

*Taller didáctico:
El anuncio
publicitario:
más que imágenes
y palabras*

**Departamento de Enseñanza
y Acción Cultural de la
Casa-Museo Tomás Morales
del 23 de abril
al 29 mayo de 2009**

*Los primeros rumores de la jornal faena
difunden en la bruma su vuelo mercantil,
y el agudo silbato de una fábrica llena
la ciudad con el júbilo de su clamor fabril.*

TOMÁS MORALES

COMO CONMEMORACIÓN DEL DÍA DEL LIBRO 2009 el Departamento de Educación y Acción Cultural (DEAC) de la Casa-Museo Tomás Morales desarrolló el taller didáctico *El anuncio publicitario: más que imágenes y palabras* que sirvió de complemento y estuvo estructurado en torno a la exposición *El anuncio publicitario en la casa-museo: visítala* realizada por el Departamento de Archivo Biblioteca de la Casa-Museo.

Es difícil determinar el año exacto en que nació la publicidad, sin embargo la publicidad como la concebimos hoy en día surgió a finales de siglo XIX; teniendo en cuenta que la biblioteca de la Casa-Museo Tomás Morales cuenta entre sus fondos con una colección especializada de medios gráficos y otros soportes publicitarios de finales del siglo XIX y principios del XX, en el taller analizamos los anuncios publicitarios que aparecían en dichos medios y reflexionamos sobre la vigencia de los mismos.

El objetivo principal del taller es fomentar la lectura y la creatividad. Pretendimos que los asistentes trabajaran con y sobre la publicidad en la prensa de finales de siglo XIX y principios del XX con el objetivo de descubrir los mecanismos que utilizan estos mensajes publicitarios. Las actividades se centraron en la análisis y producción de anuncios publicitarios. Se trató de acercar al alumnado y sensibilizarlo ante el anuncio publicitario como medio artístico pero también persuasivo y utilizar el texto y la imagen para desarrollar producciones alternativas.

El Taller tuvo una duración aproximada de 75 minutos, se celebró en la Casa-Museo Tomás Morales de 9.00 a 14.00 horas y estuvo dirigido a alumnos desde Primaria

hasta Bachillerato —con un máximo de 25 alumnos en cada grupo—; obviamente, el tratamiento del taller, la selección de textos y las actividades diseñadas para trabajarlos se adaptaron a las aptitudes y capacidades propias de cada grupo dependiendo de su edad y nivel académico.

La secuenciación del taller consistió en lo siguiente:

- Presentación de la temática del taller:
el anuncio publicitario
- Anuncios publicitarios hoy y en la época de Tomás Morales:
 - A través de una serie de anuncios gráficos los alumnos tenían que identificar algunos elementos propios de la publicidad: eslogan, logotipo, producto, marca y personaje.
 - Análisis de la imagen y el texto, manipulación de ambas.
 - Finalidad de la publicidad.
- Elaboración de un anuncio. Para constatar y aplicar lo que aprendieron los alumnos crearon un eslogan para la Casa-Museo Tomás Morales.
- Puesta en común del trabajo realizado



Anuncio publicitario de “La Novela de Noche”. Ilustración de Demetrio en la cubierta trasera de *El verano de los membrillos* de Melchor de Almagro San Martín; ilustraciones de Máximo Ramos. Madrid: Sucesores de Rivadeneyra, 1925 (La Novela de Hoy; 161)