

Zeitschrift:	Hispanica Helvetica
Herausgeber:	Sociedad Suiza de Estudios Hispánicos
Band:	15 (2005)
Artikel:	La publicidad en escena : análisis pragmático textual del discurso publicitario de revistas en español
Autor:	Bürki, Yvette
Anhang:	Anexos
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-840913

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ANEXOS

CUESTIONARIOS

1. CUESTIONARIO CHICAS

Cuestionario acerca de la publicidad en revistas juveniles

El cuestionario que tú rellenarás me proporcionará valiosa información para mi investigación acerca de la publicidad en revistas juveniles. ¡Gracias por tomarte el tiempo y por tu ayuda!

Para empezar, un par de datos:

Edad: chico
 chica

Formación:

El cuestionario es anónimo, pero para no tratar tus datos con un simple número, escribe por favor tu nombre o un seudónimo cualquiera:

.....

1. ¿Compras revistas juveniles?

- sí
 no

2. En caso de respuesta afirmativa, ¿qué revistas sueles comprar?

.....

.....

.....

3. ¿Te fijas en los anuncios publicitarios que traen estas revistas?
- casi siempre
 a veces
 nunca
4. ¿Qué es lo que más te llama la atención de los anuncios publicitarios? (puedes marcar más de una posibilidad)
- lo que dice el texto
 las fotos
 el uso del color y el diseño
 otros (especifica en las líneas a continuación):
.....
.....
.....
.....

5. Según tu opinión, ¿cómo evaluarías la presencia de estas características en los anuncios publicitarios de revistas juveniles?

características	siempre	mayormente	algunas veces	nunca
originales				
innovadores				
utilizan mi forma de hablar				
me siento representado/a				
me gustan				
informativos				
graciosos				
aburridos				
poco atrayentes				

6. Según tu opinión, ¿es importante que en la publicidad para jóvenes se adopte el modo de hablar de los jóvenes?

sí

no

¿Por qué?

-Pasa a la página siguiente-

7. Observa los siguientes anuncios publicitarios y contesta las siguientes preguntas:

A.

En la era de la tecnología punta, de internet. • En la era de las comunicaciones de última generación. • En la era donde la telefonía móvil es capaz de poner el mundo en tus manos, sólo con innovación, diseño y tecnología, se logra un entorno lleno de posibilidades que te hace la vida más atractiva y fácil. • Ericsson es telefonía móvil para una generación que lo quiere todo, que hace realidad sus sueños. • La generación wap. ¿Te vienes?

nuevo
Ericsson T20s
y radio FM*

tu eres gnracion wap

nombre: Ina
ocupación: studiant
años: 19
teléfono: ericsson T20s
deseo: comerm 1 rosk

www.ericsson.es/gnracionwap

Ericsson T20s
y radio FM* y MP3*

ERICSSON

a. ¿Te gusta?

- sí
 - más o menos
 - no

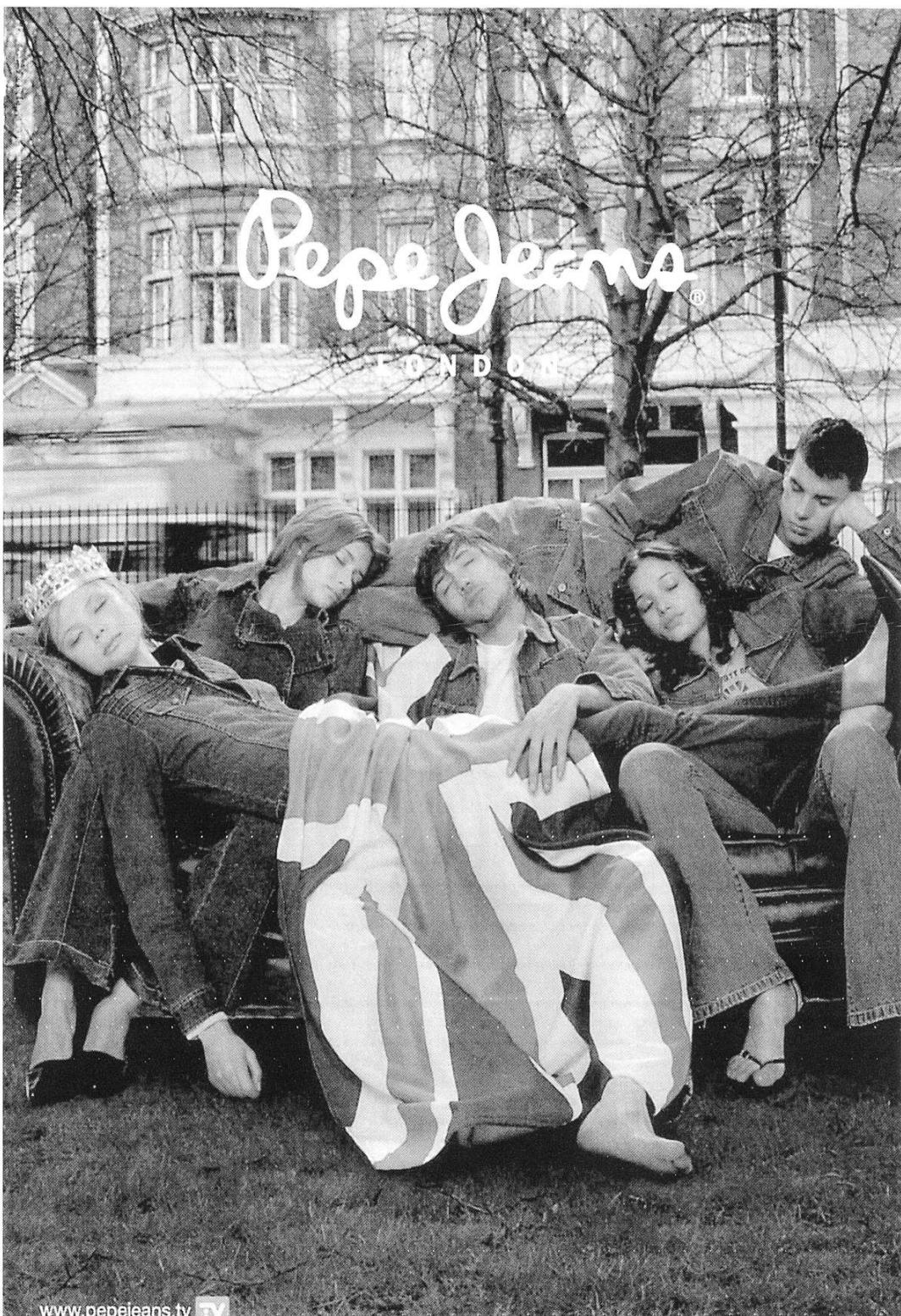
¿Por qué?

b. ¿Te anima a comprar el producto?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

-Pasa a la página siguiente-

B.

a. ¿Te gusta?

- sí
- más o menos
- no

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

b. ¿Te anima a comprar el producto?

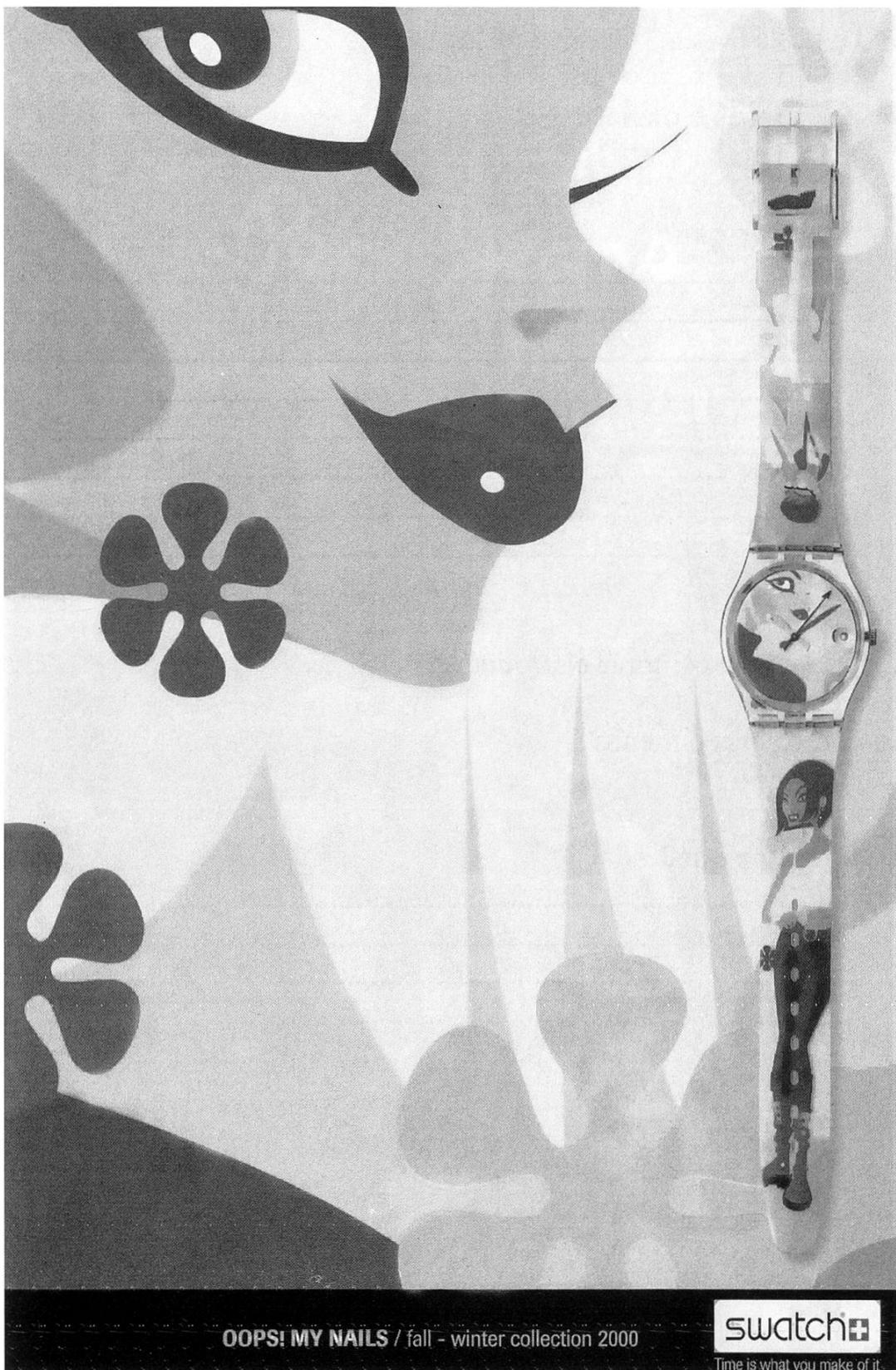
- sí
- más o menos
- no

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

-Pasa a la página siguiente-

C.

**OOPS! MY NAILS** / fall - winter collection 2000**swatch** 

Time is what you make of it.

a. ¿Te gusta?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

b. ¿Te anima a comprar el producto?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

c. ¿Cuál de los tres anuncios te gusta más?

- A.
 - B.
 - C.

¿Por qué?

2. CUESTIONARIO CHICOS

Cuestionario acerca de la publicidad en revistas juveniles

El cuestionario que tú rellenarás me proporcionará valiosa información para mi investigación acerca de la publicidad en revistas juveniles. ¡Gracias por tomarte el tiempo y por tu ayuda!

Para empezar, un par de datos:

Edad: chico
 chica

Formación:

El cuestionario es anónimo, pero para no tratar tus datos con un simple número, escribe por favor tu nombre o un seudónimo cualquiera:

.....

1. ¿Compras revistas juveniles?

- sí
 no

2. En caso de respuesta afirmativa, ¿qué revistas sueles comprar?

.....

.....

.....

3. ¿Te fijas en los anuncios publicitarios que traen estas revistas?
- casi siempre
 a veces
 nunca
4. ¿Qué es lo que más te llama la atención de los anuncios publicitarios? (puedes marcar más de una posibilidad)
- lo que dice el texto
 las fotos
 el uso del color y el diseño
 otros (especifica en las líneas a continuación):
.....
.....
.....
.....

5. Según tu opinión, ¿cómo evaluarías la presencia de estas características en los anuncios publicitarios de revistas juveniles?

características	siempre	mayormente	algunas veces	nunca
originales				
innovadores				
utilizan mi forma de hablar				
me siento representado/a				
me gustan				
informativos				
graciosos				
aburridos				
poco atrayentes				

6. Según tu opinión, ¿es importante que en la publicidad para jóvenes se adopte el modo de hablar de los jóvenes?

sí

no

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

-Pasa a la página siguiente-

7. Observa los siguientes anuncios publicitarios y contesta las siguientes preguntas:

A.



a. ¿Te gusta?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

b. ¿Te anima a comprar el producto?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

-Pasa a la página siguiente-

B.

Estoy sin ascensor.
Es bueno saber lo cerca que están tus amigos.

Porque con el nuevo servicio Busk, de grupos Qtal de Vodafone, sabrás lo lejos o cerca que está cualquier miembro del grupo con tan sólo enviar un mensaje. Localiza al miembro del grupo que tú prefieras enviando un mensaje al 4010 con el texto: BUSK#nº corto del miembro del grupo que quieres localizar. O localiza a todo el grupo enviando: BUSK#.

Con Qtal de Vodafone andarás más cerca de tus amigos.

Infórmate en el 1444

Qtal!
vodafone

a. ¿Te gusta?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

b. ¿Te anima a comprar el producto?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

-Pasa a la página siguiente-

C.



a. ¿Te gusta?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

b. ¿Te anima a comprar el producto?

- sí
 - más o menos
 - no

¿Por qué?

c. ¿Cuál de los tres anuncios te gusta más?

- A.
 - B.
 - C.

¿Por qué?



Números publicados

1. AA. VV.: *La autobiografía en lengua española en el siglo veinte.* 273 p., 1991.
2. SUGRANYES DE FRANCH, R.: *De Raimundo Lulio al Vaticano Segundo.* 253 p., 1991.
3. SÁNCHEZ, Y.: *Religiosidad cotidiana en la narrativa reciente hispanocaribeña.* 202 p., 1992.
4. AA. VV.: *Estudios de literatura y lingüística españolas en honor de Luis López Molina.* 636 p., 1992.
5. MICHEL-NAGY, E.: *La búsqueda de la «palabra real» en la obra de A. Roa Bastos: El testimoniar de la ficción.* 317 p., 1994.
6. KUNZ, M.: *Trópicos y tópicos. La novelística de Manuel Puig.* 215 p., 1994.
7. ANDRES-SUÁREZ, I.: *La novela y el cuento frente a frente.* 270 p., 1995.
8. BRANDENBERGER, T.: *Literatura de matrimonio (Península Ibérica, s. XIV-XVI).* 400 p., 1996.
9. CANONICA, E.: *Estudios de poesía translingüe (Versos italianos de poetas españoles desde la Edad Media hasta el Siglo de Oro).* 251 p., 1997.
10. AGOSTINHO-DE LA TORRE, M.: *Vocabulario histórico en relatos geográficos del siglo XVIII (Virreinato del Perú).* 768 p., 1999.
11. GÓNGORA, LUIS DE: *Epistolario completo.* Edición de Antonio Carreira. Concordancias de Antonio Lara. 807 p., 1999.
12. PEÑATE RIVERO, J.: *Benito Pérez Galdós y el cuento literario como sistema.* 728 p., 2001.
13. BACHMANN, S.: *Topografías del doble lugar. El exilio literario visto por nueve autoras del Cono Sur.* 244 p., 2002.
14. EBERENZ, R. / DE LA TORRE, M.: *Conversaciones estrechamente vigiladas. Interacción coloquial y español oral en las actas inquisitoriales de los siglos XV a XVII.* 280 p., 2003.
15. BÜRKI, Y.: *La publicidad en escena. Análisis pragmático textual del discurso publicitario de revistas en español.* 410 p., 2005.



PÓRTICO LIBRERÍAS
Muñoz Seca, 6
50005 Zaragoza (España)
Tel. (+34) 976 357 007 • Fax 976 353 226
e-mail: portico@porticolibrerias.es

ISBN 84-7956-038-X



9 788479 560386