella Damm no estaba vendiendo cerveza, vendía amistad, ilusión, descubrir, compartir, naturalidad, clima, vacaciones... todo un universo positivo de asociaciones directas con producto,** que era el eje que conectaba todos y cada uno de los valores que se crearon.

VERANO = Calor = Cerveza

¹ **Branding asociativo:** construir valores emocionales anclados en el atributo funcional (el producto).
Fuente: <http://www.branzai.com/2012/07/estrella-damm-el-branding-asociativo.html#comment-form>

AMISTAD = Reunión = Cerveza
COMPARTIR = Amigos = Cerveza
NATURALIDAD = Ingredientes = Cerveza
ILUSIÓN = Buenos momentos = Cerveza

Además, la apropiación de un color alineado con los valores emocionales que intenta proyectar, el Rojo (*pasión, alegría, optimismo, fuerza, disfrute, día, noche, sangre, alimentación*), ha sido uno de sus grandes éxitos para construir el universo de marca que sustenta su propuesta de valor, y crea una diferenciación absoluta con el resto de competidores.

8. b) Marca la opción correcta, ¿es verdadero (V) o falso (F)?

1. Estrella Damm ha conseguido conectar con sus consumidores en un estadio emocional. **V F**

2. Estrella Damm es la cerveza más antigua de España. **V F**

3. Estrella Damm es la marca de cerveza nacional más reconocida del país. **V F**

4. Algunos de los valores más importantes de la marca son: *La amistad, el Mediterráneo, La gastronomía y el verano.* **V F**

5. El amarillo es el color asociado a sus valores. **V F**

9. Mira estas fotografías y escribe qué sensaciones o valores transmiten.





10. Este es el logotipo de la marca Estrella Damm.



A continuación, vas a ver los logotipos de otras marcas de cerveza. Busca en internet información sobre ellas y elige aquellos logos que pertenecen a empresas españolas.



26 FORMAS DE PEDIR UNA CERVEZA

Cominapallares

NIVEL DE SED

SED NIVEL 'QUERO VISITAR TODOS LOS BARES DE LA ZONA.'

100-140 ml

CORTO (Galicia, norte de Castilla y León, La Rioja)

PENALTI (Aragón)

ZURITO (País Vasco) Debe su nombre al torero cordobés Zurito, que corría con una peña de aficionados donde nació esta medida.

SED NIVEL 'NO SOPORTO QUE SE ME CALIENTE'

200 ml

CANA En casi todas partes puedes pedir una cana, pero no siempre te servirán lo mismo. La medida más común es el vaso de 200 ml, de ahí para arriba. Eso si, siempre es de grifo y fresca.

La ESPUMA (1 o 2 dedos) protege el líquido.

TEMPERATURA nunca inferior a 0 grados ni superior a 30.

QUINTO o BOTELLIN (según la zona). La más pequeña de las embotelladas, también llamada **BOTIN** en parte de Madrid.

QUARTO (250ml) No es una leyenda, existe, pero al ser un poco más ancho que el quinto o botellín, acaba adoptando su nombre. Es más fácil encontrarlo en el súper que en un bar.

SED NIVEL 'VIERNES TRAS UNA SEMANA HORRIBLE EN EL CURRO'

333 ml

TUBO

DOBLE (Madrid)

TERCIO

MEDIANA (Cataluña)

MEDIA (Asturias)

SED NIVEL 'VIERNES TRAS UNA SEMANA MAS SIN CURRO'

500 ml

JARSA muy proclive a servirse congelada. ¡MAL!

MACETA (Andalucía) Vaso de sidra lleno de cerveza u otros.

SED NIVEL 'FIESTA DE PUEBLO'

1000 ml

LITRO

XIBECA (Cataluña)

LITRONA

3 o 4 dedos de espuma

Este vaso tiene CACHÍ un litro! 750 ml

Plástico

KATXI (País Vasco) o **CACHI** (Castilla y León, Asturias)

MINI (Madrid)

TANQUE (Cantabria)

CLARAS

Por lo general una clara se entiende por una cerveza con apesosa, pero en Cataluña te la servirán con limón y en Andalucía tendrás que especificar. En algunos sitios, la mezcla con refresco de limón tiene nombre propio. ¡Bienvenidos al MUNDO CLARA!

BLANQUISIMO

PELAZO

LEJA o PICA (Navarra, País Vasco, Cantabria)

SHANDY (Mallorca) Adoptado del inglés. Se dice que, antes de la llegada masiva de turistas, se le llamaba **BARRETJAT**.

CHAMPÚ (Castellón y Tarragona)

BURBU (Josa)

CLARA Cerveza con gasosa.

11. Lee las siguientes viñetas sobre las distintas formas que existen en España de pedir una cerveza según el lugar y su tamaño. Escribe en el mapa de España (ANEXO II) los diferentes nombres que se utilizan en las distintas regiones.

Fuente: http://verne.elpais.com/verne/2015/11/12/articulo/1447348603_860500.html

12. Lee la ficha técnica del cortometraje (ANEXO I) y empareja a cada persona con su profesión. Luego, comenta con tu compañero en qué consiste cada una de esas profesiones.

Director	Toni M. Mir
Actriz	Quim Gutiérrez
	Edu Grau
Guionista	Oriol Villar
Actor	Dakota Johnson
	Alejandro Amenábar
Fotógrafo	Natalia Tena
Músico	Carles Francino

13. a) El director del corto que has visto es Alejandro Amenábar, uno de los directores españoles más importantes en la actualidad. Lee su biografía y escribe la forma correcta del pretérito indefinido en los espacios en blanco.



Alejandro Amenábar (NACER) _____ en Santiago de Chile – mantiene actualmente la doble nacionalidad española y chilena–. Su madre es Josefina Cantos, una española nacida en Madrid, que había viajado a Chile donde vivía una hermana. Allí (CONTRAER) _____ matrimonio con su padre, Hugo Ricardo Amenábar, de nacionalidad chilena y trabajador de la empresa General



Electric. El matrimonio (TENER) _____ dos hijos, ambos nacidos en Chile: Ricardo, nacido en 1969, y Alejandro, en 1972. Un año después del nacimiento de Alejandro, la familia (DECIDIR) _____ trasladarse a España. En agosto de 1973, solo unas semanas antes del golpe de Estado de Pinochet, (INSTALARSE) _____ en Madrid, donde su padre (COMENZAR) _____ a trabajar en la empresa OSRAM.

En 1990, tras concluir sus estudios en el instituto con buenos resultados, (ACCEDER) _____ a la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid, donde no (LLEGAR) _____ a terminar sus estudios, pues Amenábar consideraba que eran unos estudios excesivamente teóricos y muy alejados de la realidad profesional.

Antes de su ingreso en la facultad, (TRABAJAR) _____ como reponedor en un almacén y como jardinero hasta que (PODER) _____ comprarse una cámara de vídeo doméstico.

Entre 1991 y 1995 (REALIZAR) _____ cuatro cortometrajes (*La cabeza*, *La extraña obsesión del Doctor Morbius*, *Himenóptero* y *Luna*) que (INFLUIR) _____ posteriormente en sus primeras películas.

Pero, todo (CAMBIAR) _____ cuando (CONOCER) _____ a José Luis Cuerda (director español de cine). Después de ver el corto *Himenóptero*, Cuerda (INTERESARSE) _____ por el guion de la futura película *Tesis* (1996) y (CONVERTIRSE) _____ en el productor de sus tres primeras películas.

Tesis es un thriller ambientado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. (CONSEGUIR) _____ llamar la atención de la crítica en el

Festival de Cine de Berlín y (OBTENER) _____ siete Goyas, incluidos el de mejor película y mejor director novel.

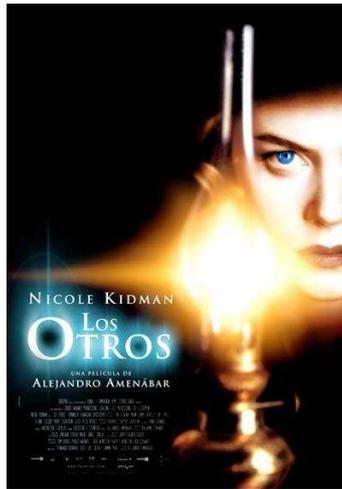


En 1997 (REALIZAR) _____ *Abre Los ojos*, una película de ciencia ficción e intriga psicológica que (HACERSE) _____ con un notable éxito de crítica en festivales internacionales como los de Berlín o Tokio. Impresionado por la película, Tom Cruise (ADQUIRIR) _____ los derechos de adaptación y (PRODUCIR) _____ y (PROTAGONIZAR) _____ el *remake Vanilla Sky* (2001).

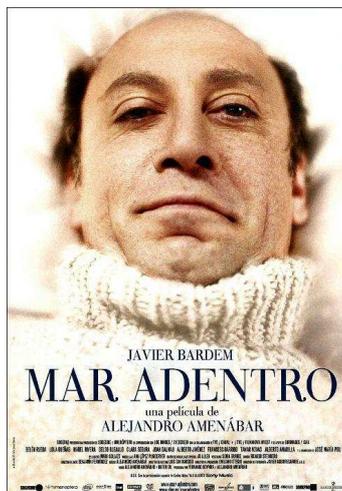


Su tercera película (SER) _____ *Los otros* (2001), protagonizada por Nicole Kidman. (CONSEGUIR) _____ un gran éxito de crítica y público a nivel internacional, especialmente en España, donde (SER) la película más vista del año, y también en los Estados Unidos, donde (MANTENERSE) _____ durante varias semanas entre las más vistas.

(ESTRENARSE) _____ en la sección oficial del Festival de Venecia de 2001, (CONSEGUIR) _____ ocho premios Goya –incluidos el de mejor película y mejor director– y (SER) _____ candidata al Premio de la Academia de Cine Europeo a la mejor película.



En 2004 (PRESENTAR) _____ *Mar adentro*, un relato de la vida real del tetrapléjico Ramón Sampedro (interpretado por Javier Bardem), donde (ABORDAR) _____ temas como la eutanasia, el aborto o «el derecho a una vida digna». La película (GANAR) _____ 14 Goyas, incluidos el de mejor película y mejor director, y el Óscar a la mejor película de habla no inglesa en 2004.



En 2008 (RODAR) _____ su siguiente película, inicialmente titulada *Mists of Time* y que finalmente (LLAMARSE) _____

Ágora. Protagonizada por Rachel Weisz y Max Minghella, (ESTRENARSE) _____ el 9 de octubre de 2009. Con un presupuesto de 50 millones de euros, es la película española más cara de la historia.



Amenábar es también el compositor de la banda sonora de sus películas, al igual que de otras como *La Lengua de Las mariposas*, dirigida por José Luis Cuerda, y *Nadie conoce a nadie*, dirigida por Mateo Gil.

En 2015 (ESTRENAR) _____ su sexta película como director, *Regresión*, protagonizada por Emma Watson y Ethan Hawke.



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Alejandro_Amen%C3%A1bar

13. b) A lo largo de su carrera, Alejandro Amenábar ha ganado varios “Goyas”. Pero, ¿qué son los “Goya”? Busca información en Internet sobre este tema y escribe un pequeño texto sobre ello.

14. a) Los siguientes textos son dos críticas que se han escrito sobre este corto. Léelos y di si son positivas o negativas.

a) “Vale, que sí, que es Amenábar, pero también hay que tener en cuenta que es un anuncio publicitario y que tiene, por tanto, un fin tan simple como que te compres cervezas Estrella Damm. No quiere que te replantees tu vida, que te quedes dos horas reflexionando delante de la pantalla o que te des cuenta que has dejado escapar al amor de tu vida... Quiere que compres una cerveza Estrella Damm.

Teniendo en cuenta esto, el anuncio logra en mi opinión, conectar con el público. La historia de amor concede una estructura circular a la narración y permite un toque de ingenio, pero lo realmente significativo es el mensaje veraniego "Vale". Esta palabra encierra varias acepciones que funciona como sinónimos en el contexto del corto. Decir " Vale" a nuevas oportunidades, decir “vale” al riesgo, decir “vale” a lo desconocido es un “vale” al optimismo y a la alegría. Por eso creo que el corto logra su propósito no solo como anuncio publicitario, sino también como obra artística”

b) “A ver, si es que se trata de un anuncio, un simple spot publicitario. La mayor pretensión a la que puede aspirar es a la de vender mucha cerveza y ser rentable. Porque dudo mucho que el talentoso Amenábar vaya a poner aquí todo su genio e inspiración.

Historia resultona, típicos tópicos, actores famosos para que den brillo al resultado final, y poquita cosa más que resalte.

Eso sí, me quedo con la idea de que cuando compartes una experiencia con alguien, o ves una película con otra persona y no en soledad, es mucho más fácil recordar cualquier hecho por la sencilla razón de que no lo hiciste solo”

Fuente: <http://www.filmaffinity.com/es/reviews/1/755132.html>

14. b) Ahora escribe tu propia crítica del corto.

ANEXO I: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

CARTELES



FICHA TÉCNICA

Título original: Vale

Año: 2015

Duración: 12 min.

País: España

Director: Alejandro Amenábar

Guión: Alejandro Amenábar, Oriol Villar

Música: Toni M. Mir

Fotografía: Edu Grau

Reparto: Dakota Johnson, Quim Gutiérrez, Natalia Tena, Carles Francino, Patricia Valley, José Javier Domínguez, Francesc Garrido

Productora: 126 / Estrella Damm

SINOPSIS:

Un grupo de amigos se cruza con una chica americana en una fiesta. Uno de ellos, que no tiene ni idea de inglés, intentará entablar una conversación con ella.

Fuente: <http://www.filmaffinity.com/es/reviews/2/755132.html>

