

Liceo Politécnico San Luis  
 Depto. Lengua y Literatura

## ANÁLISIS TEXTOS ARGUMENTATIVOS (Textos periodísticos de opinión)

|                    |                     |               |                           |
|--------------------|---------------------|---------------|---------------------------|
| <b>Asignatura:</b> | Lengua y Literatura | <b>Nivel:</b> | Tercero Medio             |
| <b>Guía N°</b>     | 10                  | <b>Fecha:</b> | del 02 al 20 de noviembre |

### Contacto del docente y horario:

- MARIA EUGENIA MUÑOZ DUCROS: maria.munoz@politecnicosanluis.cl  
Horario: lunes, miércoles y viernes de 12 a 13 horas.
- CLEMENCIA PACHECO: clemencia.pacheco@politecnicosanluis.cl
- Horario: martes y jueves 18 a 20 horas.

### OA/INDICADORES UTILIZADOS

| Objetivos de aprendizajes (Priorizados)   | Indicadores de Evaluación  |
|---|--|
| <p>OA 3 Analizar críticamente textos de diversos géneros discursivos no literarios orales, escritos y audiovisuales, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La influencia de los contextos socioculturales de enunciador y audiencia.</li> <li>• Las características del género discursivo al que pertenece el texto.</li> <li>• Las relaciones establecidas entre las ideas para construir razonamientos.</li> <li>• La selección y la veracidad de la información</li> </ul> <p>OA 6. Producir textos (orales, escritos o audiovisuales) coherentes y cohesionados, para comunicar sus análisis e interpretaciones de textos, desarrollar posturas sobre temas, explorar creativamente con el lenguaje, entre otros propósitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicando un proceso de escritura* según sus propósitos, el género discursivo seleccionado, el tema y la audiencia.</li> <li>• Adecuando el texto a las convenciones del género y a las características de la audiencia (conocimientos, intereses, convenciones culturales). *El proceso de escritura incluye las etapas de planificación, elaboración, edición y revisión.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifican el propósito, la estrategia discursiva.</li> <li>• Identifican tesis.<br/>Emiten juicios sobre la pertinencia de los recursos usados en los textos en relación con el propósito.</li> <li>• Explican los recursos usados por el emisor para posicionarse ante la audiencia</li> <li>• Desarrollan una postura, interpretación o análisis fundamentado a partir de conexiones con otras lecturas, discusiones en clases, experiencias personales, etc.</li> </ul><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Construyen texto que ajustan en distintos momentos del proceso, a partir de su propósito comunicativo y de la comunicabilidad del texto.</li> <li>• Aplican estrategias al desarrollar el proceso de escritura, en función de su propósito comunicativo y del mensaje por comunicar.</li> <li>• Organizan sus ideas e información por medio de distintos recursos, según los propósitos de escritura y el género discursivo</li> </ul> |

## **INSTRUCCIONES**

- LEE CON ATENCIÓN LOS TEXTOS Y LUEGO CONTESTA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS.
- RESPONDE EN TU CUADERNO.
- RECUERDA TRABAJAR VOCABULARIO, ES DECIR, BUSCAR EN DICCIONARIO LAS PALABRAS CUYOS SIGNIFICADOS DESCONOZCAS.



## **GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN**

Son textos que ofrecen una interpretación de los hechos y emiten un juicio valorativo sobre un tema. Existen cuatro tipos: *el editorial, el artículo columna o comentario artículo de crítica y las cartas al director.*

**-EL EDITORIAL:** es un texto argumentativo que analiza e interpreta un hecho desde el punto de vista de la ideología del periódico o revista, representa el criterio oficial de la institución que emite un determinado mensaje.

Los artículos editoriales no están firmados por personas, porque son representativos del pensamiento y línea del periódico como por ejemplo *The Clinic* o *El Mercurio*.

A través de la publicación del editorial, el medio va dando a conocer su ideología y corriente de pensamiento como institución hacia el público lector, de manera que éste puede generarse una idea sobre el carácter de las publicaciones del medio.

## **EL ARTÍCULO COLUMNA O COMENTARIO**

Es un texto argumentativo en el que se valoran, analizan, explican e interpretan hechos de la actualidad, en este caso por un periodista que nos ofrece su visión personal o su análisis sobre



un tema de interés. Suelen ser colaboradores más o menos habituales especialistas en materias concretas ya sean científicas, culturales, etc. El artículo suele partir de la exposición de hechos concretos y a continuación, realizar un análisis desde el conocimiento y la propia perspectiva del emisor lo que lleva con frecuencia a valoraciones personales, por lo tanto, lleva el nombre de quien escribe.

**LA CRÍTICA:**

Consiste en una valoración de mediana extensión sobre un evento, estreno de una obra de teatro, publicación de un libro, partido de fútbol, etc.- realizada por alguien especialista en el tema. Aparece firmada por quien la realiza: Algunos críticos son muy valorados y gozan de prestigio en sectores concretos o entre un público determinado teatrales, cinematográficas, etc.-.

**LAS CARTAS A DIRECTOR**

Son textos argumentativos-expositivos que escribe el lector al director valorando, criticando, ... algún hecho

Es una carta que el lector dirige al periódico sobre un tema que ha despertado su interés –o su indignación-. A través de ellas se puede interactuar con el periódico y hacer llegar las oportunas rectificaciones o correcciones e informaciones incorrectas, incompletas o aportar puntos de vista personales sobre sucesos aparecidos o no en la prensa. Sus temas son muy variados

**EJEMPLO DE CARTA AL DIRECTOR**

|   |
|---|
| <p><b>Señor Director:</b> _____ <b>VOCATIVO</b></p>   |
| <p>Junto con saludarlo paso a exponer mi opinión. Me parece una excelente iniciativa la que ha dado el municipio de San Pedro, en orden a censar y exigir collares y placas identificatorias a los dueños de los numerosos perros que deambulan por las calles sin Dios ni ley.</p> <p>_____ <b>TESIS</b></p>   |
| <p>Las buenas ideas hay que repetirlas y me gustaría que nuestras autoridades, especialmente el Concejo Municipal aplicara esta medida en nuestra ciudad, afectada por hordas de perros vagos que no solo desarman basura y ponen en peligro a choferes y peatones, sino que se podrá multar a los irresponsables de abandonar estos animales.</p> <p>_____ <b>ARGUMENTOS</b></p> |
| <p>Recordemos que las ciudades las formamos personas y no perros y las autoridades se debe primero a nosotros y no a los seres de cuatro patas. Esto lo digo porque a veces las prioridades se confunden y al final nosotros terminamos rindiéndole tributo a los perros</p> <p>_____ <b>CONCLUSIÓN</b></p>   |

Carlos Aguilar.

NOMBRE - RUT

## ACTIVIDAD

### I LEA COMPRENSIVAMENTE EL SIGUIENTE TEXTO Y COMPLETE EL CUADRO A CONTINUACIÓN

#### Columna de opinión

##### LA IRA, EL MIEDO Y LAS FAKE NEWS (Tomás Pérez-Acle)

Biólogo computacional, investigador Fundación Ciencia & Vida y profesor, Centro Interdisciplinario de Neurociencia de Valparaíso, U. de Valparaíso.

“Miente, miente que algo queda” dice un viejo refrán que es tan antiguo como la mentira misma. Utilizado a lo largo de los años por variopintos personajes históricos como el faraón Ramsés, Alejandro Magno y Voltaire, hace referencia a una técnica propagandística que busca establecer como cierta una propuesta falsa.

El mismo Goebbels, ministro de propaganda de Hitler, acuñó su propia versión indicando que “si se dice una mentira suficientemente grande, y se repite continuamente, la gente comenzará a creerla”.

Pese a la derrota nazi, la idea de la mentira sistemática como estrategia de propaganda subsistió. Hoy la podemos reconocer en el periodismo amarillista y en las políticas de postverdad. En ambos casos, el objetivo es el mismo: desinformar o engañar a las personas de forma deliberada, apelando no a los argumentos, sino a las emociones. Si bien es un fenómeno de larga data, el reinado de las redes sociales ha creado un terreno fértil para las noticias falsas o fake news.

Mientras que para producir una noticia falsa a través de los medios tradicionales se requiere de la acción concertada desde fotógrafos hasta editores, para hacerlo en las redes sociales sólo hace falta un teléfono inteligente y una conexión a internet.

Hoy, más del 66% de las personas del mundo posee un dispositivo móvil con conexión a internet. Por ende, producir noticias, sean estas falsas o no, es tan habitual que muchos “caza noticias” reportan directo desde sus dispositivos móviles. Esta hiperconexión ha creado un fenómeno nuevo donde nuestra vida digital está compuesta mayoritariamente de quienes piensan como nosotros, creando la llamada “cámara de eco digital” (Tornberg P, PLoS One 2018).

Más aún, a pesar de nuestra conexión continua, cuando buscamos información en la red tendemos a buscar sólo aquello que confirme nuestras creencias, guiados por sesgo de confirmación (Waldrop MM, PNAS 2017). Este comportamiento se extrema en el caso de los más jóvenes, para quienes, querámoslo o no, la vida digital cobra tanta o más relevancia que la física. Esta es la vía de expresión entretención preferida, siendo además la fuente fundamental de información. De este modo, las redes sociales crean el escenario ideal para la dispersión de fake news, mutando y reproduciéndose de forma vertiginosa.

¿Cuánto más rápido se mueve una fake news respecto de una noticia verdadera? Un trabajo reciente publicado en la revista Science (Vosoughi S, et al 2018) estudió la dispersión de aproximadamente 126.000 fake news en EE.UU. (entre 2006 y 2017) a través de redes sociales. La conclusión fue lapidaria: mientras que una noticia verdadera llega en promedio a 1.000 personas, una fake news llega fácilmente a 100.000, y lo hace en un tiempo menor. Este comportamiento, concluyen los investigadores, se debe a que las fake news explotan la sorpresa, basándose en las emociones, principalmente la ira y el miedo.

Al ser tocados emocionalmente por una fake news, necesitamos hacer algo y creemos que, al compartirla, nos hacemos parte de la solución. Es así como, al moverse, éstas lo hacen resonando en nuestras cámaras de eco, remarcando su veracidad: “Si todo el mundo lo dice, ¡debe ser verdad!”.

En las pocas ocasiones en que tratamos de validar una noticia, buscamos “fuentes externas” que muchas veces pertenecen a nuestras cámaras de eco, o peor aún, son fuentes seleccionadas por nuestro sesgo de confirmación. Estas características convierten a las fake news en un fenómeno de comunicación que puede influenciar nuestra vida de manera brutal. Ejemplo de esto son los movimientos antivacunas o el terraplanismo. Por un lado, negando toda la evidencia científica, las fake news han promovido que las vacunas causan condiciones como el autismo. Por el otro, se argumenta que una conspiración mundial nos ha convencido que la tierra es redonda.

| CRITERIO                 | PREGUNTAS ORIENTADORAS   | RESPUESTA |
|--------------------------|--|-----------|
| SITUACIÓN DE ENUNCIACIÓN | 1-EMISOR ¿Quién habla?   |           |
|                          | 2-RECEPTOR ¿a quién está dirigido?                                   |           |
|                          | 3-TEMA ¿De qué trata el texto?                                       |           |
|                          | 4-FINALIDAD ¿cuál es el propósito?                                   |           |
| GÉNERO DISCURSIVO        | 5- ¿A qué género discursivo pertenece?                               |           |
|                          | 6- ¿Qué características tiene?                                       |           |
| RAZONAMIENTOS            | 7- ¿Cuál es la postura del emisor respecto del tema que le preocupa? |           |
|                          | 8- ¿Qué argumentos usa el  |           |

|               |   |  |
|---------------|---|--|
|               | enunciador para sostener su postura             |  |
|               | 9- ¿la información presentada es veraz?         |  |
| ARGUMENTACIÓN |   |  |
| TESIS         | 10- ¿QUÉ PIENSA EL AUTOR RESPECTO AL TEMA?      |  |
| ARGUMENTOS    | 11- ¿CUÁLES SON LA RAZONES QUE APOYAN LA TESIS? |  |

## II COMPRENSIÓN LECTORA

- 1- ¿Qué quiere expresar el autor con la oración “¡Miente, Miente que algo queda!”
- 2- ¿Cuál es el objetivo del periodismo amarillista?
- 3- ¿Qué son las FAKE NEWS?
- 4- ¿cómo se crean las FAKE NEWS?
- 5- ¿cómo aportan los dispositivos móviles a la creación de FAKE NEWS?
- 6- Agregue un párrafo a manera de conclusión

### Respuestas:

## GUÍA N° 10 PARTE 2

### EDITORIAL

## **El acto solidario de la donación de órganos**

Si bien los trasplantes se han convertido en una práctica habitual. Aún persisten temores.

Las razones que dificultan la decisión de ser donante son múltiples. En muchos casos, arraigan en convicciones de índole religiosa, moral o filosófica que cuestionan la donación. En otros, se fundan en el temor a la existencia de traficantes de órganos, o en la desconfianza en el sistema de salud, que llevan a pensar que alguien podría no ser asistido bien o a tiempo para obtener sus vísceras.

También está el caso frecuente de quienes no pueden sentirse solidarios en el momento en que atraviesan el dolor por la muerte de un ser querido, que es cuando se les requiere que dispongan la entrega de los órganos para prolongarle la vida a otro ser humano.

Es preciso, entonces, que se aclaren algunas cuestiones. Primero, que la complejidad del procedimiento de ablación y trasplante, en el que intervienen varios equipos médicos altamente especializados, torna muy improbable la existencia de circuitos clandestinos.

Segundo, que la necesaria compatibilidad entre donante y receptor también aleja la posibilidad de manipulaciones que pudieran derivar en muertes "a pedido".

La última cuestión es la más compleja. Porque hasta el presente, aunque alguien haya manifestado expresamente su voluntad de donar es a la familia a la que se consulta en el momento en que aquélla puede hacerse efectiva. Y tal consulta llega en un momento crucial, en general poco propicio para las reflexiones profundas, sobre todo si tienen que llevar a la toma de una decisión rápida.

Cuando esté vigente el consentimiento presunto previsto en la ley, que implica que sólo deba manifestarse expresamente la negativa a donar, muchos de estos problemas se evitarán. Mientras

tanto, las campañas públicas deben esclarecer sobre la naturaleza de los procedimientos técnicos, para disipar fantasmas.

Pero, esencialmente, deben apuntar a que se tome conciencia de lo que significa salvar otra vida.

Porque para decidirlo en un momento límite es menester que la idea se haya considerado y discutido previamente, con calma y en profundidad.

Nadie está exento de que la vida a salvar mañana pueda ser la propia o la de un ser querido. Por eso debería destacarse que es más fácil lamentar el no haber consentido una donación a tiempo, que arrepentirse por haberlo hecho. 26/07/2020 [Clarín.com](http://Clarín.com) **Opinión**

| CRITERIO                 | PREGUNTAS ORIENTADORAS                         | RESPUESTA |
|--------------------------|--|-----------|
| SITUACIÓN DE ENUNCIACIÓN | 1-EMISOR ¿Quién habla?                         |           |
|                          | 2-RECEPTOR ¿a quién está dirigido?             |           |
|                          | 3-TEMA ¿De qué trata el texto?                 |           |
|                          | 4-FINALIDAD ¿cuál es el propósito?             |           |
| GÉNERO DISCURSIVO        | 5- ¿A qué género discursivo pertenece?         |           |
|                          | 6- ¿Qué características tiene?                 |           |
| ARGUMENTACIÓN            |  |           |
| TESIS                    | 7- ¿QUÉ PIENSA EL AUTOR RESPECTO AL TEMA?      |           |
| ARGUMENTOS               | 8- ¿CUÁLES SON LA RAZONES QUE APOYAN LA TESIS? |           |

III DE ACUERDO CON LA LECTURA COMPLETE EL SIGUIENTE CUADRO

#### IV COMPRENSIÓN LECTORA

1. ¿Cuál es la principal razón por la que se dificulta la donación de órganos?
2. ¿Por qué, según el autor, es importante que se tome conciencia de lo que significa salvar una vida?
3. ¿Por qué las personas se niegan a ser donantes de órganos?
4. Llegado el momento decisivo, ¿quién decide finalmente que la persona done algún órgano?
5. ¿En qué valor debería basarse la decisión de una persona para ser donante de órganos?
6. ¿Cuál es el argumento más importante que da el autor para motivarse a ser donante?
7. Exprese su opinión sobre el tema.

**Respuestas:**

**III PRODUCCIÓN DE TEXTOS:** ESCRIBIR UNA CARTA AL DIRECTOR (12 PTS.)

|  |   |
|--|---|
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN  | ESTRUCTURA TEXTUAL: VOCATIVO –EXPOSICIÓN DE LOS HECHOS- TESIS - ARGUMENTOS - SUGERENCIAS Y CONCLUSIÓN |
| DESARROLLA EL TEMA ASIGNADO: MAL TRATO ANIMAL 2PTS.            | 2PTS.   |
| TESIS: SE MANIFIESTA A TRAVÉS DE UNA EXPRESIÓN DEBATIBLE 2PTS. | ORTOGRAFÍA : RESPETA NORMAS ORTOGRÁFICAS . 2PTS.  |
| ARGUMENTOS: SON PERTINENTES A LA OPINIÓN MANIFESTADA 2PTS.     | REDACCIÓN: UTILIZA LENGUAJE ADECUADO Y NO REPITE LAS PALABRAS 2PTS.                                   |

|  |
|--|
|  |
|--|