

DOCUMENTOS PARA DESCUBRIR

6. Vuelve a leer el texto de las páginas 178 y 179 del Libro del alumno y escribe las palabras que acompañan a estos verbos. Añade otras palabras relacionadas con la publicidad que no salen en el texto.

comparar > _____
 > _____
 > _____

consultar > _____
 > _____
 > _____

fiarse de > _____
 > _____
 > _____

confiar en > _____
 > _____
 > _____

tomar > _____
 > _____
 > _____

hacer > _____
 > _____
 > _____

7B. Ahora, escribe al menos un verbo relacionado con cada sentido.

vista > ver
 > _____
 > _____
 > _____
 > _____

8. Explica con tus propias palabras qué significan estas frases que aparecen en el texto de las páginas 178 y 179.

1. La publicidad **le influye** mucho.

2. No **se fía de** la publicidad.

3. **Confía más en** la opinión de otros consumidores.

4. El olfato es el sentido que más **se fija en** nuestra memoria.

5. Vivimos en un mundo **inundado de** publicidad.

6. Resulta difícil **llamar la atención** del consumidor.

7. El **neuromarketing genera polémica**.

8. Las emociones no venden **por sí solas**.

9. No parece verdad que todos **compremos por impulso**.

7A. Escribe el nombre de los cinco sentidos.











9A. ¿Qué elementos de los anuncios hacen reír y llorar a los espectadores?

Dotted lines for writing.

9B. ¿Recuerdas algún anuncio en el que aparezcan los elementos que has escrito en A? Descríbelo.

Dotted lines for writing.



10. ¿Qué opinas sobre estas cosas? Reacciona utilizando uno de estos recursos usados por Carlos, Daniela y Violeta en la actividad 5 de la página 179 del Libro del alumno.

- Es exagerado.
- Me parece una intromisión.
- Es muy pesado.
- (No) me parece bien.
- Me parece fatal.
- Es práctico.

1. Tienes que aceptar las cookies para poder navegar mejor.

2. Cuando aceptas las cookies, se consigue información sobre ti.

3. Hay anuncios personalizados en las redes sociales.

4. Cuando estás en el extranjero, a veces no puedes ver contenidos de páginas web de tu país.

5. Para entrar en algunas páginas web, es necesario crear un perfil de usuario.

11. Busca información en internet sobre una de estas disciplinas. Luego, explica en qué consiste con tus propias palabras.

- marketing de contenidos
- marketing de ciudades

Es una técnica/disciplina...
Consiste en...
Se basa en la idea de que...

Dotted lines for writing.

GRAMÁTICA

12. Traduce las siguientes frases a tu lengua. ¿En tu lengua utilizas dos tiempos verbales diferentes?

No me parece bien recibir anuncios personalizados en las redes sociales.

No me parece bien que las empresas nos envíen anuncios personalizados en las redes sociales.

13. Lee este fragmento de noticia y valora la información que da usando estos recursos.

- Me parece fatal/genial/increíble...
• Me da igual...
• (No) Me parece bien...
• Es lógico/normal...

En los últimos meses, son varias las compañías que se han lanzado a ofrecer productos y servicios a cambio de que el usuario acepte recibir anuncios directos. La mayoría de ellos están centrados en los contenidos multimedia, por los que el usuario obtiene lo que desea a cambio de escuchar unos minutos publicitarios. Hace tiempo que el presidente ejecutivo de Google, Eric Schmidt, vaticinó que el futuro de la telefonía móvil pasaba por las llamadas gratuitas a cambio de publicidad, y hay empresas que ya se han puesto a trabajar sobre ello. Los operadores lo consideran como una especie de subvención, mientras que algunos usuarios lo consideran una invasión de la intimidad. Aun así, desde las empresas que desarrollan este tipo de sistemas se insiste en la idea de que el usuario debe aceptar expresamente recibir la publicidad, ya que es la única forma de que sea efectiva y de que el anunciante tenga la garantía de que la inversión es rentable.

Texto adaptado de 20 minutos

14. Utiliza estos recursos para escribir tu opinión sobre las siguientes afirmaciones. Justifícala.

- Es evidente que...
• Está claro que...
• Está demostrado que...
• Me parece que...
• Yo creo que...
• Es falso que...
• No es cierto que...
• A mí no me parece que...
• Es mentira que...
• No es verdad que...

- 1. Hay mucho sexismo en la publicidad.
2. La publicidad es muy útil para los consumidores.
3. La publicidad también puede servir para concienciar a la gente acerca de una buena causa y mejorar la sociedad.
4. La publicidad es una forma de arte.
5. Podemos conocer a una sociedad viendo los anuncios que hace.
6. Sin publicidad, la televisión sería mucho más aburrida.

15. Una empresa quiere lanzar un nuevo modelo de teléfono móvil entre los estudiantes universitarios. Valora las siguientes estrategias de publicidad y marketing, indicando cuáles te parecen mejores o peores y por qué.

- 1. Patrocinar un concierto en el campus.
2. Patrocinar a un equipo deportivo de la universidad (por ejemplo, un equipo de baloncesto).
3. Enviar correos electrónicos a todos los estudiantes con detalles sobre el nuevo móvil.
4. Hacer un sorteo en las redes sociales. Los ganadores recibirán gratis un teléfono.
5. Poner carteles en las residencias de estudiantes, donde viven muchos de los universitarios.
6. Recoger información personal de los estudiantes a cambio de un pequeño regalo y después enviarles publicidad personalizada.

LÉXICO

16. Escribe para qué realizan en publicidad las siguientes acciones.

1. Los investigadores en *neuromarketing* estudian cómo funciona el cerebro.
Lo hacen para
2. Con el sistema de *eye tracking* registran el recorrido de la mirada del consumidor en una tienda.
Lo hacen para
3. Estudian las reacciones de los consumidores (ritmo cardiaco, dilatación de las pupilas) ante diferentes estímulos.
Lo hacen para
4. Los supermercados tienen estrategias, como poner dulces y caramelos en las cajas o poner la leche al fondo del establecimiento.
Lo hacen para que los consumidores
5. Mediante el *remarketing* estudian las visitas de una persona a una página web.
Lo hacen para que los consumidores
6. Los publicistas crean anuncios que nos hacen reír y llorar.
Lo hacen para que
7. Las marcas recogen datos personales de posibles consumidores en internet.
Lo hacen para
8. Muchas empresas ofrecen descuentos y ventajas si te registras en sus clubs.
Lo hacen para que los consumidores
9. A veces, antes del lanzamiento de un producto, lo venden solo en una ciudad pequeña.
Lo hacen para
10. Los compradores racionales consultan foros y redes sociales.
Lo hacen para

17. Contesta estas preguntas.

1. ¿Qué compras por impulso?
 Ropa.
 Comida.
 Aparatos electrónicos.
 Libros.
 Otros:
2. ¿Qué compras por internet?
 Ropa.
 Comida.
 Aparatos electrónicos.
 Libros.
 Otros:
3. ¿Qué tipo de anuncios te gusta ver?
 Anuncios de perfumes.
 Anuncios de coches.
 Anuncios de bebidas.
 Anuncios de juguetes.
 Campañas de sensibilización.
 Otros:
4. ¿Qué tipo de publicidad recibes en el buzón?
 De restaurantes.
 De agencias inmobiliarias.
 De empresas de reparación.
 Otros:
5. Cuando compras, ¿te dejas influenciar por alguien?
 Por las opiniones de otra gente.
 Por la publicidad.
 Por la moda.
 Otros:
6. ¿Cuándo comparas precios?
 Antes de ir al mercado o al supermercado para comprar comida.
 Antes de comprar una bici, una moto o un coche.
 Antes de comprar un aparato electrónico.
 Antes de comprar una prenda de ropa.
 Otros:

✓ 18. Completa las siguientes frases con estos verbos en la forma adecuada.

- hacer reflexionar concienciar explicar
 manipular emocionar engañar

1. Yo solo me acuerdo de los anuncios que me y me hacen llorar.
2. A mí me gustan los anuncios que tienen un valor informativo, es decir, que algo a la gente.
3. Yo creo que la publicidad Y a las personas porque hace creer que necesitamos cosas que en el fondo no necesitamos.
4. La publicidad puede servir para a la gente sobre algún tema importante, para que seamos mejores ciudadanos. Esos anuncios nos y eso me parece interesante.

CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO

19. Indica qué conector es más apropiado en cada caso.

1.	a. La educación hoy en día es enormemente importante, a la hora de buscar trabajo.	encima sobre todo
	b. No hay derecho, en casi todas las ofertas de trabajo piden un montón de cosas: es necesario tener un grado, un máster, hablar idiomas y haber estudiado un año en otro país. ¡Y qué más!	es más además
2.	a. Los jóvenes están cada vez mejor formados, creo que nunca han estado tan preparados como en la actualidad.	es más además
	b. Los jóvenes están cada vez mejor formados: tienen varios títulos, hablan varios idiomas y han hecho prácticas en varias empresas. muchos de ellos han estudiado en el extranjero.	
3.	a. Muchos jóvenes tienen problemas para encontrar trabajo, teniendo una gran formación académica.	incluso sobre todo
	b. Muchos jóvenes tienen problemas para encontrar trabajo, los que no tienen estudios.	
4.	a. El profesor me ha suspendido y ha querido hablar conmigo para explicarme las razones.	además ni siquiera
	b. El profesor me ha suspendido y me ha dicho que mi examen ha sido muy flojo.	

20. Completa las frases de forma adecuada.

- Me molesta la publicidad en las redes sociales, **sobre todo**
- Me molesta la publicidad en las redes sociales, **es más**,
- Me gustan todos los anuncios, **incluso**
- Me gustan todos los anuncios, **además**
- Hay un montón de anuncios sexistas y **encima**
- Hay un montón de anuncios sexistas y **ni siquiera**
- Se están haciendo muchos esfuerzos para reducir la obesidad infantil, **incluso**
- Se están haciendo muchos esfuerzos para reducir la obesidad infantil, **además**

21A. Escucha estas dos frases. ¿Qué diferencias ves en la entonación?
¿Qué se busca con la entonación de la segunda frase?

- Otra vez el mundial, otra vez el himno, las expectativas, la pasión...
- Nos apasiona soñar con ellos y demostrar que nada es imposible.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ESTRATEGIAS

A veces la entonación tiene una función expresiva: sirve para enfatizar un mensaje o reforzar un sentimiento. Para ello, cambia el volumen de la voz, aumenta la velocidad y se destacan ciertas palabras.

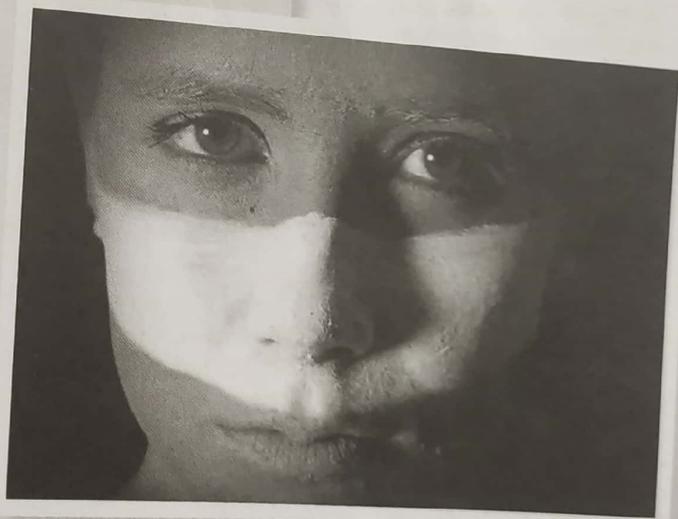
21B. Vuelve a ver el vídeo "Héroes que nos inspiran", de la página 177 del Libro del alumno. Presta atención a cómo cambia la entonación a lo largo del vídeo. En el tercer párrafo de la transcripción, subraya las frases más expresivas y rodea con un círculo las palabras más destacadas.

21C. Haz lo mismo con el texto que has escrito en la actividad 3B y luego grábate leyéndolo.

Lo que nos apasiona es inspirarnos, nos apasiona ver gente que no se rinde, que pelea hasta el último minuto y logra triunfar; nos apasionan las historias épicas, de anotar en el último momento, sí, pero porque nos apasionan los héroes, nuestros héroes, los del barrio.

Nos apasiona el pibe de Tandil que les gana a los mejores del mundo, nos apasiona aquel que no se rinde en la batalla y logra maravillas.

Nos apasiona el niño de la villa que llegó a cumplir su sueño y el de su gente, nos apasiona el cuento de hadas y la chica que se enamoró de un príncipe y se convirtió en la reina amada por su pueblo; nos apasiona ese niño de Newell's que sigue inspirando multitudes y pasión en los cinco continentes, nos apasiona ese cardenal jubilado y a veces olvidado que se convierte en papa dando un ejemplo de humildad y grandeza a todo el mundo, nos apasiona soñar con ellos y demostrar que nada es imposible.



Porque el héroe no es el que triunfa siempre, es el que se cae, el que sufre, pero se vuelve a levantar; es el que acepta su humanidad, es el humilde que revela grandeza, es el pequeño que se hace grande, pero que cree en sus sueños, como tantos héroes que creyeron, que nos unieron, que nos hablan desde la historia y que nos inspiran todos los días...
Bienvenido al mundial. Creamos en nuestros sueños.