

LENGUA CASTELLANA 5.º CICLO SUPERIOR

Nombre _____

Grupo _____

Actividades de refuerzo _____

Fecha _____

UNIDAD 5. ¡CONVÉNCEME!

Ejercicio número 1

Observa este cartel y realiza las actividades:



<https://bancodealimentosdesoria.org/ningun-nino-sin-bigote-2017/>

a) Identifica y escribe el eslogan del cartel:

b) ¿A qué *bigote* se refiere?

c) ¿El eslogan tiene un sentido real o figurado? _____

d) ¿Tanto el eslogan como el texto que lo acompaña pretenden convencer o disuadir? _____ ¿Por qué? _____

e) ¿Qué mensaje transmite el cartel?

f) Describe la imagen:

• ¿Crees que esta imagen es representativa del mensaje que transmite? Justifica tu respuesta.

g) ¿Qué información complementaria se ofrece?

h) Haz una valoración en la que analices la idea y el valor que transmite el cartel y si realmente te sugiere lo que quiere transmitir.

Ejercicio número 2

Relaciona cada eslogan con la campaña publicitaria con la que crees que está relacionada:

- | | | |
|--|---|--|
| Campaña a favor del reciclaje. | • | • Cada gota cuenta |
| Campaña de donación de sangre. | • | • Que la solidaridad corra por tus venas |
| Campaña de ahorro de agua. | • | • Reciclar tiene su punto |
| Campaña de sensibilización para el respeto por las personas con minusvalía. | • | • Ponte en mi lugar, no en mi sitio |

• Ahora escoge uno de los eslóganes anteriores y diseña un cartel publicitario con los elementos que le son propios:

Ejercicio número 3

Escribe el nombre debajo de cada imagen y, a continuación, una oración en la que utilices la palabra que has escrito y uno de los siguientes adjetivos con el formato adecuado: *breve, nuevo, leve, alto, rapaz, activo*.



Oración: _____



Oración: _____



Oración: _____



Oración: _____



Oración: _____



Oración: _____

Ejercicio número 4

Escribe un sinónimo para estas palabras:

casa: _____ **alumno:** _____

hablar: _____ **contento:** _____

pelo: _____ **coche:** _____

• **Escribe al lado de las palabras subrayadas de cada uno de los eslóganes una de las siguientes palabras que sea su antónimo:**

nunca – nadie – pasado – mal – vender

Energía para el futuro (_____).

Agua para todos (_____).

Un diamante es para siempre (_____).

Sabe tan bien (_____) que los gatos lo piden por su nombre.

Hay cosas que el dinero no puede comprar (_____).

Ejercicio número 5

Lee este fragmento de un texto periodístico sobre la publicidad. Fíjate en las palabras destacadas y resuelve las actividades:

El neuromarketing **es** la disciplina que **explora** las reacciones neuronales y sensoriales de los consumidores frente a determinados estímulos, motivada por la certeza de que la gran mayoría de nuestras decisiones de compra se basa en las emociones. «Se **usan** técnicas neurofisiológicas aplicadas, como electroencefalogramas, electrocardiogramas, electromiogramas —para detectar la actividad de los músculos—, resonancias magnéticas funcionales, sistemas de *eye-tracking* —para evaluar dónde se fija la mirada— o el estudio de la respuesta orgánica de la piel, como la sudoración», comenta Navarro. «Se **quiere** ver cómo **influye** realmente lo que se **está** contando y cómo se está contando».

https://elpais.com/economia/2015/07/06/actualidad/1436181514_967391.html

a) Escribe el infinitivo de las siguientes formas verbales e indica la conjugación a la que pertenecen:

es: _____

explora: _____

usan: _____

quiere: _____

influye: _____

está: _____

b) Todas las formas se emplean en la misma persona; ¿cuál es?

• Y el número, ¿es también el mismo? Escribe diferentes ejemplos que justifiquen tu respuesta.

c) ¿En qué tiempo se utilizan todas estas formas?

Ejercicio número 6

Relaciona cada oración con el uso que se hace de la coma en cada caso:

- 1. Los anuncios publicitarios los podemos encontrar en forma de cartel, *spot* televisivo, cuña radiofónica o *banner* de una página web.**
- 2. Matteo Motterlini, profesor de Filosofía de la Ciencia en la Universidad Vita-Salute San Raffaele de Milán y director del instituto Cresa, ha investigado cómo influye la publicidad en nuestro cerebro.**
- 3. Mario, ¿has visto el nuevo anuncio de tu marca de coches preferida?**
- 4. Sin duda, el mejor detergente del mundo.**

Separa los elementos de una enumeración.

Separa el nombre de la persona a la que nos dirigimos.

Introduce una aclaración.

Separa una expresión del resto de la oración.