



SECRETARÍA DE
**EDUCACIÓN
GUERRERO**

**INSTITUTO DEL
BACHILLERATO DEL
ESTADO DE GUERRERO**

COMUNICACIÓN

REPOSITORIO DE MATERIALES DIDÁCTICOS

2

MÓDULO
Proceso
comunicativo 11



**TELEBACHILLERATO
COMUNITARIO**





Entidad: Guerrero

CCT: 12ETK0196W

Nombre del docente: Arturo Nava Abarca

Área disciplinar: Comunicación

Semestre: Segundo

Unidad III: ¿Convenzo o me convencen?

Tema: Textos argumentativos

- Artículo de opinión
- Reseña
- Caricatura política
- Anuncio publicitario





Contenido

Objetivo del material.....	4
Sugerencias de usos	4
¿Qué es un texto argumentativo?.....	5
Tipos de textos argumentativos	6
Artículo de opinión.....	6
Actividad 1.	7
Actividad 2.....	8
Reseña.....	10
Actividad 1.....	13
caricatura política.....	14
Actividad 1.....	16
Anuncio publicitario	17
Actividad 1.....	18



Objetivo general del material:

Guiar aprendizajes significativos de los textos argumentativos en relación a sus características internas y externas, a través de actividades didácticas y creativas para fortalecer las técnicas de comprensión lectora y redacción, así como el uso de un vocabulario amplio en la habilidad comunicativa del alumno de segundo semestre de Telebachillerato Comunitario.

Propósito general del módulo:

Al concluir el módulo, el estudiantado utiliza los recursos de la comunicación oral y escrita en español e inglés para expresar sus ideas y defender sus opiniones de una manera respetuosa y tolerante en diversos contextos, fomentando la capacidad de análisis para la toma de decisiones conscientes en un proyecto de vida.

Sugerencias de usos

Para hacer un buen uso de este paquete te recomendamos lo siguiente:

- Realiza todas las actividades de aprendizaje que se plantean para desarrollarse dentro y fuera de aula, siempre bajo la supervisión del profesor.
- Usa este material como un apoyo adicional, ya que no sustituye al libro de texto y cuaderno de trabajo, es un recurso extra que tienes para mejorar tus aprendizajes.
- Realiza las actividades indicadas de manera responsable y con actitud positiva.
- Lleva a cabo las actividades indicadas en tiempo y forma a fin de no generar retrasos y acumulación de trabajos.



Tema: textos argumentativos

¿Qué es un texto argumentativo?

Un texto de tipo argumentativo es aquel que tiene como objetivo convencer o persuadir al lector sobre diversos temas, ya sea políticos, deportivos, científicos, religiosos, etc. Cabe señalar que la información manejada en estos tipos de textos debe estar sustentada y para ello es recomendable poner una cita textual para poder consultar de donde fue extraída dicha información.

Por ejemplo:

Si queremos dar a conocer y convencer a alguien sobre un acontecimiento histórico, debemos hacer notar a personajes que intervinieron, antecedentes y el proceso de cómo se fue desarrollando o bien hacer una representación del suceso acontecido. Un ejemplo de lo comentado es la revolución mexicana, donde año con año se conmemora o se hacen representaciones teatrales sobre el tema.





Tipos de textos argumentativos

Enseguida estudiaremos algunos de los diferentes tipos de textos argumentativos que consideramos más relevantes como: el artículo de opinión, la reseña, la caricatura política y el anuncio publicitario, así como su estructura y la intención comunicativa que cada uno de estos persigue.

Artículo de opinión

El artículo de opinión es un texto periodístico que manifiesta el sentir o el pensar de una determinada persona o medio de comunicación acerca de un asunto que despierta el interés de la opinión pública. Los artículos de opinión versan sobre diferentes temáticas: política, economía, sociedad, espectáculos, deportes, entre otros.



Características externas e internas del artículo de opinión

estructura externa

- título del artículo
(idea general del texto)
- tesis
(punto de vista y postura del autor)
- argumentación
(son las razones que fortalecen la tesis)
- conclusión
(el lector se cuestiona y toma una postura acerca del tema)

estructura interna

- Texto continuo
(escrito en prosa)
- Tema de interés general
(por lo regular noticioso)
- Género literario
(el autor plasma su estilo)
- Lo esencial no es la noticia
(lo importante es lo que se opina de ella, es decir la subjetividad)



Actividad 1.

Instrucciones. Busca en periódicos, revistas o internet textos que aborden temas que sean de tu interés, pueden ser deportivos, políticos, sociales etc. y en base en él escribe un artículo de opinión. Toma en cuenta la estructura externa e interna vista con anterioridad.



Actividad 2.



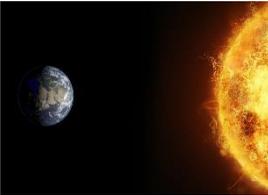
Compara las siguientes oraciones y tacha en la casilla correspondiente si es una opinión o hecho.

Hecho

- Fenómenos reales que se pueden comprobar.

Opinión

- Juicios personales o subjetivos.

		Hecho	Opinión
Las iglesias son estructuras donde se reúnen personas que profesan una misma religión.			
Los ríos son los mejores lugares para ir a divertirse.			
El sol es la estrella más cercana al planeta tierra.			
El sol es parte de mi inspiración.			
Los gatos negros son de mala suerte			



Instrumento de evaluación sugerido

Lista de cotejo para evaluar un artículo de opinión		
Nombre:		
Criterio	Si	No
El artículo de opinión tiene un título		
El artículo refleja la opinión personal del autor.		
Cuenta con una conclusión personal		



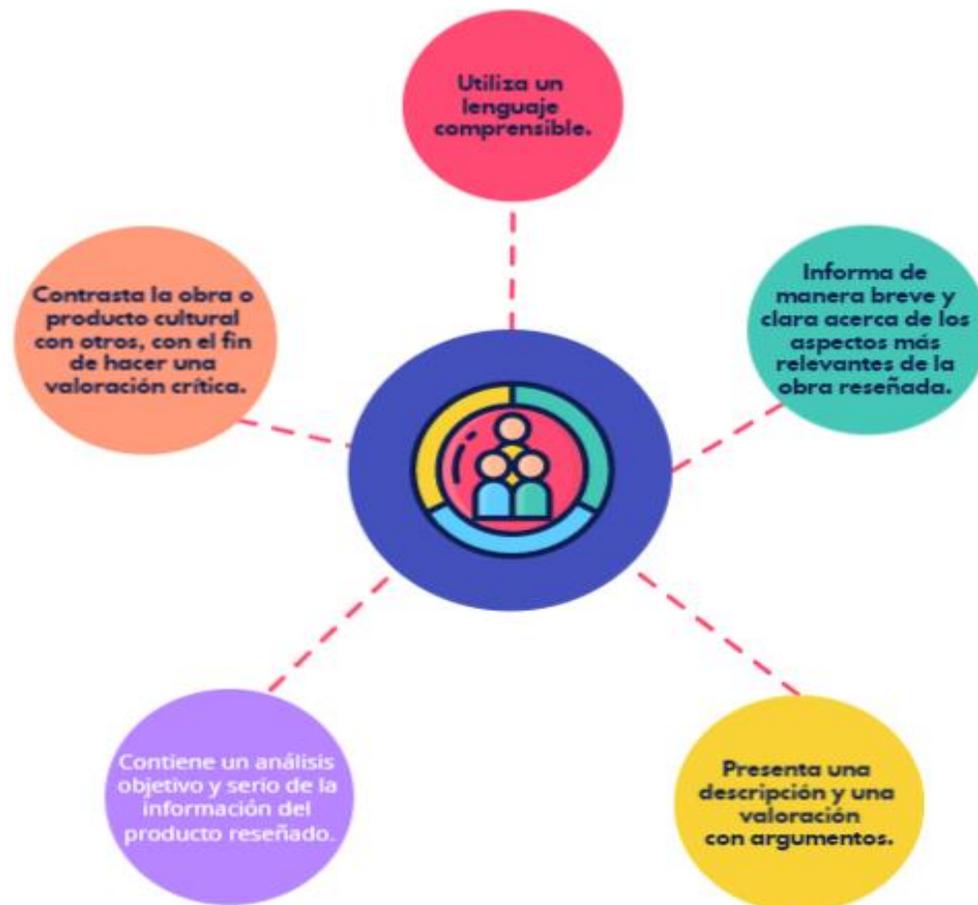
Reseña

La reseña es otro tipo de texto argumentativo, generalmente breve y conciso, que tiene como objetivo realizar un examen o crítica de una obra o acontecimiento reciente para darlo a conocer al público.

La palabra, como tal, deriva del verbo reseñar, que a su vez proviene del latín *resignāre*, que significa 'tomar nota', 'escribir' o 'apuntar'.

La reseña, como tal, puede referirse a un libro o a un disco, a un espectáculo musical o un evento social, a un producto comercial, como un videojuego, o a un artefacto eléctrico, como una computadora, un teléfono o un electrodoméstico.

CARACTERÍSTICAS DE UNA RESEÑA





Estructura de la reseña



Datos de identificación de la obra o ficha técnica: Estos varían dependiendo del tipo de obra a reseñar (libro, película, artículo, etc.).



Presentación de la obra reseñada: uno o dos párrafos que contextualizan diversos aspectos de la obra. Se presenta el autor y la obra que va a reseñarse.



Síntesis comentada de la obra: descripción de los aspectos más relevantes.



Juicio valorativo y crítico: se emite un criterio sobre las fortalezas o debilidades de la obra.



Conclusión. Sintetiza y destaca los aspectos más relevantes de la obra.



Ejemplo de una reseña de la película de Coco

Coco es la nueva película de los Estudios Pixar. Cuenta la historia de Miguel, un niño mexicano que quiere ser músico, pero que ha crecido en una familia que está en contra de esa idea de la música, debido a cosas que han sucedido en el pasado de la historia familiar.

La historia se desata en el momento que Miguel cruza al mundo de los muertos por unas circunstancias curiosas que explican en el transcurso de la película. El niño tiene que vivir una gran aventura para regresar al mundo de los vivos con la ayuda de personajes bastante particulares.

Como siempre la animación de Pixar es excelente, además de saber la forma tan increíble de expresar la riqueza de la cultura mexicana, al explicar con gran lujo y detalle la celebración del Día de los muertos.



Actividad 1. De las películas que has visto recientemente redacta una reseña donde des a conocer tu opinión personal, recuerda tomar en cuenta la estructura y características vistas anteriormente.

A large writing area with a blue border and a decorative scroll-like shape on the left side. It contains 15 horizontal black lines for writing.



CARICATURA POLÍTICA



Caricatura del general Franco en el período de la dictadura.



Entre los diferentes tipos de texto icónico-verbal que en este material puedes estudiar, se encuentra la **caricatura** y, aunque podrías pensar que se trata de ver “monitos”, advertirás que al analizarlos adquieres información, la cual puede, incluso, tener la intención de manipular tu forma de pensar y actuar.

La caricatura es un tipo de representación exagerada de personajes o de hechos con el fin de poder transmitir un mensaje, una idea, la mayoría de veces sarcástica e irónica sobre una cuestión determinada. Así, la importancia de esta temática es que te des cuenta cuándo, por medio de la caricatura, se te está brindando información y cuándo la intención del emisor es moverte a acciones que no habías considerado realizar, o llevarte a decidir algo que no deseabas, o cambiar tu forma de pensar.

A través de la imagen y la palabra se organiza un fundamento, se expresa un juicio o se induce a creer o hacer alguna cosa.



TIPOLOGÍA DE LA CARICATURA



CARICATURA POLÍTICA

se caracteriza porque el tema que aborda gira en cuestiones estrictamente políticas, desde un nivel local o internacional; en ella no sólo se representan a diversos personajes contemporáneos, sino también decisiones u opiniones sobre política en general.



CARICATURA SOCIAL

Es aquella en la que se refleja a una determinada sociedad sea en plan de crítica, burla y tiende a representar a una serie de personajes en situaciones de la vida contemporánea.



CARICATURA COSTUMBRISTA

Representa una escena de costumbres en la que aparece una excesiva carga de crítica o sátira, con lo que da lugar a una observación irónica de la realidad.



ACTIVIDAD I.

Recorta en periódicos, revistas, libros o busca en internet ejemplos de los diferentes tipos de caricaturas y pégalas donde corresponde, además escribe su significado.



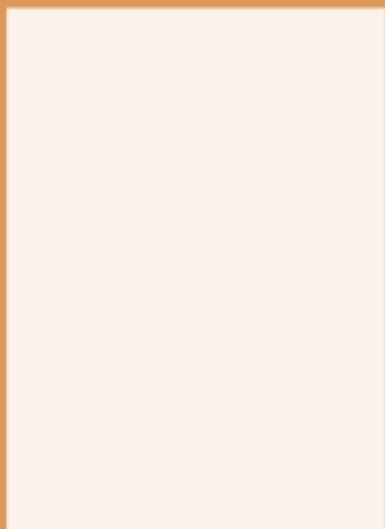
**CARICATURA
POLÍTICA**



**CARICATURA
SOCIAL**



**CARICATURA
COSTUMBRISTA**



Anuncio publicitario

Un **anuncio publicitario** es conocido como aquél **mensaje** que se hace con la intención de que las personas puedan obtener conocimiento sobre un **producto**, un hecho, un acontecimiento o algún otro aspecto, con **fines comerciales**. Estos son y deben ser parte de las compañías, debido a que los anuncios están vinculados con un propósito convincente sobre lo que estas ofrecen al público y están encauzados a la promoción de sus artículos, sus productos y sus servicios.

características de los anuncios publicitarios

Creatividad

Para la realización de este elemento de **publicidad**, el aspecto creativo es determinante para el alcance de su objetivo. Esto se aplica mediante una serie de estrategias que deben determinarse para que este tenga el impacto necesario en la sociedad de consumo. De esto se encargará el director creativo junto a su personal.

Duración

Lo usual es que dure **entre 10 segundos y un minuto**; entre uno y cinco minutos, se habla de una cápsula, la cual es un recurso más utilizado para dar información más completa; y de una duración superior a los cinco minutos son los conocidos infomerciales, simulando el formato de un programa de televisión, presentando cortes, al igual que en un espacio televisivo.

Audiencia

Esta está definida por aquellos individuos al que son presentados estos mensajes durante un tiempo determinado. Se **sectoriza por características, como el sexo, edad, aspectos culturales y gustos**; elementos que deben ser tomados en cuenta para la creación de los anuncios, y de la cantidad de personas que alcance depende **el éxito** del mensaje.

Función

Este tipo de elemento tiene como función hacer que un producto o el servicio ofrecido por una empresa sea **visible en el mercado**, así el público tendrá información sobre las bondades que ofrecen. Es el puente entre el fabricante o proveedor y sus consumidores, ya que es el soporte del mensaje. También existen los anuncios publicitarios sociales, cuyo mensaje es de reflexión social.



Elementos del anuncio publicitario



"Educación de calidad para todos"

Slogan

Es una de las partes de los anuncios publicitarios más importantes, y es un **aforismo** o refrán que **define a la marca** y forma parte del mensaje, ya que la empresa se identifica con el mismo. Estos deben ser breves, pegadizos, que distinga a la marca de su competencia y ser positivos para que puedan cautivar la atención del público y calar en el mismo.

Ejemplo: "Educación de calidad para todos" es el slogan del Telebachillerato Comunitario.

Imagen

Esta involucra a todo lo visual que infiere en la identidad de la marca; esto es el uso de su **logotipo** o de imágenes que describen lo que está promocionándose, e incluso, ambos recursos simultáneamente.

Mensaje

Se trata de un símbolo que **puede estar conformado de imágenes, letras o ambos elementos**, que le darán una identidad única a la marca, contando con colores específicos que la identifiquen y formas que den alusión a la misma. Las letras que conforman el mismo deben poder leerse fácilmente. Cuando este es reconocido, está bien definido y ha logrado insertarse exitosamente en el mercado, la marca da una identidad tal que es por sí sola la **carta de presentación** de la empresa.

Logo/Marca

Es aquél que **transmite la información** que la marca quiere hacer llegar al público mediante el anuncio. El mismo debe estar adaptado al público que se quiera alcanzar, de modo que es importante tanto el contenido como el estilo. Este no solamente puede incluir palabras, sino también sonidos e imágenes; es decir, puede estar codificado. **Este debe capturar la atención**, persuadir y permanecer en el tiempo.

Si te das cuenta todos los elementos anteriores están incluidos en la imagen que representa al Telebachillerato Comunitario.



Actividad 1

¡Es hora de que pruebes tu imaginación! haciendo tu propio anuncio publicitario para algún producto o servicio ya existente o puedes inventar uno sobre lo que desees. Recuerda aplicar las características y elementos que vimos con anterioridad y para finalizar muestra tu trabajo a tus compañeros.

Puedes utilizar el espacio de abajo, hojas blancas o cartulina.



Bibliografía

Dirección General de Bachillerato. (2019). Proceso comunicativo II. Programa de Estudios Telebachillerato Comunitario Segundo semestre. México: Secretaría de Educación Pública: Subsecretaría de Educación Superior y Media Superior.

Del rio Mendiata Martha Elba, Marrot Chávez, Rojas Rosell, Taller de Lectura y redacción II, Secretaría de Educación Pública, 2015.

<https://www.significados.com/resena/>

<https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid3/unidad1/textolconico/caricatura>

<https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/>

PERSONAL DOCENTE QUE ELABORÓ

Mtro. Arturo Nava Abarca (TBC 196)

COMITÉ ESTATAL QUE VALIDÓ

Dra. Tania Yuridia Organista López (TBC 002)

Mtra. Ana María Millán Hernández (TBC 195)

Lic. Gerardo Flores Martínez (TBC 179)

Mtro. Salvador Deloya Abarca (TBC 301)

Mtro. Arturo Nava Abarca (TBC 196)

**REPRESENTANTE DEL COMITÉ REGIONAL DE LA ZONA SUR DE LA
CREACIÓN DE REPOSITARIOS DE MATERIALES DIDÁCTICOS DEL
TELEBACHILLERATO COMUNITARIO**

Dra. Tania Yuridia Organista López (TBC 002)

**COORDINADORA ACADÉMICA DEL INSTITUTO DEL
BACHILLERATO DEL ESTADO DE GUERRERO**

Mtra. María Elizabeth Salgado Urióstegui

**DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO DEL BACHILLERATO
DEL ESTADO DE GUERRERO**

Mtro. Ernesto Ávila Damián



TELEBACHILLERATO
COMUNITARIO